



VALEDOR DO CIDADÁN

**HÁBITOS DE CONSUMO SOBRE ENERXÍA, AUGA,
XERACIÓN DE RESIDUOS E PRODUTOS QUE FOMENTAN
A SUSTENTABILIDADE DA CIDADANÍA VIGUESA**

ACTUACIÓNS DE OFICIO

DIRECCIÓN E REDACCIÓN

Luis Espada Recarey

COORDENADOR

Guillermo Rey González

COLABORADORES

Antonio Abel Carvajal Vila

Patricia Aira González

Pablo Álvarez de la Torre

José Ramón Castro González

Saila Ferreira Fernández

Daniel Ledo Martínez

Alba Lemos Agudo

Víctor Manuel Martínez Cacharrón

Raquel Santamaría Rodríguez

Carlos Ulloa Sande

Mercedez Vázquez Pérez

María Vilas

MAQUETACIÓN E FOTOGRAFÍA DA CAPA

Diego Durán

IMPRIME

Roel Artes Gráficas

DEPÓSITO LEGAL

XXXXXXXXXXXX

Índice

RAZÓNS PARA A REALIZACIÓN DESTE ESTUDO.....	13
INTRODUCCIÓN	15
INDICADORES COMÚNS EUROPEOS	17
METODOLOXÍA XERAL	21
MÉTODO DE RECOMPILACIÓN DE DATOS E FONTES	21
FICHA TÉCNICA	22
INFORMACIÓN NECESARIA.....	23
PARTE I.....	25
1. INTRODUCCIÓN	25
2. CUESTIONARIO	26
3. RESULTADOS GLOBAIS.....	31
Grao de concienciación	31
Grao de concienciación por sexos.....	31
Comparativa grao de concienciación por sexos	32
Grao de concienciación por idades.....	32
Comparativa grao de concienciación por idades	34
4. RESULTADOS POR ZONAS	35
4.1 Zona urbana	
Grao de concienciación	35
Grao de concienciación por sexos.....	36
Comparativa grao de concienciación por sexos	36
Grao de concienciación por idades.....	37
Comparativa grao de concienciación por idades	38
4.2 Zona semiurbana	
Grao de concienciación	39
Grao de concienciación por sexos.....	39
Comparativa grao de concienciación por sexos	40
Grao de concienciación por idades.....	41
Comparativa grao de concienciación por idades	41
4.3 Zona rural	
Grao de concienciación	42
Grao de concienciación por sexos.....	43

Comparativa grado de concienciación por sexos	44
Grao de concienciación por idades.....	44
Comparativa grao de concienciación por idades	45
Comparativa de zonas	45
Comparativa grao de concienciación por zonas.....	45
5. RESULTADOS POR DISTRITOS.....	45
5.1 Distrito 1	
Grao de concienciación	45
Grao de concienciación por sexos.....	45
Comparativa grao de concienciación por sexos	46
Grao de concienciación por idades.....	46
Comparativa grao de concienciación por idades	47
5.2 Distrito 2	
Grao de concienciación	48
Grao de concienciación por sexos.....	48
Comparativa grao de concienciación por sexos	49
Grao de concienciación por idades.....	49
Comparativa grao de concienciación por idades	50
5.3 Distrito 3	
Grao de concienciación	51
Grao de concienciación por sexos.....	51
Comparativa grao de concienciación por sexos	52
Grao de concienciación por idades.....	52
Comparativa grao de concienciación por idades	53
5.4 Distrito 4	
Grao de concienciación	54
Grao de concienciación por sexos.....	54
Comparativa grao de concienciación por sexos	55
Grao de concienciación por idades.....	55
Comparativa grao de concienciación por idades	56
5.5 Distrito 5	
Grao de concienciación	57
Grao de concienciación por sexos.....	57
Comparativa grao de concienciación por sexos	58
Grao de concienciación por idades.....	58
Comparativa grao de concienciación por idades	59
5.6 Distrito 6	
Grao de concienciación	60
Grao de concienciación por sexos.....	60

Comparativa grao de concienciación por sexos	61
Grao de concienciación por idades.....	61
Comparativa grao de concienciación por idades	62
5.7 Distrito 7	
Grao de concienciación	63
Grao de concienciación por sexos.....	63
Comparativa grao de concienciación por sexos	64
Grao de concienciación por idades.....	64
Comparativa grao de concienciación por idades	65
5.8 Distrito 8	
Grao de concienciación	66
Grao de concienciación por sexos.....	66
Comparativa grao de concienciación por sexos	67
Grao de concienciación por idades.....	67
Comparativa grao de concienciación por idades	68
5.9 Distrito 9	
Grao de concienciación	69
Grao de concienciación por sexos.....	69
Comparativa grao de concienciación por sexos	70
Grao de concienciación por idades.....	70
Comparativa grao de concienciación por idades	71
Comparativa de distritos	72
Comparativa grao de concienciación por distritos.....	72
 6. RESULTADOS PORMENORIZADOS DE CADA UNHA DAS PREGUNTAS POR DISTRITOS	 73
 PARTE II	 87
1. INTRODUCCIÓN	87
2. CUESTIONARIO	91
3. RESULTADOS GLOBAIS	95
Grao de preocupación polo medio ambiente.....	95
Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente	95
Grao de importancia do medio ambiente na compra.....	95
Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade	96
Frecuencia de compra de produtos sustentábel	96
Influencia de diversos aspectos na compra de produtos sustentábel.....	99
Prezo	99

Disponibilidade.....	101
Confianza	103
Respecto polo medio ambiente	105
Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos	107
4. ESTUDO COMPARATIVO SEGÚN A IDADE E O SEXO	109
4.1 Grao de preocupación polo medio ambiente	110
4.2 Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente.....	111
4.3 Grao de importancia do medio ambiente na compra	112
4.4 Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade	112
4.5 Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos	113
5. RESULTADOS POR ZONAS	115
5.1 Zona urbana	
Grao de preocupación polo medio ambiente	115
Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente	115
Grao de importancia do medio ambiente na compra	115
Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade	116
Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos	116
5.2 Zona semiurbana	
Grao de preocupación polo medio ambiente	117
Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente	117
Grao de importancia do medio ambiente na compra	117
Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade	118
Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos	118
5.3 Zona rural	
Grao de preocupación polo medio ambiente	119
Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente	119
Grao de importancia do medio ambiente na compra	119
Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade	120
Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos	120
6. TABELAS COMPARATIVAS ENTRE AS TRES ZONAS DE ESTUDO.....	121
6.1 Grao de preocupación polo medio ambiente	121
6.2 Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente.....	121
6.3 Grao de importancia do medio ambiente na compra	122
6.4 Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade	122
6.5 Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos	123

7. RESULTADOS POR DISTRITOS.....	125
7.1 Distrito 1	
Grao de preocupación polo medio ambiente	125
Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente.....	125
Grao de importancia do medio ambiente na compra	125
Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade	126
Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos	126
7.2 Distrito 2	
Grao de preocupación polo medio ambiente	127
Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente.....	127
Grao de importancia do medio ambiente na compra	127
Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade	128
Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos	128
7.3 Distrito 3	
Grao de preocupación polo medio ambiente	129
Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente.....	129
Grao de importancia do medio ambiente na compra	129
Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade	130
Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos	130
7.4 Distrito 4	
Grao de preocupación polo medio ambiente	131
Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente.....	131
Grao de importancia do medio ambiente na compra	131
Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade	132
Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos	132
7.5 Distrito 5	
Grao de preocupación polo medio ambiente	133
Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente.....	133
Grao de importancia do medio ambiente na compra	133
Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade	134
Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos	134
7.6 Distrito 6	
Grao de preocupación polo medio ambiente	135
Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente.....	135
Grao de importancia do medio ambiente na compra	135
Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade	136
Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos	136
7.7 Distrito 7	
Grao de preocupación polo medio ambiente	137
Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente.....	137

Grao de importancia do medio ambiente na compra	137
Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade	138
Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos	138
7.8 Distrito 8	
Grao de preocupación polo medio ambiente	139
Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente	139
Grao de importancia do medio ambiente na compra	139
Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade	140
Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos	140
7.9 Distrito 9	
Grao de preocupación polo medio ambiente	141
Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente	141
Grao de importancia do medio ambiente na compra	141
Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade	142
Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos	142
8. TABELAS COMPARATIVAS ENTRE OS NOVE DISTRITOS DO MUNICIPIO	143
Grao de preocupación polo medio ambiente	143
Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente	143
Grao de importancia do medio ambiente na compra	144
Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade	144
Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos	145
RESULTADOS E TENDENCIAS OBSERVADAS	147
PARTE I	147
1. Resultados globais	147
2. RESULTADOS POR ZONAS	148
3. RESULTADOS POR DISTRITOS	149
4. RESULTADOS OBTIDOS NOS NIVEIS "CASE SEMPRE" E "SEMPRE" POR CADA UNHA DAS 40 PREGUNTAS FORMULADAS	151
5. ASPECTOS NOS QUE SE OBTIVO UN RESULTADO SUMA DE "CASE SEMPRE" E "SEMPRE" SUPERIOR AO 66%	157
ASPECTOS NOS QUE SE OBTIVO UN RESULTADO SUMA DE "CASE SEMPRE" 6. E "SEMPRE" INFERIOR AO 34%	159
RESULTADOS OBTIDOS SEPARADAMENTE EN CADA UN DOS TIPOS DE CONSUMO ANALIZADOS	161
7. TENDENCIAS OBSERVADAS	165

PARTE II.....	167
1. Resultados globais	167
2. Comparativa segundo o sexo e a idade	168
3. Resultados por zonas	169
4. Resultados por distritos	170
5. Tabelas comparativas 2005-07	171
6. Tendencias observadas	174

RAZÓNS PARA A REALIZACIÓN DESTE ESTUDO

Dentro dos parámetros que configuran o termo xenérico “Boas prácticas ambientais”, áchanse os relacionados cos consumos específicos de enerxía, de auga e doutros tipos así como coas da xestión de residuos que a cidadanía leva a cabo na comunidade na que habita. Por outra parte, estes catro aspectos referidos interrelaciónanse á súa vez coa problemática que conleva o consumo de aqueles produtos que fomentan a sustentabilidade local.

Co obxectivo de analizar separadamente e en conxunto estes parámetros no termo municipal de Vigo, é polo que se levou a cabo este estudo dentro das actuacións de oficio que realiza o Valedor do Cidadán para dar a coñecer aqueles hábitos de consumo que configuran unha parte da idiosincrasia viguesa.

A forma de levar a cabo este traballo consistiu en analizar enquisas sobre: a) consumo de enerxía e a súa relación co aforro responsábel (calefacción, aire acondicionado, auga quente, iluminación, electrodomésticos, transporte,...); b) consumo de auga como servizo público e a súa avaliación tarifaria (custo do metro cúbico, impostos, condutas de aforro,..); c) xeración de residuos co obxectivo de diminuílos e potenciar a súa recolla selectiva (separacións dos residuos domésticos en orixe e a súa deposición correspondente, dos residuos perigosos, dos voluminosos, do vidro,..); d) consumo responsábel para discernir sobre a necesidade de compra de determinados produtos (vida útil e substitución de produtos, reutilización,..); e) produtos que fomentan a sustentabilidade para concienciar á cidadanía nos seus hábitos de consumo sustentábel (etiquetados e logotipos destes produtos, os seus impostos e incidencias nos procesos medioambientais,..).

Coa esperanza e o desexo de que esta monografía alcance os seus obxectivos que son, ao fin e ao cabo, dar a coñecer as peculiaridades relacionadas cos hábitos de consumo da cidadanía viguesa e, desta forma, propor actuacións que nos leven a un uso máis eficiente e racional dos parámetros citados con cambios que melloren os nosos hábitos de consumo, mantendo o necesario equilibrio económico, social e medioambiental que preside calquera desenvolvemento sustentábel.

Luís Espada Recarey

INTRODUCCIÓN

A presente Memoria está dividida en dúas partes independentes aínda que interrelacionadas entre si. Na primeira, analízanse separadamente os hábitos do consumo da cidadanía viguesa sobre enerxía, auga e tamén sobre a xestión dos residuos que produce. Trátase dun primeiro estudo sobre esta temática e, por tanto, non se poden establecer comparacións con traballos anteriores. Pola contra, o apartado relacionado cos produtos que fomentan a sustentabilidade levouse a cabo no presente ano e dado que xa se dispuñan de datos elaborados en etapas anteriores, é factíbel a súa cuantificación e comparación temporal.

Non obstante, antes de pormenorizar e analizar cada unha destas dúas partes sinaladas, introdúcese un apartado xeral, no que se recollen as bases que rexen os indicadores comúns europeos así como dunha forma máis explícita o indicador B-10 (produtos que fomentan a sustentabilidade) por ser o parámetro analizado na devandita parte II deste traballo.

De acordo con este esquema, a metodoloxía xeral dános as pautas para discernir sobre estes hábitos de consumo así como a técnica operativa utilizada como mostra o procedemento e características das enquisas, as cales se pormenorizan no correspondente cuestionario.

Con este esquema, na primeira parte cuantifícanse os resultados globais obtidos, considerando conxuntamente os parámetros analizados. Igualmente, analízanse por zonas e distritos.

Co obxecto de dar a coñecer con todo detalle os resultados pormenorizados de cada unha das corenta preguntas que figuran nas enquisas, é polo que nesta parte se plasman os resultados obtidos por distritos.

Na segunda parte determínase de forma explícita a resposta cidadá aos produtos que fomentan a sustentabilidade mediante unha enquisa semellante á realizada no 2005. Analízase o grado de preocupación polo medio ambiente a nivel social, por zonas e por distritos.

As tendencias observadas e as preceptivas reflexións de cada unha das partes en que se dividiu o presente traballo expóñense separadamente, a modo de epílogo, coa consabida matización de que sobre os produtos que fomentan a sustentabilidade se poden facer comparacións entre as dúas etapas analizadas (anos 2005 e 2007).

INDICADORES COMÚNS EUROPEOS

Na conferencia das Nacións Unidas sobre o Medio Ambiente e Desenvolvemento celebrada en Río (1992), pasouse de falar de crecemento en termos económicos (PIB) a facelo en termos de desenvolvemento sustentábel (Brundtland, CMMAD, 1987), e redactouse e asinou un programa de actuación, o documento Axenda 21, que establece as accións específicas que hai que adoptar para alcanzar tal desenvolvemento sustentábel.

Tómase conciencia do importante papel das administracións locais para a busca da sustentabilidade, debido á súa proximidade ós cidadáns e ó seu coñecemento do contorno. Por iso, os capítulos 7, 23 e 28 da Axenda 21 fundamentan a elaboración da chamada Axenda 21 Local, que non é máis que a aplicación dos principios constituintes do primeiro documento ás mencionadas entidades locais, co que se cumpre a premisa de *“decidir a nivel global e actuar a nivel local”*.

En relación coas Axendas 21 Locais, en Aalborg (Dinamarca) asinou a carta que leva o nome da citada cidade, Carta de Aalborg ou Carta das Cidades e Pobos Europeos para a sustentabilidade (1994), confirmando o protagonismo local para conseguir o equilibrio económico, social e ambiental.

A Axenda 21 Local pódese definir como un enfoque de actuación que consiste en orientar as mentalidades e comportamentos dun concello na dirección do desenvolvemento sustentábel que se plasma, na práctica, mediante un plan estratéxico desenvolvido segundo un proceso metodolóxico baseado, inicialmente, na *avaliación* da situación social, económica e medioambiental existente e no *deseño* e a posterior aplicación dun *plan de acción* encamiñado a paliar deficiencias detectadas. Este está sometido a unha revisión permanente, isto é, a un *seguimento continuo*. A citada avaliación consiste nun inventario, un diagnóstico, unhas conclusións e unha formulación de obxectivos xerais.

Á hora de establecer unha Axenda 21 local, son necesarias dúas ferramentas principais: “a auditoría ambiental” e o “plan de participación social”.

Dentro da primeira ferramenta, a través de estudos que dan como resultado uns indicadores de sustentabilidade, determínase cómo se encontra unha entidade local (diagnóstico), e propónse un plan de acción e seguimento. Para poder avaliar con éxito as accións levadas a cabo a partir do plan de acción, precísase un conxunto de “medidores” estándares e coherentes co obxectivo desexado, os cales se encontran dentro da expresión “Sistema de indicadores para a sostiabilidade”, que consiste nunha serie de instrumentos de control e avaliación da mellora medioambiental, social e de calidade de vida, imprescindíbeis para poder facer operativo o concepto de desenvolvemento sustentábel.

A principal función dun sistema de indicadores é a de servir como información urbana. É imprescindible a homoxeneidade dos indicadores para lograr así derrubar as barreiras existentes, tanto por diferenzas de localización entre as distintas cidades como polas diferenzas temporais.

Unha vez que se dispón dun sistema de indicadores aplicables ó municipio, necesítase poñelo en práctica para comprobar o seu rendemento e eficacia na súa función de avaliar o grao de mellora do que se estea medindo en cada caso. Dependendo do éxito ou do fracaso do indicador, poderá ser modificado, substituído ou eliminado. O obxectivo básico dun indicador é poder medir a evolución das actuacións previstas para a consecución dos obxectivos propostos.

Existen diferentes tipos de indicadores: económicos, cuxa función é avaliar a economía dun municipio mediante cálculos, estatísticas e estándares establecidos; sociais, empregados para ver o nivel de benestar que ten unha sociedade; específicos, que fan referencia a aspectos concretos de cada municipio; e ambientais, que avalían o estado e a evolución dunha serie de factores medioambientais.

O desenvolvemento dun conxunto de indicadores de sustentabilidade local provén dunha iniciativa conxunta da Comisión Europea, da Axencia Europea de Medio Ambiente e do grupo de traballo de expertos en medio ambiente creado pola Comisión Europea en 1991.

A Carta de Aalborg compromete ás autoridades locais asinantes a preparar planos de acción local de fomento da sustentabilidade e resalta a necesidade de utilizar indicadores de "sustentabilidade do sistema urbano" na elaboración de políticas de control, dos esforzos que hai que realizar para conseguir os fins propostos. Na comunicación "Marco de actuación para o desenvolvemento urbano sustentábel na Unión Europea [com. (98) 605]", a Comisión Europea destacou a importancia de avaliar correctamente as actividades existentes e programadas para apoiar a sustentabilidade local, así como de establecer métodos de seguimento dos avances na aplicación da Axenda 21 Local.

Partindo da premisa de que unha "cidade sustentábel é moito máis que sómente unha cidade limpa", os indicadores sobre os que asenta o seguimento das actuacións urbanas deben ser indicadores integrados que reflectan a interacción dos aspectos medioambientais, económicos e sociais.

Os indicadores actuais son a consecuencia dunha elección baseada nos seguintes criterios, chamados principios de sustentabilidade:

- Igualdade e integración social (acceso igualitario a uns servizos básicos adecuados e accesíbeis, como educación, emprego, enerxía, sanidade, vivenda, formación e transporte).
- Goberno local/concesión de poder/democracia (participación de todos os sectores da comunidade local no planeamento e nos procesos de tomada de decisións sobre asuntos locais).
- Relación local/global (satisfacción da localidade das necesidades locais, desde a produción até o consumo e a repartición; satisfacción das necesidades locais que non poden repararse logamente a través dun modo máis sustentábel).

- Economía local: Concordancia da formación e das necesidades locais coa disponibilidad de emprego e outras prestacións, de maneira que supoña a mínima ameaza para o medio ambiente e os recursos naturais.
- Protección medioambiental: Adopción dun enfoque ecolóxico, redución ao mínimo do uso dos recursos naturais e do solo, da xeración de residuos e da emisión de gases contaminantes, fomento da biodiversidade.
- Legado cultural/calidade do medio ambiente construído: Protección, conservación e rehabilitación dos valores históricos, culturais e arquitectónicos.

Así pois, obtivéronse os dez indicadores que definen a “Primeira xeración de indicadores comúns europeos”. Estes teñen asignada unha letra e un número, e divídense en dous grupos, segundo a súa obrigatoriedade (A) ou voluntariedade (B).

INDICADORES PRINCIPAIS (OBRIGATORIOS)

A-1 Satisfacción do cidadán coa comunidade local
Satisfacción xeral da cidadanía con varios aspectos do municipio.

A-2 Contribución local ao cambio climático global
Emisións de CO₂ (a longo prazo, cando se desenvolva un método simplificado, este indicador céntrase nas repercusións ecolóxicas).

A-3 Mobilidade local e transporte de pasaxeiros
Transporte diario de pasaxeiros, distancias e modos de transporte.

A-4 Existencia de zonas verdes públicas e servizos locais.
Acceso da cidadanía a zonas e servizos básicos próximos.

A-5 Calidade do aire na localidade
Número de días en que se rexistra unha boa calidade do aire.

INDICADORES ADICIONAIS (OPCIONAIS)

B-6 Desprazamento dos nenos entre a casa e a escola
Modo de transporte utilizado polos nenos nos desprazamentos entre a casa e a escola.

B-7 Xestión sustentábel da autoridade local e das empresas locais
Porcentaxe de organizacións públicas e privadas que adoptan e utilizan procedementos de xestión ambiental e social.

B-8 Contaminación sonora

Porcentaxe de poboación exposta a niveis de ruído ambiental prexudiciais.

B-9 Utilización sustentábel do solo

Desenvolvemento sustentábel, recuperación e protección do solo e das paraxes do municipio.

B-10 Produtos que fomentan a sustentabilidade

Porcentaxe de consumo total de produtos que levan a etiqueta ecolóxica e de produtos biolóxicos ou obxecto de prácticas comerciais leais.

METODOLOXÍA XERAL

1. MÉTODO DE RECOMPILACIÓN DE DATOS E FONTES

Os datos necesarios para levar a cabo o estudo obtivéronse a partir dunha enquisa sobre un número representativo de cidadáns do municipio.

Este método permítenos (Parte I do estudo) coñecer o grao de implicación e concienciación dos cidadáns co medioambiente no que respecta a:

- Consumo de enerxía
- Consumo de auga
- Xeración de residuos
- Consumo responsábel

Da mesma maneira, este método, que é o recomendado pola UE, foi utilizado para podermos coñecer o grao de coñecemento e o interese dos cidadáns con respecto aos produtos que fomentan a sustentabilidade (Parte II).

Así mesmo, a mostra aleatoria tomouse estratificada por sexo, idade e distrito, o que permitiu obter datos comparativos dentro da propia cidade.

O traballo de campo desenvolveuse nos meses de xaneiro e febreiro do ano 2007 cun total de 1.316 enquisas.

2. FICHA TÉCNICA

ÁMBITO: local. Municipio de Vigo

UNIVERSO: residentes no municipio de Vigo, dos dous sexos e maiores de 15 anos

PROCEDEMENTO DA MOSTRAXE: estratificado aleatorio con afixación proporcional por distrito, sexo e grupo de idade

TAMAÑO DA MOSTRA: 1.316 individuos

PUNTOS DE MOSTRAXE: na vía pública, mediante entrevista persoal con cuestionario

ERRO MOSTRAL: para un nivel de confianza do 95% con sucesos equiprobábeis, o erro é do $\pm 0,027$ en variábeis dicotómicas e do $\pm 0,20$ en variábeis de cualificación con 10 valores

DATA DE REALIZACIÓN: abril-maio 2007

3. INFORMACIÓN NECESARIA

DIVISIÓN DA CIDADE POLOS DISTINTOS TIPOS DE CONTORNO

Para determinar os distintos contornos dos cidadáns de Vigo, e tomando como base os nove distritos da cidade, establecéronse tres zonas:

CONTORNO URBANO

Distrito 1: O AREAL, O BARRIO DO CURA, O BERBÉS, CENTRO, CÍES, A ESTACIÓN, A FERRERÍA, GARCÍA OLLOQUI E SANTIAGO DE VIGO

Distrito 2: A ROLA, AREOSA, CASABLANCA, FÁTIMA, FERNANDO O CATÓLICO, MARÍA BERDIALES, O CASTRO, A PRAZA DE ESPAÑA, RAVISO, RIBADAVIA, SAN ROQUE

Distrito 3: BARCELONA, BEIRAMAR, AS CAMELIAS, HISPANIDADE, INDEPENDENCIA, INDUSTRIA, PENICHE, PICACHO, POVISA, A PRAZA DE ESPAÑA, REGUEIRO, A SEARA E AS TRAVESAS

Distrito 4: BALAÍDOS, BOUZAS, COIA, E A ESPEDRIGADA

CONTORNO SEMI-URBANO

Distrito 5: CASTRELOS E SÁRDOMA

Distrito 6: TEIS

Distrito 7: CABRAL, CANDEÁN E LAVADORES

CONTORNO RURAL:

Distrito 8: BEADE, BEMBIBRE, MATAMÁ, VALADARES E ZAMÁNS

Distrito 9: ALCABRE, COMESAÑA, CORUXO, NAVIA, OIA E SAIÁNS

NÓTESE que non existe unha plena concordancia, nalgúns casos, das parroquias cos distintos distritos. Con todo, o grao de coincidencia é suficiente (maior do 95%) para levar a cabo o estudo das respostas obtidas para cada un dos entornos mencionados.

PARTE I

1. INTRODUCCIÓN

A enquisa consta de 40 preguntas con 5 respostas posibles. Cada resposta ten ponderado un valor deste modo:

Nunca: 0 puntos

As veces: 2 puntos

Case sempre: 3 puntos

Sempre: 5 puntos

Polo tanto o total de puntos que pode obter un cidadán na enquisa son 200 puntos.

Se establecerán uns tramos do grao de concienciación de menos a mais de esta índole:

Nada concienciado: 0-50 puntos

Pouco concienciado: 51-100 puntos

Bastante concienciado: 101-150 puntos

Moi concienciado: 151-200 puntos

O análise realizado dos datos consiste na obtención dos porcentaxes de cidadáns que están en cada tramo para os distintos estratos de poboación:

Global

Por idade

Por sexo

Por zona

Por distrito

2. CUESTIONARIO

I CONSUMO DE ENERXÍA

¿Pecha os radiadores das habitacións non utilizadas ou que teñen demasiada calor?

Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Controla, avalía e compara o orzamento do seu lar que dedica a enerxía (luz, gas,..)?

Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Acostuma Vde. manter apagadas as luces das habitacións da casa mentres non hai ninguén nelas?

Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Utiliza na súa casa luces de baixo consumo?

Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Cando ten que pór unha lavadora ou un lavalouzas, procura esperar a ter roupa sucia ou louza de abondo para enchela, ou utiliza a media carga, se ten a opción?

Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿En xeral, acostuma lavar a roupa en frío?

Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Á hora de comprar algún electrodoméstico, tivo en conta o nivel de consumo de enerxía para se decidir por un modelo ou outro?, ¿ten en conta a súa etiquetaxe enerxética?

Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Nos desprazamentos diarios e urbanos que realizan os membros da súa casa por razóns de traballo, utilizan xeralmente o transporte público?

Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿En caso de realizar o desprazamento laboral en vehículo privado, compárteo con outras persoas?

Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Á hora de decidir a compra dun coche, ten en conta o seu consumo?

Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

II. CONSUMO DE AUGA

¿Leva a cabo un seguimento do consumo periódico (anual ou trimestral) de auga en metros cúbicos (m³) da súa vivenda?

- Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Realiza periodicamente unha revisión e mantemento do estado en que se atopa a instalación de abastecemento e desaugue de auga da súa vivenda?

- Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Pecha a billa da auga mentres se cepilla os dentes e fomenta este hábito nos membros da súa familia?

- Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Desfaise de residuos sólidos (restos de comida, papeis de pouco volume ou outros) tirándoos polo sumidoiro ou WC?

- Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Elimina polo sumidoiro ou WC produtos que son tóxicos ou irritantes como amoníaco ou lixivia?

- Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Utiliza a ducha en lugar do baño?

- Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Rega as plantas e xardín nas horas de menor intensidade de sol?

- Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿En caso de que teña piscina privada ou colectiva, baléiraa de auga durante o inverno?

- Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Lava o seu coche en centros especializado preocupándose de que conte cun sistema de reciclaxe de auga?

- Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

III. XERACIÓN DE RESIDUOS

¿Separa os residuos en orixe: papel-cartón; vidro; envases e materia orgánica, e deposítaos nos contedores correspondentes?

- Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Utiliza o sistema de recollida selectiva municipal para os residuos voluminosos (colchóns, mobles, electrodomésticos)?

- Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Utiliza pilas recargábeis?

- Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Evita, na medida do posíbel, comprar produtos que requiran para o seu funcionamento pilas?

- Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Á hora de realizar a compra, escolle aqueles produtos menos embalados?

- Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Entrega os aceites de cociña a algunha empresa especializada ou lévaos a puntos limpos?

- Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Evita comprar aerosois?

- Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Substitúe, na medida do posíbel, os produtos tóxicos de limpeza por outras alternativas naturais?

- Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Imprime polas dúas caras a fin de aforrar consumo de papel?

- Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Á hora de comprar bebidas refrescantes, evita comprar latas de aluminio?

- Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Reutiliza as bolsas de plástico que lle dan no supermercado utilizándoas para o seu lixo doméstico por exemplo?

- Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

IV CONSUMO RESPONSÁBEL

¿Controla a verdadeira necesidade dos diferentes produtos (alimentos, produtos de limpeza, papel, roupa, cosméticos) que compra?

- Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Tenta comprar os produtos alimenticios (verduras, peixe, frutas) de temporada?

- Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Aposta e procura produtos que exhiben algún tipo de etiqueta ecolóxica?

Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Usa alternativas (consellos caseiros) para evitar a compra indiscriminada de produtos de limpeza?

Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Utiliza produtos reciclados?

Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Adquire preferentemente produtos procedentes da agricultura e gandaría ecolóxicas?

Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Compra produtos de aseo compostos por substancias naturais, non químicos?

Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Tenta comprar produtos certificados coa marca de comercio xusto?

Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Á hora de comprar un moble, ten en conta se se trata de derivados de madeira certificada co logotipo ecolóxico FSC?

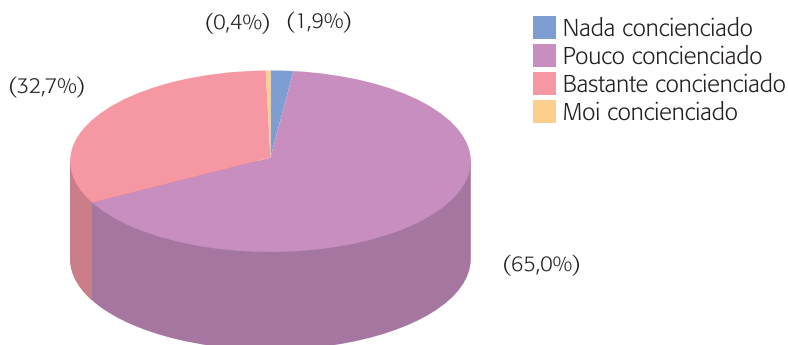
Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

¿Á hora de comprar produtos de limpeza, examina o produto tendo en conta os símbolos laranxas que exhibe (tóxico, inflamábel, nocivo, corrosivo,..)?

Sempre Case sempre Ás veces Nunca NA

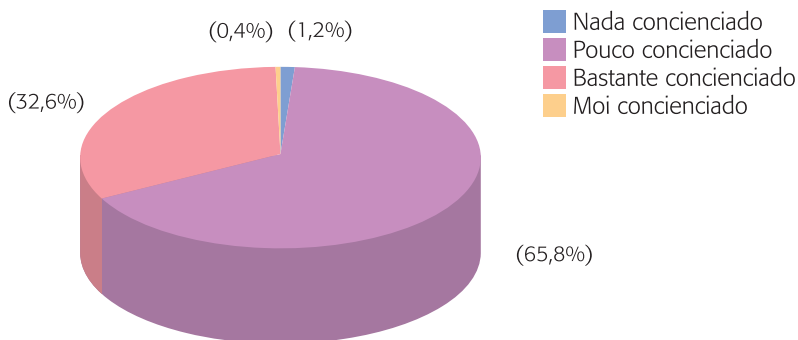
3. RESULTADOS GLOBAIS

3.1 GRAO DE CONCIENCIACIÓN

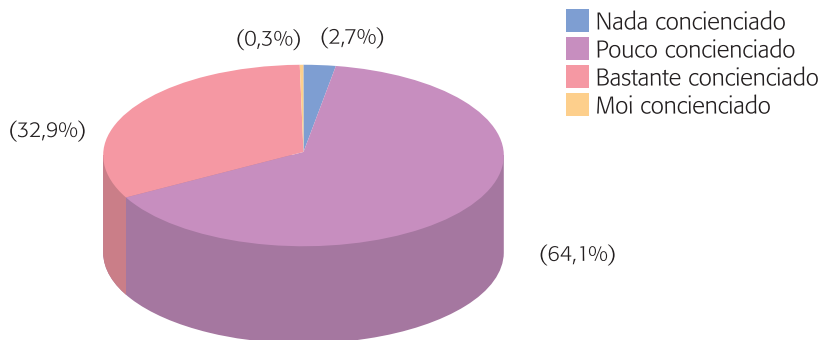


3.2 GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR SEXOS

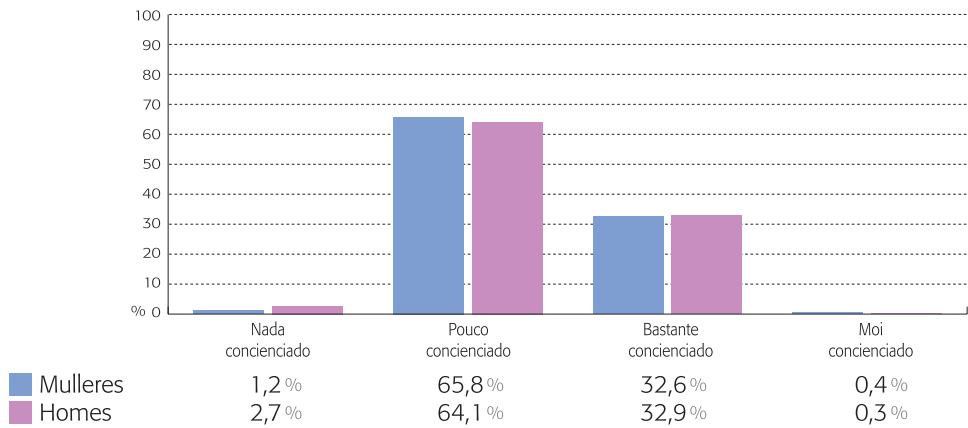
Muller



Home

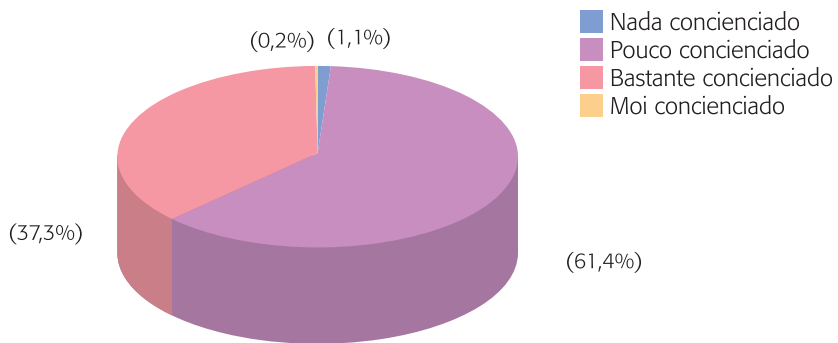


3.3 COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR SEXOS

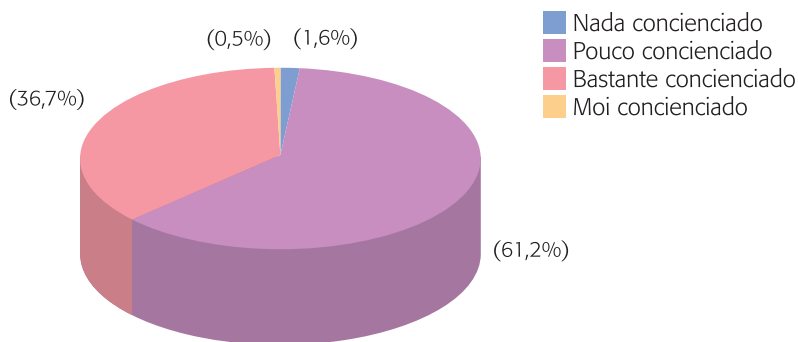


3.4 GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR IDADES

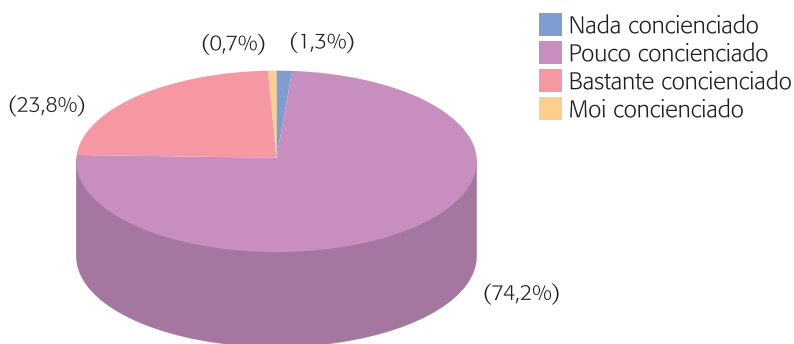
15-34 anos



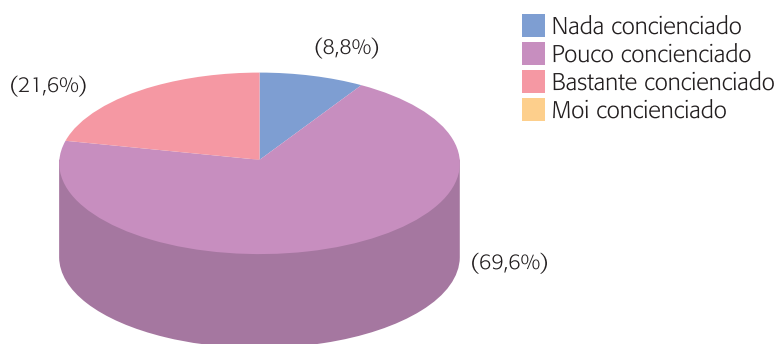
35-54 anos



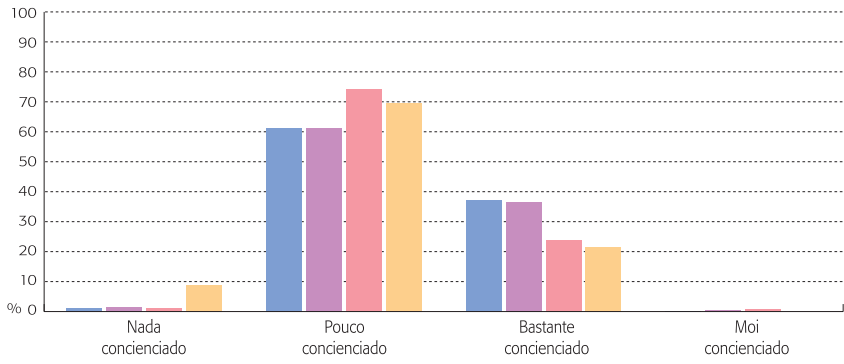
55-74 anos



75-99 anos



3.5. COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR IDADES

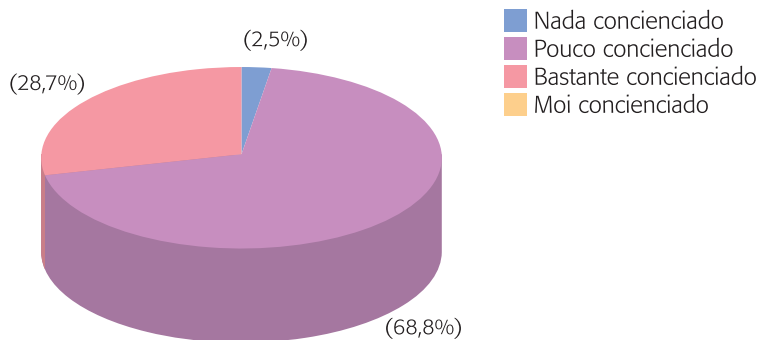


15-34 anos	1,1 %	61,4 %	37,3 %	0,2 %
35-54 anos	1,6 %	61,2 %	36,7 %	0,5 %
55-74 anos	1,3 %	74,2 %	23,8 %	0,7 %
75-99 anos	8,8 %	69,6 %	21,6 %	0,0 %

4. RESULTADOS POR ZONAS

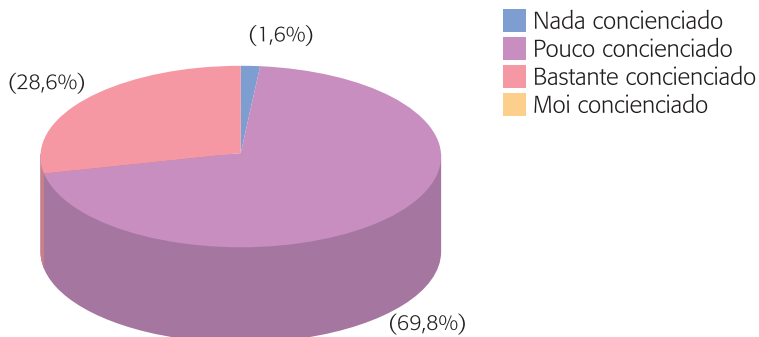
4.1 Zona urbana

4.1.1 GRAO DE CONCIENCIACIÓN

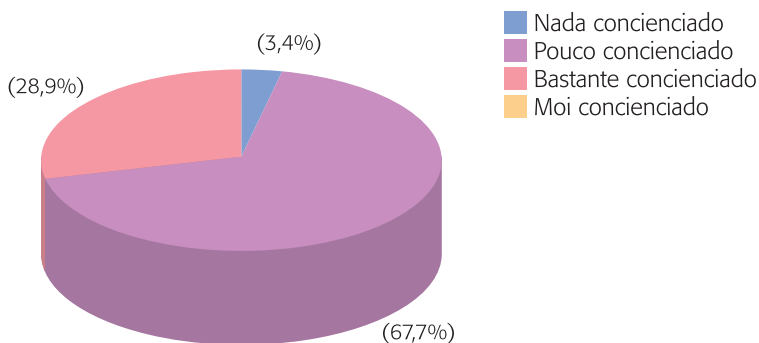


4.1.2 GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR SEXOS

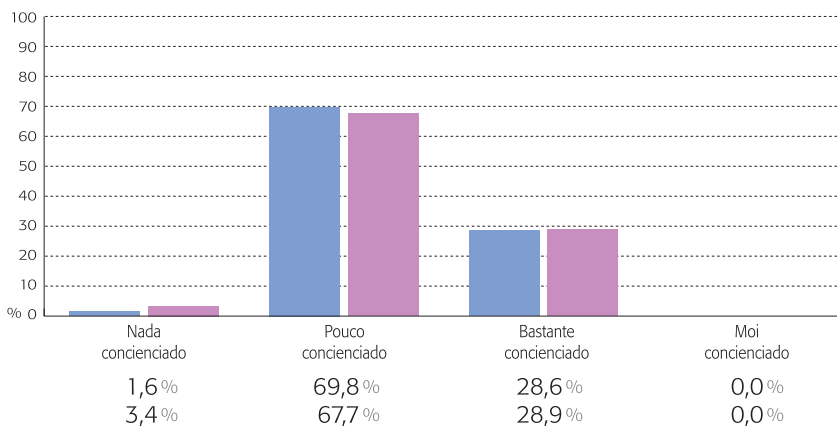
Muller



Home

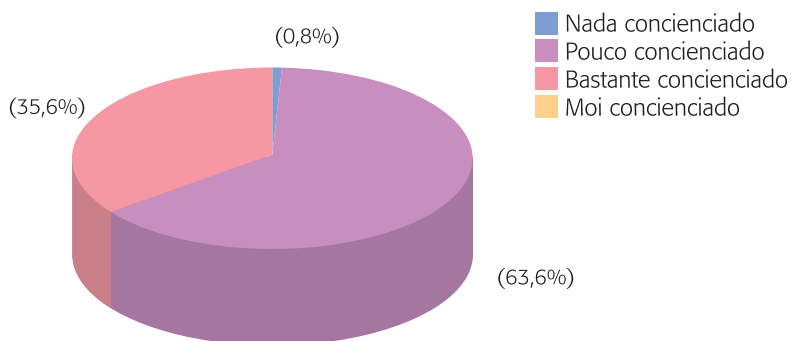


4.1.3 COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR SEXOS

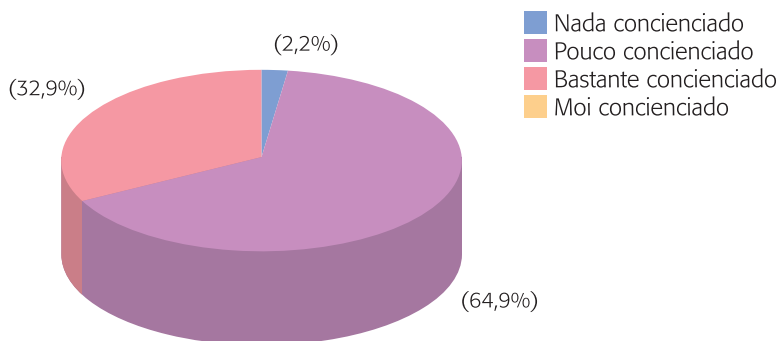


4.1.4 GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR IDADES

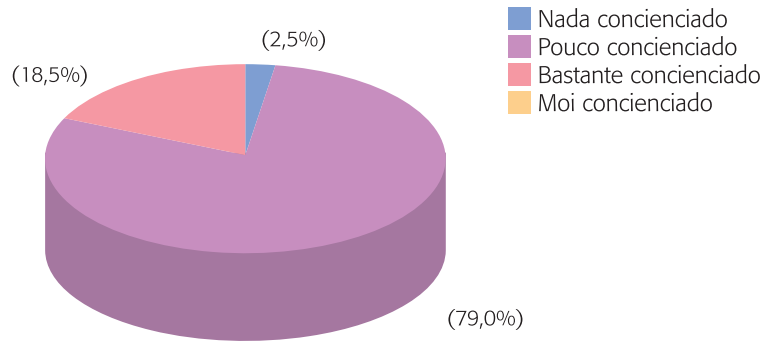
15-34 anos



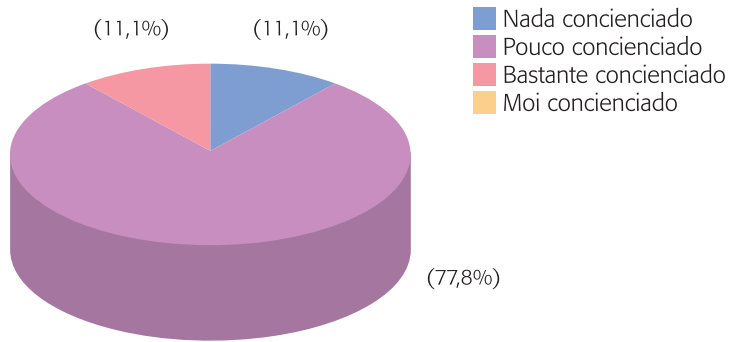
35-54 anos



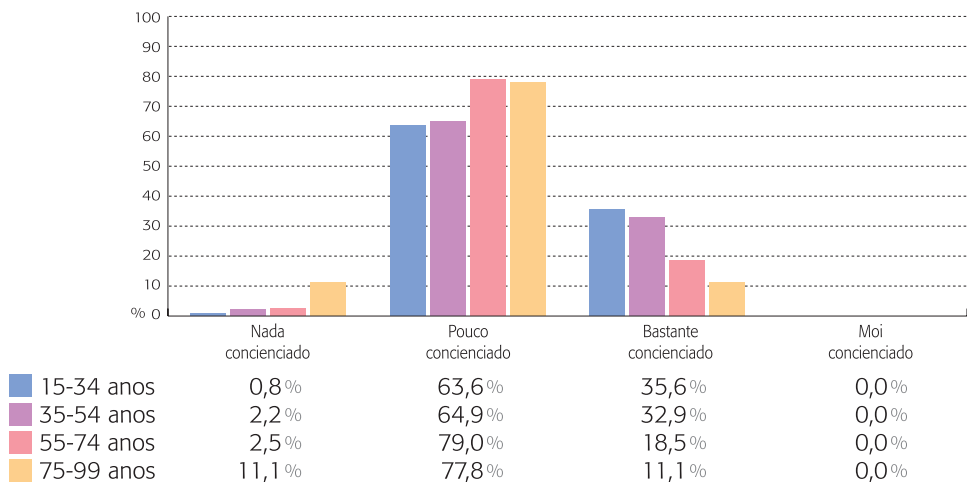
55-74 anos



75-99 anos

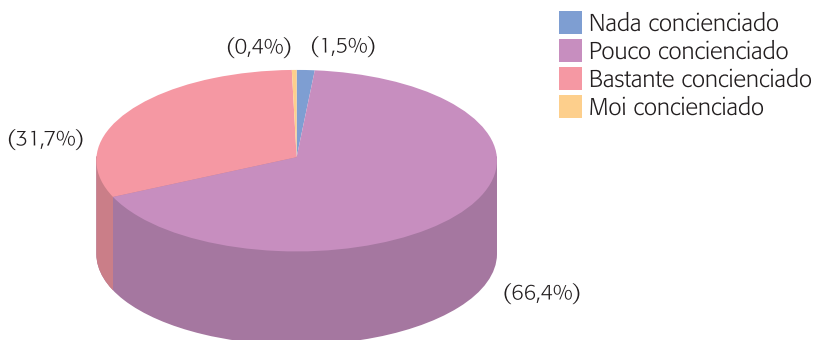


4.1.5 COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR IDADES



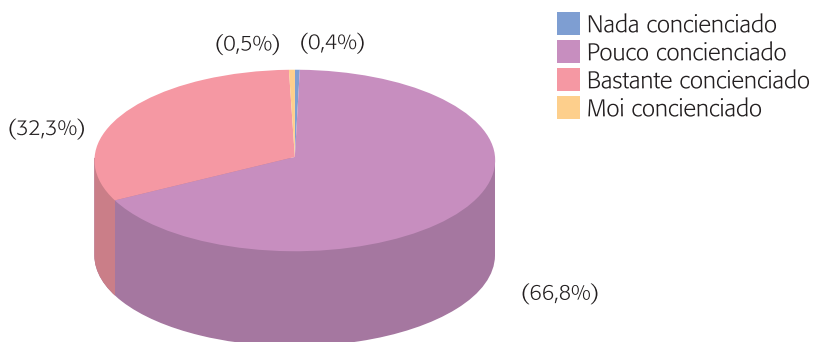
4.2 Zona semiurbana

4.2.1 GRAO DE CONCIENCIACIÓN

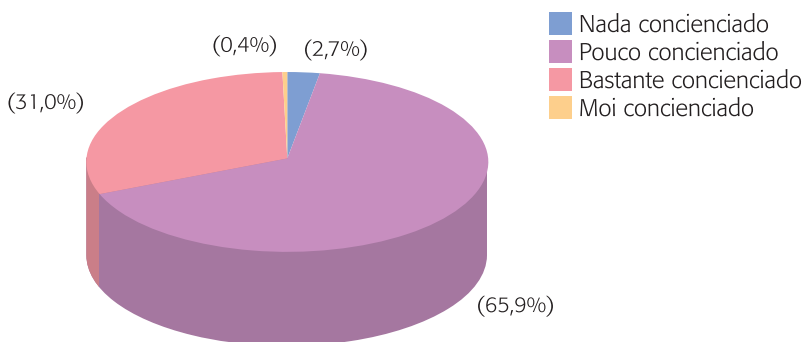


4.2.2 GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR SEXOS

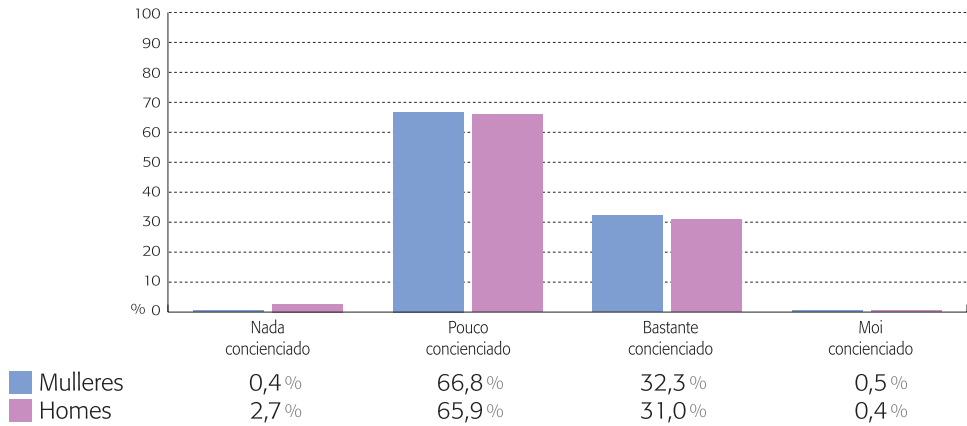
Muller



4.2.2.2 Home

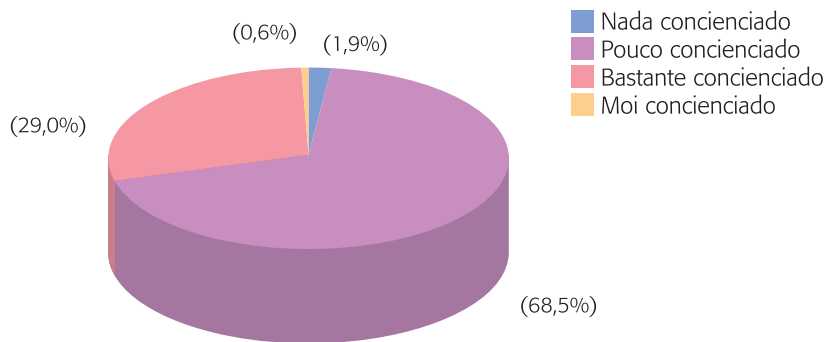


4.2.3 COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR SEXOS

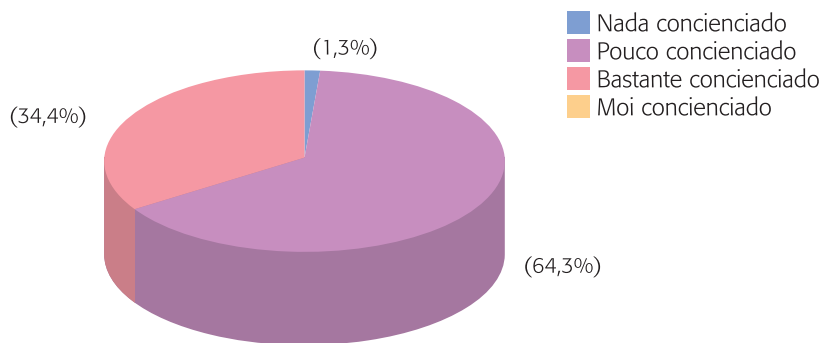


4.2.4 GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR IDADES

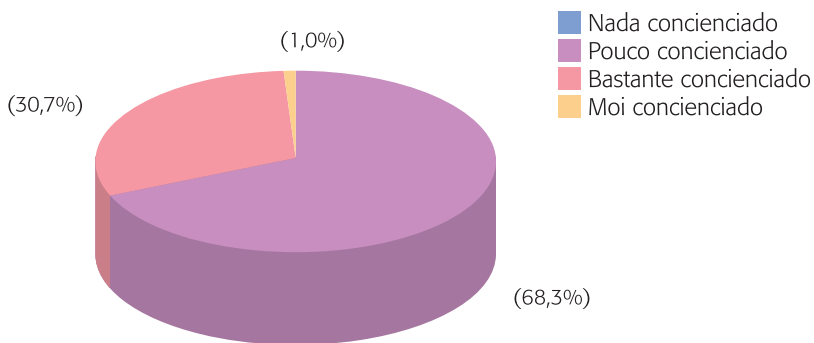
15-34 anos



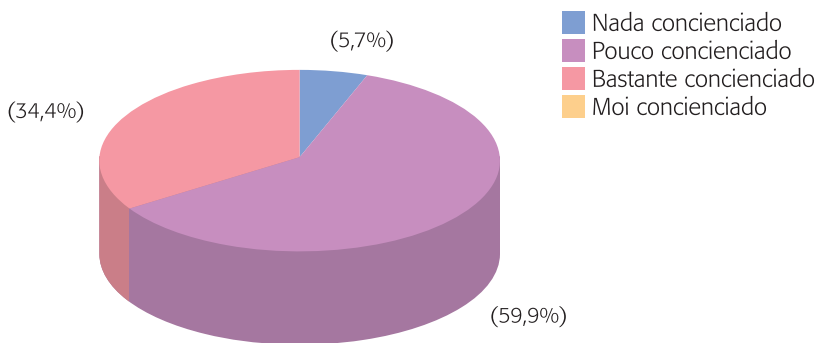
35-54 anos



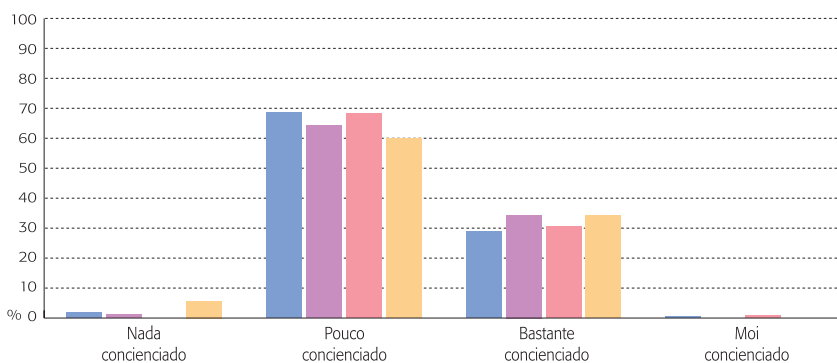
55-74 anos



75-99 anos



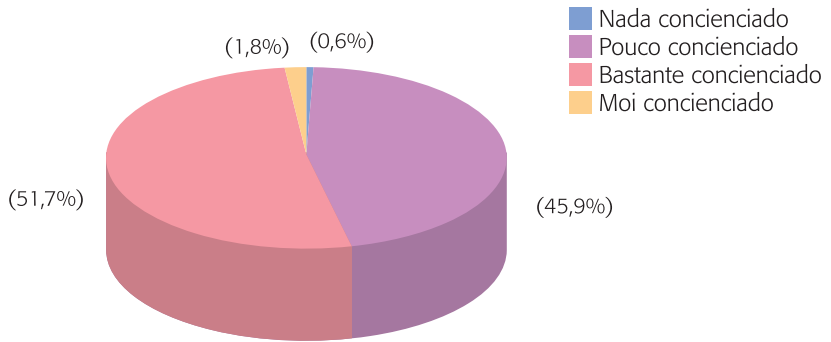
4.2.5 COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR IDADES



15-34 anos	1,9%	68,5%	29,0%	0,6%
35-54 anos	1,3%	64,3%	34,4%	0,0%
55-74 anos	0,0%	68,3%	30,7%	1,0%
75-99 anos	5,7%	60,0%	34,3%	0,0%

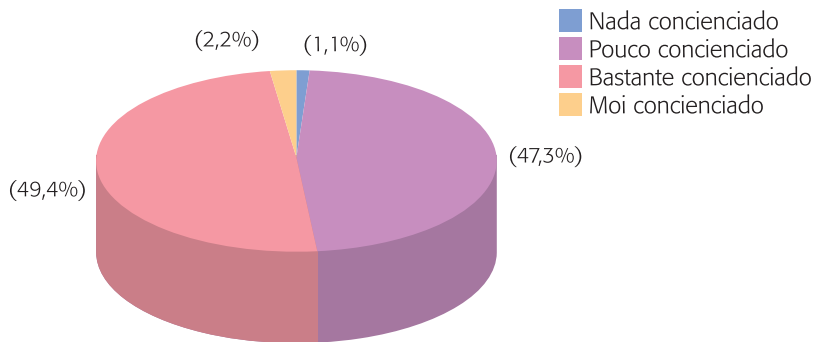
4.3 Zona rural

4.3.1 GRAO DE CONCIENCIACIÓN

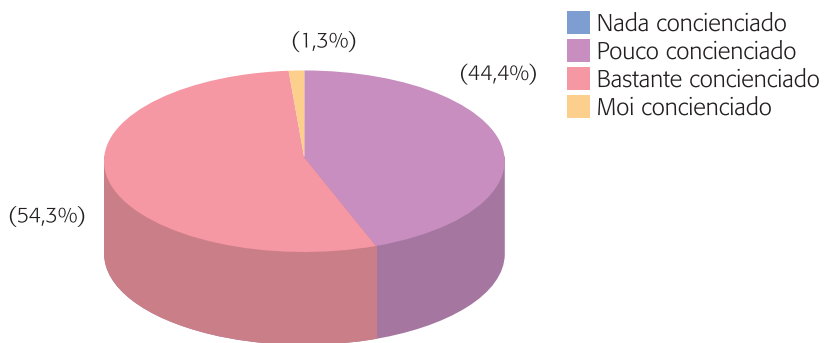


4.3.2 GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR SEXOS

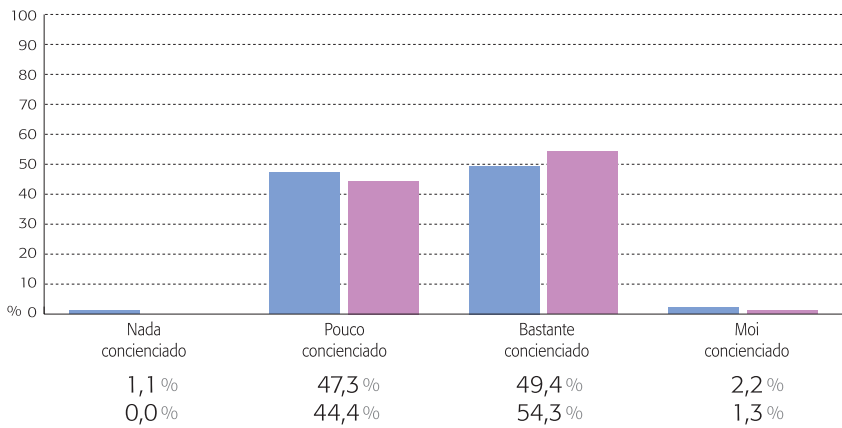
Muller



Home

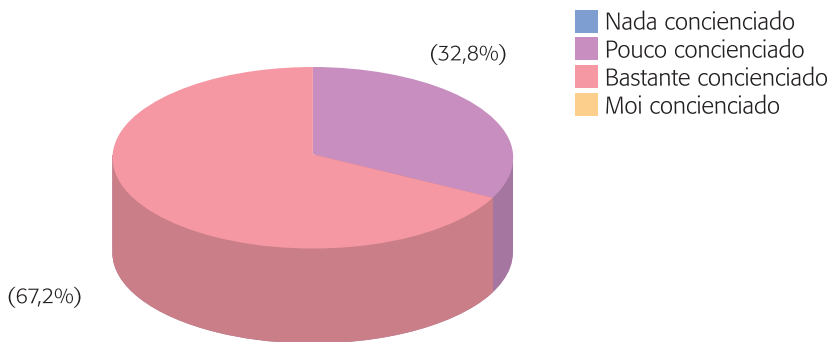


4.3.3 COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR SEXOS

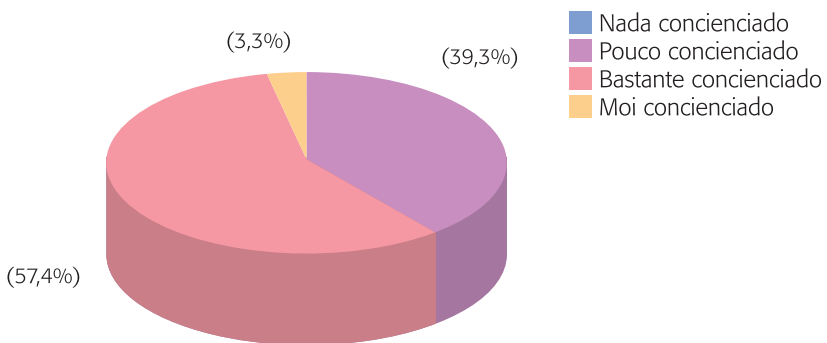


4.3.4 GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR IDADES

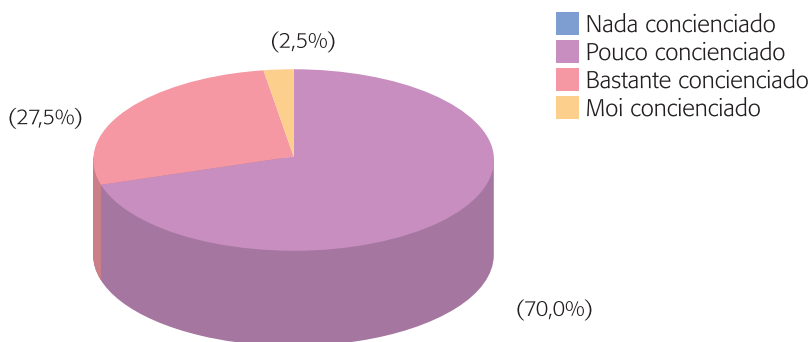
15-34 anos



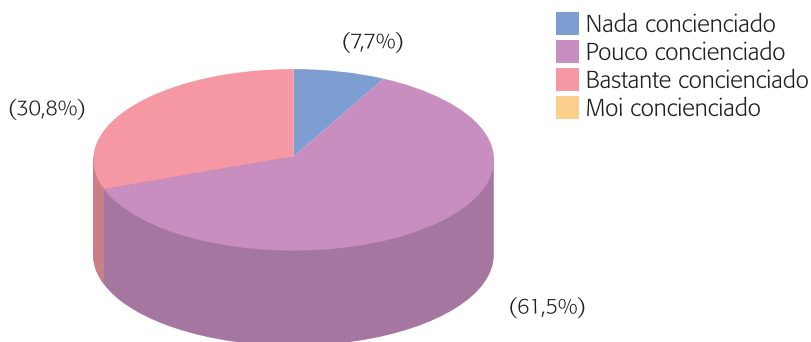
35-54 anos



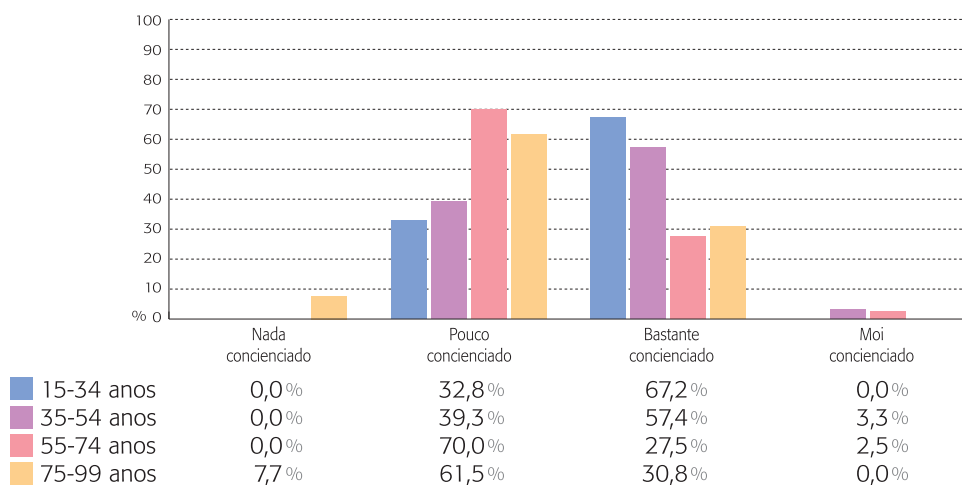
55-74 anos



75-99 anos

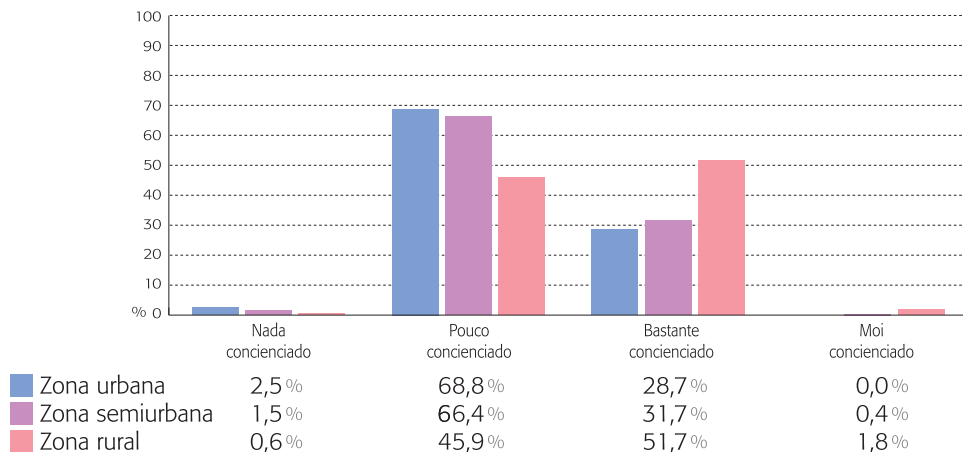


4.3.5 COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR IDADES



4.4 Comparativa de zonas

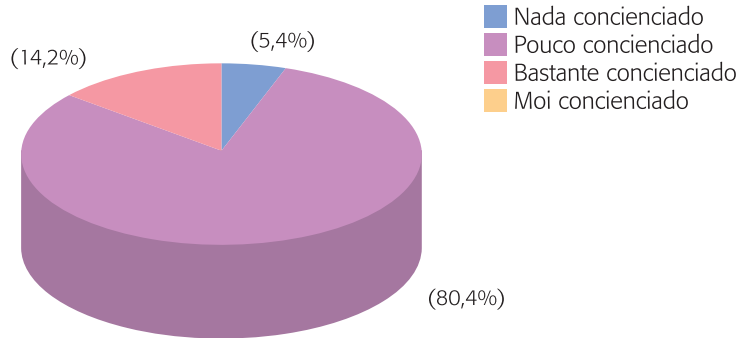
4.4.1. COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR ZONAS



5. RESULTADOS POR DISTRITOS

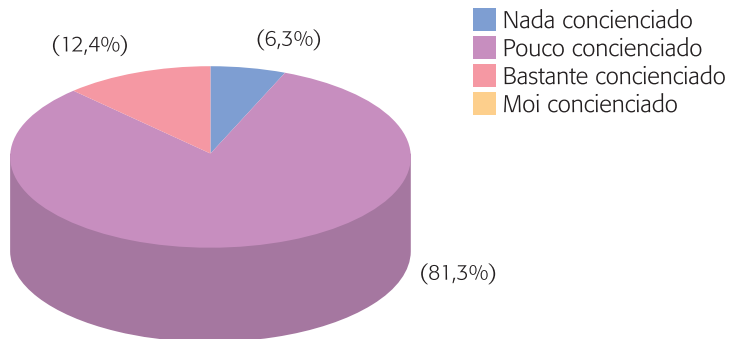
Dístrito 1

GRAO DE CONCIENCIACIÓN

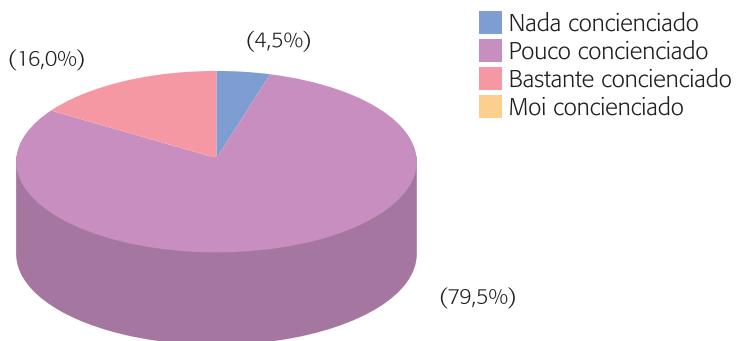


GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR SEXOS

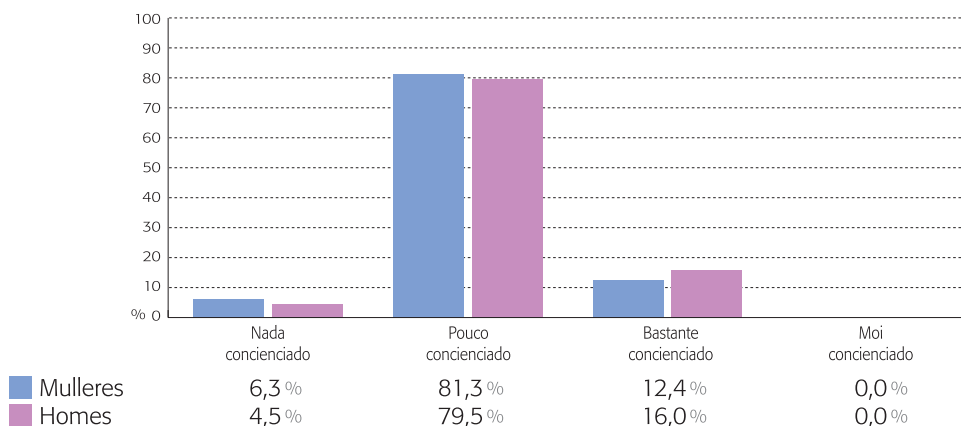
Muller



Home

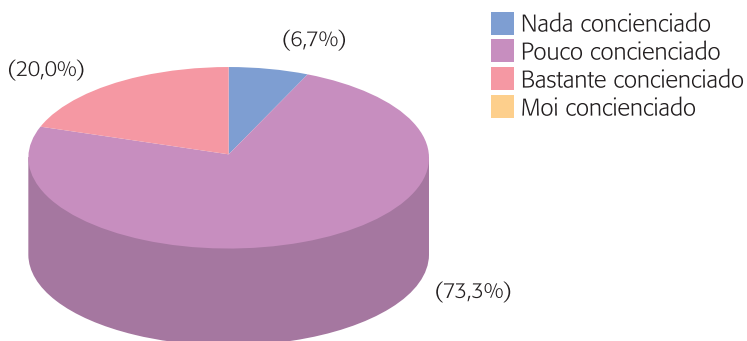


COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR SEXOS

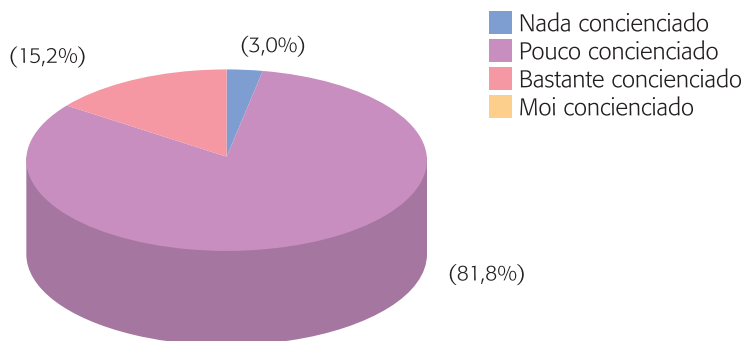


GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR IDADES

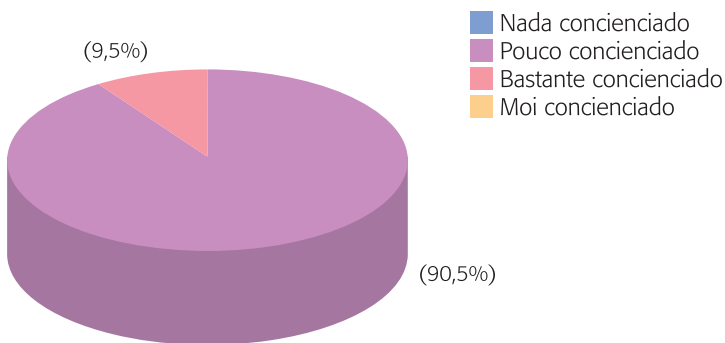
15-34 anos



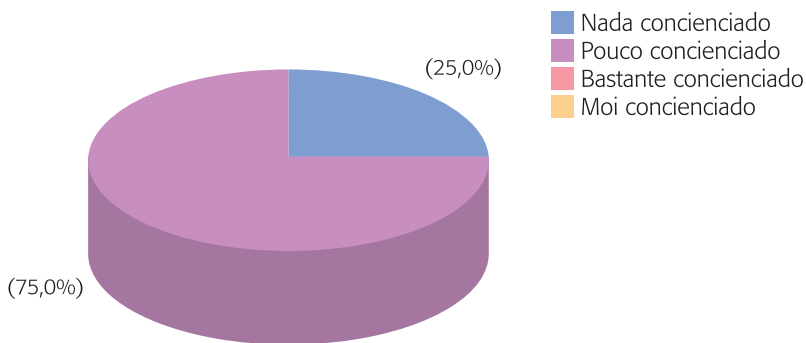
35-54 anos



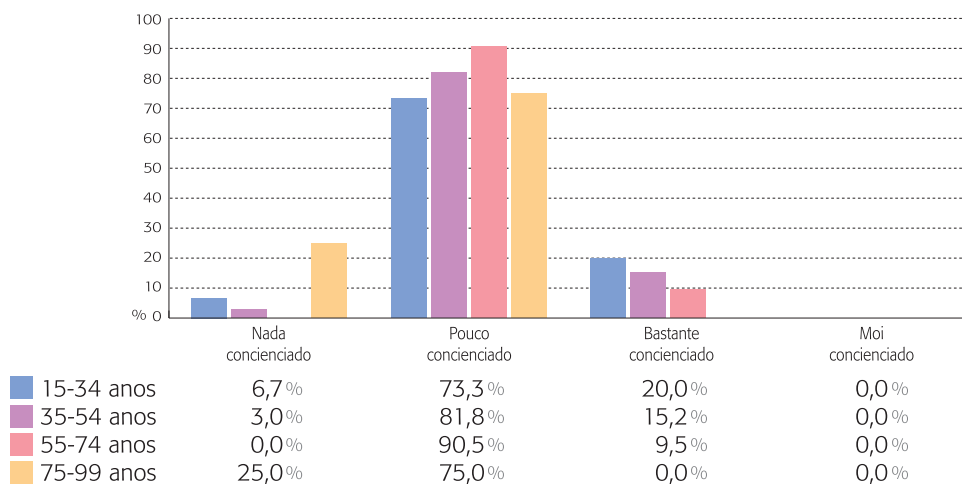
55-74 anos



75-99 anos

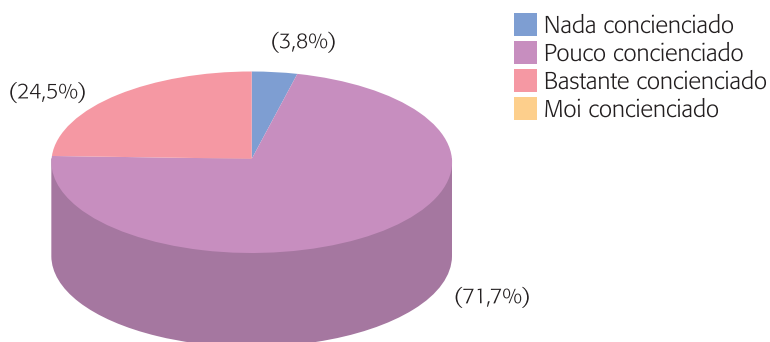


COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR IDADES



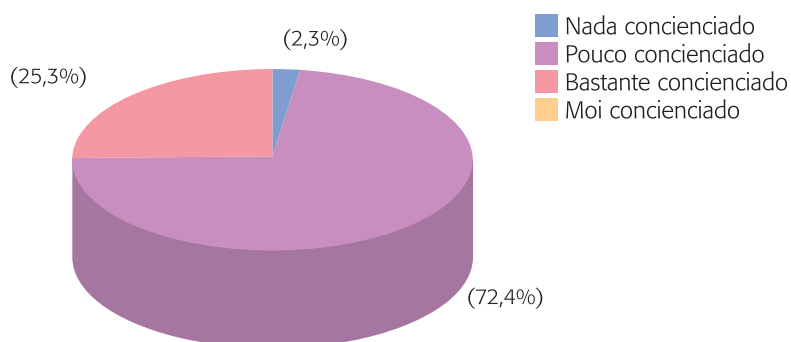
Distrito 2

GRAO DE CONCIENCIACIÓN

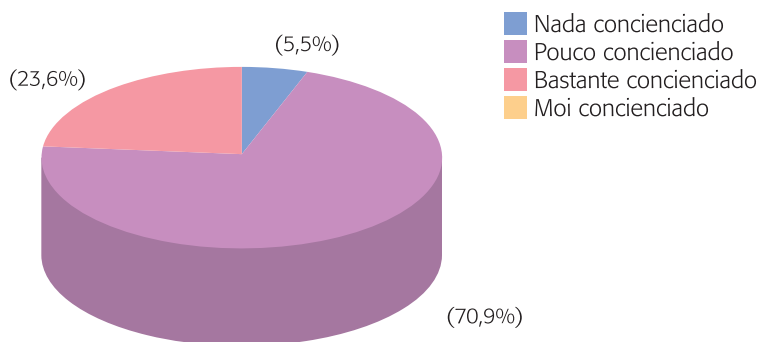


GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR SEXOS

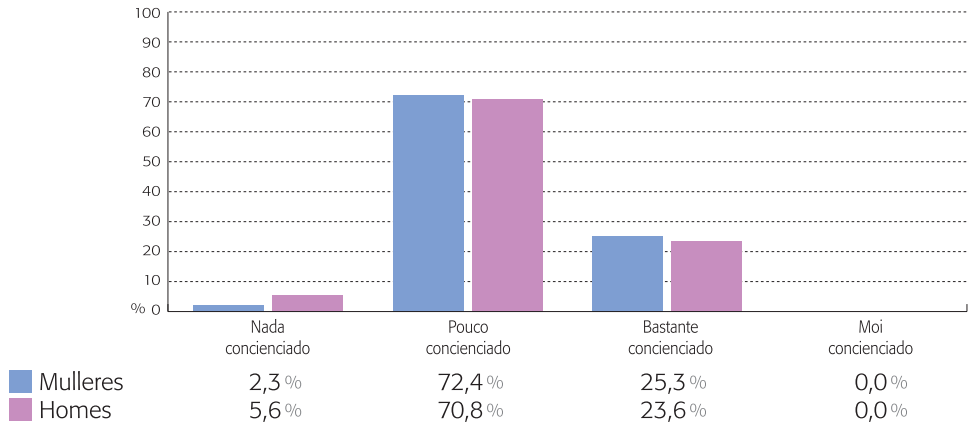
Muller



Home

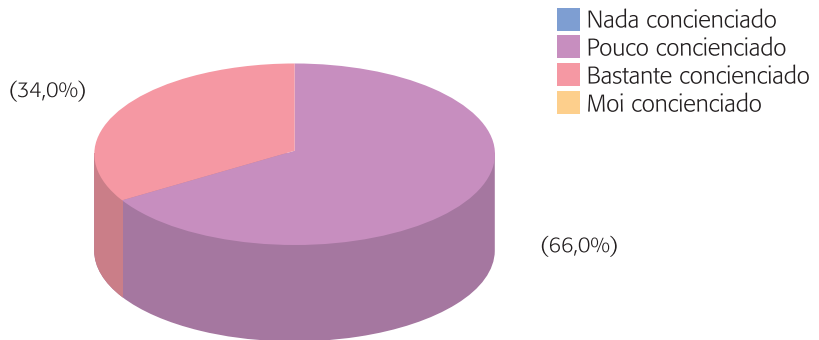


COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR SEXOS

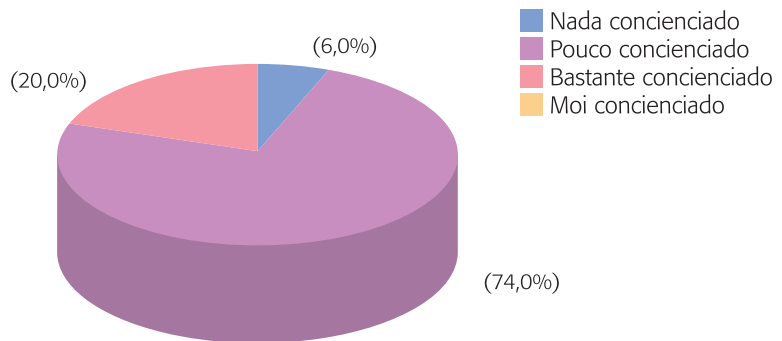


GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR IDADES

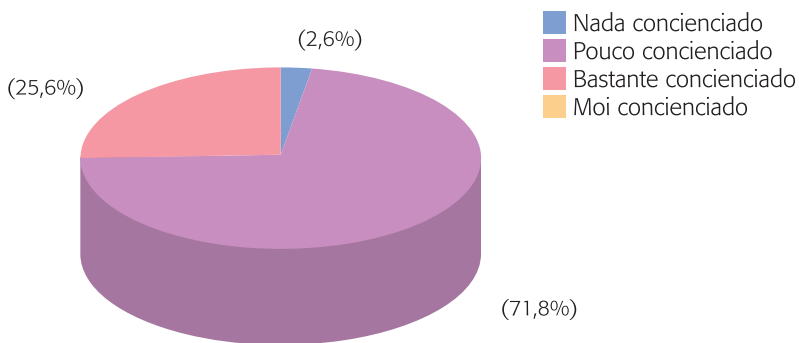
15-34 anos



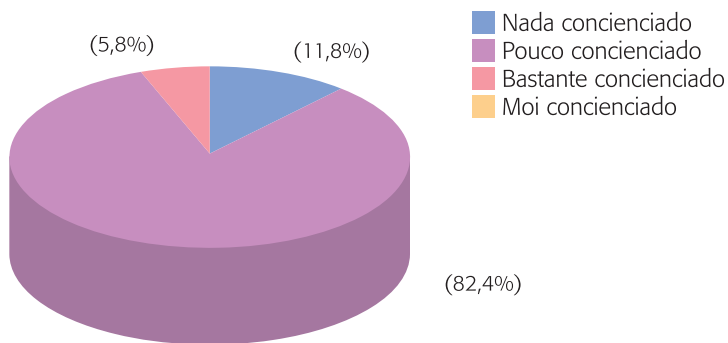
35-54 anos



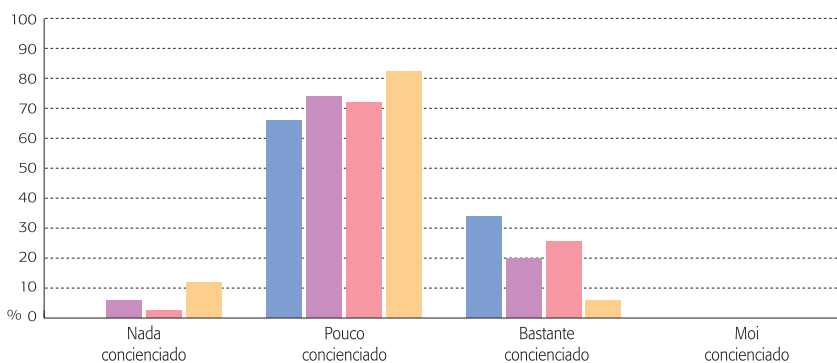
55-74 anos



75-99 anos



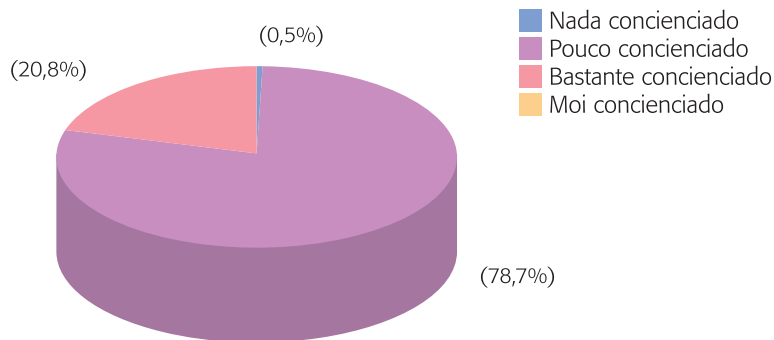
COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR IDADES



15-34 anos	0,0%	66,0%	34,0%	0,0%
35-54 anos	6,0%	74,0%	20,0%	0,0%
55-74 anos	2,6%	71,8%	25,6%	0,0%
75-99 anos	11,8%	82,4%	5,8%	0,0%

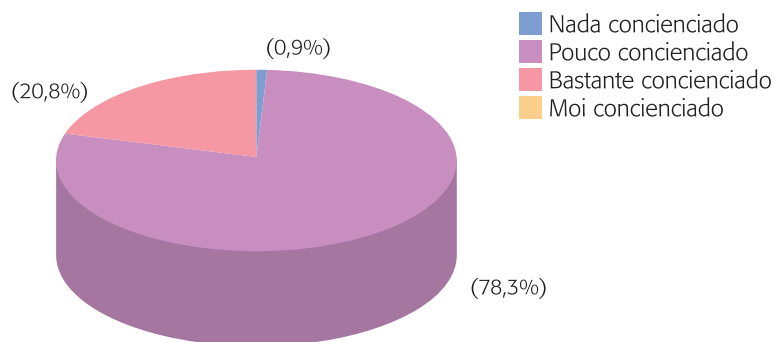
Distríto 3

GRAO DE CONCIENCIACIÓN

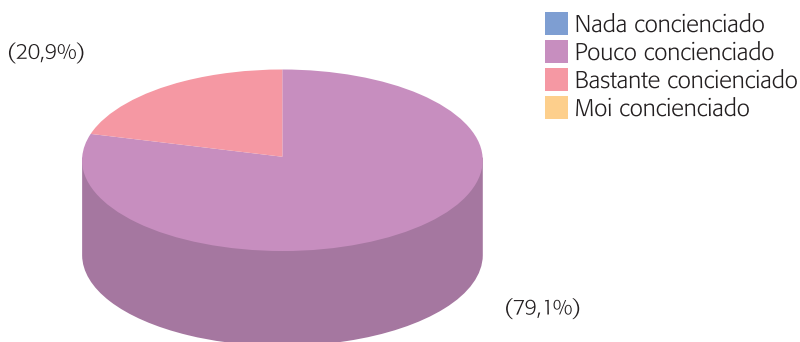


GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR SEXOS

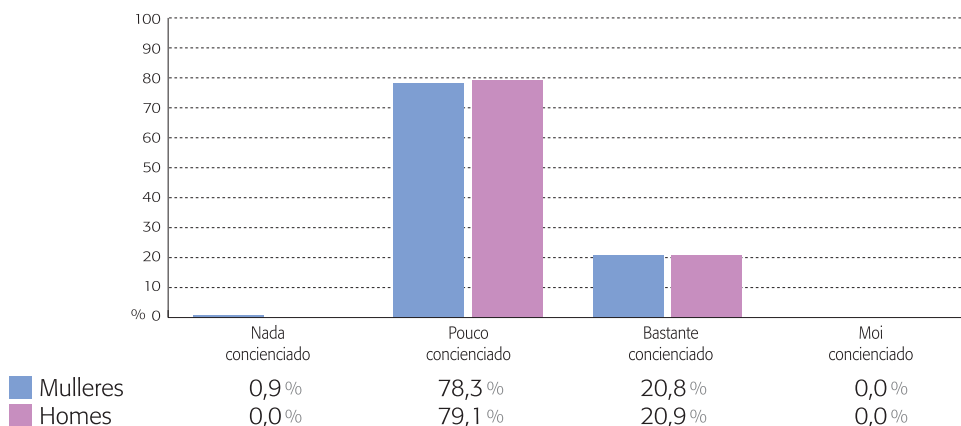
Muller



Home

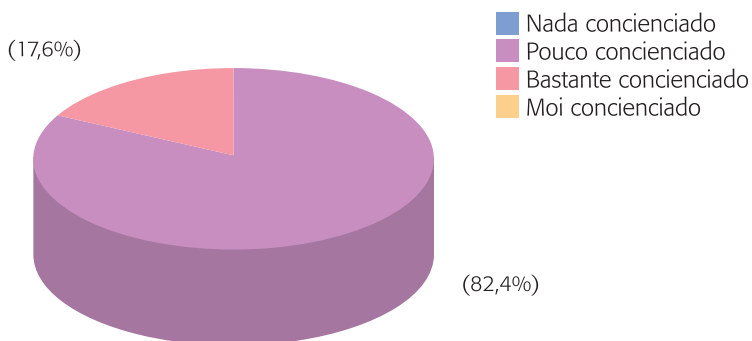


COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR SEXOS

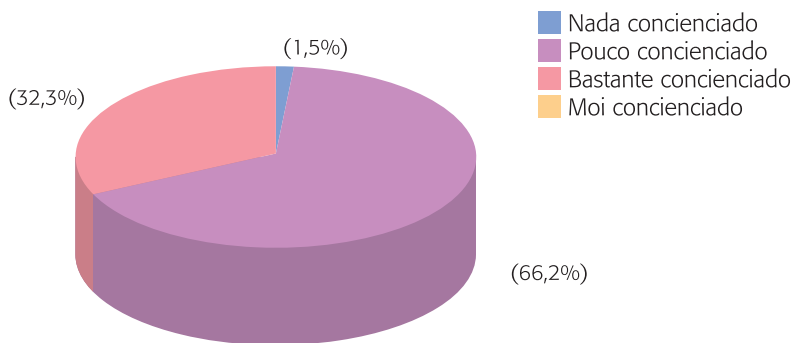


GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR IDADES

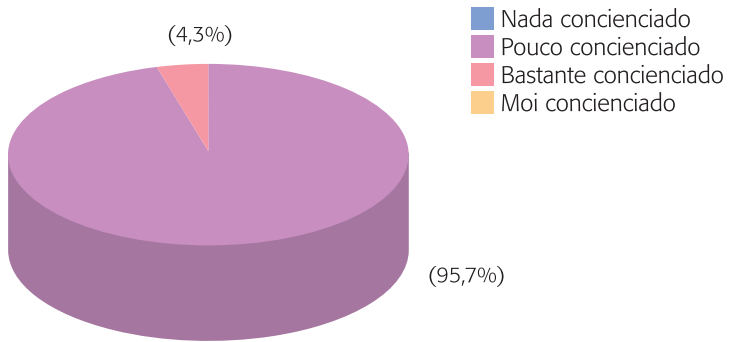
15-34 anos



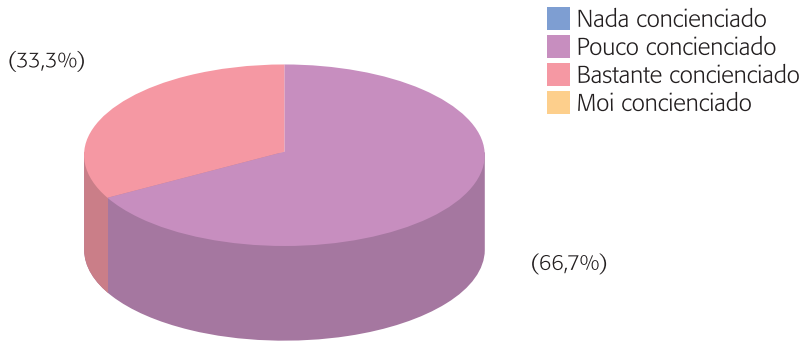
35-54 anos



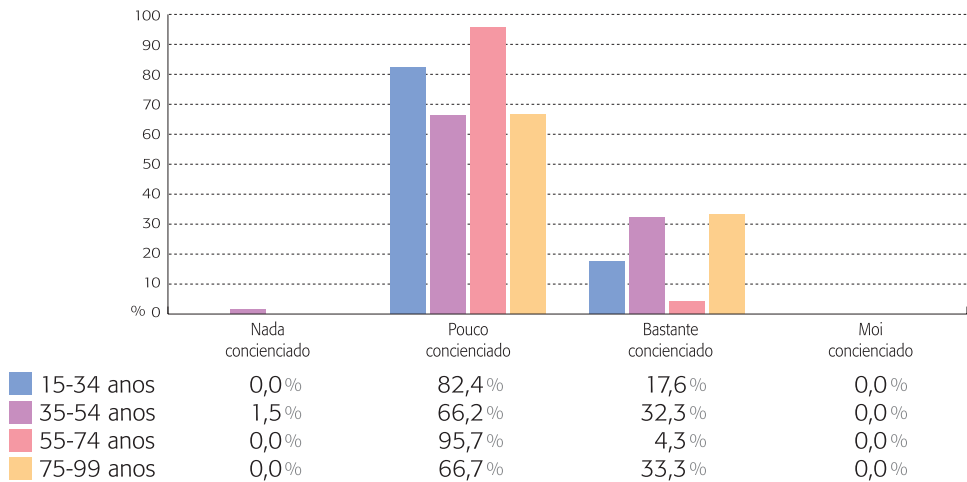
55-74 anos



75-99 anos

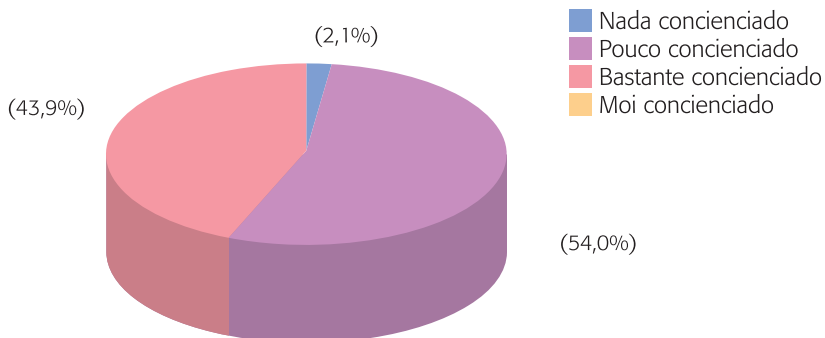


COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR IDADES



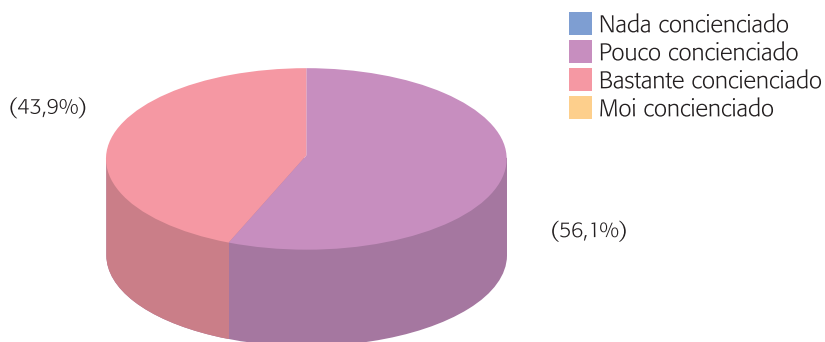
Distrito 4

GRAO DE CONCIENCIACIÓN

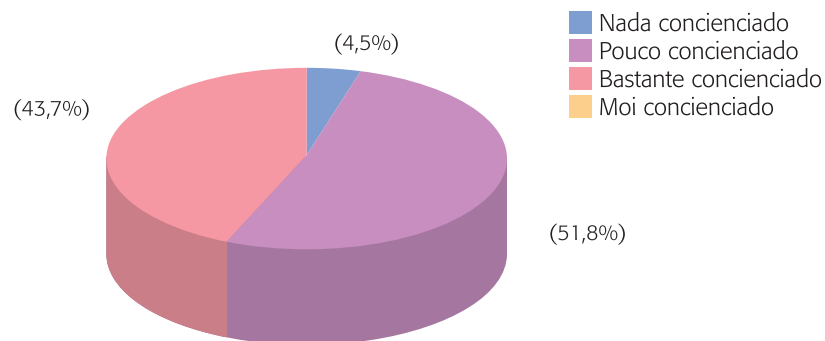


GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR SEXOS

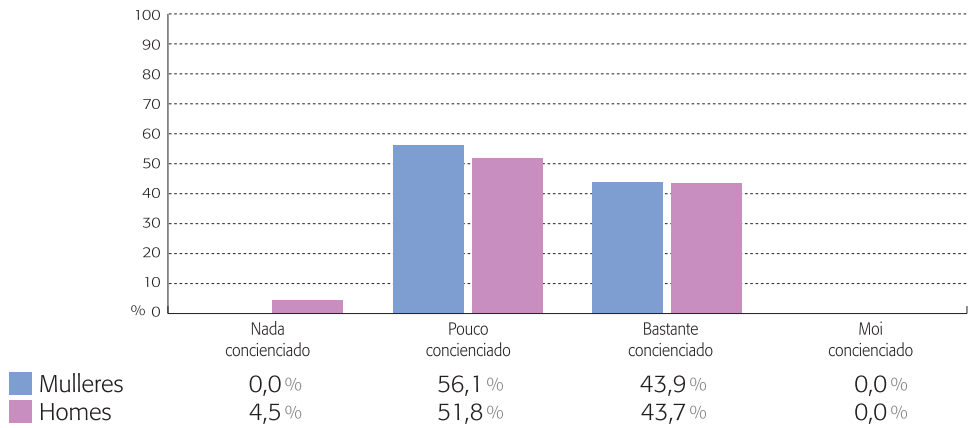
Muller



Home

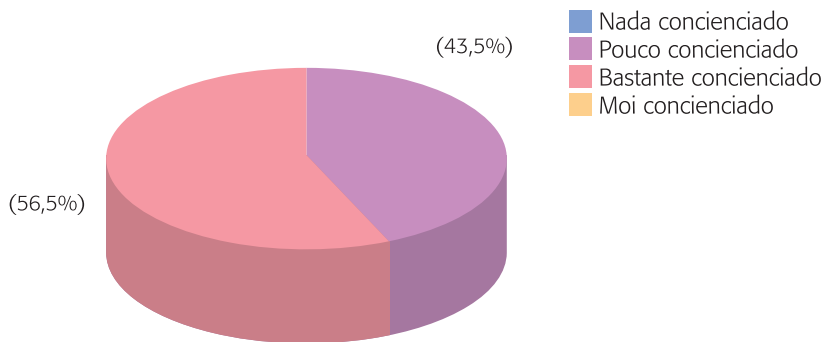


COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR SEXOS

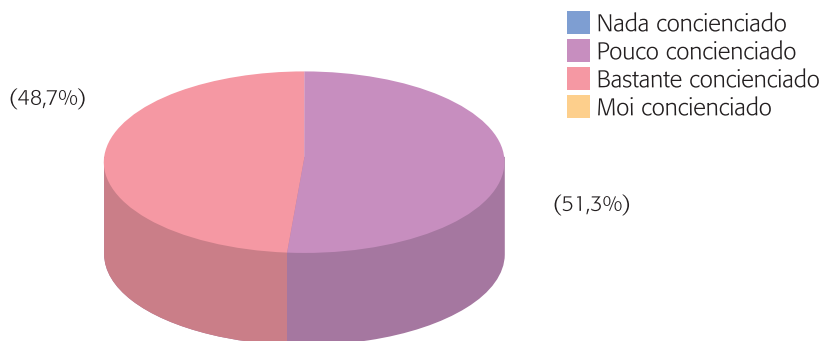


GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR IDADES

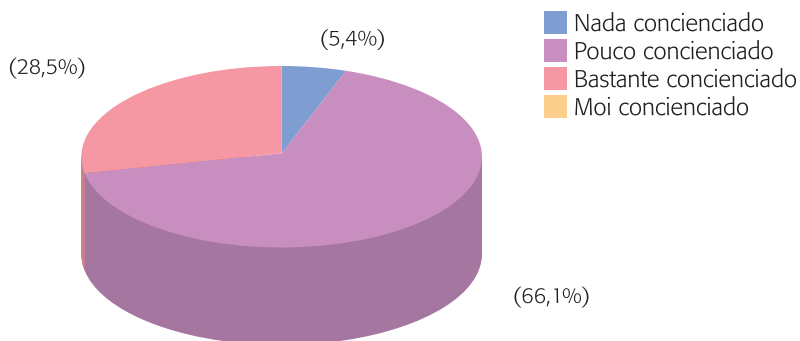
15-34 anos



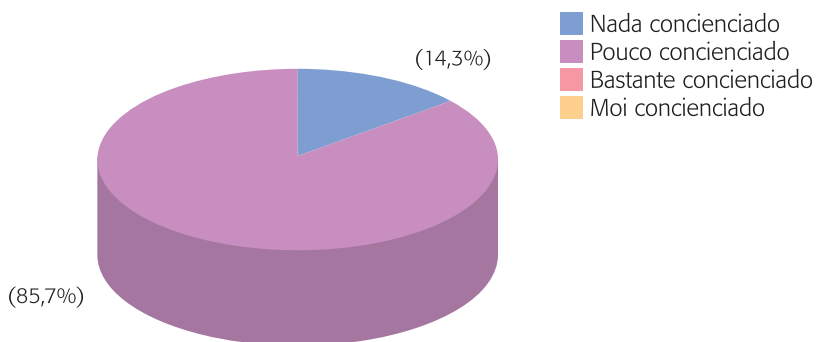
35-54 anos



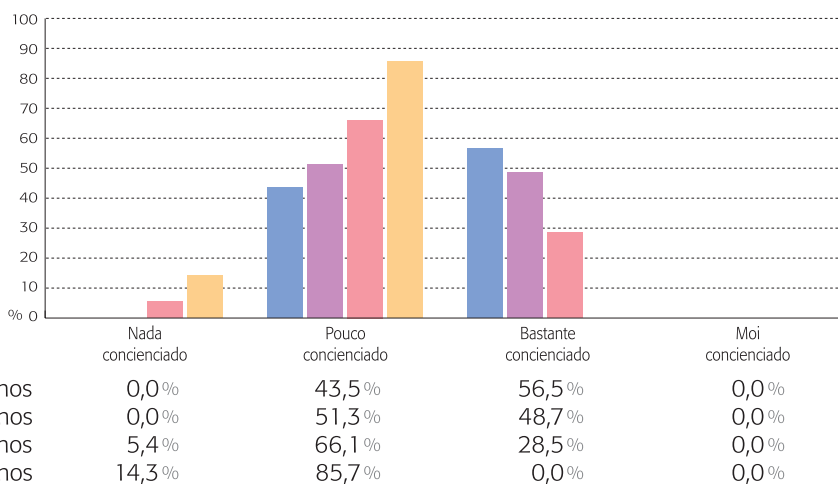
55-74 anos



75-99 anos

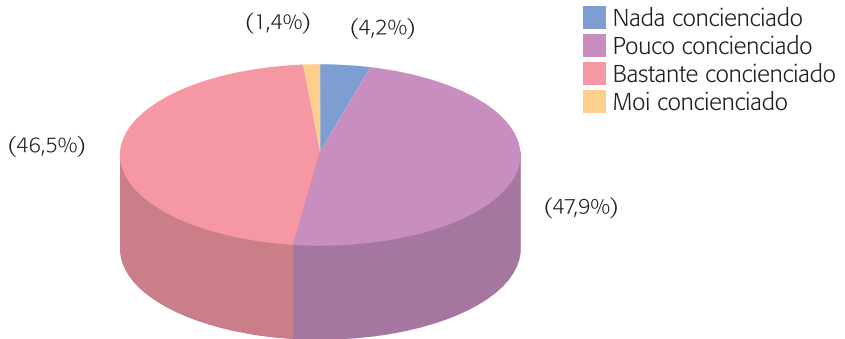


COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR IDADES



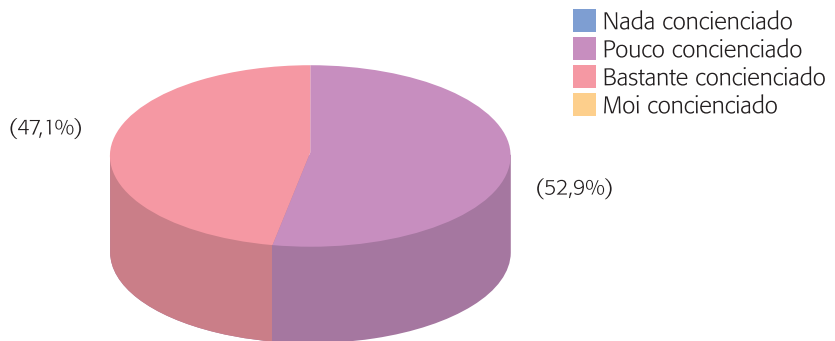
Distríto 5

GRAO DE CONCIENCIACIÓN

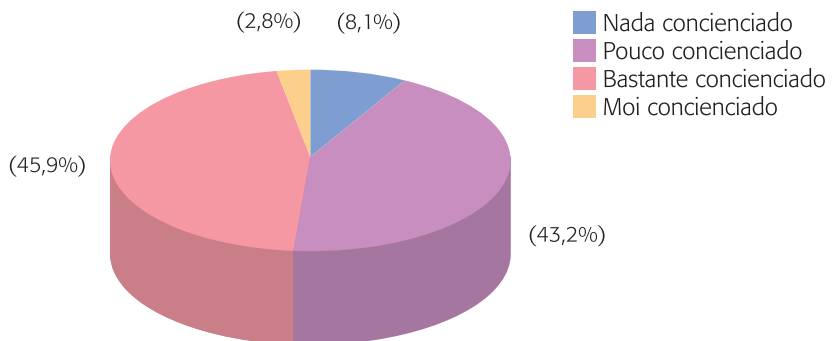


GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR SEXOS

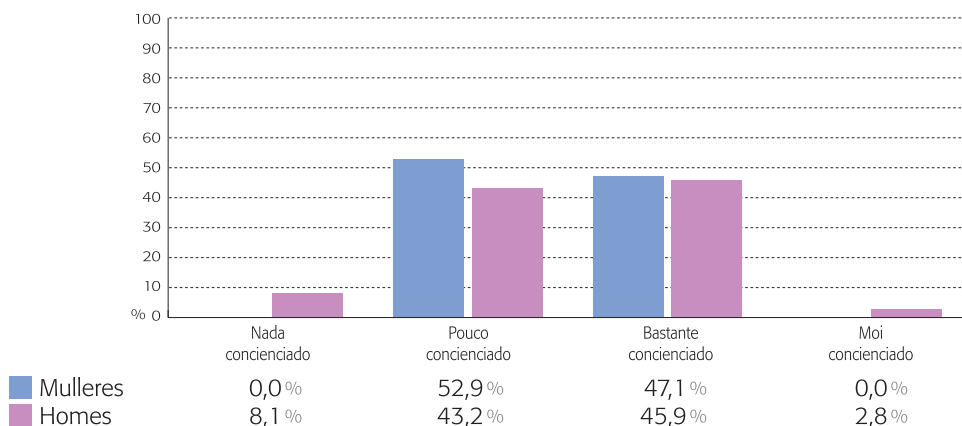
Muller



Home

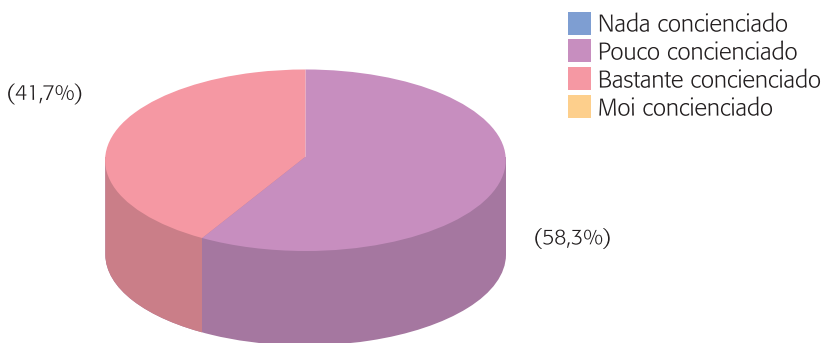


COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR SEXOS

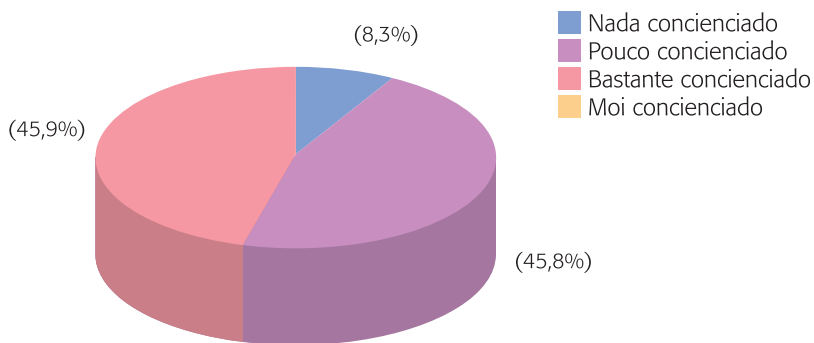


GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR IDADES

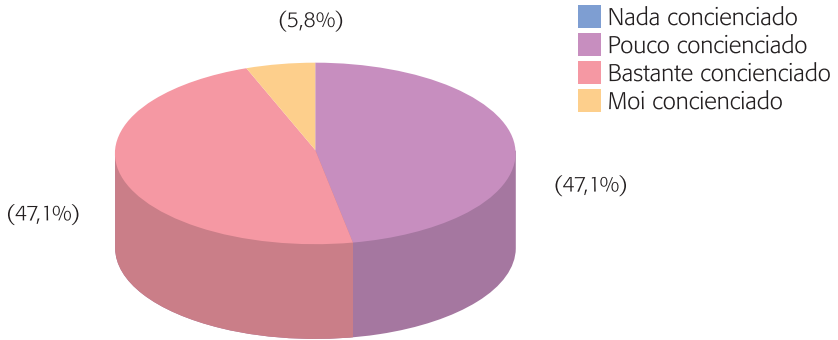
15-34 anos



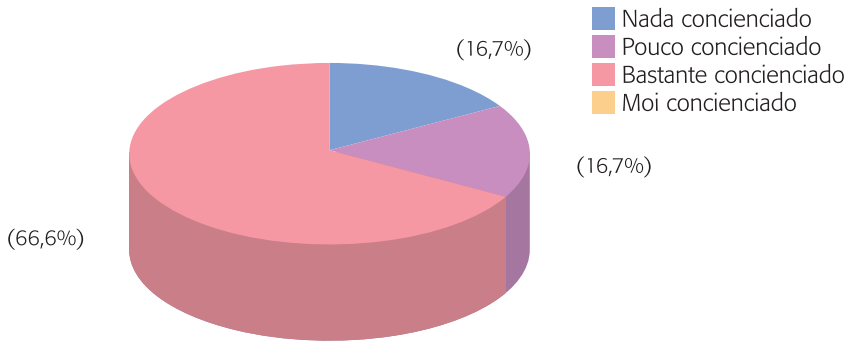
35-54 anos



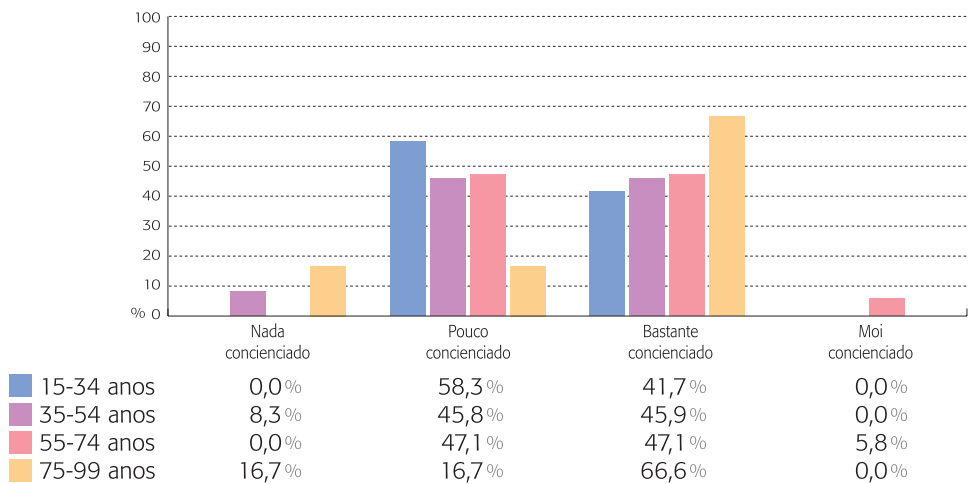
55-74 anos



75-99 anos

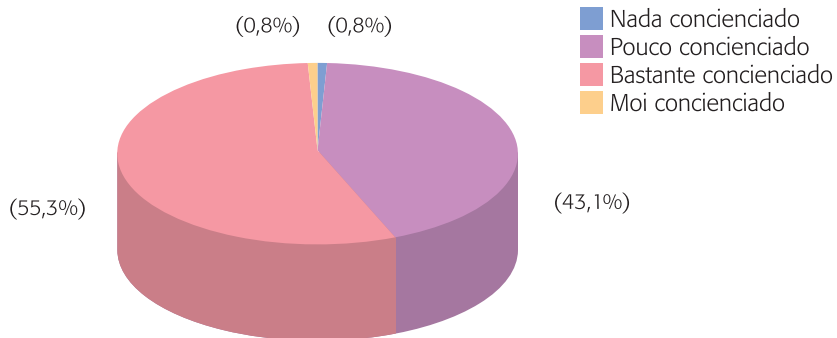


COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR IDADES



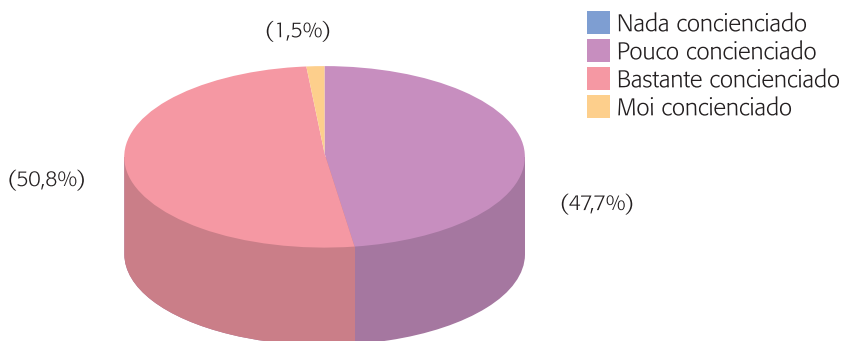
Distrito 6

GRAO DE CONCIENCIACIÓN

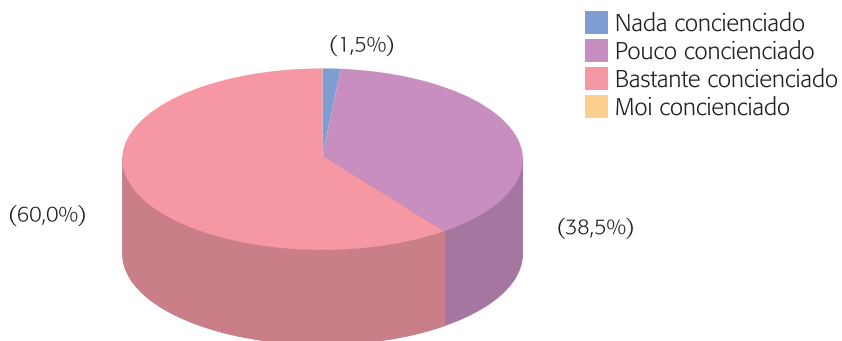


GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR SEXOS

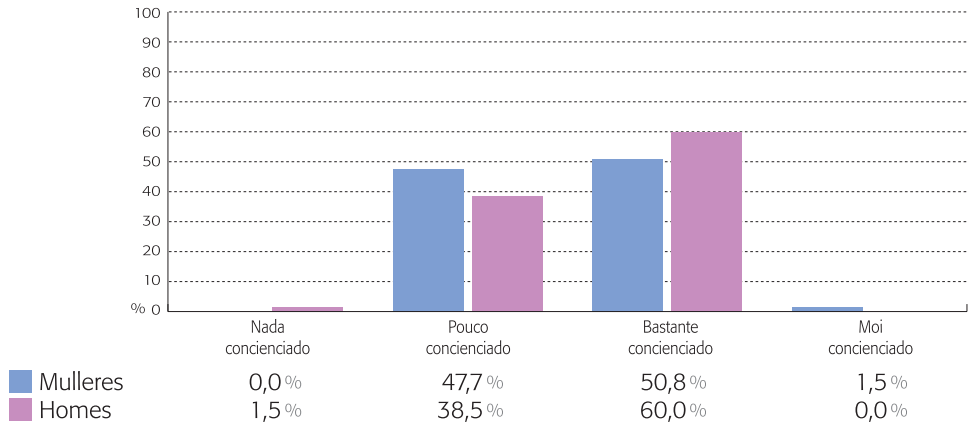
Muller



Home

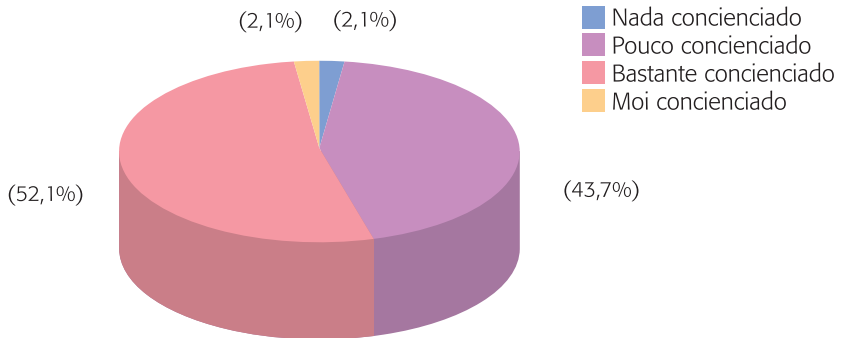


COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR SEXOS

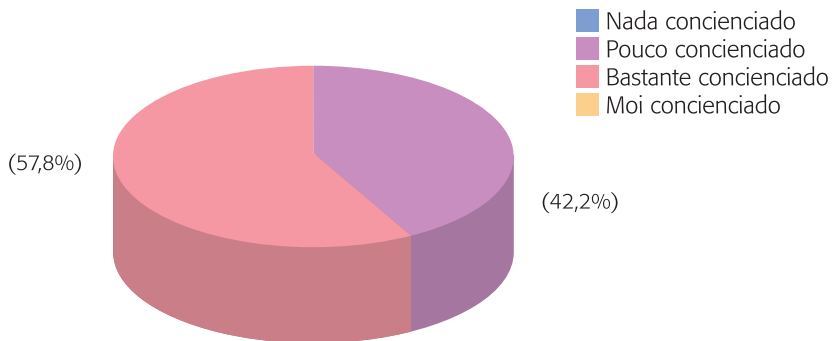


GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR IDADES

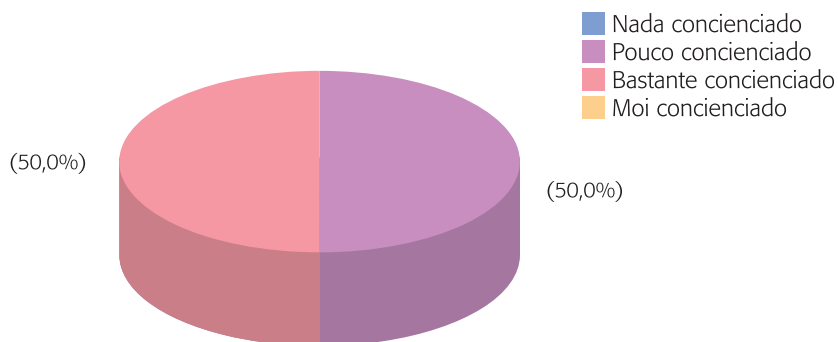
15-34 anos



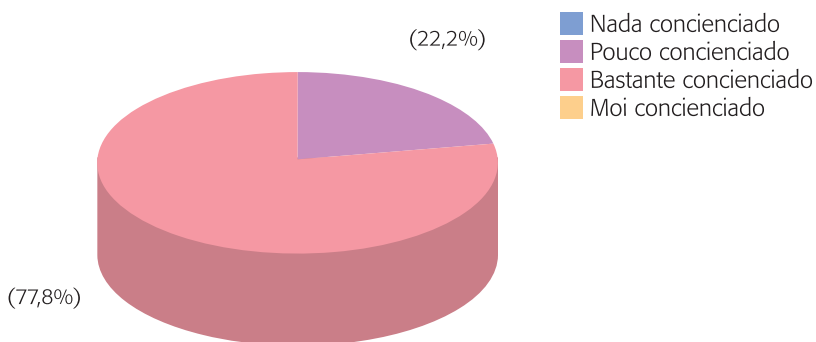
35-54 anos



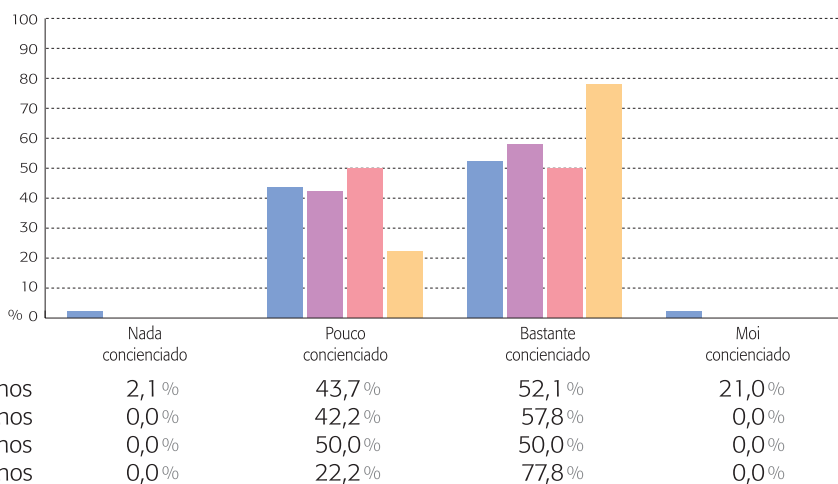
55-74 anos



75-99 anos

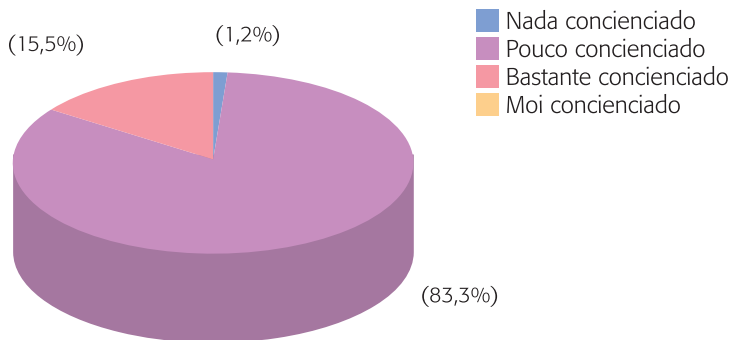


COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR IDADES



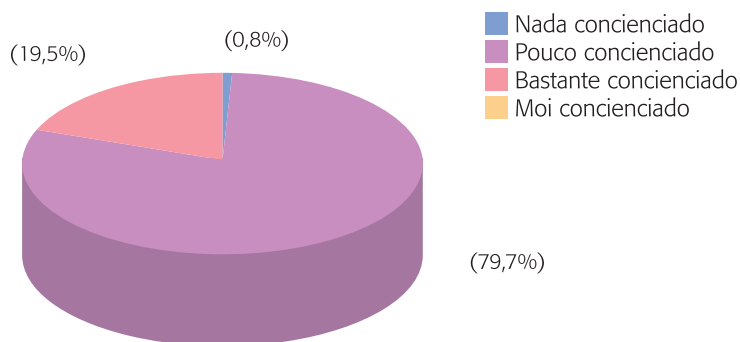
Distríto 7

GRAO DE CONCIENCIACIÓN

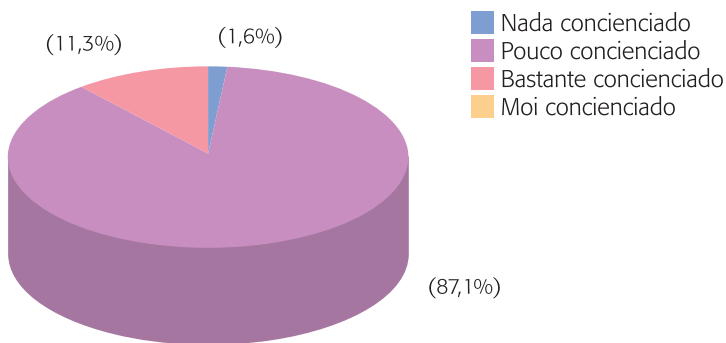


GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR SEXOS

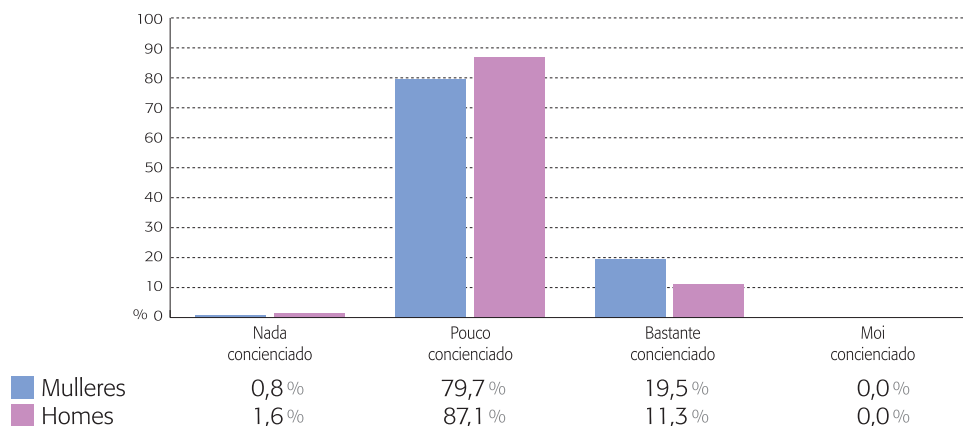
Muller



Home

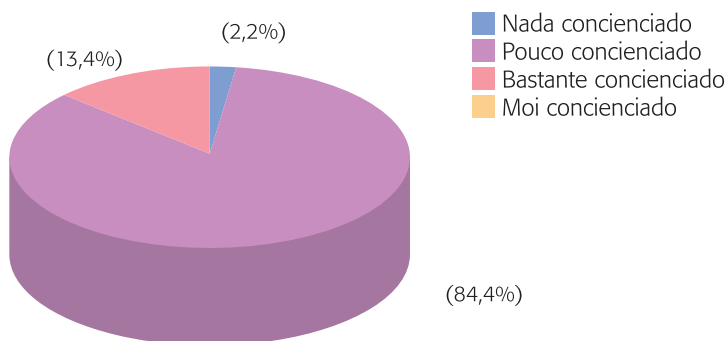


COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR SEXOS

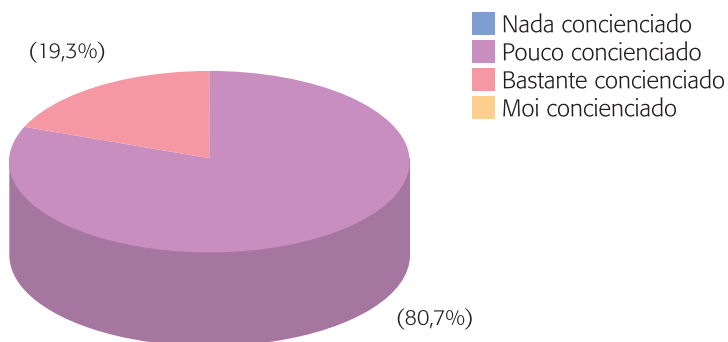


GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR IDADES

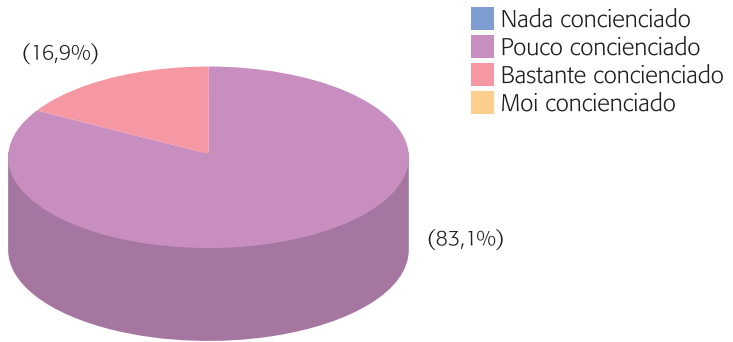
15-34 anos



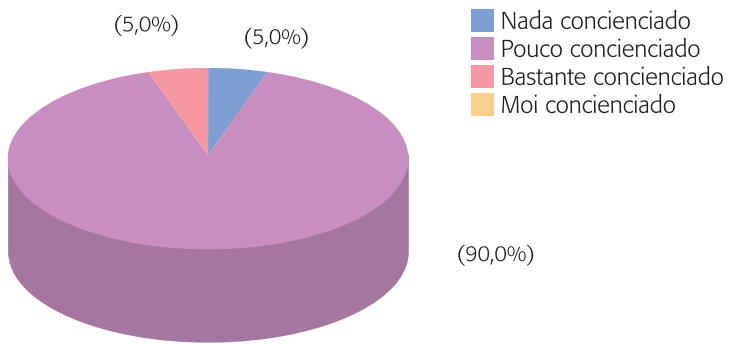
35-54 anos



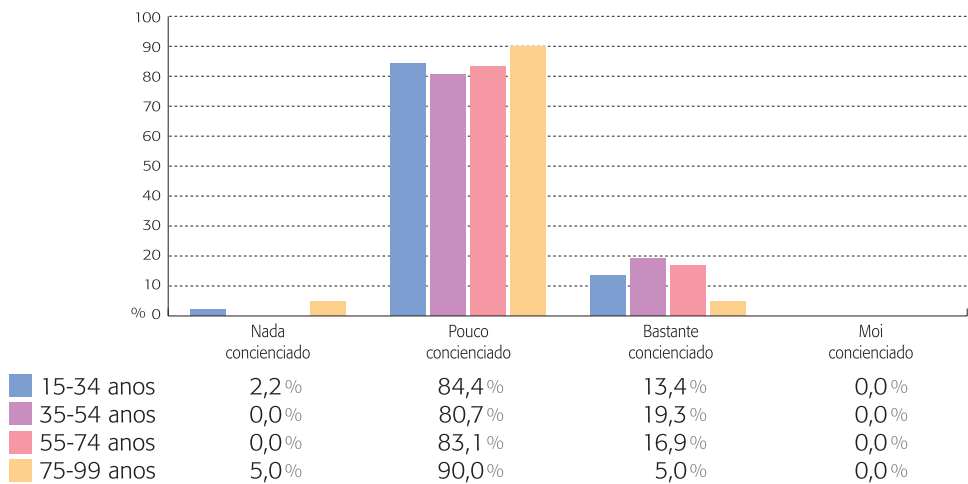
55-74 anos



75-99 anos

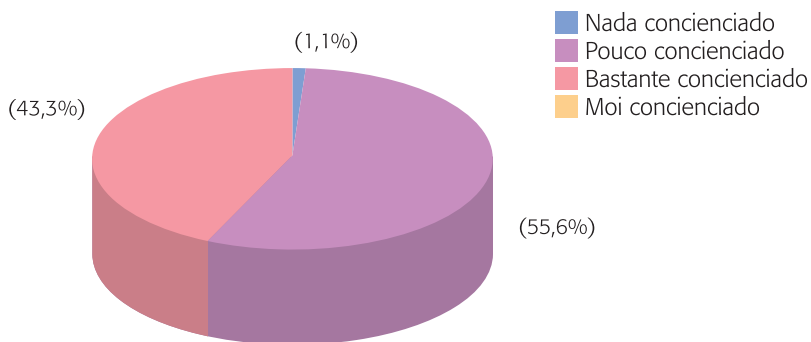


COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR IDADES



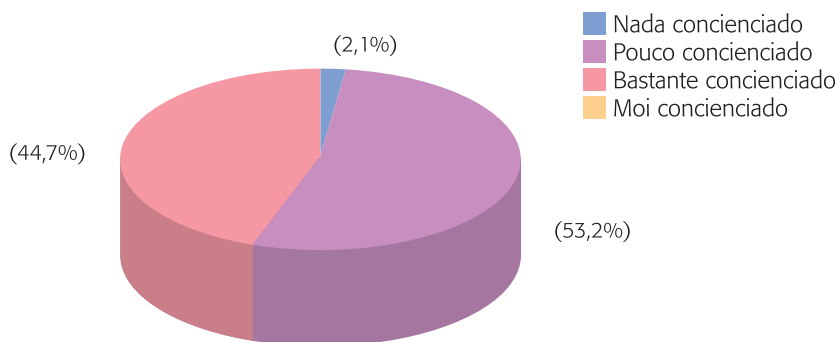
Distrito 8

GRAO DE CONCIENCIACIÓN

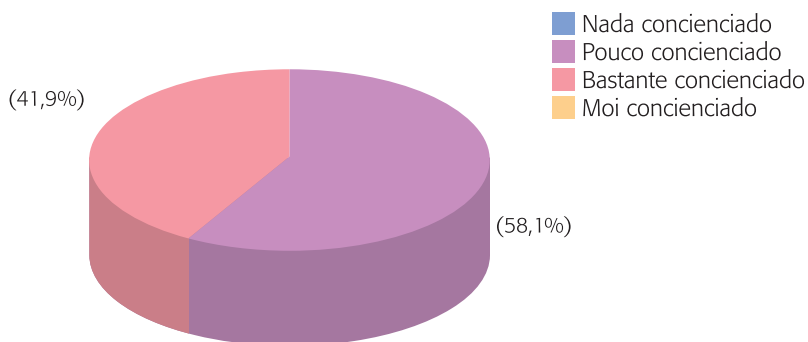


GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR SEXOS

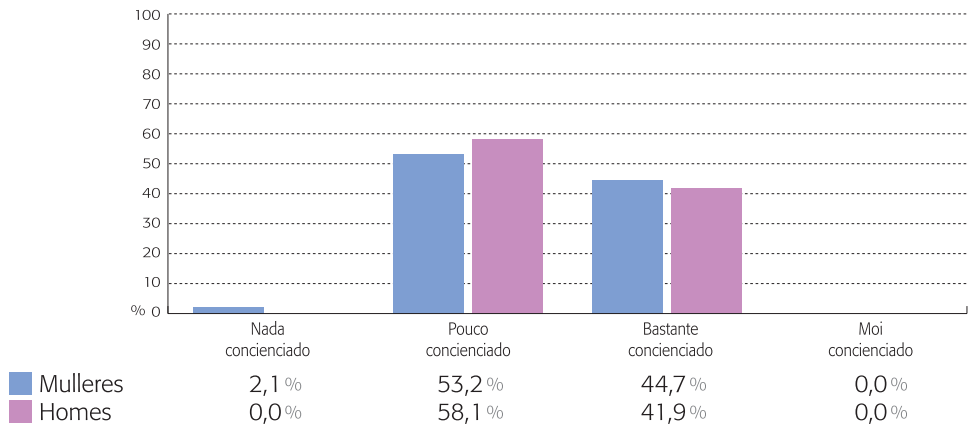
Muller



Home

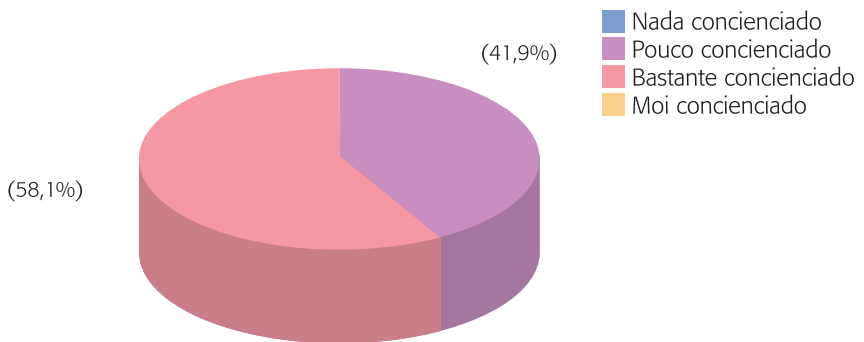


COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR SEXOS

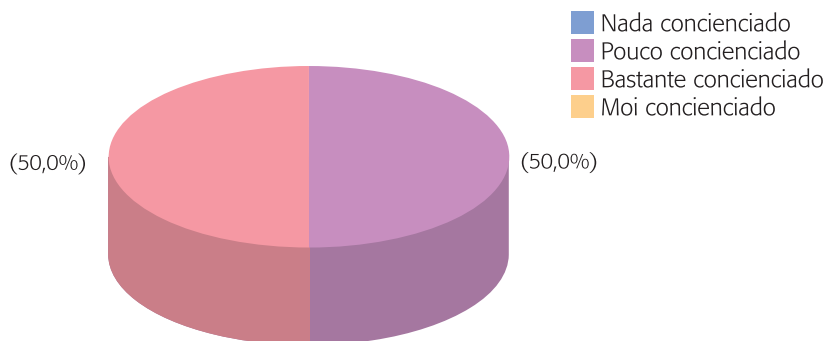


GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR IDADES

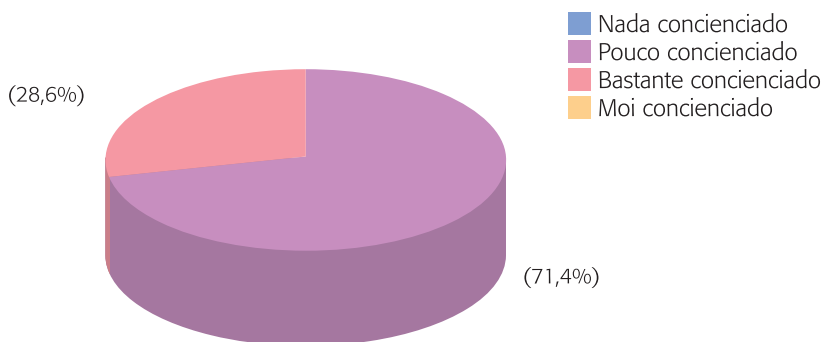
15-34 anos



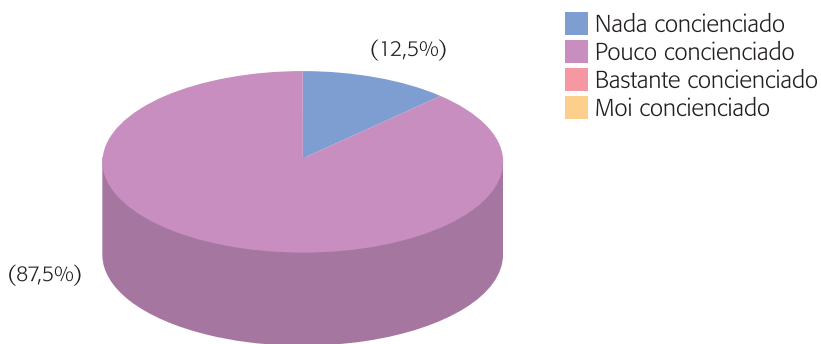
35-54 anos



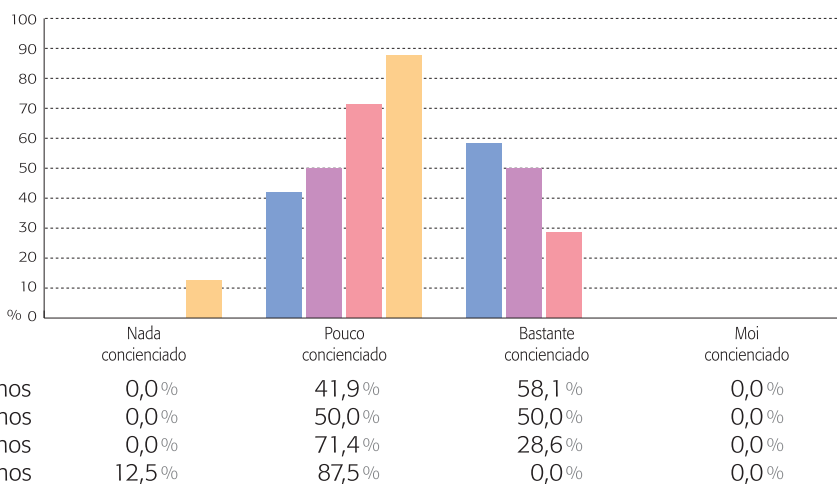
55-74 anos



75-99 anos

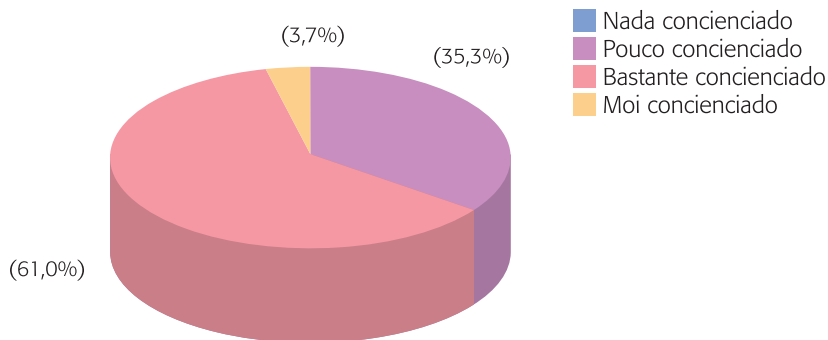


COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR IDADES



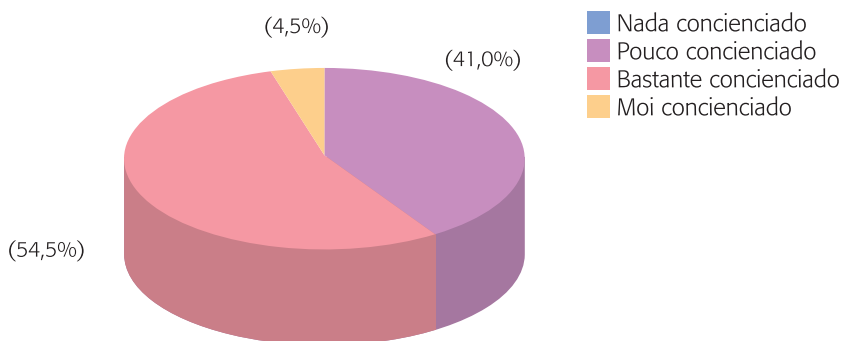
Distríto 9

GRAO DE CONCIENCIACIÓN

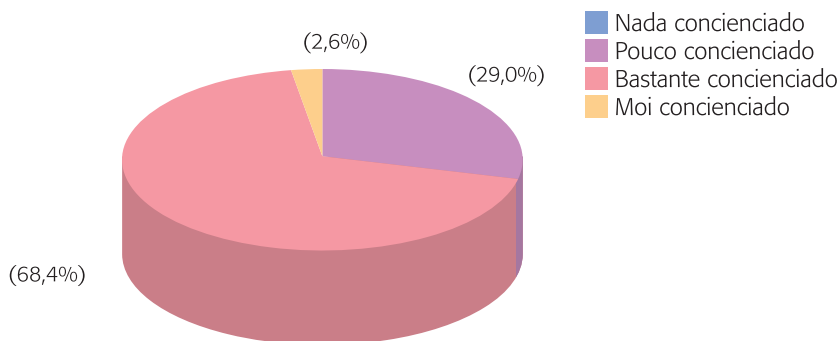


GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR SEXOS

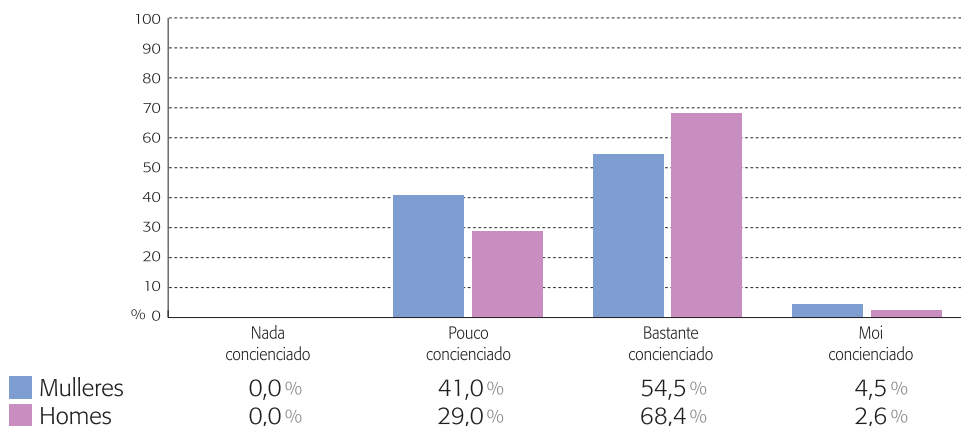
Muller



Home

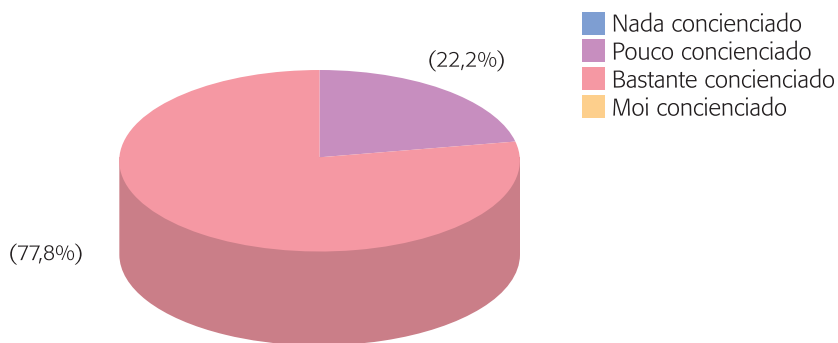


COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR SEXOS

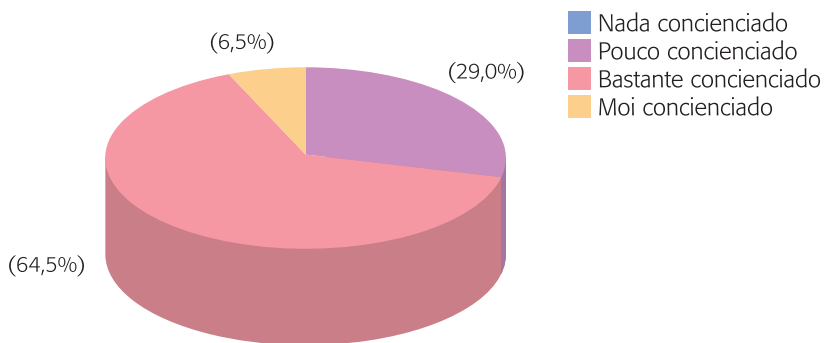


GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR IDADES

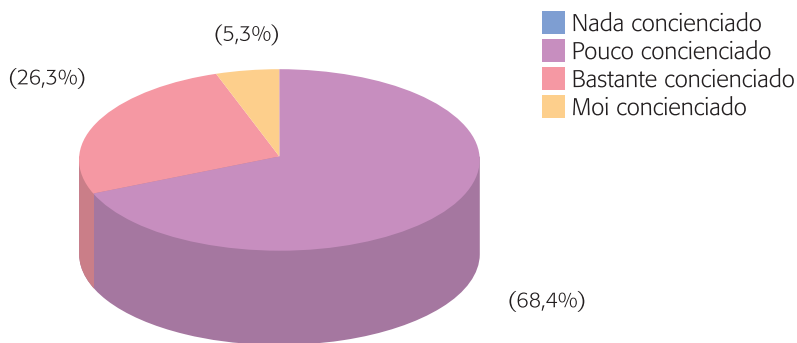
15-34 anos



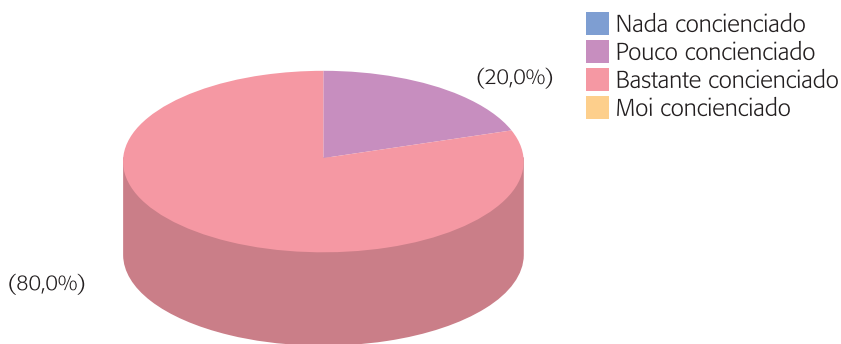
35-54 anos



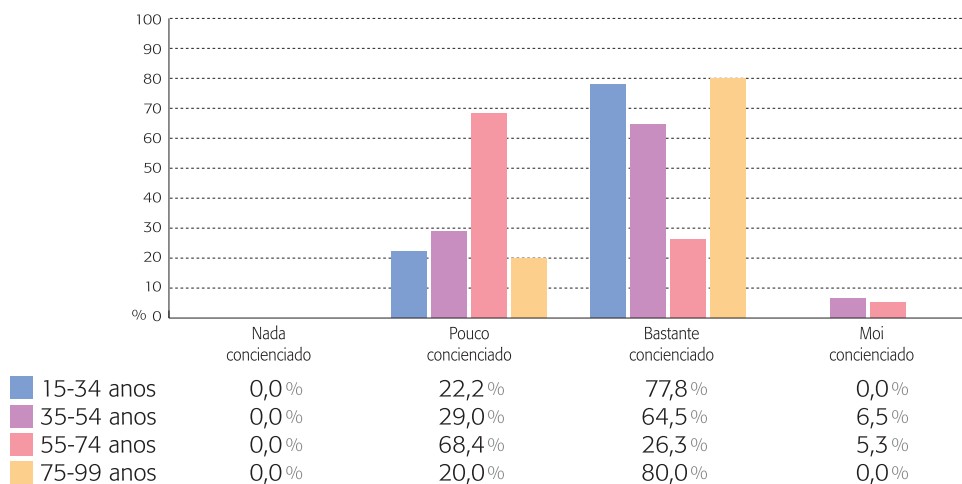
55-74 anos



75-99 anos

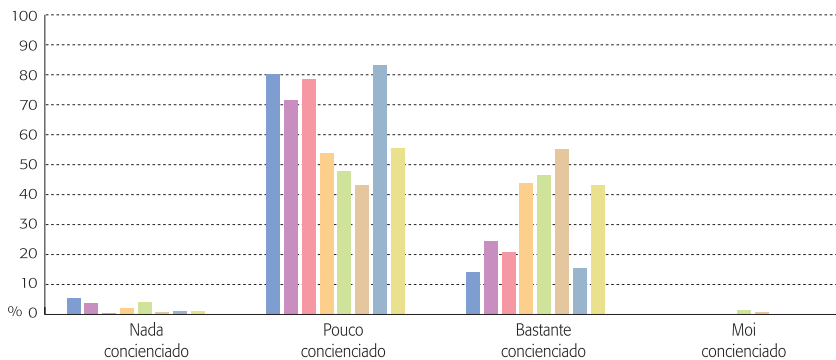


COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR IDADES



5.10. Comparativa de distritos

COMPARATIVA GRAO DE CONCIENCIACIÓN POR DISTRITOS

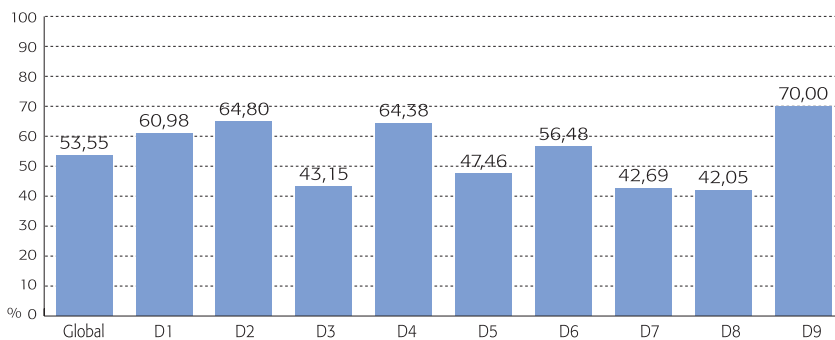


DISTRITO 1	5,4%	80,4%	14,2%	0,0%
DISTRITO 2	3,8%	71,7%	24,5%	0,0%
DISTRITO 3	0,5%	78,7%	20,8%	0,0%
DISTRITO 4	2,1%	54,0%	43,9%	0,0%
DISTRITO 5	4,2%	47,9%	46,5%	1,4%
DISTRITO 6	0,8%	43,1%	55,3%	0,8%
DISTRITO 7	1,2%	83,3%	15,5%	0,0%
DISTRITO 8	1,1%	55,6%	43,3%	0,0%
DISTRITO 9	0,0%	35,3%	61,0%	3,7%

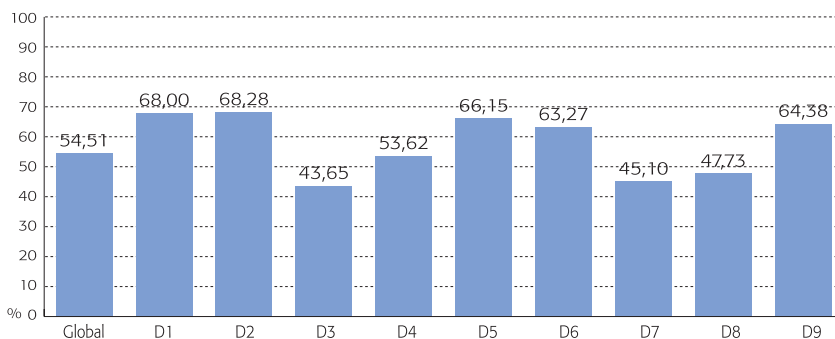
6. RESULTADOS PORMENORIZADOS DE CADA UNHA DAS PREGUNTAS POR DISTRITOS

NOTA: Todas as barras indican a suma de "Case sempre" e "Sempre" eliminando o efecto do NS/NA.

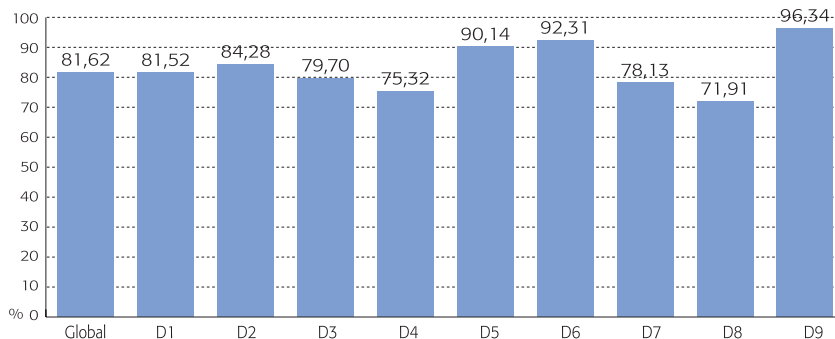
01. Pecha os radiadores das habitacións non utilizadas ou que teñen demasiada calor?



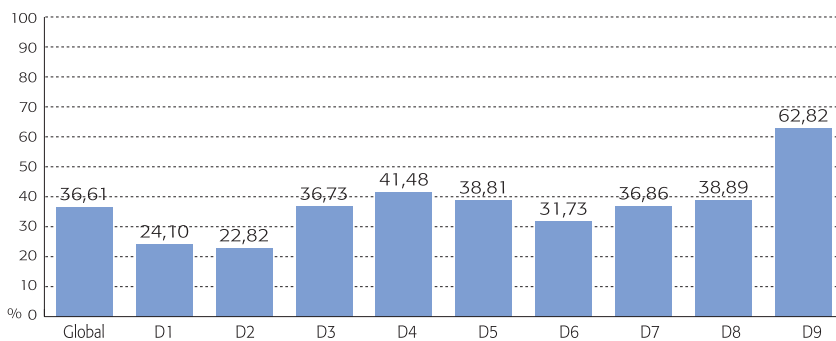
02. Controla, avalía e compara o orzamento do seu lar que dedica a enerxía (luz, gas...)?



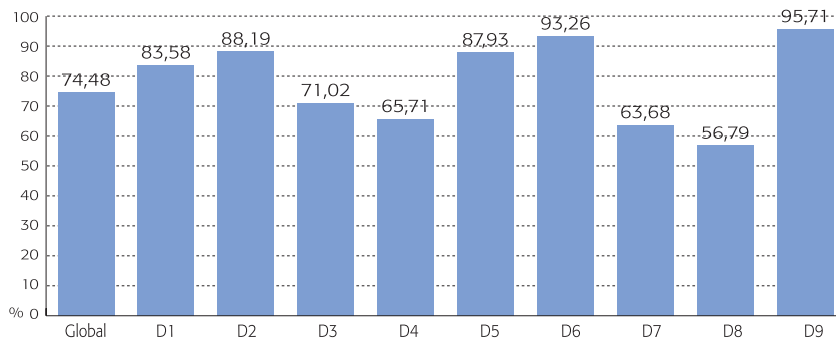
03. Acostuma Vde. manter apagadas as luces das habitacións da casa mentres non hai ninguén nelas?



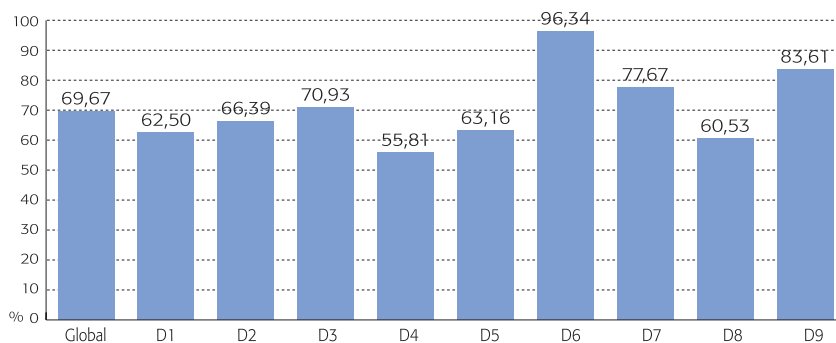
04. Utiliza na súa casa luces de baixo consumo?



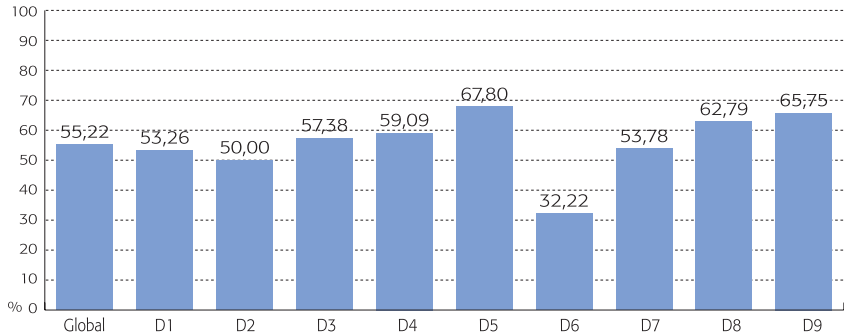
05. Cando ten que pór unha lavadora ou un lavalouzas, procura esperar a ter roupa sucia ou louza de abondo para enchela, ou utiliza a media carga, se ten opción?



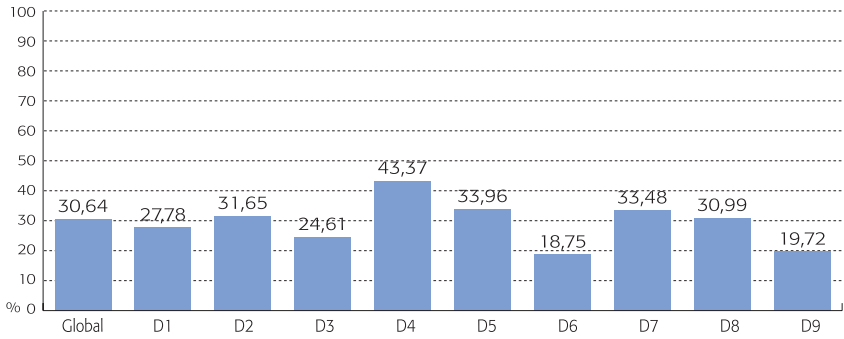
06. En xeral acostuma a lavar a roupa en frío?



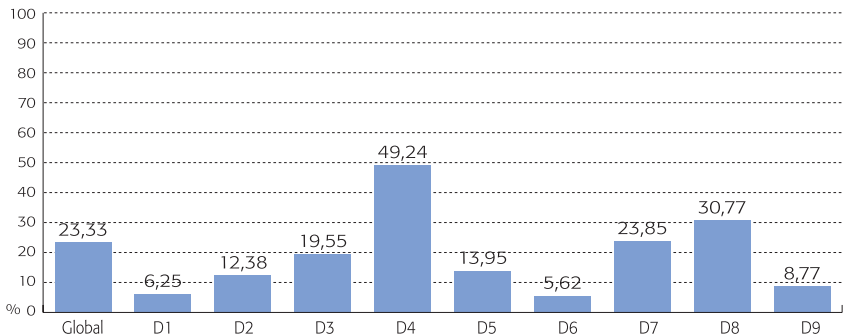
07. Á hora de comprar algún electrodoméstico, tivo en conta o nivel de consumo de enerxía para se decidir por un modelo ou outro? Ten en conta a súa etiquetaxe enerxética?



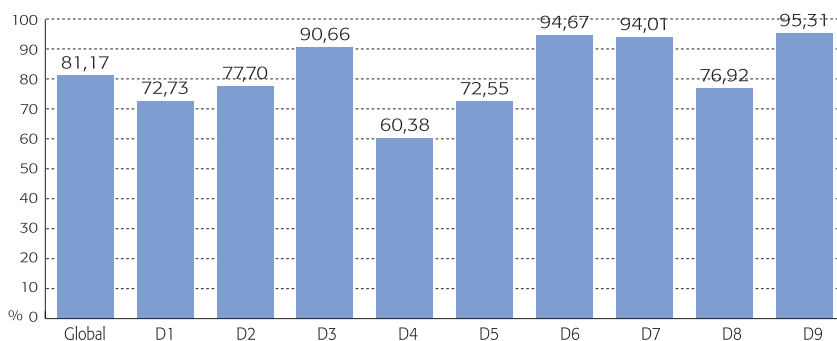
08. Nos desprazamentos diarios e urbanos que realizan os membros da súa casa por razóns de traballo, utilizan xeralmente o transporte público?



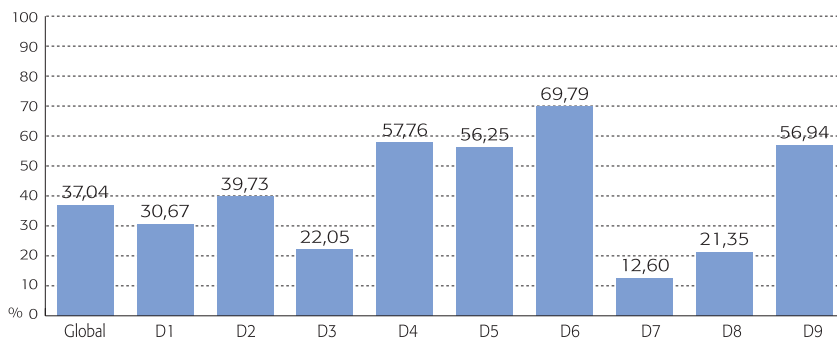
09. En caso de realizar o desprazamento laboral en vehículo privado, compárteo con outras persoas?



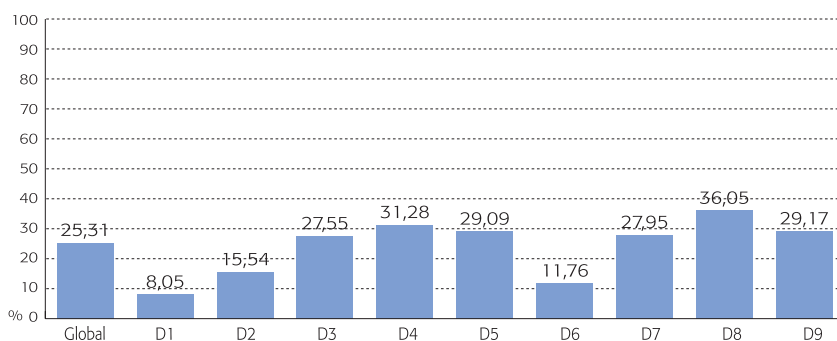
10. Á hora de decidir a compra dun coche, ten en conta o seu consumo?



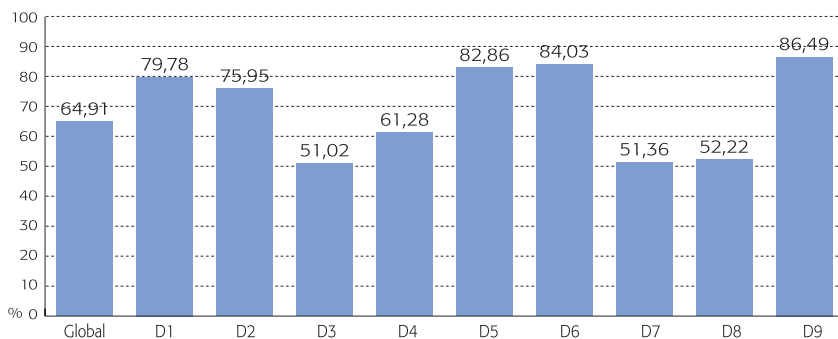
11. Leva a cabo un seguimento do consumo periódico (anual ou trimestral) de auga en metros cúbicos (m³) da súa vivenda?



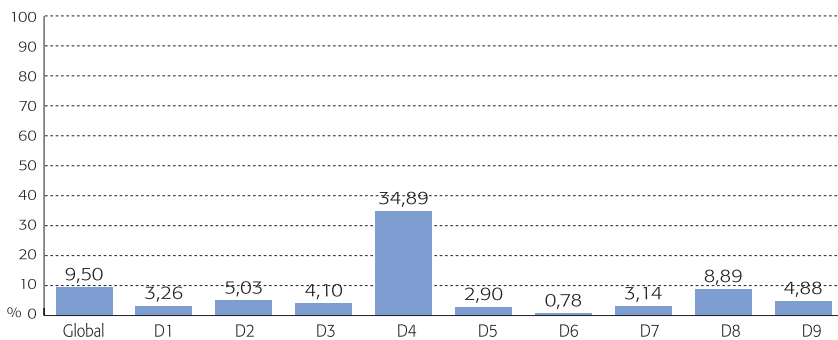
12. Realiza periodicamente unha revisión e mantemento do estado en que se atopa a instalación de abastecemento e desague de auga da súa vivenda?



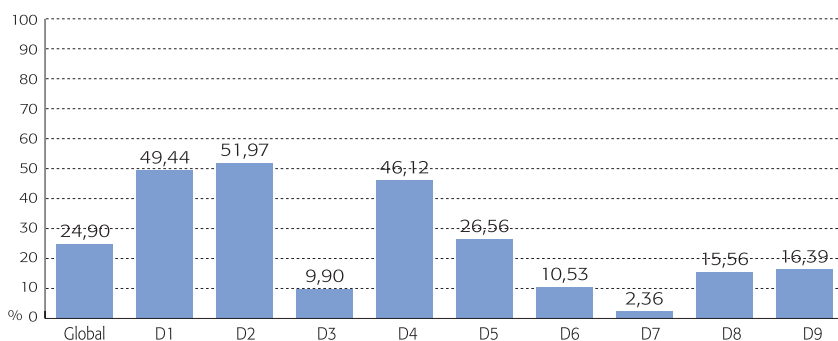
13. Pecha a billa da auga mentres se cepilla os dentes e fomenta este hábito nos membros da súa familia?



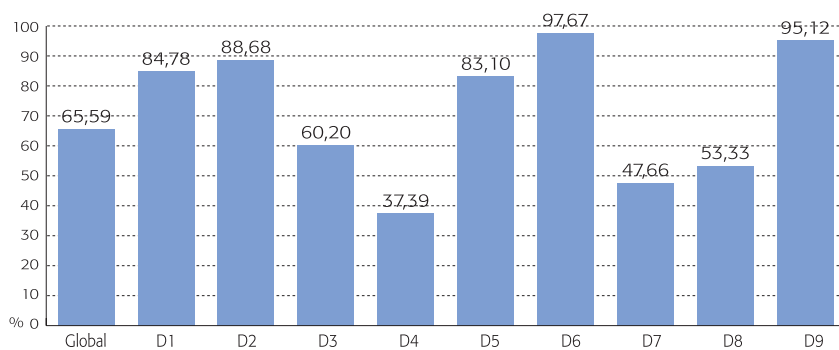
14. Desfaise de residuos sólidos (restos de comida, papeis de pouco volume ou outros) tirándoos polo sumidoiro ou WC?



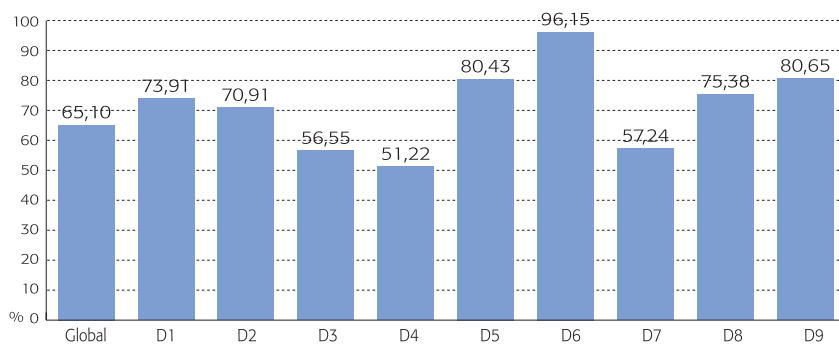
15. Elimina polo sumidoiro ou WC produtos que son tóxicos ou irritantes como amoníaco ou lixivia?



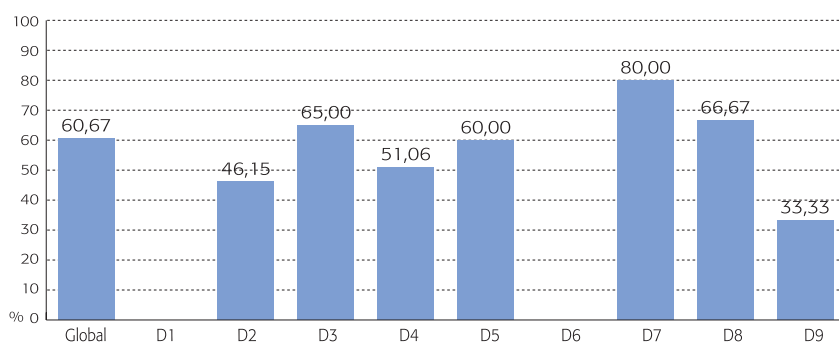
16. Utiliza a ducha en lugar do baño?



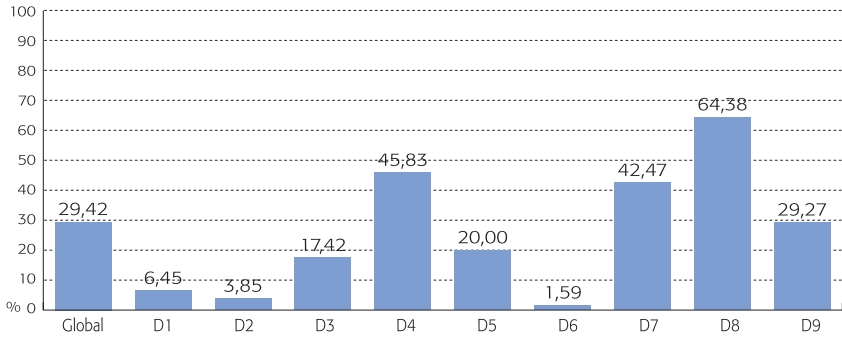
17. Rega as plantas e xardín nas horas de menor intensidade de sol?



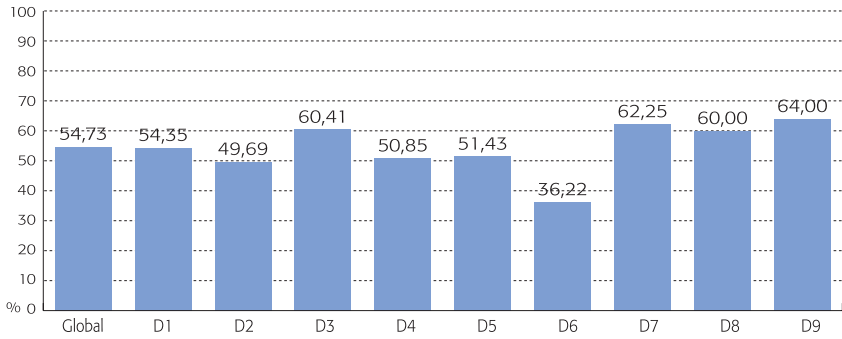
18. En caso de que teña piscina privada ou colectiva, baléiraa de auga durante o inverno?



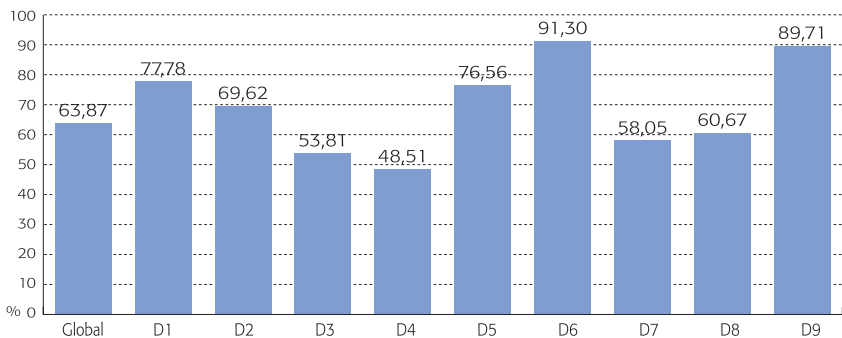
19. Lava o seu coche en centros especializados preocupándose de que conte cun sistema de reciclaxe de auga?



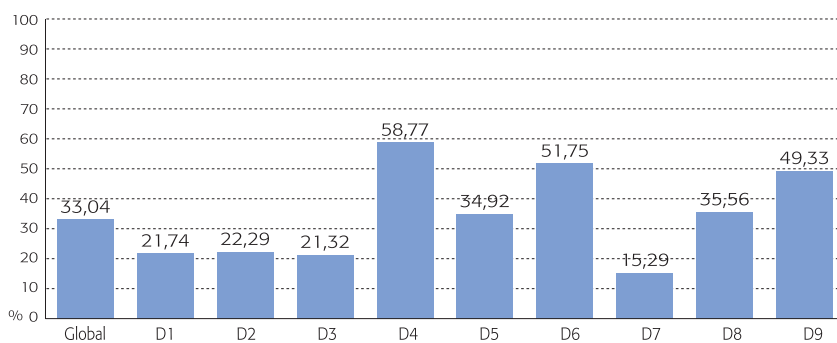
20. Separa os residuos en orixe: papel-cartón; vidro; envases e materia orgánica, e deposítaos nos contedores correspondentes?



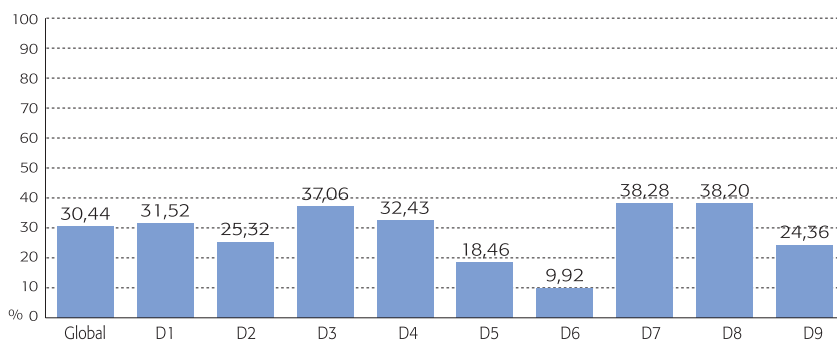
21. Utiliza o sistema de recollida selectiva municipal para os residuos voluminosos (colchóns, mobles, electrodomésticos)?



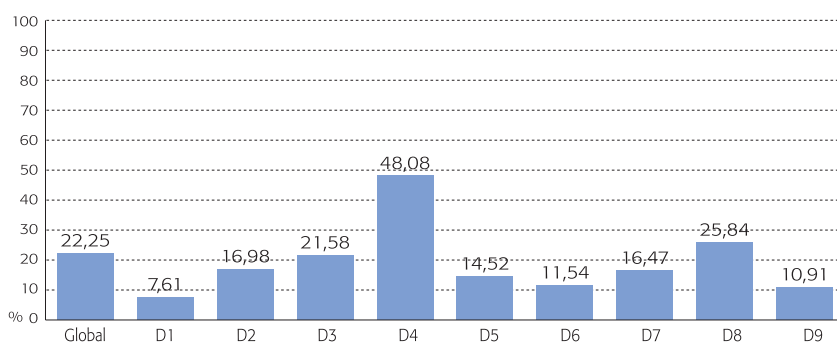
22. Utiliza pilas recargábeis?



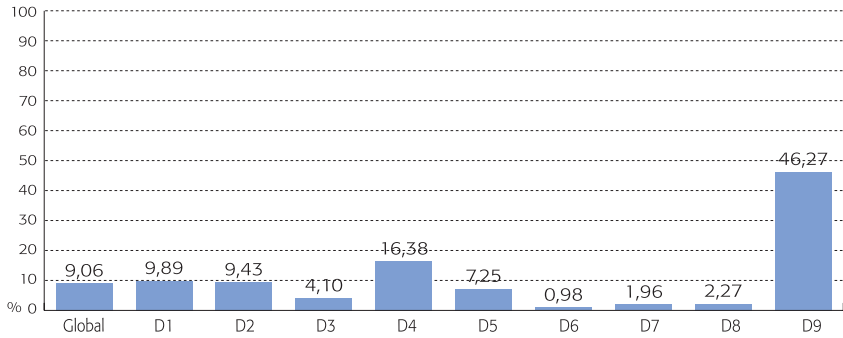
23. Evita, na medida do posíbel, comprar produtos que requiran para o seu funcionamento pilas?



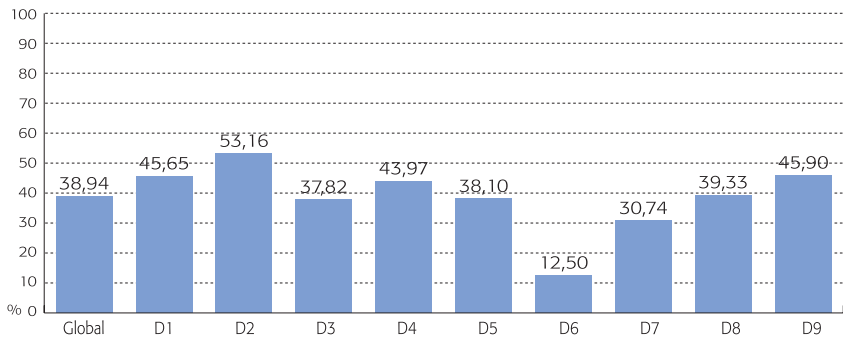
24. Á hora de realizar a compra, escolle aqueles produtos menos embalados?



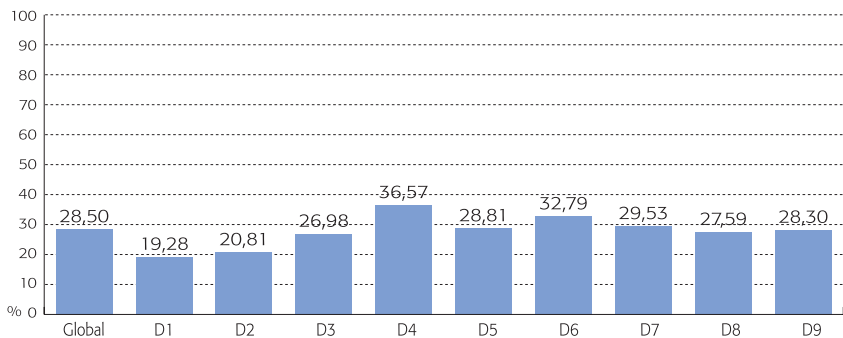
25. Entrega os aceites de cociña a algunha empresa especializada ou lévaos a puntos limpos?



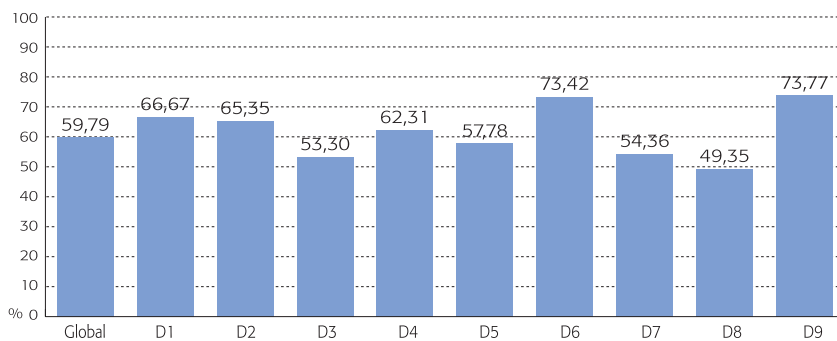
26. Evita comprar aerosois?



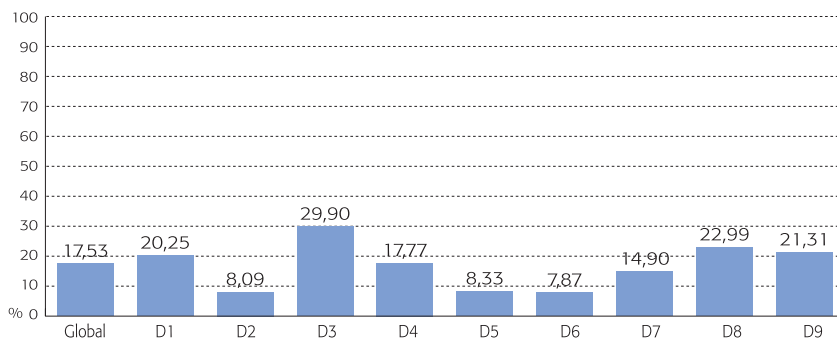
27. Substitúe, na medida do posíbel, os produtos tóxicos de limpeza por outras alternativas naturais?



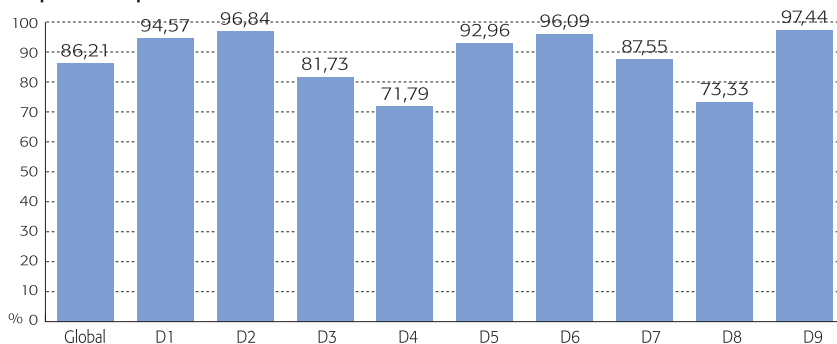
28. Imprime polas dúas caras a fin de aforrar consumo de papel?



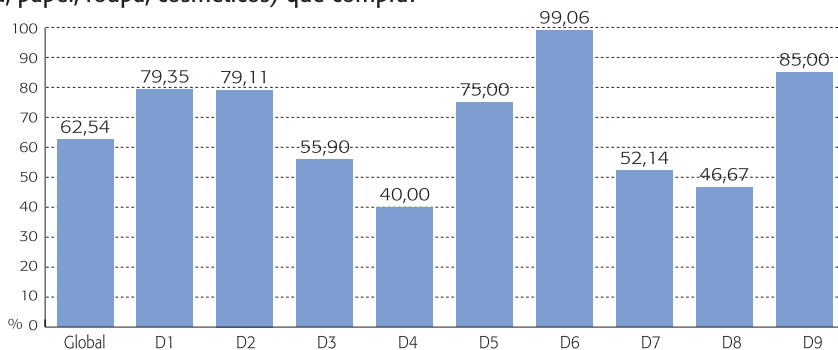
29. Á hora de comprar bebidas refrescantes, evita comprar latas de aluminio?



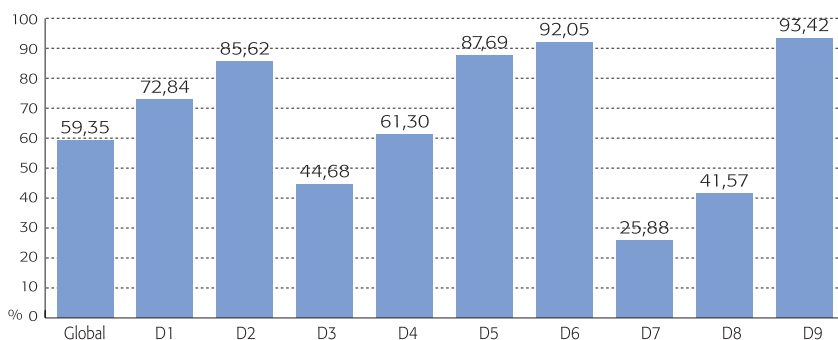
30. Reutiliza as bolsas de plástico que lle dan no supermercado utilizándoas para o seu lixo doméstico por exemplo?



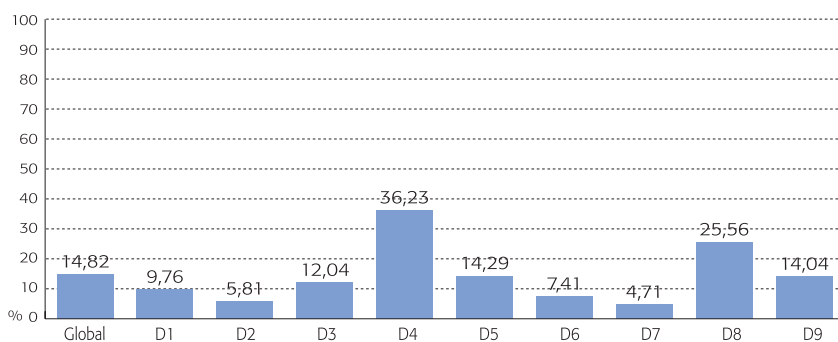
31. Controla a verdadeira necesidade dos diferentes produtos (alimentos, produtos da limpeza, papel, roupa, cosméticos) que compra?



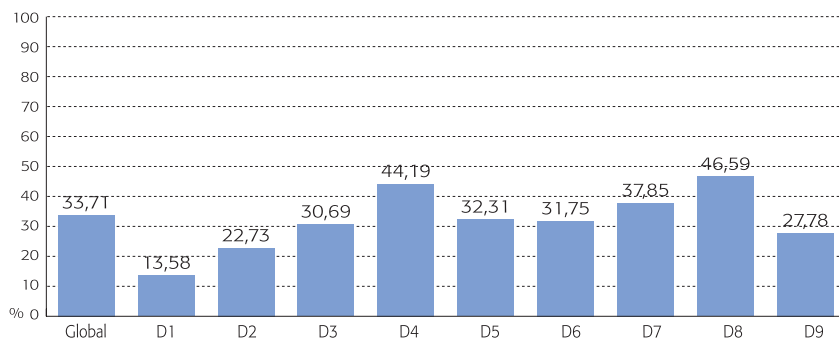
32. Tenta comprar os produtos alimenticios (verduras, peixe, frutas) de temporada?



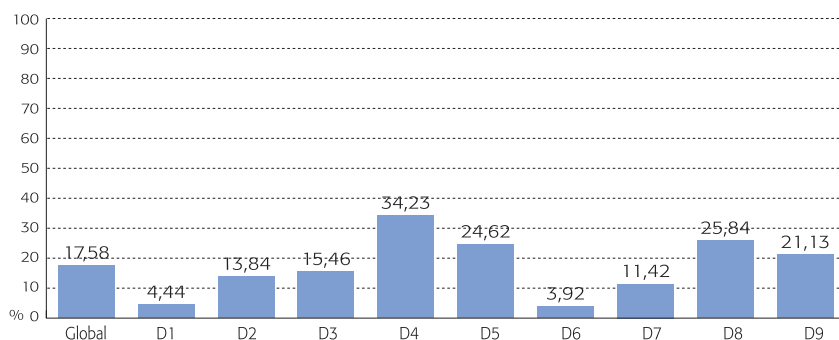
33. Consume produtos que exhiben algún tipo de etiqueta ecolóxica?



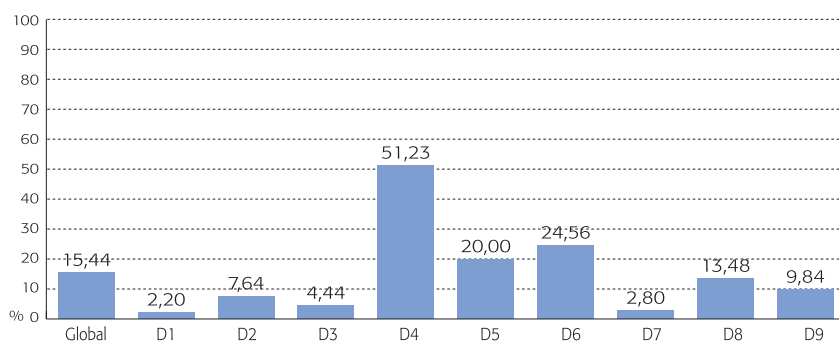
34. Usa alternativas (consellos caseiros) para evitar a compra indiscriminada de produtos de limpeza?



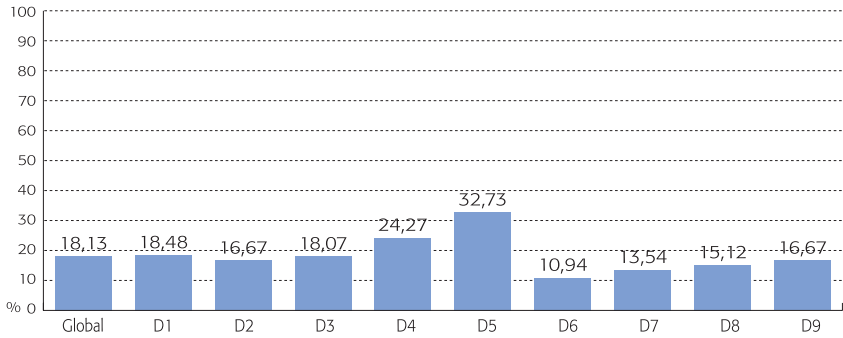
35. Utiliza produtos reciclados?



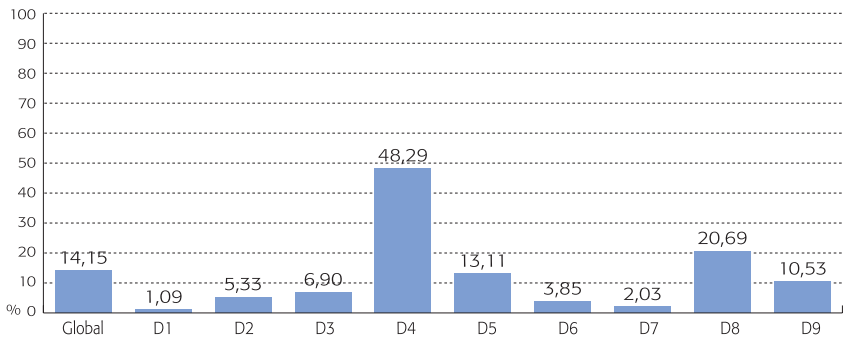
36. Adquire preferentemente produtos procedentes da agricultura e gandería ecolóxica?



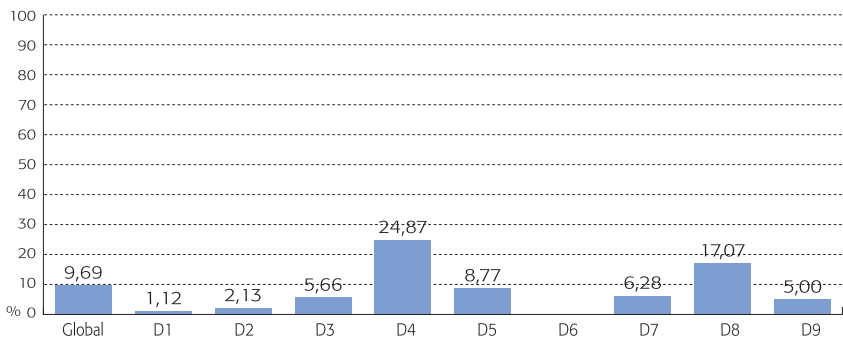
37. Compra produtos de aseo compostos por substancias naturais, non químicos?



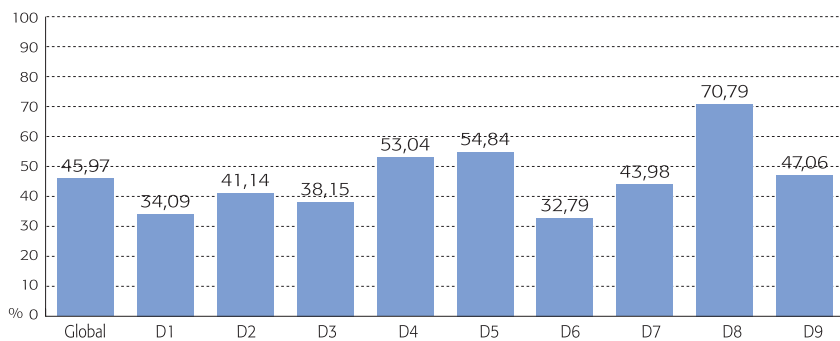
38. Tenta comprar produtos certificados coa marca de comercio xusto?



39. Á hora de comprar un moble, ten en conta se se trata de derivados de madeira certificados co logotipo ecolóxico FSC?



40. Á hora de comprar produtos de limpeza, examina o produto tendo en conta os símbolos laranxas que exhibe (tóxico, inflamábel, nocivo, corrosivo...)?



PARTE II

Estudo dos produtos que fomentan a sustentabilidade (Indicador B-10)

1. INTRODUCCIÓN

O indicador B-10 ten como obxectivo a medición da disponibilidad e da subministración que se fai ao mercado de produtos que fomentan a sustentabilidade.

Todo iso co obxecto de conseguir incrementar a produción e o consumo de produtos sustentábeis.

DEFINICIÓNS

Os termos “produtos con etiqueta ecolóxica, biolóxico, de fomento de eficiencia enerxética ou certificación madeireira” refírense a produtos que son controlados e certificados por unha organización recoñecida e independente, de acordo a certos criterios de produción, metodoloxía, uso e distribución desde un punto de vista ecolóxico.

A expresión “produtos para un comercio máis xusto” refírese a produtos controlados e certificados, e está baseado nun criterio relativo a métodos de produción e elaboración equitativa, por unha organización recoñecida e independente.

O envase ecolóxico ou punto verde implica que o fabricante paga a cota ao sistema integrado de xestión (SIG-Ecoembalaxes España, S.A.) dos residuos de envases.

CERTIFICACIÓN E ETIQUETADO

Tan só o 59% dos españois pensa que as etiquetas ecolóxicas garanten o respecto ao medio ambiente e a Organización de Consumidores e Usuarios sobre o descoñecemento e o elevado grao de confusión dos consumidores fronte ás chamadas etiquetas ecolóxicas. Polo tanto, resulta necesario determinar que son as etiquetas ecolóxicas ou ecoetiquetas.

As etiquetas ecolóxicas son logotipos outorgados por unha organización oficial que indican que o produto que a exhibe foi fabricado de forma respectuosa co medio ambiente en cada unha das fases do seu ciclo de vida: extracción de materias primas, produción, distribución (incluída a embalaxe), uso

e distribución final. As etiquetas ecolóxicas tratan de mellorar as vendas e a imaxe do produto etiquetado, sensibilizar progresivamente aos consumidores, ofrecer información exacta e verídica e forzar aos empresarios a asumir a responsabilidade da incidencia dos seus produtos sobre o medio ambiente.

A proliferación de ecoetiquetas existentes nos mercados nacionais e internacionais pode xerar confusión. A tal fin, descríbese o significado das etiquetas sobre as que está baseado o presente estudo. Dentro do Consumo Responsábel áchanse:

ETIQUETA ECOLÓXICA EUROPEA



Posta en marcha pola Comunidade Europea en 1992, non é unha marca que distinga a fabricación ou comercialización dun produto como inocuo desde o punto de vista ambiental fronte a outro; mais si que indica que o produto ecoetiquetado é menos prexudicial en comparación con outros produtos da mesma categoría. A ecoetiqueta engloba a análise de todo o ciclo de vida dun produto e concédese se cumpre determinados requisitos medioambientais, así como criterios de etiqueta ecolóxica. Estes requisitos determínanse en función da matriz de valoración do Anexo I do Regulamento 880/92 que regula a etiqueta.

Utilízase para a seguinte categoría de produtos: papel de escritorio, lavalouzas, lavadoras, secadoras, colchóns, computadores, deterxentes, lámpadas, calzados,, e baséanse nas perspectivas de penetración dos produtos no mercado; na viabilidade das adaptacións técnicas e económicas necesarias e no potencial de mellora do medio ambiente.

O trámite iníciase mediante a solicitude de adhesión por parte do fabricante ou importador do seu produto á concesión da ecoetiqueta. Aprobada a solicitude polo órgano competente, será validada durante tres anos. Pasado ese prazo e se o produto cumpre os requisitos establecidos que, á súa vez, puideron modificarse co fin de ser máis rigorosos, o produto pode renovar o contrato de ecoetiqueta. O organismo competente en España, en materia de etiqueta ecolóxica europea, é AENOR.

AGRICULTURA ECOLÓXICA



Os sistemas de produción de agricultura ecolóxica están regulados polas normas da Unión Europea (Regulamento CEE 2092/91). Estes produtos ofrecen a seguridade de non estar manipulados xeneticamente, e favorecen unha agricultura respectuosa co medio ambiente, evitando a contaminación de pozos e terras, a desertización, o aumento de pragas,. En España, o control e a certificación da produción agraria ecolóxica lévase a cabo, maioritariamente, através de Consellos ou Comités de Agricultura Ecolóxica territoriais, que son organismos dependentes das consellarías ou departamentos de Agricultura das Comunidades Autónomas, ou directamente polas Direccións Xerais adscritas ás mesmas.

Para que o consumidor poda distinguir no mercado os produtos da agricultura ecolóxica, todas as unidades envasadas levan unha etiqueta numerada e un logotipo específico co nome e/ou código da autoridade ou organismo de control e a lenda "Agricultura ecolóxica".

ENVASE ECOLÓXICO



Etiqueta que se pon nos envases e os identifica como aqueles polos cales a empresa envasadora paga un canon, tanto para a súa recollida, como para que este residuo que se xera entre nun circuíto de reciclaxe, evitando a contaminación do medio ambiente (Lei 11/1997 de envases e residuos de envases), polo tanto, non supón que este produto teña unhas características ambientais, senón que o fabricante paga a cota ao sistema integrado de xestión (SIG, Ecoembalaxes España). É o consumidor quen ten que depositar o envase desbotado nos sistemas de recollida selectiva para o posterior reciclado.

ETIQUETA DE EFICIENCIA ENERXÉTICA



A Unión Europea harmonizou a política de etiquetado de diversos electrodomésticos (frigoríficos, conxeladores, lavadoras, secadoras, lavadoras-secadoras e lavalouzas domésticos). O etiquetado enerxético informa ao usuario sobre o consumo de enerxía así como sobre o ruído, a eficacia de secado e lavado, o ciclo de vida normal, etc.

Os fabricantes han de etiquetar cada electrodoméstico cun nivel de eficiencia que se identifica mediante unha letra, do A (maior eficiencia) até o G (menor eficiencia), que é común para todos, e unha escala de cores (desde a verde, para os máis eficientes, até a vermella, para os menos).

COMERCIO XUSTO



O etiquetado é o medio de información dun produto do comercio xusto para que os consumidores o compren e con iso facilitar aos produtores un acceso aos mercados internacionais, de acordo con condicións xustas. O obxectivo das organizacións de comercio xusto é loitar contra a pobreza dos países do Sur e afortalar a posición económica dos produtores marxinalizados nas cadeas comerciais. Tamén dan moita importancia ao desenvolvemento social, á promoción das mulleres e á protección do medio ambiente. Os criterios, en función dos cales se aplica a denominación de comercio xusto, difiren segundo os produtos, mais abranxen cuestións como: prezos garantidos, pagamento previo e pagamento directo aos cultivadores ou ás súas cooperativas. Entre os suxeitos que interveñen no comercio xusto é fundamental a figura do consumidor responsábel que, consciente do seu poder de compra, está disposto a pagar un sobreprezo por un produto elaborado con dignidade e de excelente calidade como unha forma de modificar as relacións comerciais actuais entre países do Norte e do Sur.

Existe unha rede de tendas solidarias especializadas no comercio xusto.

CERTIFICACIÓN MADEIREIRA



Entre as ameazas dos bosques (o 28% da superficie terrestre do planeta) está, principalmente, a súa explotación abusiva e a corta incontrolada. A certificación forestal é un proceso voluntario. O selo correspondente realízase de acordo con criterios de boa xestión, tendo en conta aspectos económicos, ecolóxicos e sociais. A superficie certificada, considerabelmente, nos últimos anos, e existen máis de 3500 produtos derivados da mederia certificada (desde o papel até os móbeis) e un total de 450 empresas. No Estado español existe, desde 1998, o grupo WWF-Grupo 2000, quereúne a 13 empresas de produtores e compradores de madeira certificada. En 1993 creouse o Consello de Certificación Forestal (CFS) para establecer as normas que deberían rexer e reunir as organizacións que certifican a sustentabilidade dos bosques produtivos. Pola súa parte, a estratexia forestal recolle a Certificación Forestal Europea. O organismo competente é AENOR que outorga a certificación "Xestión Forestal Sustentábel".

2. CUESTIONARIO

Con este indicador analízase o grao de preocupación polo medio ambiente, en xeral, e polos produtos que fomentan a sustentabilidade, en particular.

Obtivéronse dous grupos principais de respostas: por unha parte, as relativas aos hábitos de consumo dos cidadáns, como son a influencia dos hábitos de consumo, a frecuencia de compra, os aspectos que inflúen na compra e o consumo de produtos sustentábeis; por outra, as respostas referentes ao grao de coñecemento e preocupación polos produtos que fomentan a sustentabilidade.

De acordo con estes condicionantes, destácase cada un dos aspectos anteriormente referidos.

GRAO DE PREOCUPACIÓN POLO MEDIO AMBIENTE

O 89% dos cidadáns e cidadás europeos recoñecen estar preocupados polo impacto do ser humano no medio ambiente. Sobre esta premisa, a primeira pregunta do estudo céntrase en coñecer a sensibilidade ambiental da cidadanía viguesa.

GRAO DE INFLUENCIA DOS HÁBITOS DE CONSUMO NO MEDIO AMBIENTE

O 20% das persoas de todo o mundo consome o 90% dos recursos do planeta, uns recursos que, na maioría dos casos, son limitados (carbón, petróleo, gas natural,); polo tanto, a concienciación dos cidadáns á hora de practicar un consumo responsable é vital para camiñar cara un desenvolvemento sustentábel.

A segunda cuestión formulada á cidadanía viguesa ten como obxectivo coñecer a súa percepción en canto á incidencia do consumo na degradación do medio ambiente.

GRAO DE CONCIENCIACIÓN AMBIENTAL A RESPECTO DA COMPRA DIARIA

Determinada a percepción dos habitantes de Vigo sobre a relación existente entre os hábitos de consumo e o medio ambiente, a seguinte cuestión dará a coñecer se na actitude dos cidadáns, á hora de optar entre un ou outro produto, está a variábel ambiental ou, o que é o mesmo, se o feito dun produto ser máis respectuoso co medio ambiente que outro é un factor determinante á hora de que o consumidor o elixa.

GRAO DE COÑECEMENTO DE PRODUTOS QUE FOMENTAN A SUSTENTABILIDADE

Para o consumidor resulta difícil medir o impacto real sobre o medio ambiente do produto que compra. As etiquetas medioambientais ou ecolóxicas deberían axudarlle a obter esta información e a

exercer así a súa opción de compra tendo en conta a variábel ambiental. Por iso, esta pregunta ten como finalidade determinar o grao de coñecemento dos produtos que fomentan a sustentabilidade por parte dos habitantes de Vigo, tales como o comercio xusto, o envase ecolóxico, a certificación para madeiras, a agricultura ecolóxica, a etiqueta ecolóxica europea e a eficiencia enerxética.

FRECUENCIA DE COMPRA DE PRODUTOS SUSTENTÁBEIS.

O obxecto desta pregunta é dupla: por un lado, determinar o compromiso dos vigueses co medio ambiente ao se decidir, na súa compra diaria, por produtos sustentábeis; por outro, constatar a dispoñibilidade dos produtos que fomentan a sustentabilidade nos comercios e determinar, desta maneira, a oferta comercial de tales produtos no municipio vigués.

INFLUENCIA DE DIVERSOS ASPECTOS NA COMPRA DE PRODUTOS SUSTENTÁBEIS.

O prezo:

Sabido de que os produtos que fomentan a tutela ambiental son máis caros que os produtos tradicionais, téntase medir, através desta pregunta, se este feito inflúe no consumidor á hora de se decantar por el.

A dispoñibilidade:

A responsabilidade partillada de produtores, comerciantes e consumidores, á hora de fomentar a comercialización, venda e uso de produtos que fomentan a sustentabilidade, lévanos a formular esta cuestión á cidadanía, e así valorar o grao de afectación que ten a actual oferta de tales produtos no mercado sobre a decisión final do consumidor.

Confianza:

O etiquetado ecolóxico implica selectividade e acreditación ou esixencia duns determinados niveis de calidade do produto; polo tanto, o matiz da confianza ten como fin comprobar se a acreditación logra o seu fin último, o cal non é máis que ofrecerlle ao consumidor unha información veraz sobre o produto en cuestión.

Respecto polo medio ambiente:

Quérese determinar, através desta cuestión, de que maneira inflúe na decisión de compra do cidadán o respecto polo medio ambiente do produto certificado.

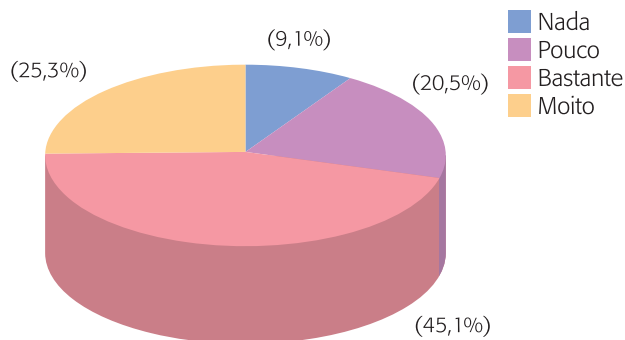
GRAO DE PRESENZA DALGÚNS PRODUTOS ECOLÓXICOS.

Faise unha incidencia específica sobre o papel reciclado, as lámpadas de baixo consumo, os paneis solares e os electrodomésticos de eficiencia enerxética.

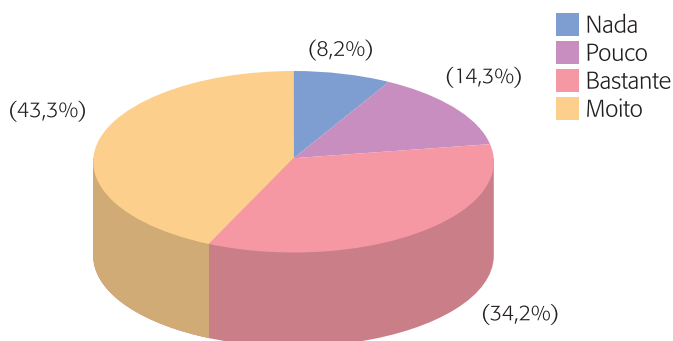
O feito de que nos lares vigueses exista, xa sexa dunha forma voluntaria ou involuntaria, algún destes produtos implica, por un lado, o grao de sensibilidade ambiental dos cidadán e, polo outro, o de implicación do mercado á hora de favorecer a súa disponibilidad através dunha maior información, dunha oferta comercial ou de tácticas de abastecimento e produción.

3. RESULTADOS GLOBAIS

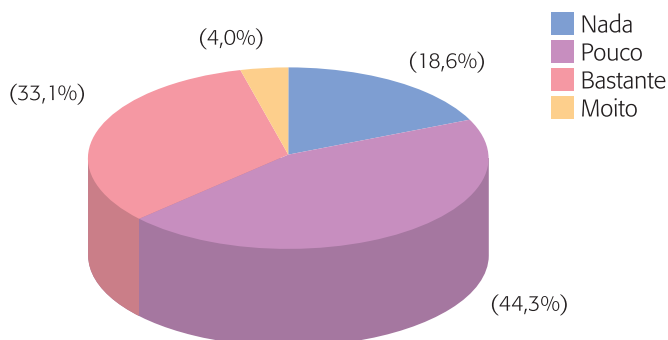
3.1 GRAO DE PREOCUPACIÓN POLO MEDIO AMBIENTE



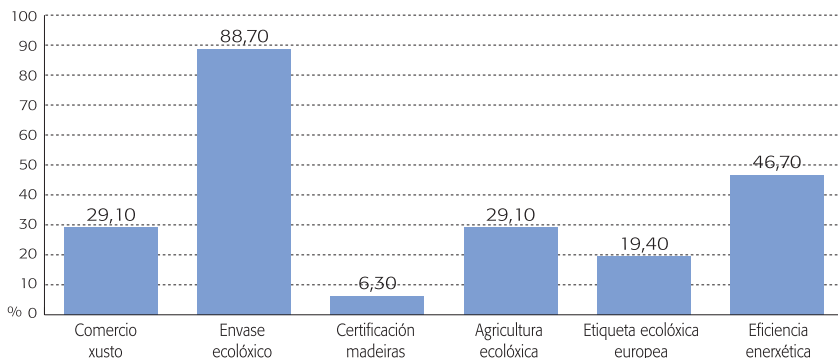
3.2 GRAO DE INFLUENCIA DOS HÁBITOS DE CONSUMO DOS CIDADÁNS NO MEDIO AMBIENTE



3.3 GRAO DE IMPORTANCIA DO MEDIO AMBIENTE NA COMPRA

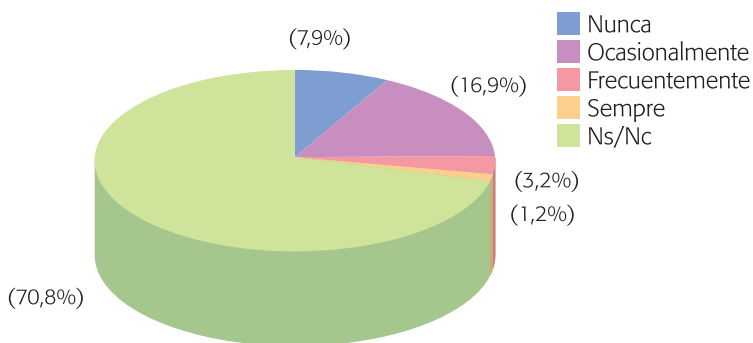


3.4 GRAO DE COÑECEMENTO DE PRODUTOS QUE FOMENTAN A SUSTENTABILIDADE

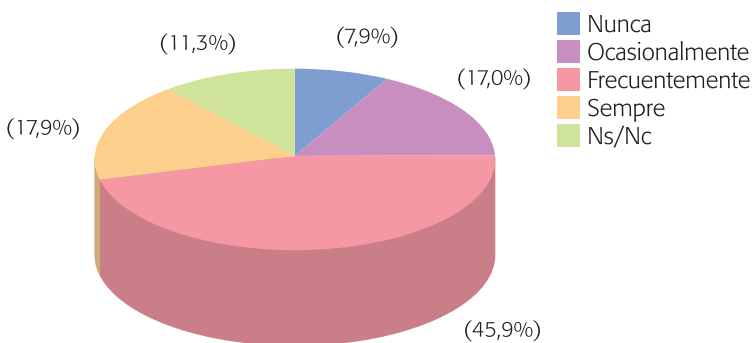


3.5 FRECUENCIA DE COMPRA DE PRODUTOS SUSTENTÁBEIS

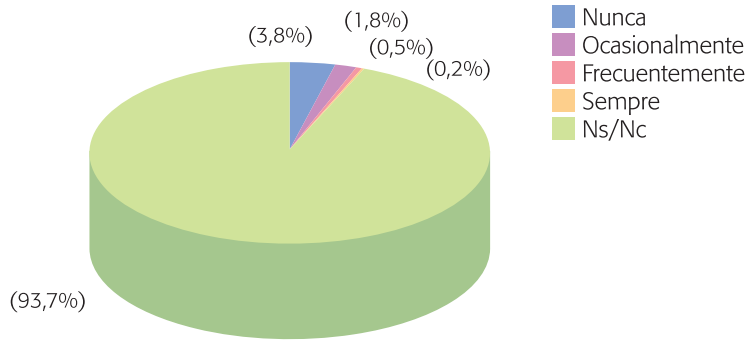
Comercio Xusto



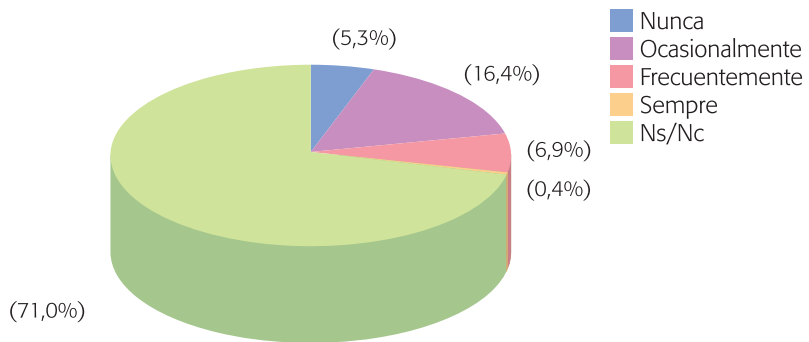
Envase ecolóxico



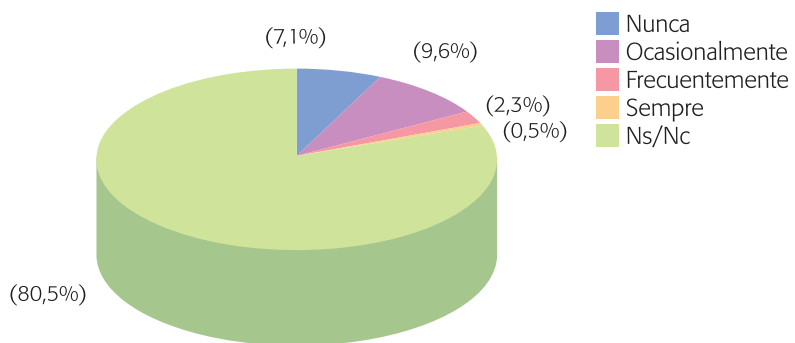
Certificación de madeiras



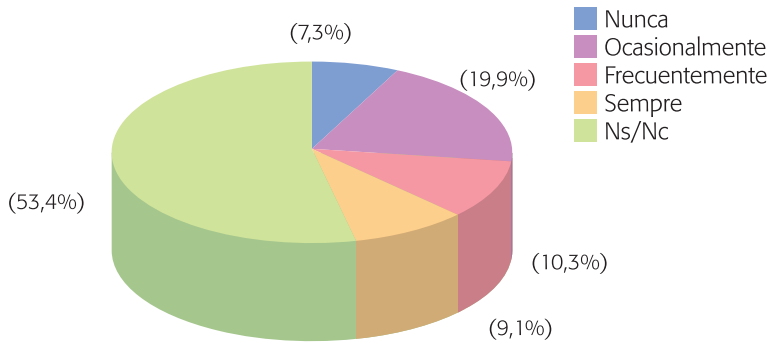
Agricultura ecolóxica



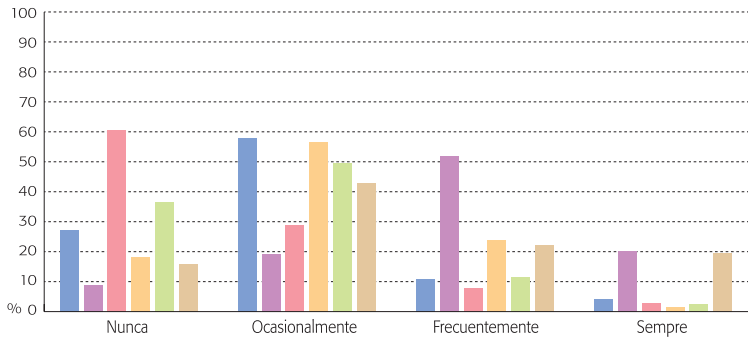
Etiqueta ecolóxica europea



Eficiencia enerxética



Comparativa por produto

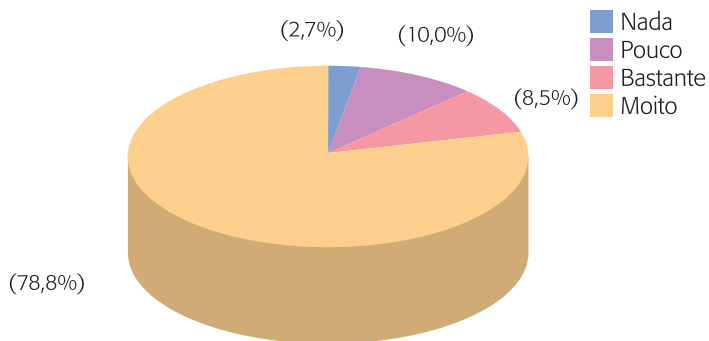


Comercio xusto	27,2%	57,9%	10,9%	4,0%
Envase ecolóxico	8,9%	19,2%	51,7%	20,2%
Certificación de madeiras	60,5%	28,9%	7,9%	2,7%
Agricultura ecolóxica	18,3%	56,4%	23,8%	1,5%
Etiqueta ecolóxica europea	36,5%	49,4%	11,6%	2,5%
Eficiencia enerxética	15,7%	42,8%	22,0%	19,5%

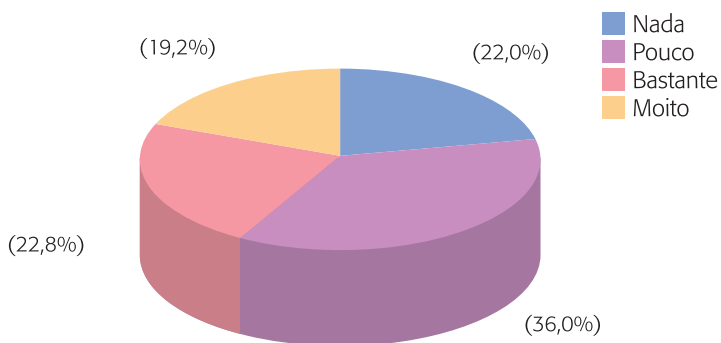
3.6 INFLUENCIA DE DIVERSOS ASPECTOS NA COMPRA DE PRODUTOS SUSTENTÁBEIS

Prezo

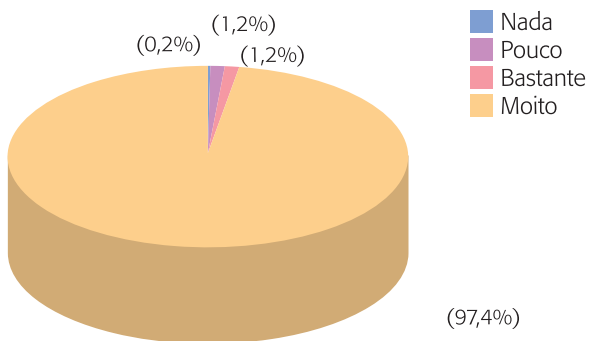
Comercio Xusto



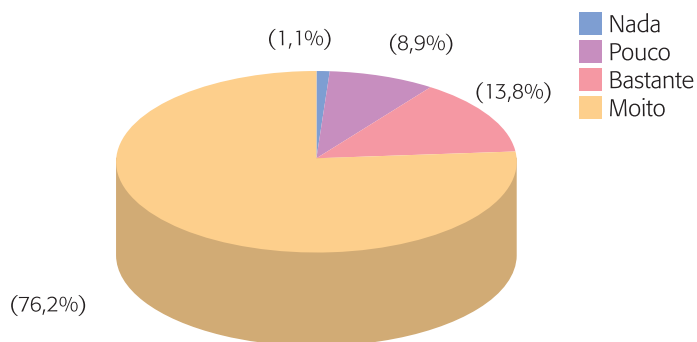
Envase ecolóxico



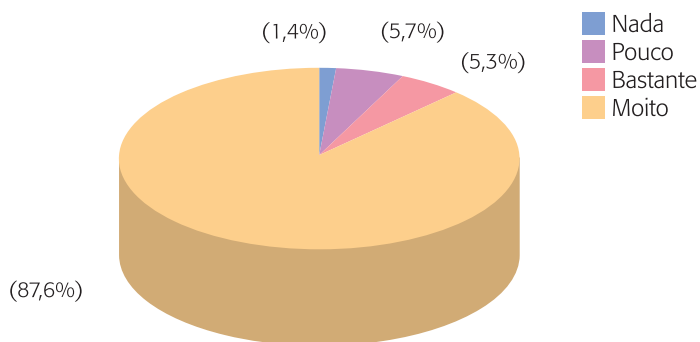
Certificación de madeiras



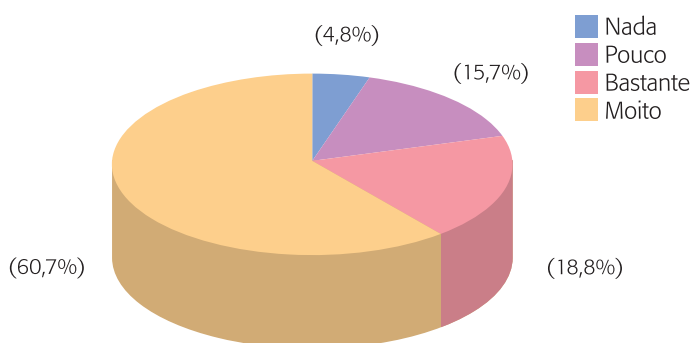
Agricultura ecolóxica



Etiqueta ecolóxica europea

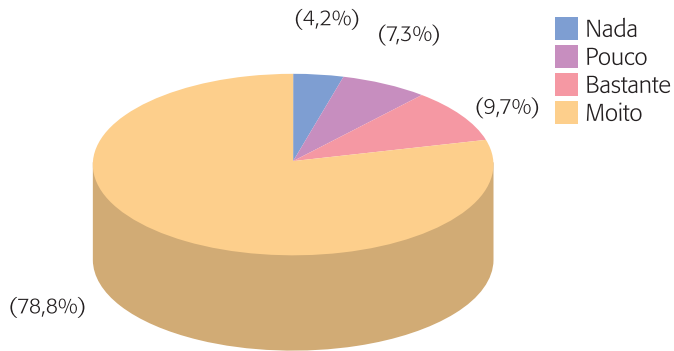


Eficiencia enerxética

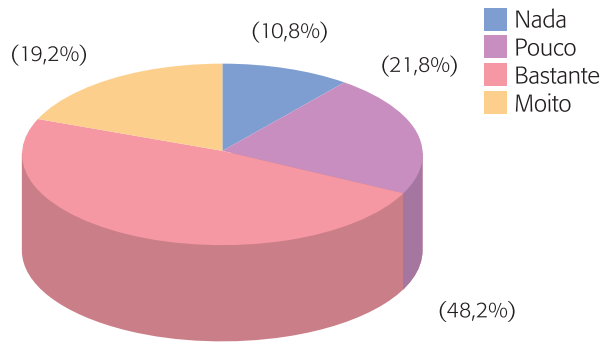


Disponibilidade

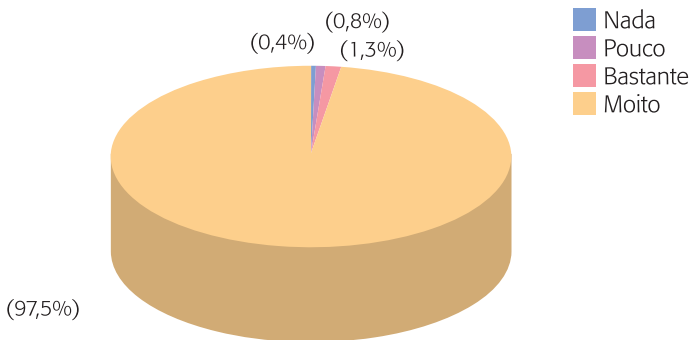
Comercio Xusto



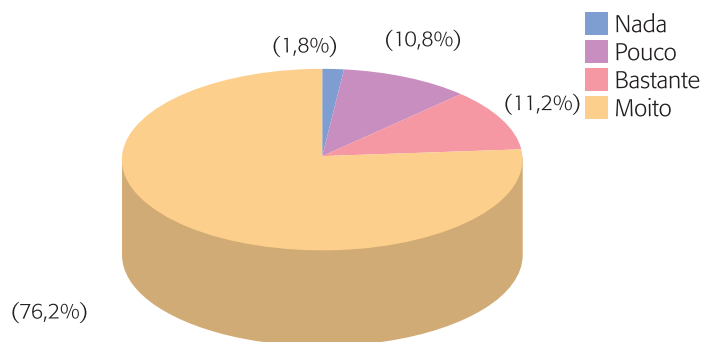
Envase ecolóxico



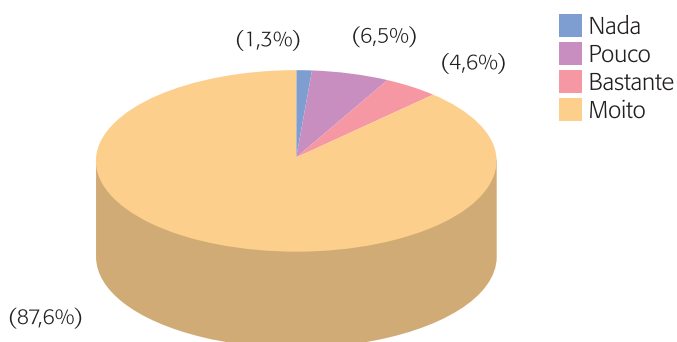
Certificación de madeiras



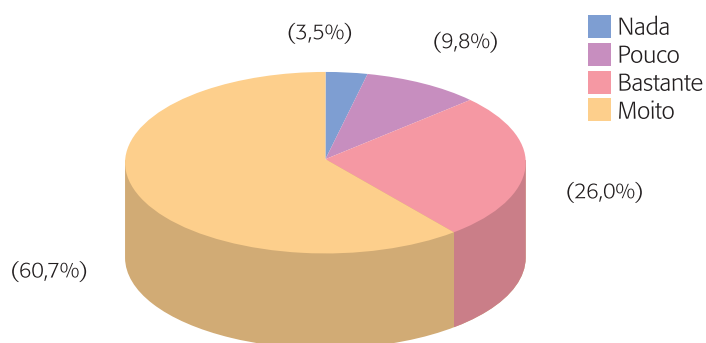
Agricultura ecolóxica



Etiqueta ecolóxica europea

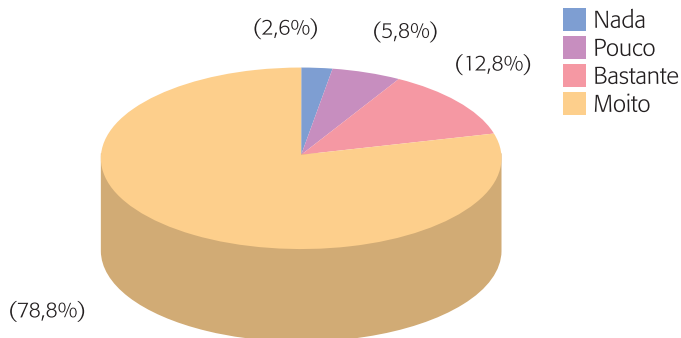


Eficiencia enerxética

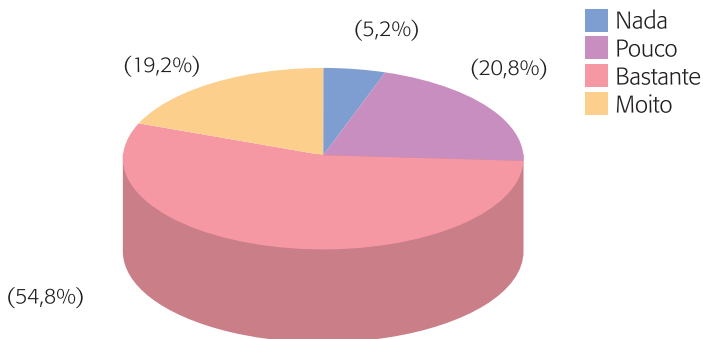


Confianza

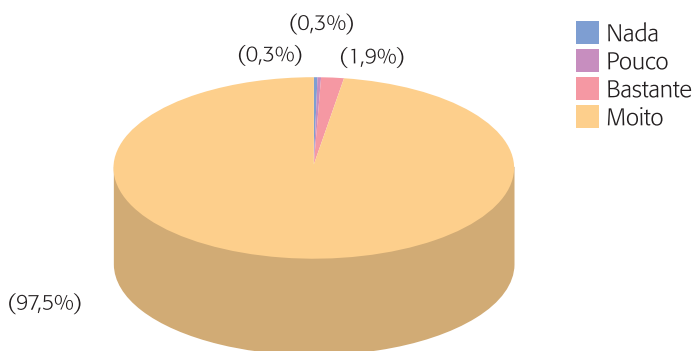
Comercio Xusto



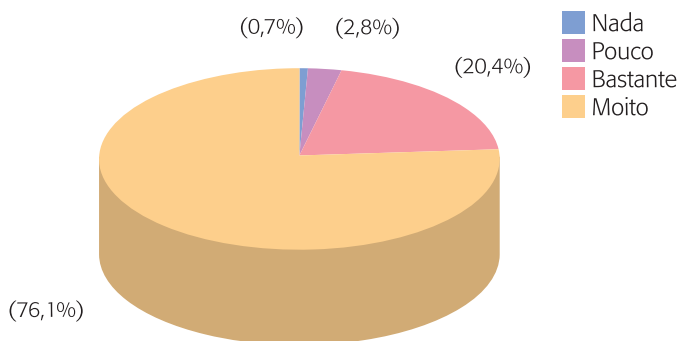
Envase ecolóxico



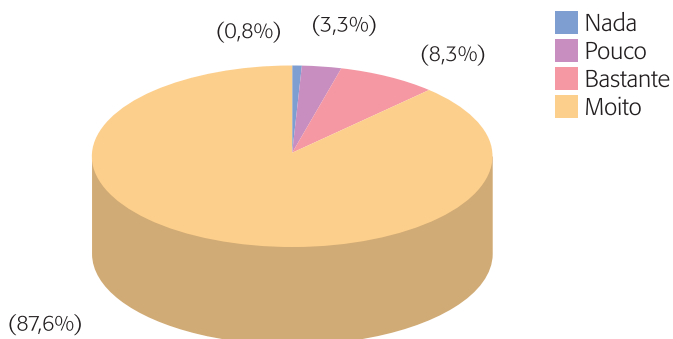
Certificación de madeiras



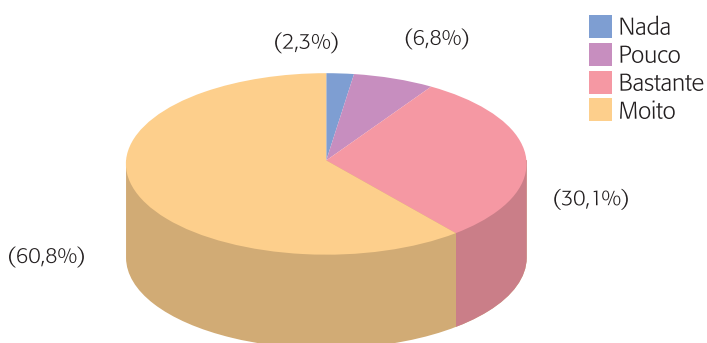
Agricultura ecolóxica



Etiqueta ecolóxica europea

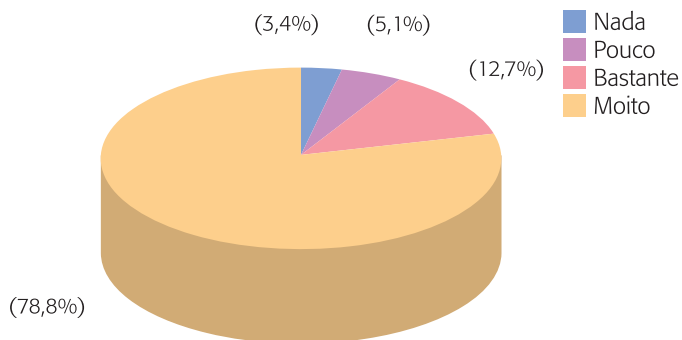


Eficiencia enerxética

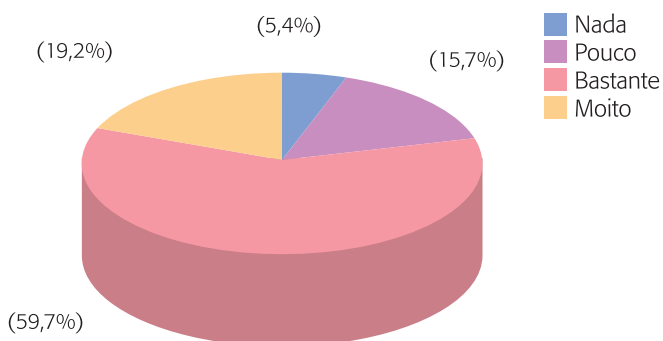


Respecto polo medio ambiente

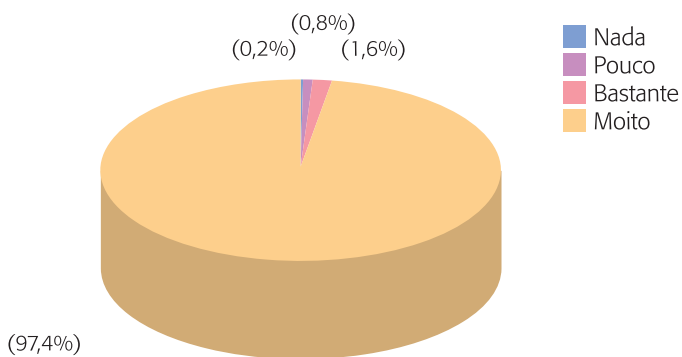
Comercio Xusto



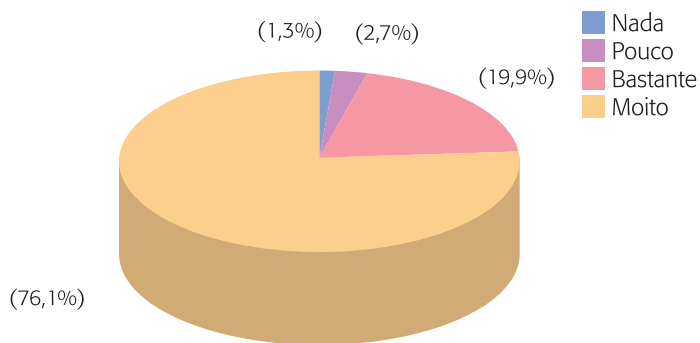
Envase ecolóxico



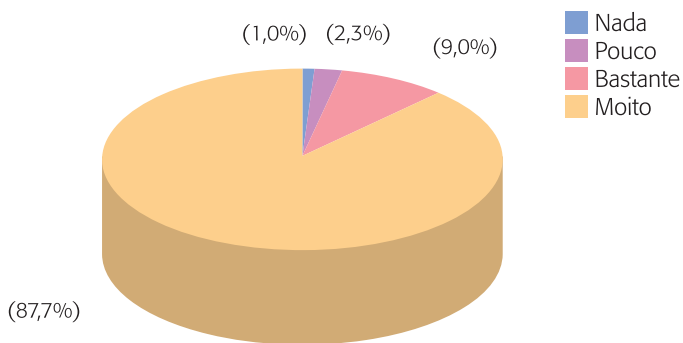
Certificación de madeiras



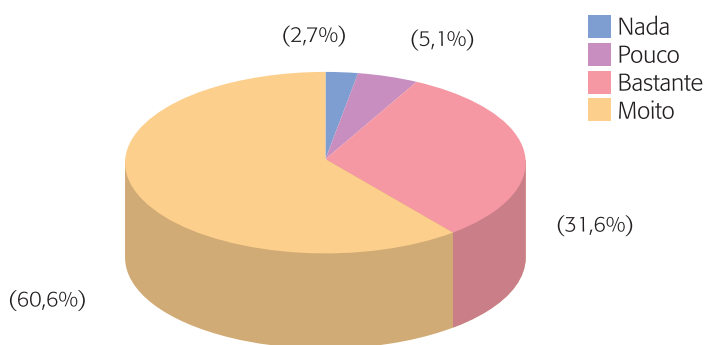
Agricultura ecolóxica



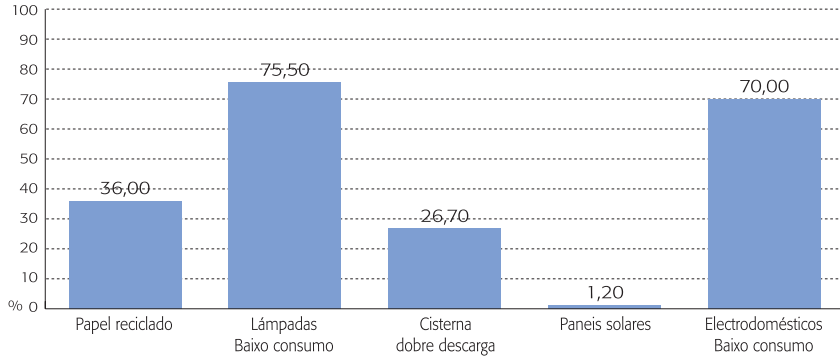
Etiqueta ecolóxica europea



Eficiencia enerxética



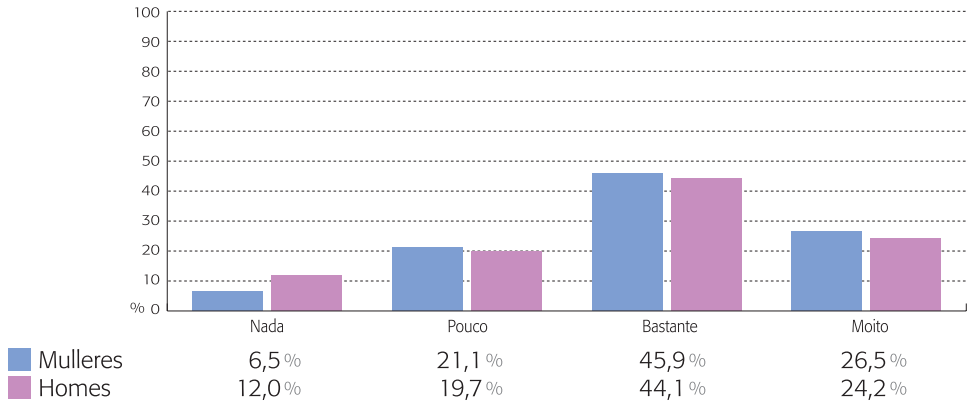
3.7 GRAO DE PREZENZA DALGÚNS PRODUTOS ECOLÓXICOS



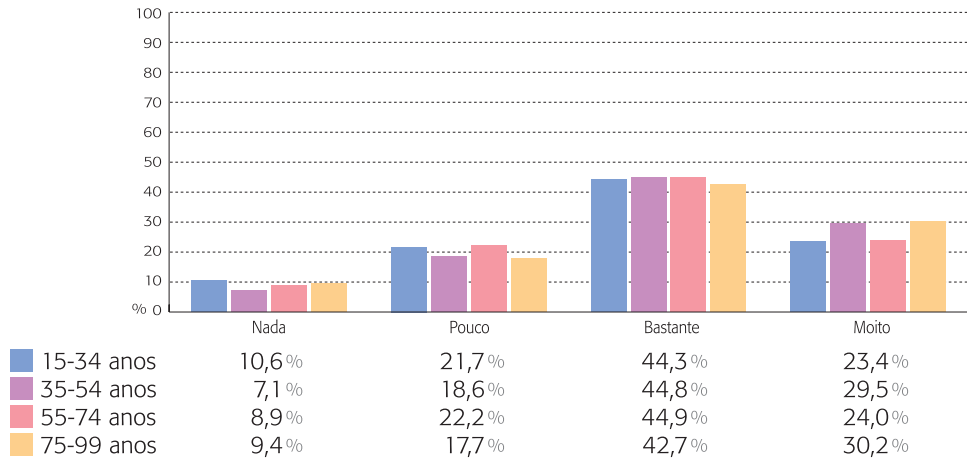
4. ESTUDO COMPARATIVO SEGUNDO A IDADE E O SEXO

4.1 GRAO DE PREOCUPACIÓN POLO MEDIO AMBIENTE

Segundo o sexo

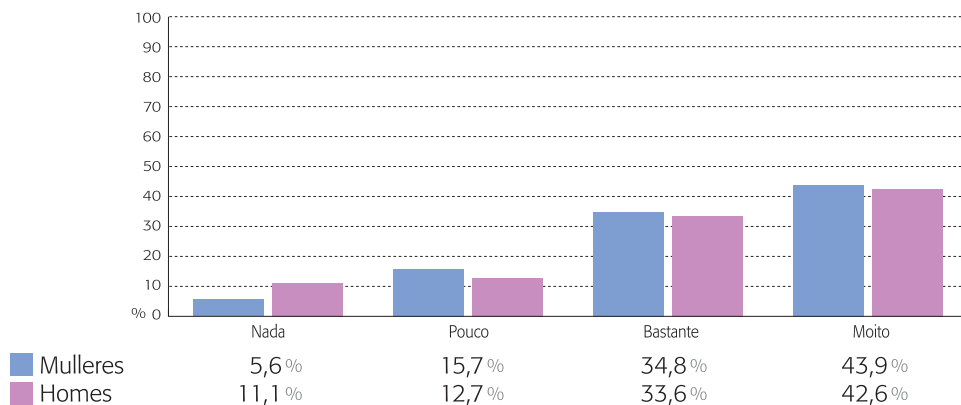


Segundo a idade

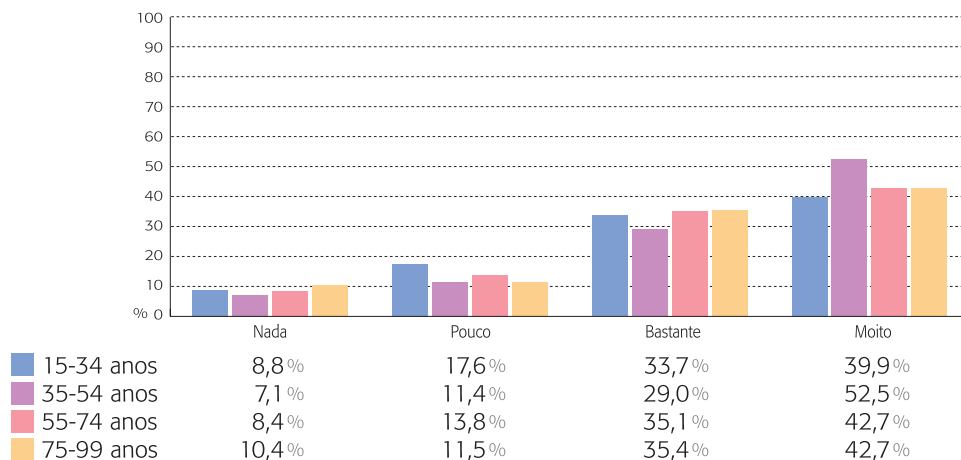


4.2 GRAO DE INFLUENCIA DOS HÁBITOS DE CONSUMO DOS CIDADÁNS NO MEDIO AMBIENTE

Segundo o sexo

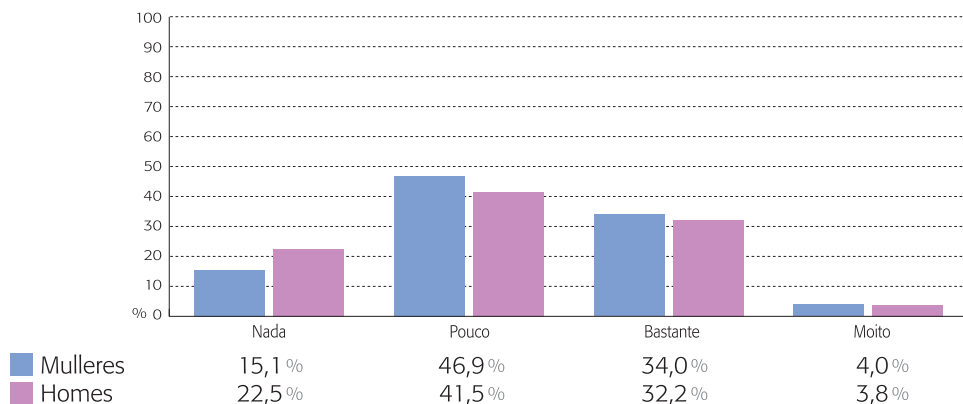


Segundo a idade

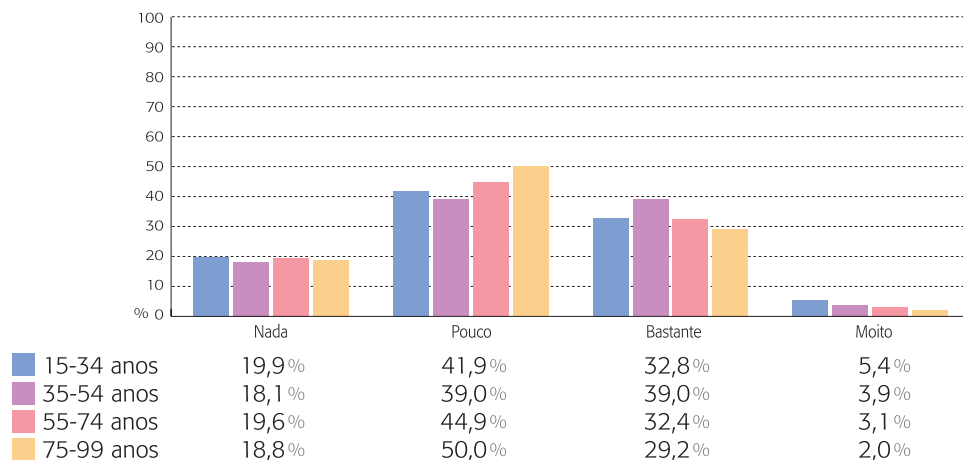


4.3 GRAO DE IMPORTANCIA DO MEDIO AMBIENTE NA COMPRA

Segundo o sexo

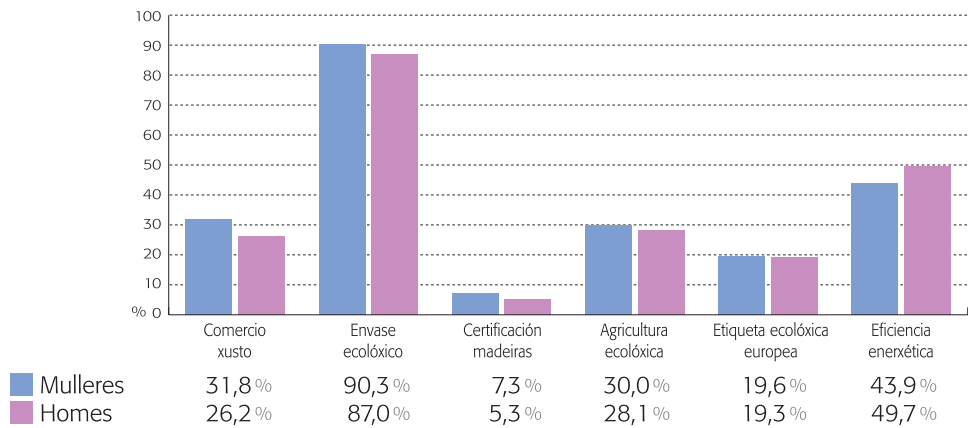


Segundo a idade

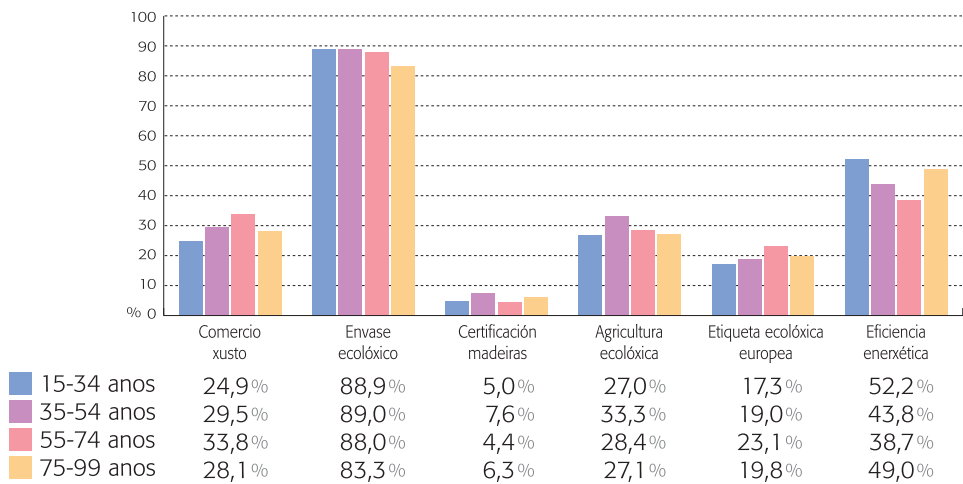


4.4 GRAO DE COÑECEMENTO DE PRODUTOS QUE FOMENTAN A SUSTENTABILIDADE

Segundo o sexo

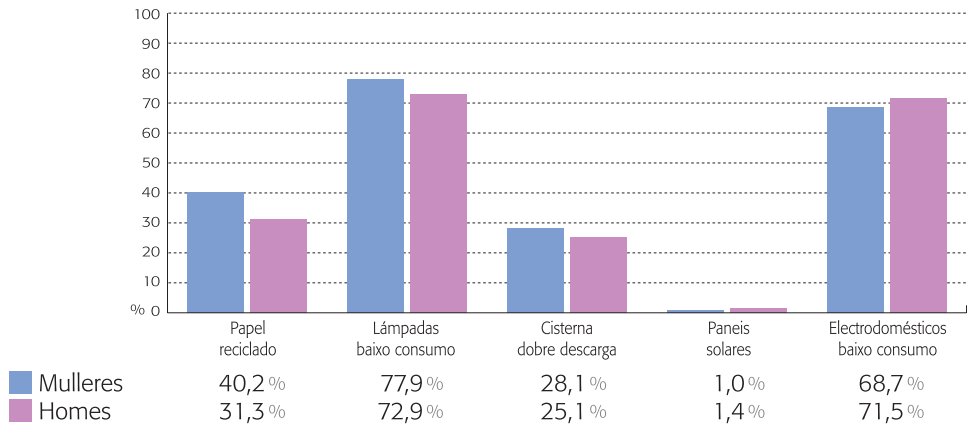


Segundo a idade

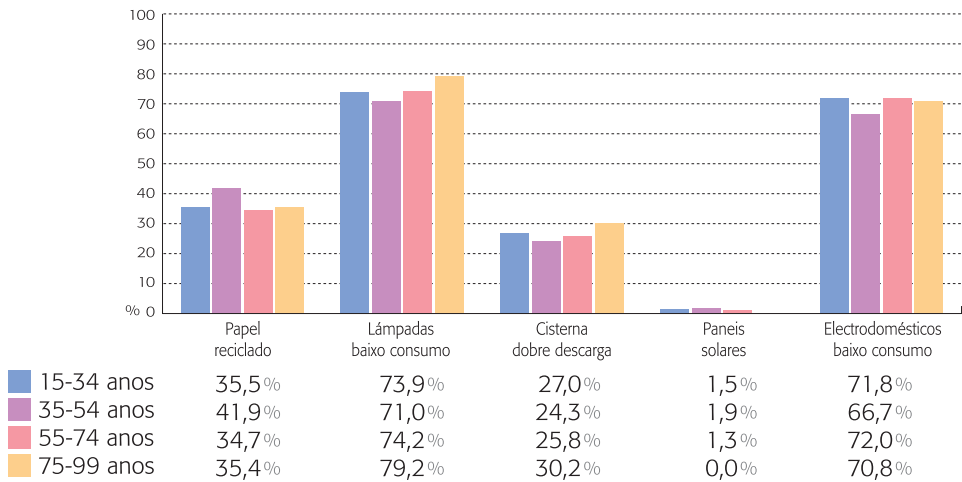


4.5 GRAO DE PREZENZA DALGÚNS PRODUTOS ECOLÓXICOS

Segundo o sexo



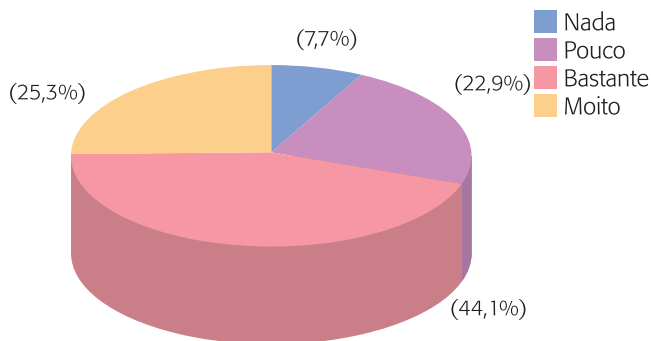
Segundo a idade



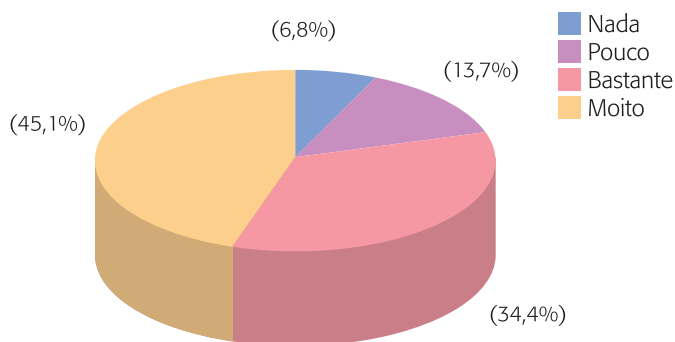
5. RESULTADOS POR ZONAS

5.1 ZONA URBANA

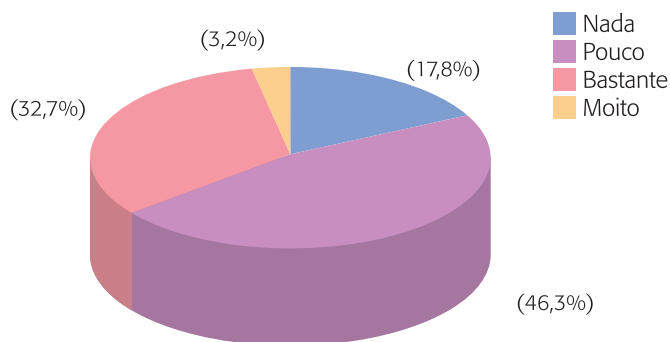
Grao de preocupación polo medio ambiente



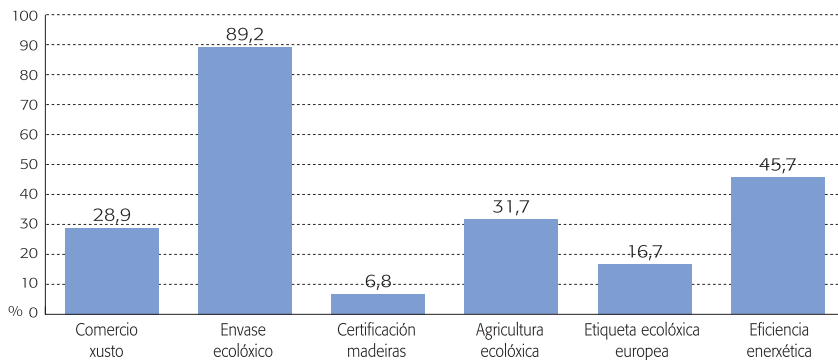
Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente



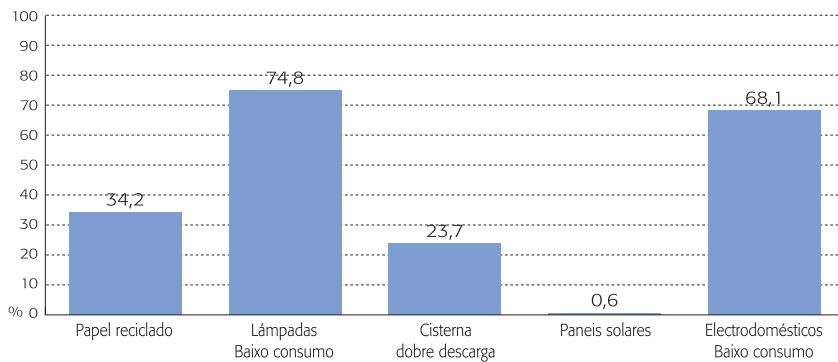
Grao de importancia do medio ambiente na compra



Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade

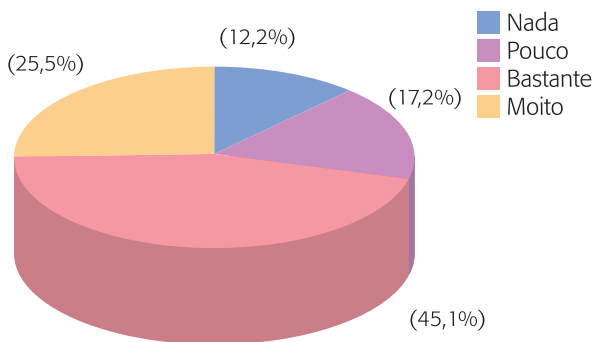


Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos

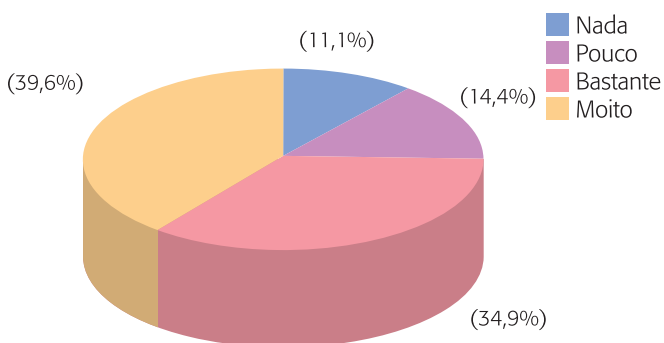


5.2 ZONA SEMIURBANA

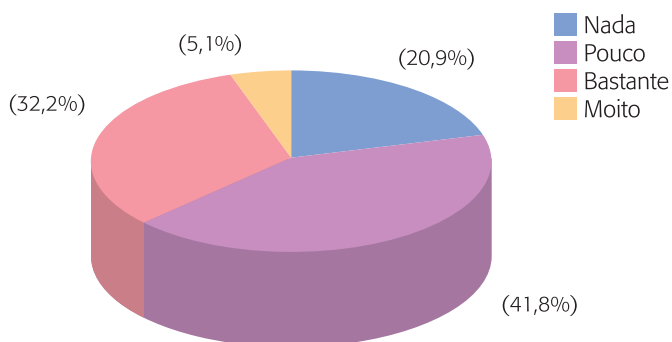
Grao de preocupación polo medio ambiente



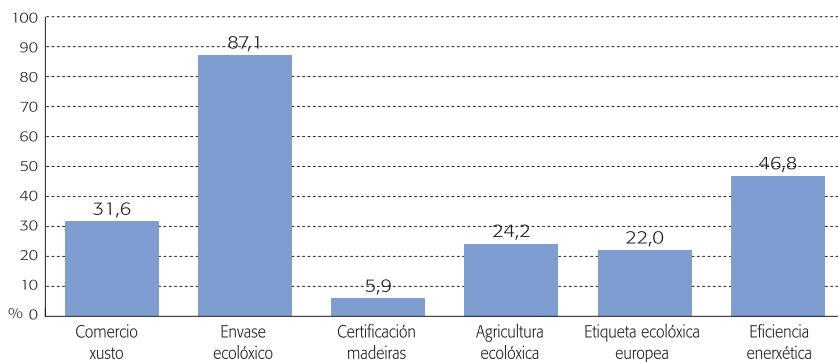
Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente



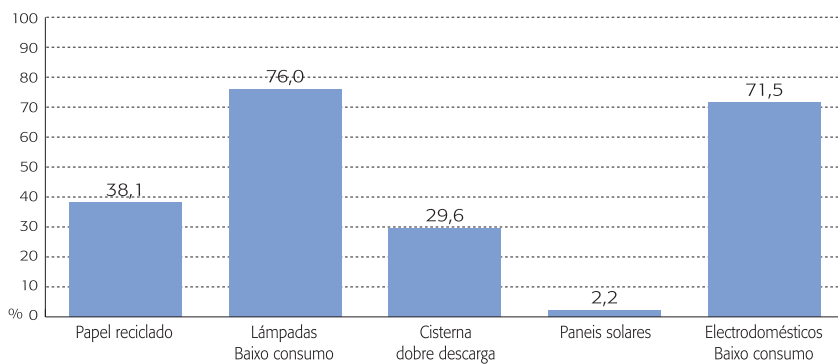
Grao de importancia do medio ambiente na compra



Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade

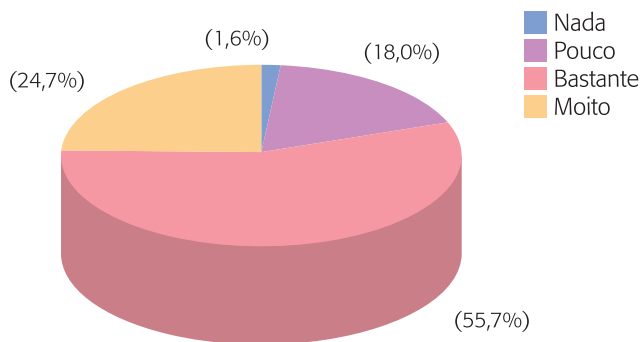


Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos

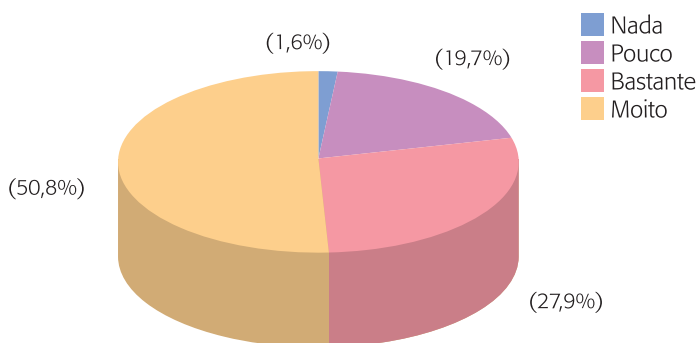


5.3 ZONA RURAL

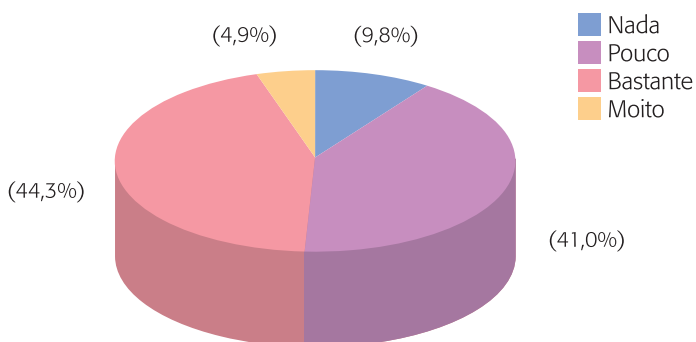
Grao de preocupación polo medio ambiente



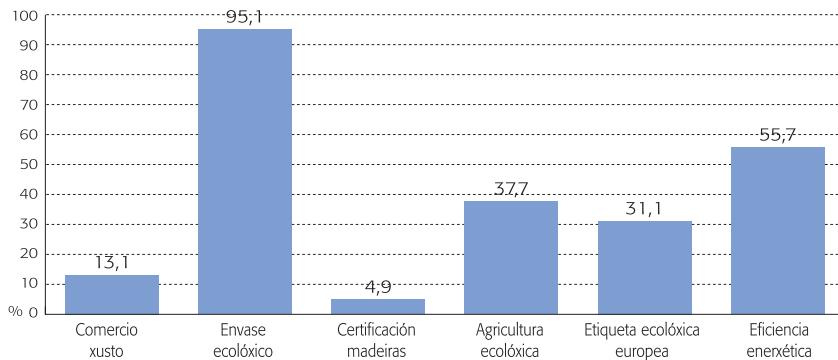
Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente



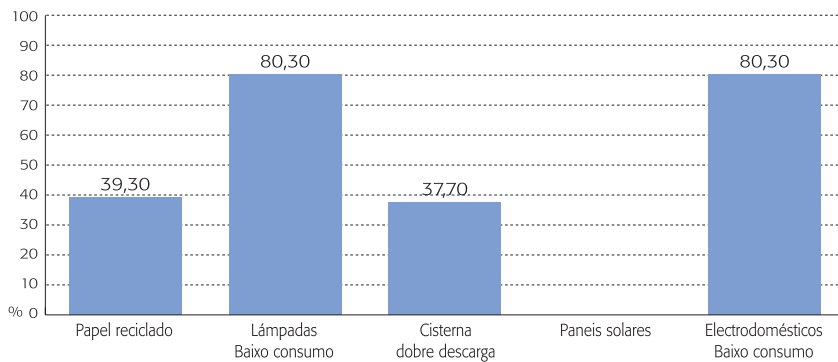
Grao de importancia do medio ambiente na compra



Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade

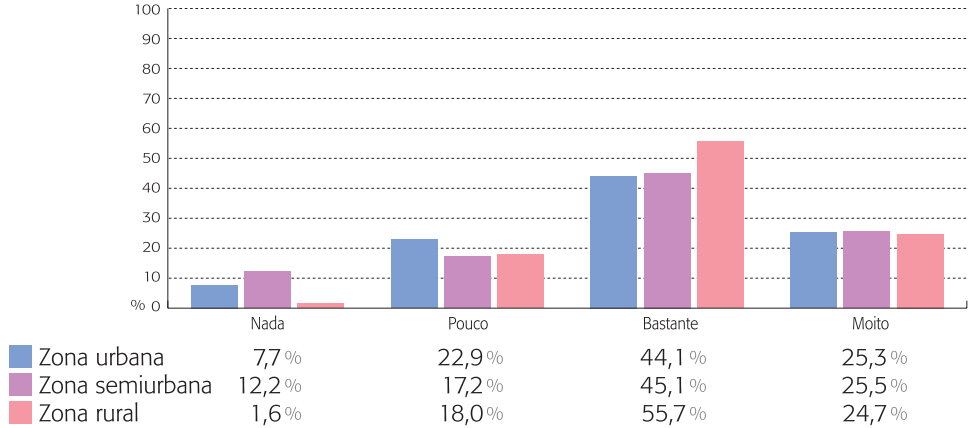


Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos

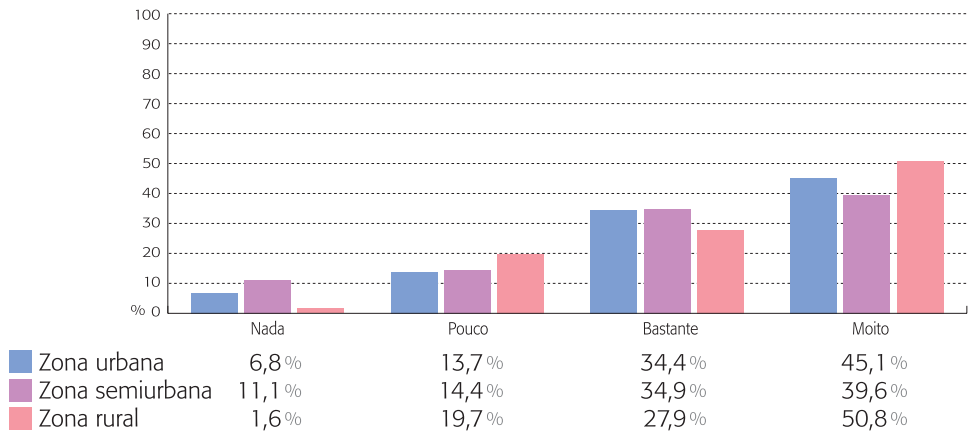


6. TABELAS COMPARATIVAS ENTRE AS TRES ZONAS DE ESTUDO

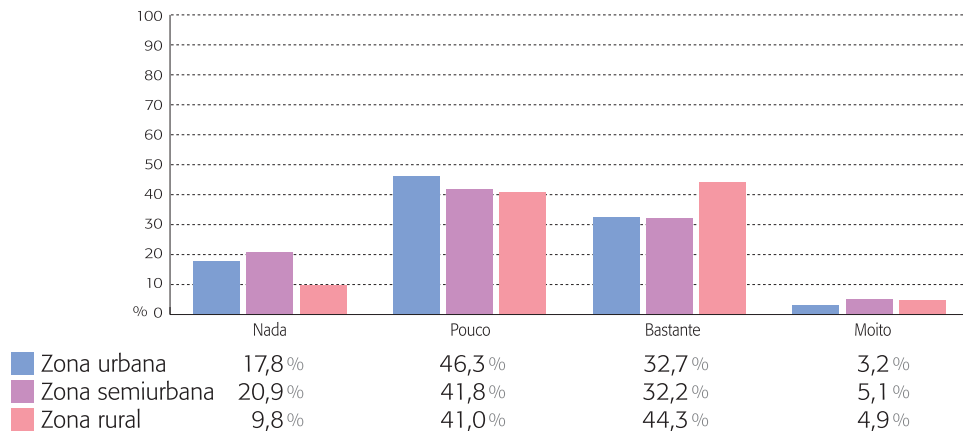
6.1 GRAO DE PREOCUPACIÓN POLO MEDIO AMBIENTE



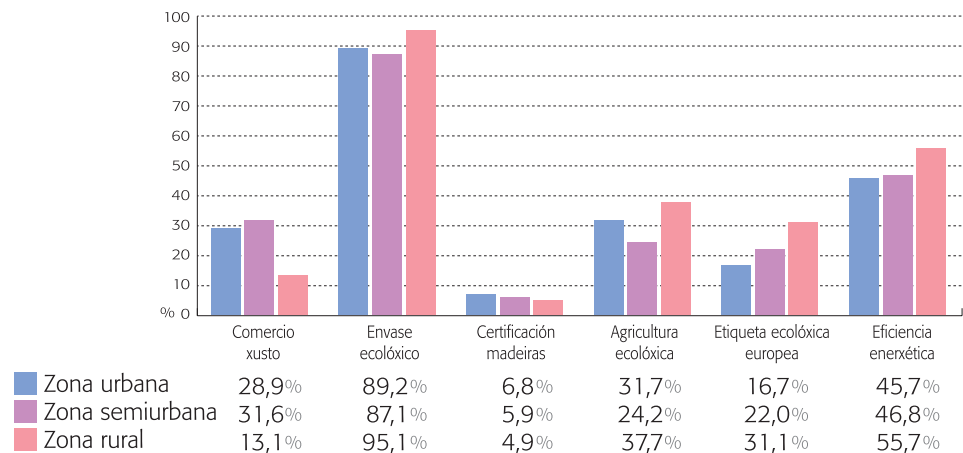
6.2 GRAO DE INFLUENCIA DOS HÁBITOS DE CONSUMO DOS CIDADÁNS NO MEDIO AMBIENTE



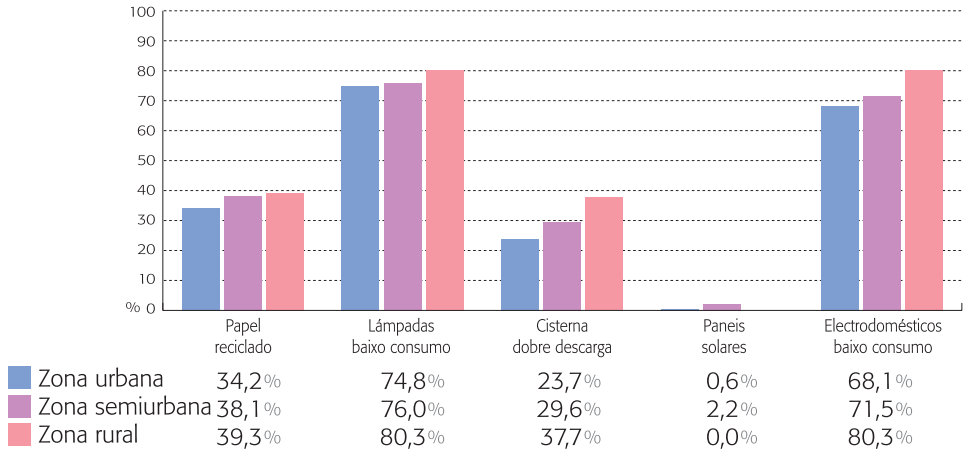
6.3 GRAO DE IMPORTANCIA DO MEDIO AMBIENTE NA COMPRA



6.4 GRAO DE COÑECEMENTO DE PRODUTOS QUE FOMENTAN A SUSTENTABILIDADE



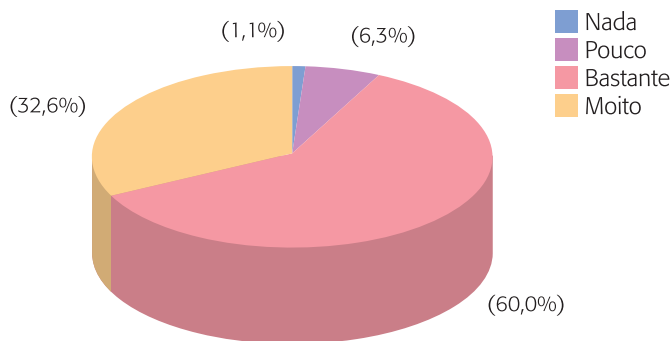
6.5 GRAO DE PRESENZA DALGÚNS PRODUTOS ECOLÓXICOS



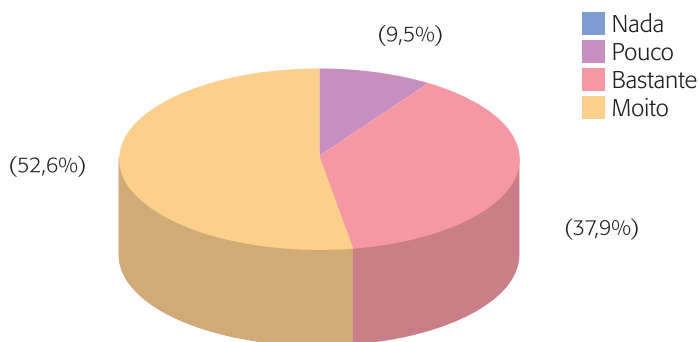
7. RESULTADOS POR DISTRITOS

7.1 DISTRITO 1

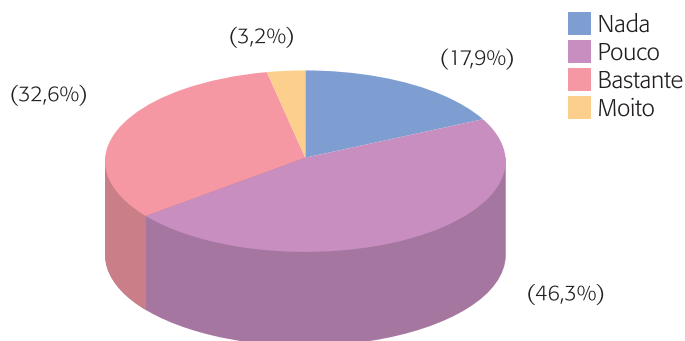
Grao de preocupación polo medio ambiente



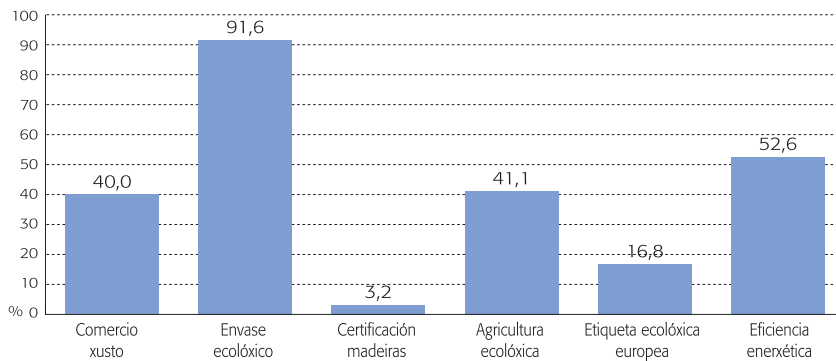
Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente



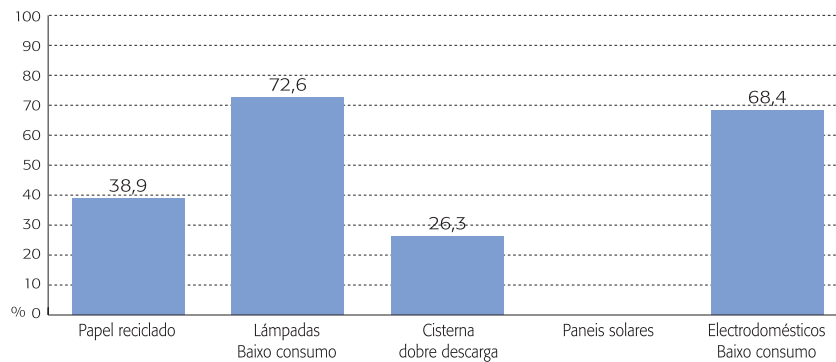
Grao de importancia do medio ambiente na compra



Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade

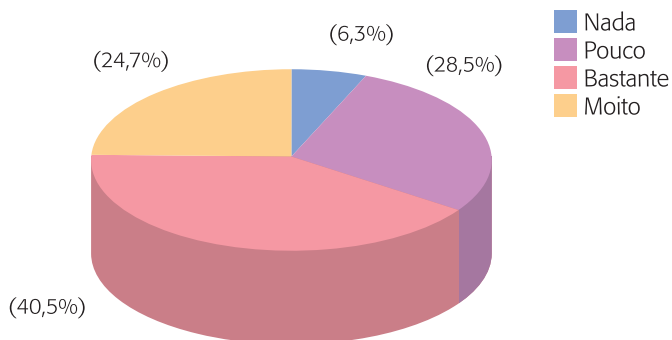


Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos

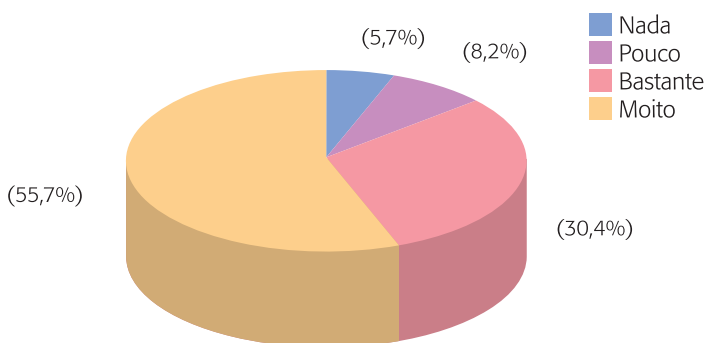


7.2 DISTRITO 2

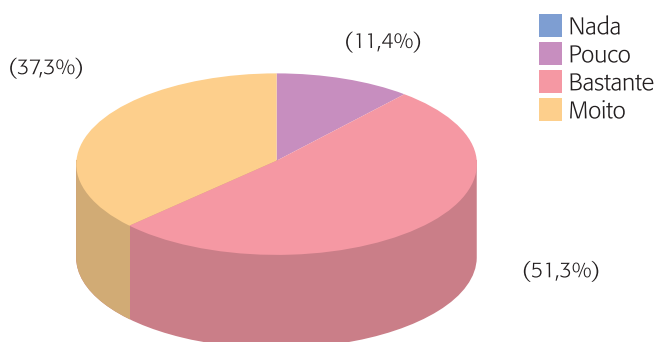
Grao de preocupación polo medio ambiente



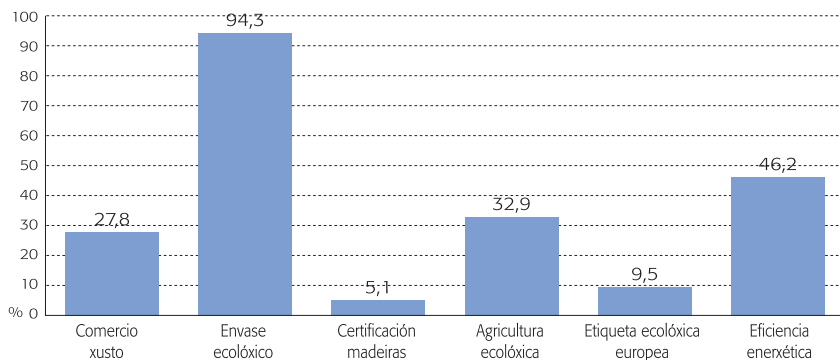
Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente



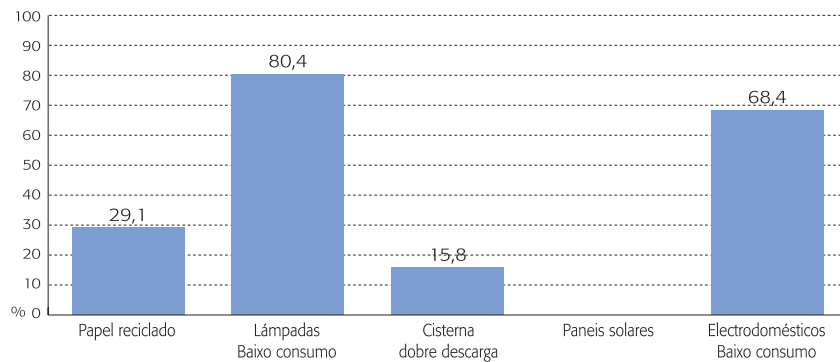
Grao de importancia do medio ambiente na compra



Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade

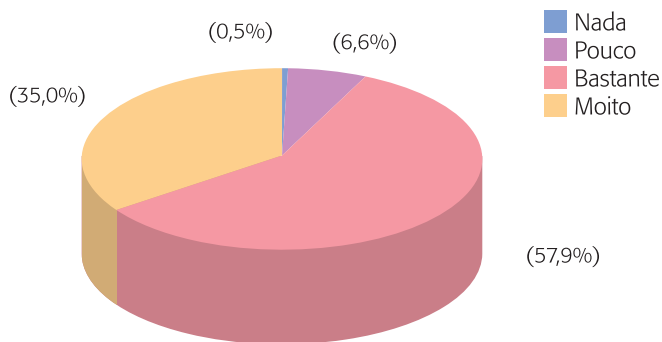


Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos

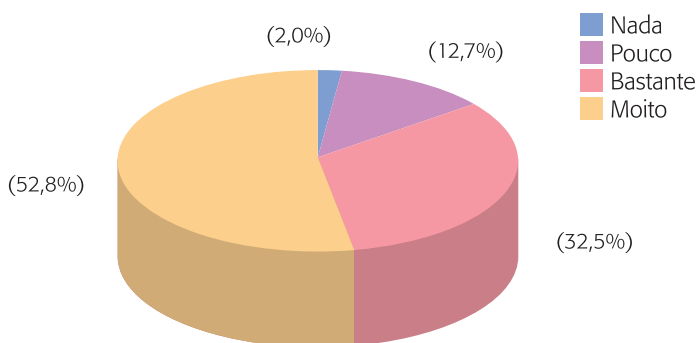


7.3 DISTRITO 3

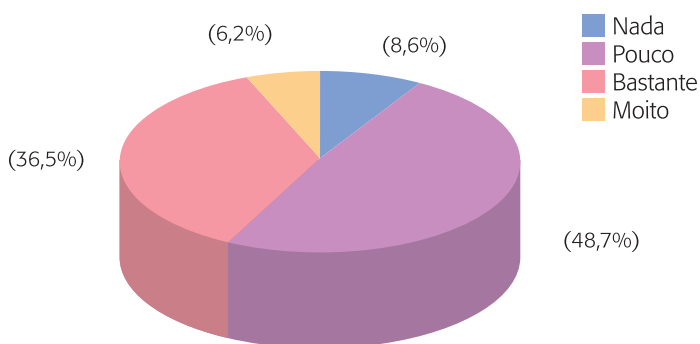
Grao de preocupación polo medio ambiente



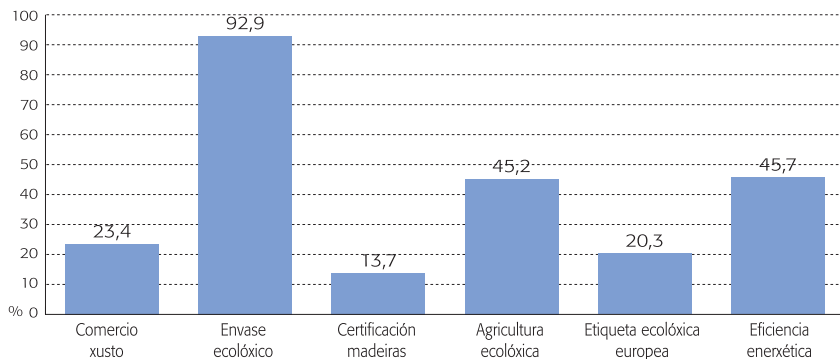
Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente



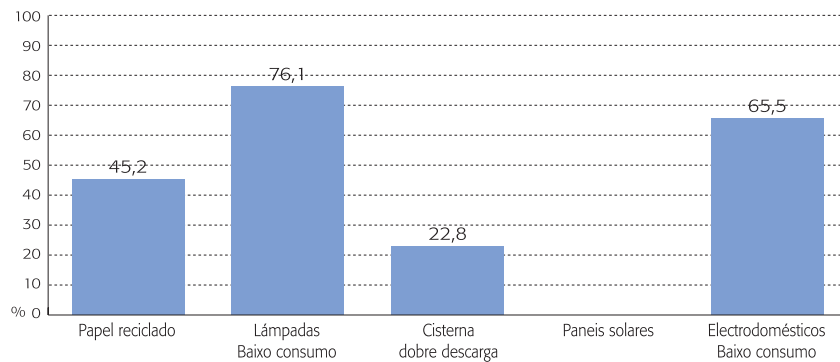
Grao de importancia do medio ambiente na compra



Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade

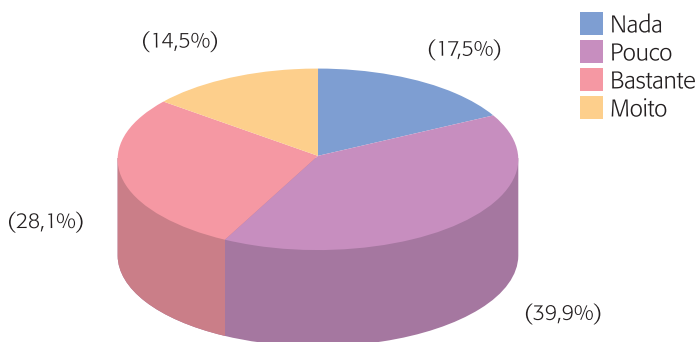


Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos

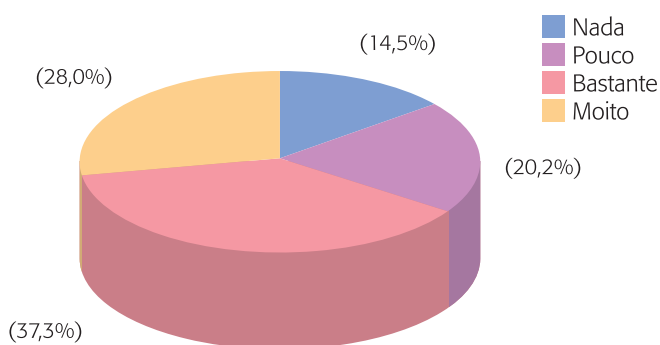


7.4 DISTRITO 4

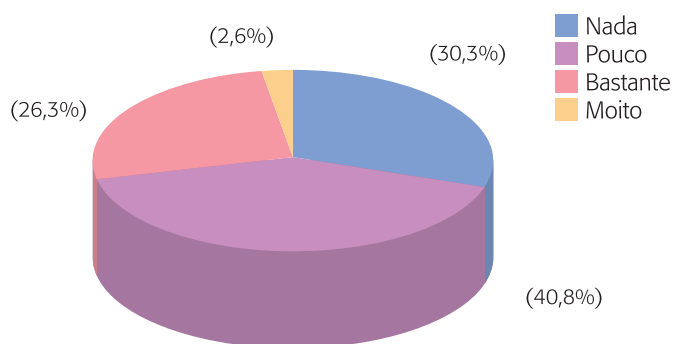
Grao de preocupación polo medio ambiente



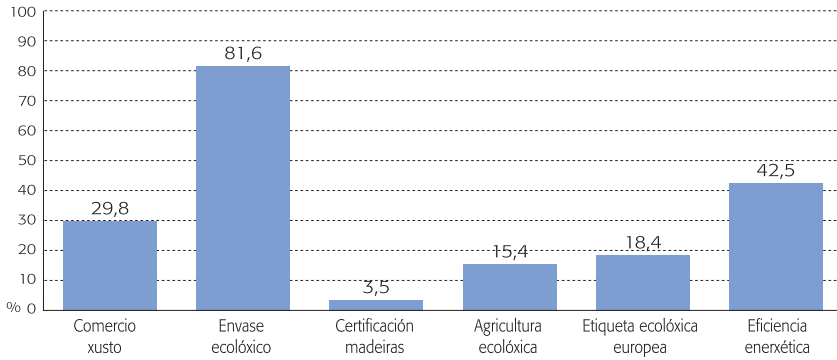
Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente



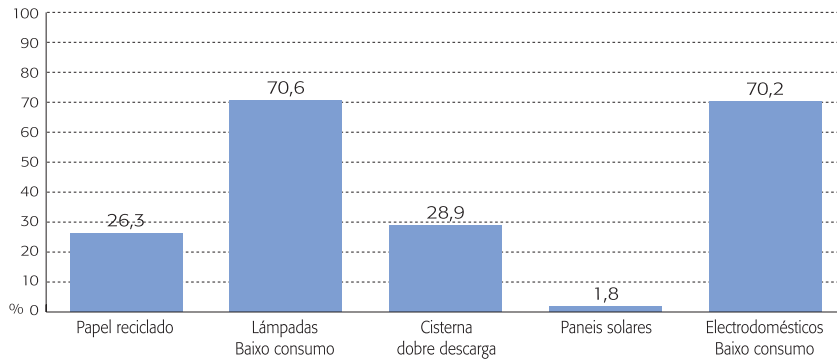
Grao de importancia do medio ambiente na compra



Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade

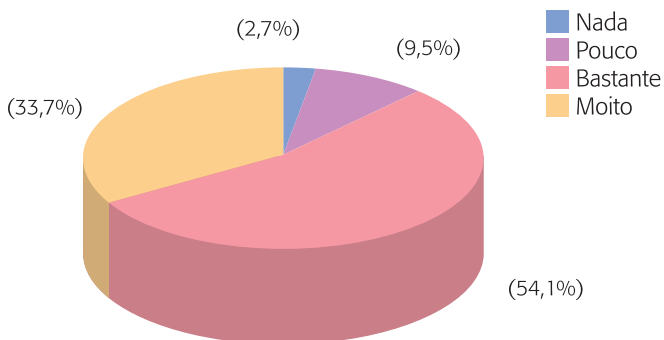


Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos

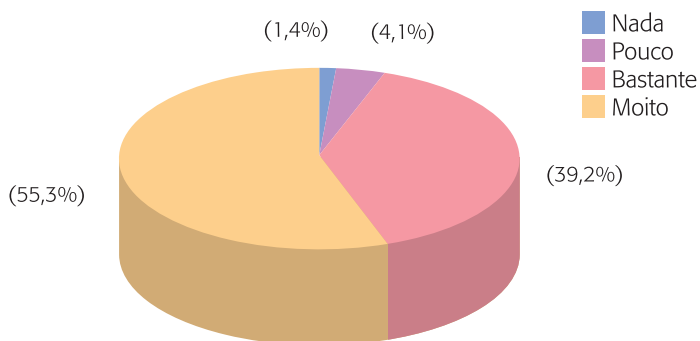


7.5 DISTRITO 5

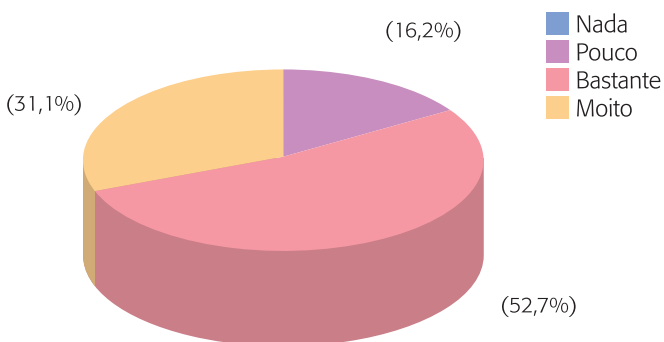
Grao de preocupación polo medio ambiente



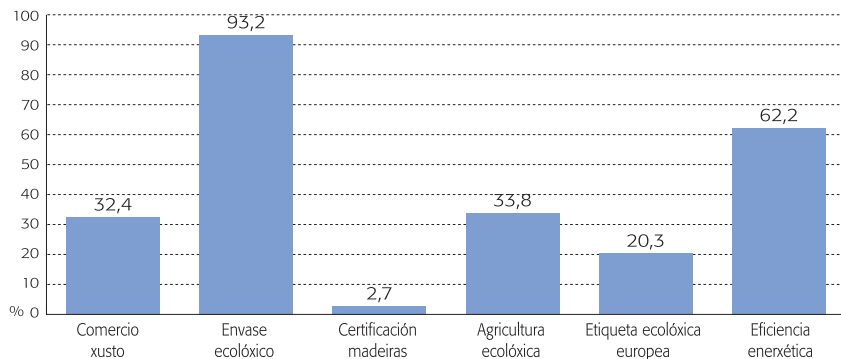
Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente



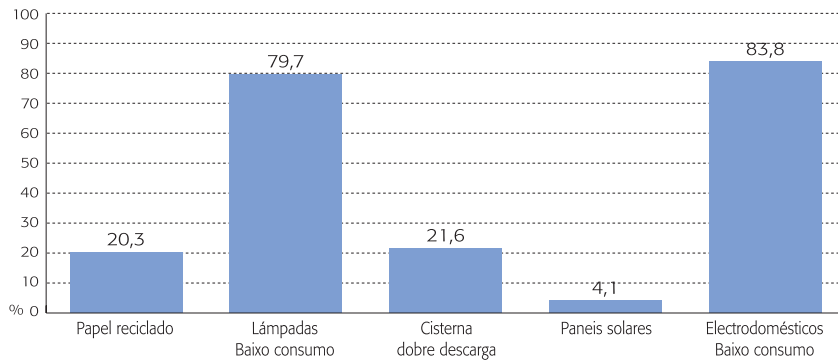
Grao de importancia do medio ambiente na compra



Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade

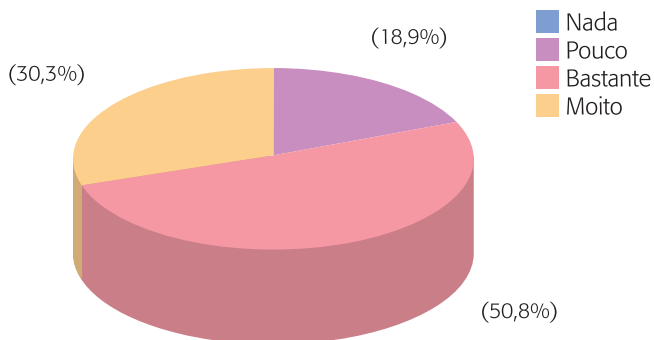


Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos

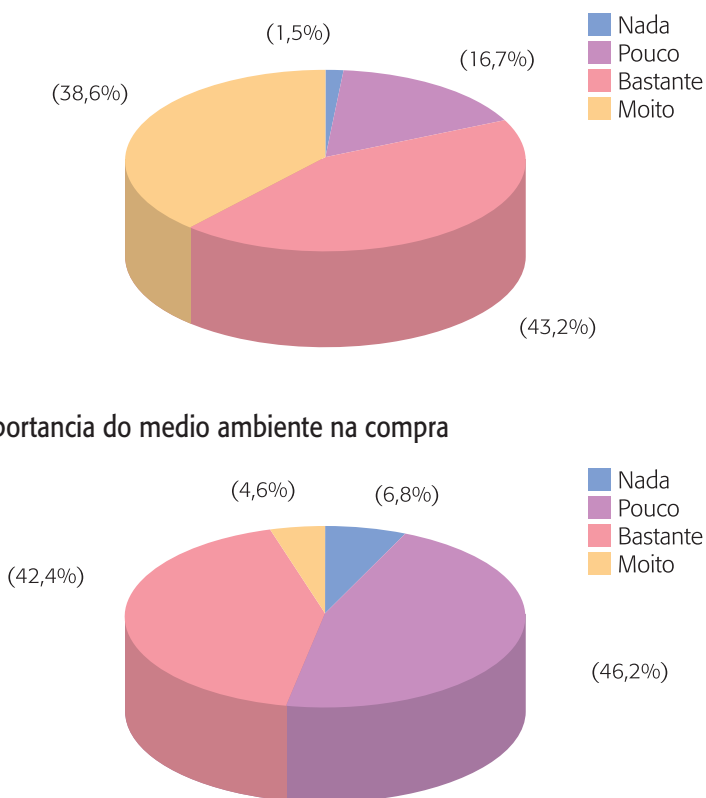


7.6 DISTRITO 6

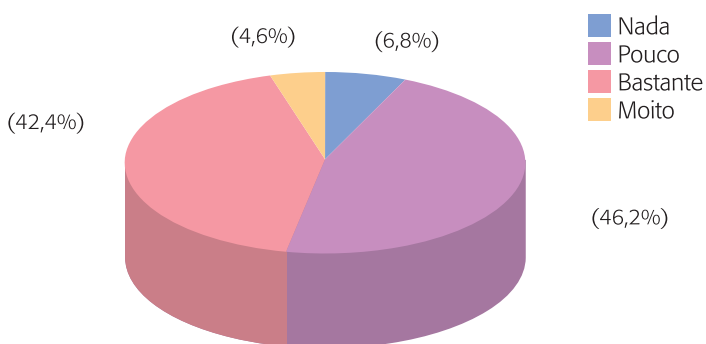
Grao de preocupación polo medio ambiente



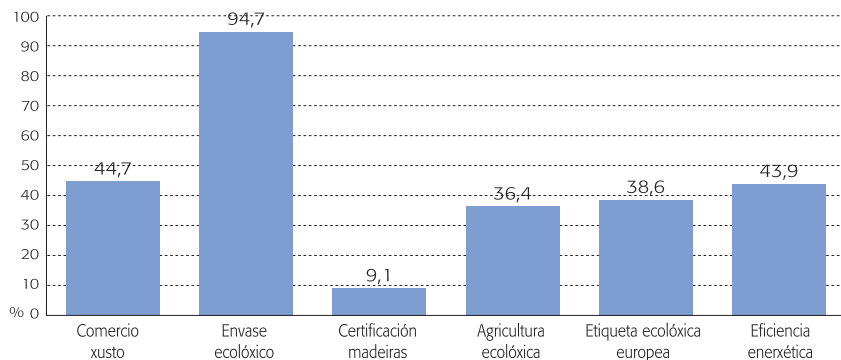
Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente



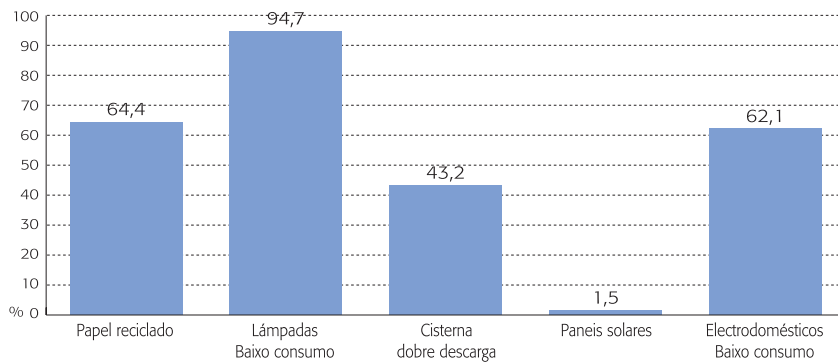
Grao de importancia do medio ambiente na compra



Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade

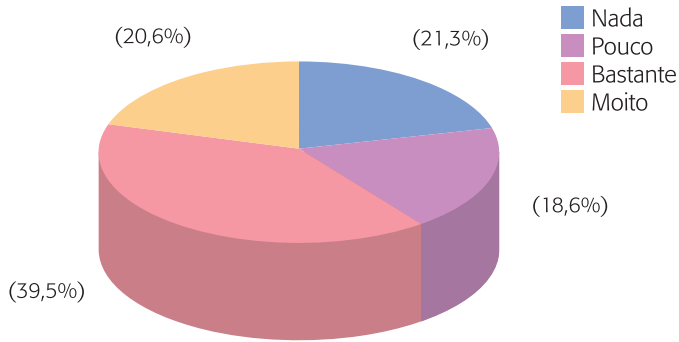


Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos

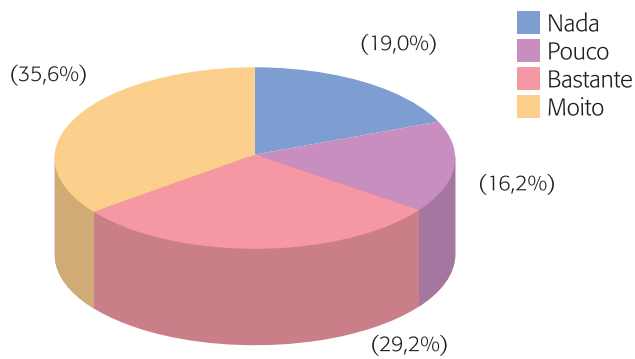


7.7 DISTRITO 7

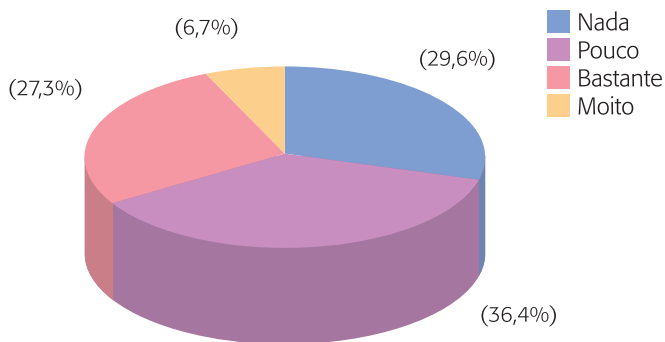
Grao de preocupación polo medio ambiente



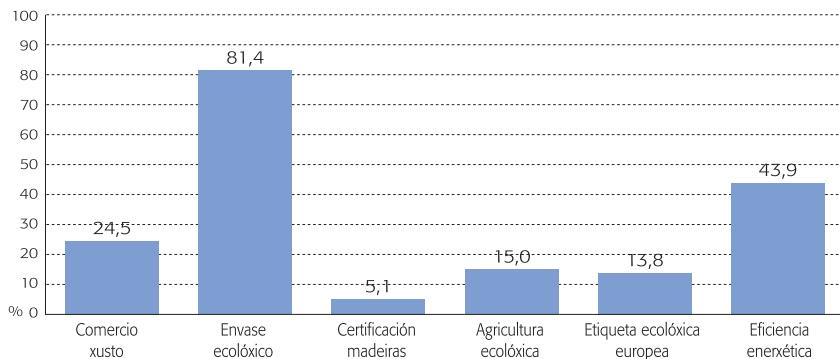
Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente



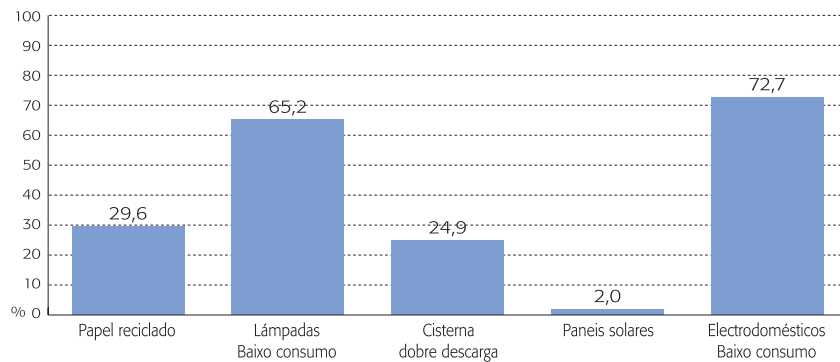
Grao de importancia do medio ambiente na compra



Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade

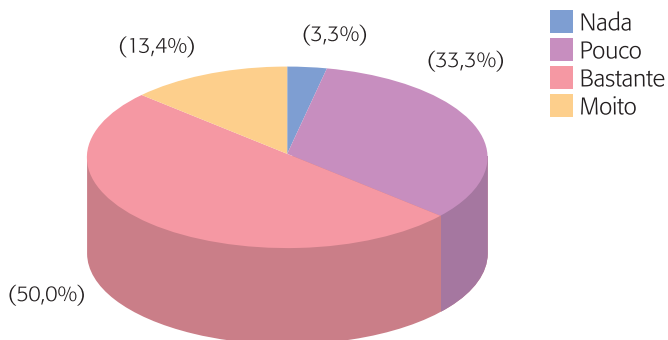


Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos

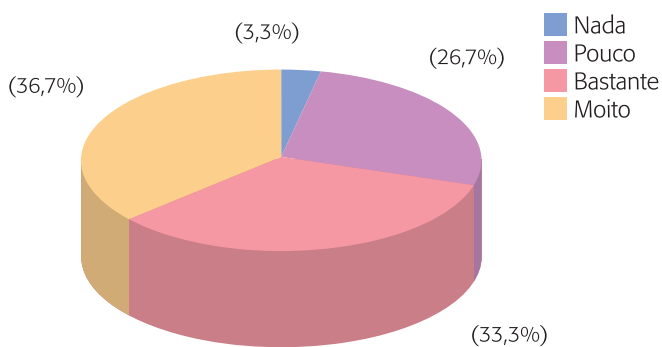


7.8 DISTRITO 8

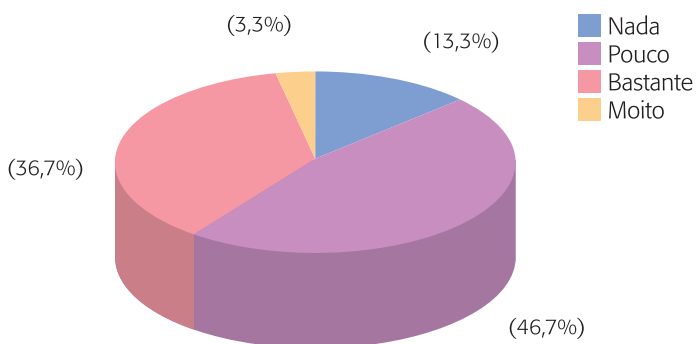
Grao de preocupación polo medio ambiente



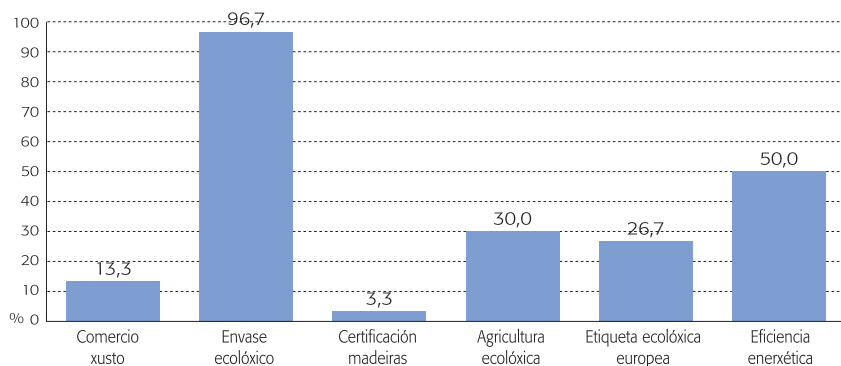
Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente



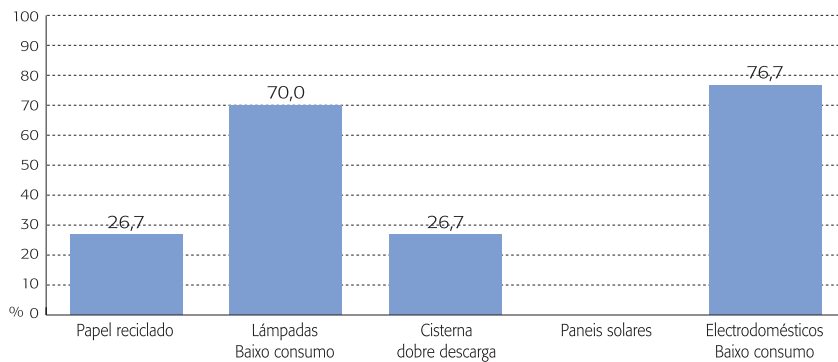
Grao de importancia do medio ambiente na compra



Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade

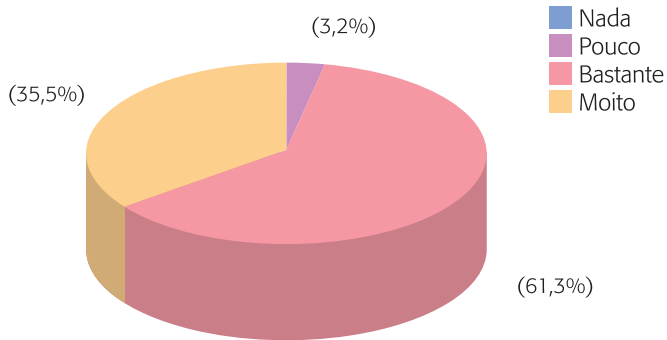


Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos

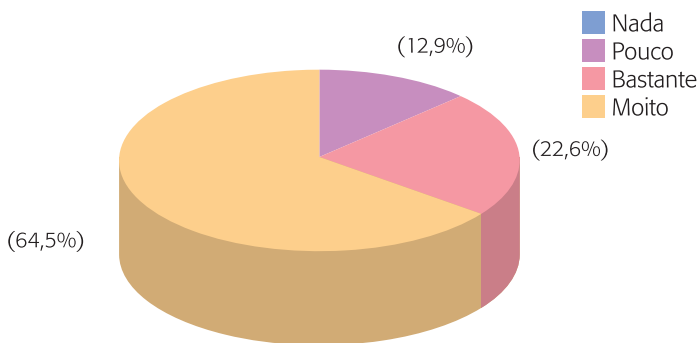


7.9 DISTRITO 9

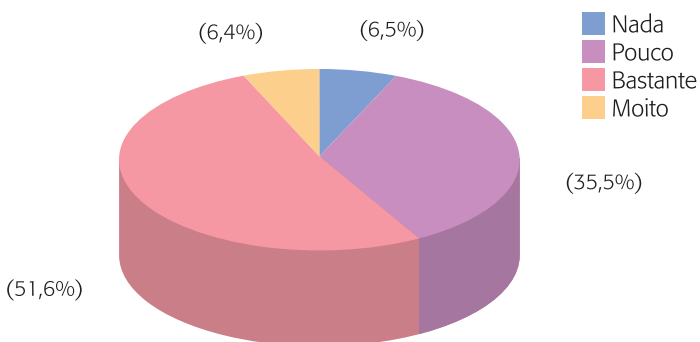
Grao de preocupación polo medio ambiente



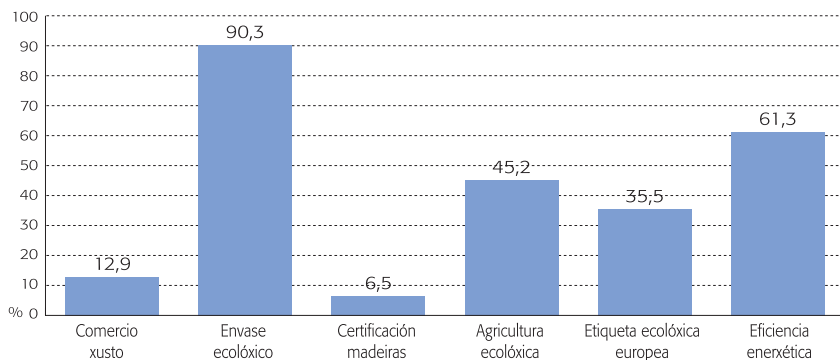
Grao de influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns no medio ambiente



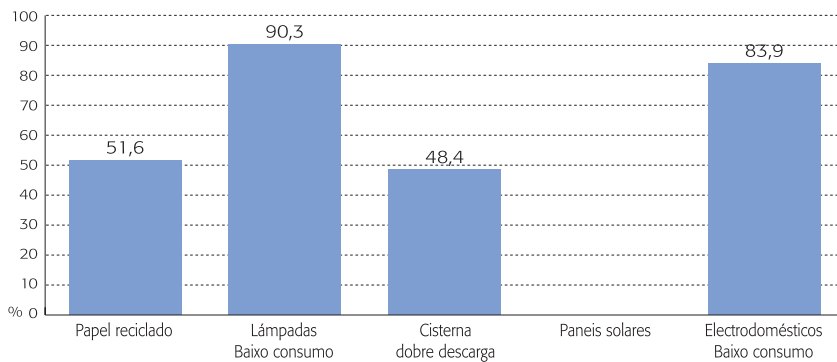
Grao de importancia do medio ambiente na compra



Grao de coñecemento de produtos que fomentan a sustentabilidade

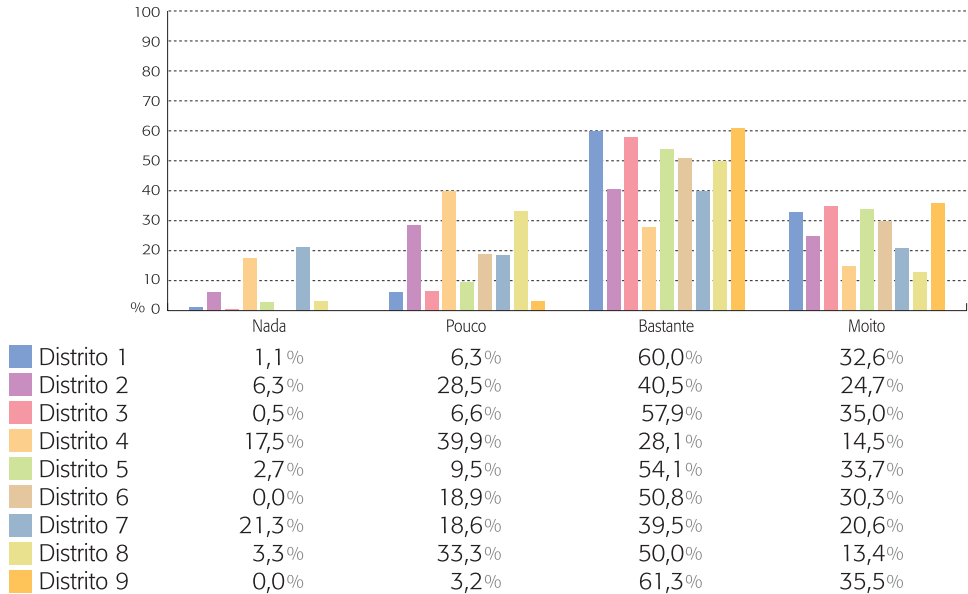


Grao de presenza dalgúns produtos ecolóxicos

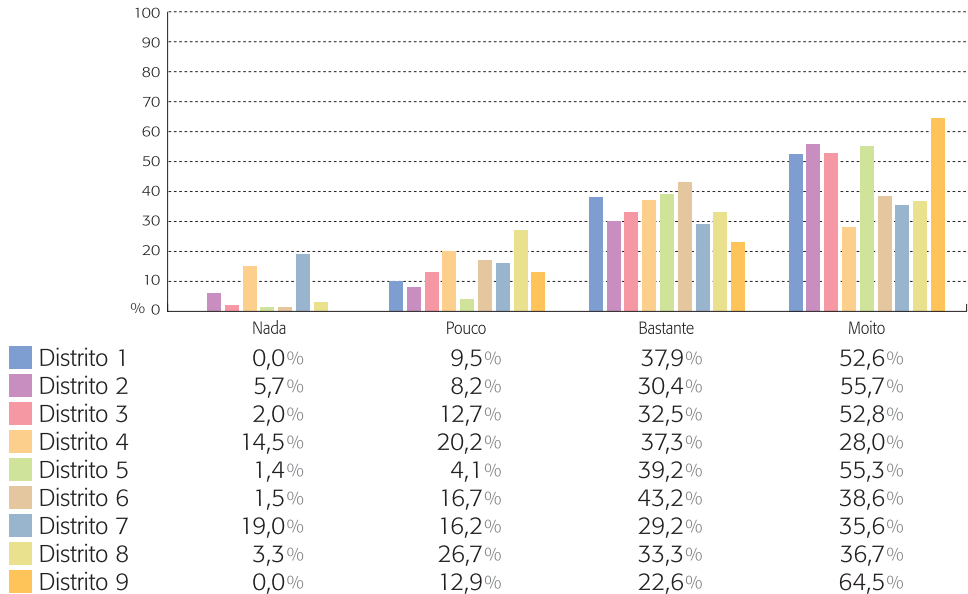


8. TABELAS COMPARATIVAS ENTRE OS NOVE DISTRITOS DO MUNICIPIO

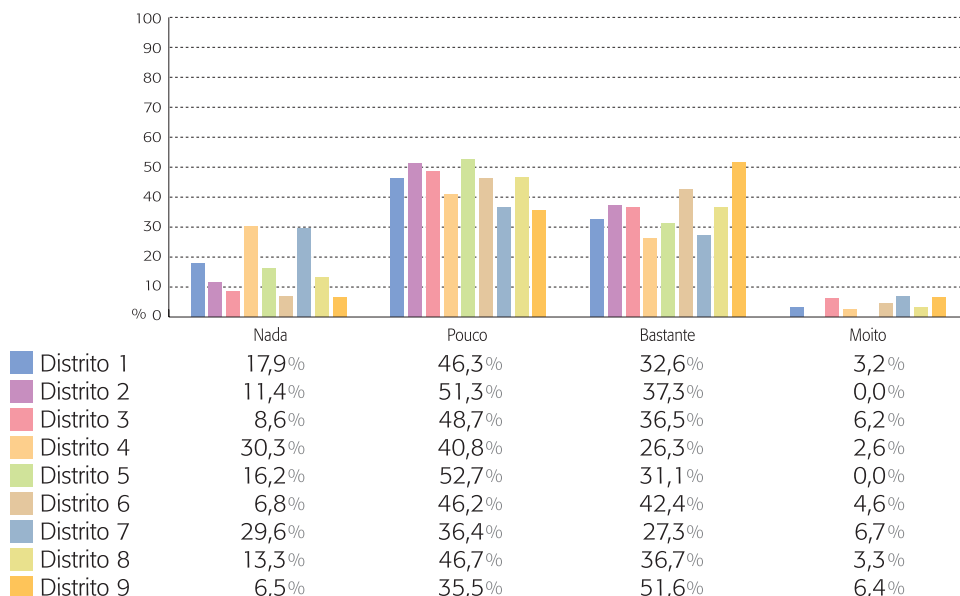
8.1 GRAO DE PREOCUPACIÓN POLO MEDIO AMBIENTE



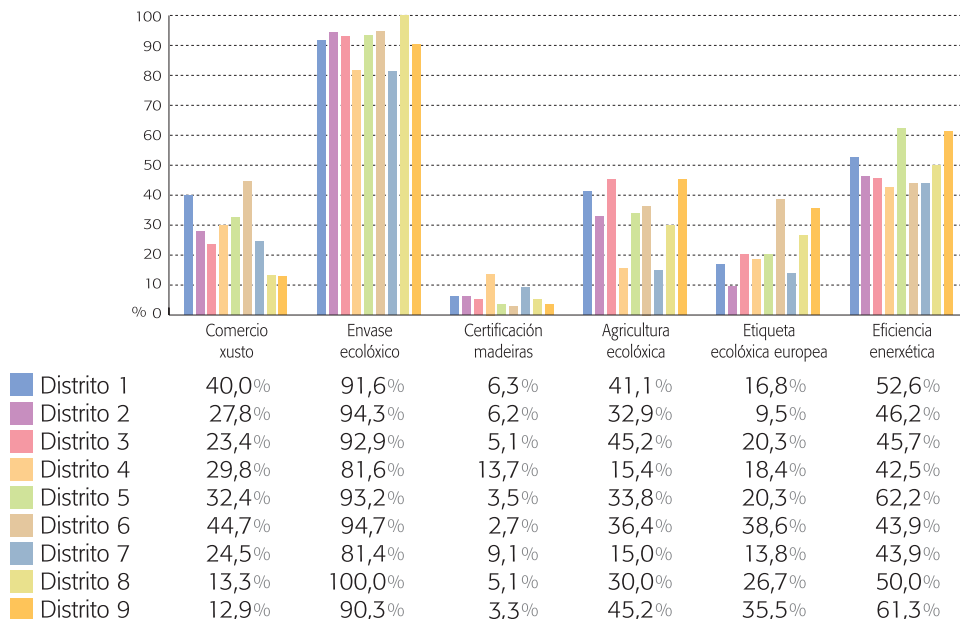
8.2 GRAO DE INFLUENCIA DOS HÁBITOS DE CONSUMO DOS CIDADÁNS NO MEDIO AMBIENTE



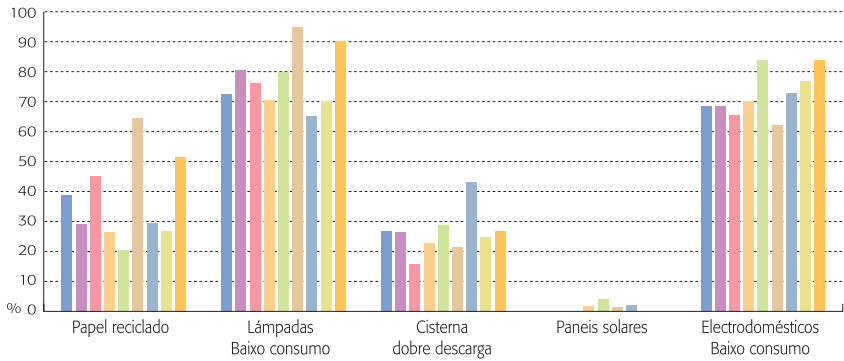
8.3 GRAO DE IMPORTANCIA DO MEDIO AMBIENTE NA COMPRA



8.4 GRAO DE COÑECEMENTO DE PRODUTOS QUE FOMENTAN A SUSTENTABILIDADE



8.5 GRAO DE PRESENZA DALGÚNS PRODUTOS ECOLÓXICOS



Districto 1	38,9%	72,6%	26,7%	0,0%	68,4%
Districto 2	29,1%	80,4%	26,3%	0,0%	68,4%
Districto 3	45,2%	76,1%	15,8%	0,0%	65,5%
Districto 4	26,3%	70,6%	22,8%	1,8%	70,2%
Districto 5	20,3%	79,7%	28,9%	4,1%	83,8%
Districto 6	64,4%	94,7%	21,6%	1,5%	62,1%
Districto 7	29,6%	65,2%	43,2%	2,0%	72,7%
Districto 8	26,7%	70,0%	24,9%	0,0%	76,7%
Districto 9	51,6%	90,3%	26,7%	0,0%	83,9%

Resultados e tendencias observadas

PARTE I

1. RESULTADOS GLOBAIS.

Destaca a porcentaxe de “pouco concienciado”, 65,0%, fronte ao de “bastante concienciado”, 32,7%.

Obsérvase un lixeiro incremento do grao de concienciación do home fronte á muller (32,9 – 32,6%).

Por idades, o grao de “bastante concienciado” diminúe por tramos de idade crecente. Así, entre 15-34 anos este porcentaxe é do 37,7% que vai sendo menor para os outros tramos (35-54, 55-74, 75-99 anos) con 36,7, 23,8 y 21,6% respectivamente.

2. RESULTADOS POR ZONAS:

O grao de concienciación aumenta desde a zona urbana á rural (28,7% a 51,7%), correspondéndolle á semiurbana un 31,7%.

De forma pormenorizada e nunha análise específica por zonas, constátase o seguinte:

Zona Urbana:

Non se observa grande diferenciación entre o comportamento de home e muller en relación ao criterio "bastante concienciado", que se sitúa entre 28,6 e 28,9%.

Por idades, o grao de concienciación diminúe por tramos. Así, entre 15-34 anos é dun 35,6% (máximo valor) para o criterio "bastante concienciado" e só alcanza o 11,1% no tramo de 75-99 anos.

Zona semiurbana:

Obsérvase un lixeiro aumento entre o comportamento das mulleres en relación ao criterio "bastante concienciado" (32,5% fronte ao 31% dos homes).

Por idades, non se constata a tendencia manifesta na zona urbana, pois o resultado observado céntrase nun 30% para o criterio "bastante concienciado", e incluso aumenta lixeiramente para os tramos de idades (35-54 y 75-99 anos) con 34,4%.

Zona rural.

Obsérvase un grao maior do parámetro "bastante concienciado" por sexo (54,3% homes fronte ao 49,4% mulleres).

Por idades, vóltase a pór de manifesto o detectado para a zona urbana: diminución do grao de "bastante concienciado" no tramo de idades, ao pasar do 67,2% para os comprendidos entre 15-34 ao 30% para os da faixa 75-99 (de 35-54 anos correspóndese cun 57,4% e a de 55-74 cun valor lixeiramente inferior ao último tramo cun 30,8%).

3. RESULTADOS POR DISTRITOS

EN TERMOS XERAIS

O nivel relacionado co termo “bastante concienciado” mostra as diferenzas existentes entre os nove distritos da cidade, e como cabía esperar de acordo co apartado anterior (zonas), o distrito 9 é o que mantén unha alta porcentaxe con 61,0% mentres que o distrito 1 representa ao de menor valor porcentual (14,2%).

De maior a menor no nivel de “bastante concienciado”, a distribución por distritos segue a seguinte tendencia:

Distrito 9 (61,0%) – Distrito 6 (55,3%) – Distrito 5 (46,5%) – Distrito 4 (43,9%) – Distrito 8 (43,3%) – Distrito 2 (24,5%) – Distrito 3 (20,8%) – Distrito 7 (15,5%) – Distrito 1 (14,2%)

EN TERMOS POR DIFERENCIACIÓN DE SEXOS

En función dos datos obtidos, suscítanse tres diferentes agrupacións:

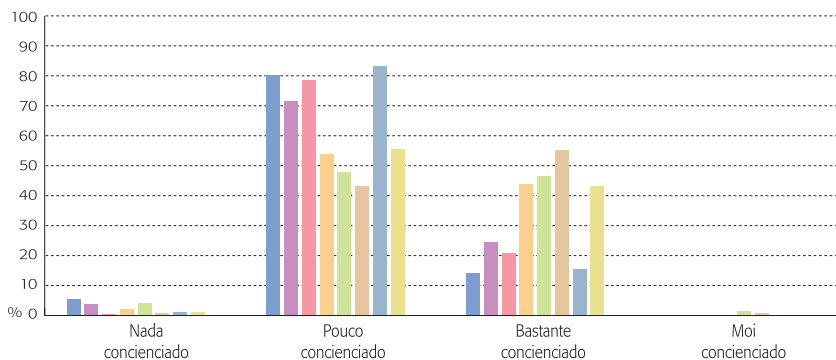
1. Sen diferenzas notábeis entre homes e mulleres en función do nivel de concienciación (grao de “bastante concienciado”) nos distritos 3 e 4 con valores de 20,8% e 43,9%, respectivamente.

2. Con predominio nos niveis de concienciación do colectivo de mulleres fronte ao de homes nos distritos 2, 5, 7 e 8 con incrementos que varían entre 2 e 8 puntos porcentuais.

3. Con predominio nos niveis de concienciación do colectivo de homes fronte ao das mulleres nos distritos 1, 6 e 9 con incrementos porcentuais que varían entre 1,5 e 9.

COMPARATIVA DE DISTRITOS

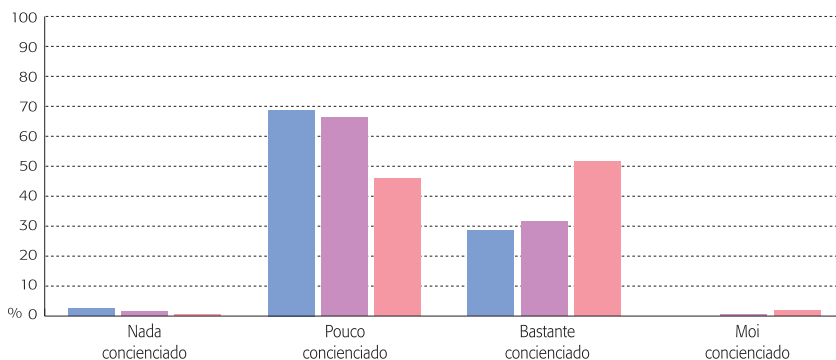
Comparativa grao de concienciación por distritos



Distrito 1	5,4%	80,4%	14,2%	0,0%
Distrito 2	3,8%	71,7%	24,5%	0,0%
Distrito 3	0,5%	78,7%	20,8%	0,0%
Distrito 4	2,1%	54,0%	43,9%	0,0%
Distrito 5	4,2%	47,9%	46,5%	1,4%
Distrito 6	0,8%	43,1%	55,3%	0,8%
Distrito 7	1,2%	83,3%	15,5%	0,0%
Distrito 8	1,1%	55,6%	43,3%	0,0%
Distrito 9	0,0%	35,3%	61,0%	3,7%

COMPARATIVA DE ZONAS

Comparativa grao de concienciación por zonas



Zona urbana	2,5%	68,8%	28,7%	0,0%
Zona semiurbana	1,5%	66,4%	31,7%	0,4%
Zona rural	0,6%	45,9%	51,7%	1,8%

4. RESULTADOS OBTIDOS NOS NIVEIS “CASE SEMPRE” E “SEMPRE” POR CADA UNHA DAS 40 PREGUNTAS FORMULADAS

P1: ¿Pecha os radiadores das habitacións non utilizadas ou que teñen demasiada calor?

Valor medio:	53,55%	
Valores máximos:	DISTRITO 9 (70,00%)	DISTRITO 2 (64,80%)
Valores mínimos:	DISTRITO 8 (42,05%)	DISTRITO 7 (42,69%)

P2: ¿Controla, avalía e compara o orzamento do seu lar que dedica a enerxía (luz, gas,...)?

Valor medio:	54,51%	
Valores máximos:	DISTRITO 2 (68,28%)	DISTRITO 1 (68,00%)
Valores mínimos:	DISTRITO 3 (43,65%)	DISTRITO 7 (45,10%)

P3: ¿Acostuma Vde. manter apagadas as luces das habitacións da casa mentres non hai ninguén nelas?

Valor medio:	81,62%	
Valores máximos:	DISTRITO 9 (96,34%)	DISTRITO 5 (92,31%)
Valores mínimos:	DISTRITO 8 (71,91%)	DISTRITO 4 (75,32%)

P4: ¿Utiliza na súa casa luces de baixo consumo?

Valor medio:	36,61%	
Valores máximos:	DISTRITO 9 (62,82%)	DISTRITO 4 (41,48%)
Valores mínimos:	DISTRITO 2 (22,82%)	DISTRITO 1 (24,20%)

P5: ¿Cando ten que pór unha lavadora ou un lavalouzas, procura esperar a ter roupa sucia ou louza de abondo para enchela, ou utiliza a media carga, se ten a opción?

Valor medio:	74,48%	
Valores máximos:	DISTRITO 9 (95,71%)	DISTRITO 6 (93,26%)
Valores mínimos:	DISTRITO 8 (56,79%)	DISTRITO 7 (63,68%)

P6: ¿En xeral, acostuma lavar a roupa en frío?

Valor medio:	69,67%	
Valores máximos:	DISTRITO 6 (96,34%)	DISTRITO 9 (83,61%)
Valores mínimos:	DISTRITO 4 (55,81%)	DISTRITO 8 (60,53%)

P7: ¿Á hora de comprar algún electrodoméstico, tivo en conta o nivel de consumo de enerxía para se decidir por un modelo ou outro?, ¿ten en conta a súa etiquetaxe enerxética?

Valor medio:	52,22%	
Valores máximos:	DISTRITO 5 (67,80%)	DISTRITO 9 (65,75%)
Valores mínimos:	DISTRITO 6 (32,22%)	DISTRITO 2 (50,00%)

P8: ¿Nos desprazamentos diarios e urbanos que realizan os membros da súa casa por razóns de traballo, utilizan xeralmente o transporte público?

Valor medio:	30,64%	
Valores máximos:	DISTRITO 4 (43,37%)	DISTRITO 5 (33,96%)
Valores mínimos:	DISTRITO 6 (18,75%)	DISTRITO 9 (19,72%)

P9: ¿En caso de realizar o desprazamento laboral en vehículo privado, compárteo con outras persoas?

Valor medio:	23,33%	
Valores máximos:	DISTRITO 4 (49,24%)	DISTRITO 8 (30,77%)
Valores mínimos:	DISTRITO 6 (5,62%)	DISTRITO 1 (6,25%)

P10: ¿Á hora de decidir a compra dun coche, ten en conta o seu consumo?

Valor medio:	81,17%	
Valores máximos:	DISTRITO 9 (95,31%)	DISTRITO 6 (94,67%)
Valores mínimos:	DISTRITO 4 (60,38%)	DISTRITO 1 (72,73%)

P11: ¿Leva a cabo un seguimento do consumo periódico (anual ou trimestral) de auga en metros cúbicos (m3) da súa vivenda?

Valor medio:	37,04%	
Valores máximos:	DISTRITO 6 (69,79%)	DISTRITO 4 (57,76%)
Valores mínimos:	DISTRITO 7 (12,60%)	DISTRITO 3 (22,05%)

P12: ¿Realiza periodicamente unha revisión e mantemento do estado en que se atopa a instalación de abastecemento e desaugue de auga da súa vivenda?

Valor medio:	25,31%	
Valores máximos:	DISTRITO 8 (36,05%)	DISTRITO 4 (31,28%)
Valores mínimos:	DISTRITO 1 (8,05%)	DISTRITO 6 (11,76%)

P13: ¿Pecha a billa da auga mentres se cepilla os dentes e fomenta este hábito nos membros da súa familia?

Valor medio:	64,91%	
Valores máximos:	DISTRITO 9 (86,49%)	DISTRITO 6 (84,03%)
Valores mínimos:	DISTRITO 3 (51,02%)	DISTRITO 7 (51,36%)

P14: ¿Desfaise de residuos sólidos (restos de comida, papeis de pouco volume ou outros) tirándoos polo sumidoiro ou WC?

Valor medio:	9,50%	
Valores máximos:	DISTRITO 4 (34,89%)	DISTRITO 8 (8,80%)
Valores mínimos:	DISTRITO 6 (0,78%)	DISTRITO 5 (2,90%)

P15: ¿Elimina polo sumidoiro ou WC produtos que son tóxicos ou irritantes como amoníaco ou lixivia?

Valor medio:	24,90%	
Valores máximos:	DISTRITO 2 (51,97%)	DISTRITO 1 (49,44%)
Valores mínimos:	DISTRITO 7 (2,36%)	DISTRITO 3 (9,90%)

P16: ¿Utiliza a ducha en lugar do baño?

Valor medio:	65,59%	
Valores máximos:	DISTRITO 6 (97,67%)	DISTRITO 9 (95,12%)
Valores mínimos:	DISTRITO 4 (37,39%)	DISTRITO 7 (47,66%)

P17: ¿Rega as plantas e xardín nas horas de menor intensidade de sol?

Valor medio:	65,10%	
Valores máximos:	DISTRITO 6 (96,15%)	DISTRITO 9 (80,65%)
Valores mínimos:	DISTRITO 4 (51,22%)	DISTRITO 3 (56,55%)

P18: ¿En caso de que teña piscina privada ou colectiva, baléiraa de auga durante o inverno?

Valor medio:	60,67%	
Valores máximos:	DISTRITO 7 (80,00%)	DISTRITO 3 (65,00%)
Valores mínimos:	DISTRITO 1 (0,00%)	DISTRITO 6 (0,50%)

P19: ¿Lava o seu coche en centros especializado preocupándose de que conte cun sistema de reciclaxe de auga?

Valor medio:	29,42%	
Valores máximos:	DISTRITO 8 (64,38%)	DISTRITO 4 (45,83%)
Valores mínimos:	DISTRITO 6 (1,59%)	DISTRITO 2 (3,85%)

P20: ¿Separa os residuos en orixe: papel-cartón; vidro; envases e materia orgánica, e depósitos nos contedores correspondentes?

Valor medio:	54,73%	
Valores máximos:	DISTRITO 9 (64,80%)	DISTRITO 7 (62,65%)
Valores mínimos:	DISTRITO 6 (36,22%)	DISTRITO 2 (49,69%)

P21: ¿Utiliza o sistema de recollida selectiva municipal para os residuos voluminosos (colchóns, mobles, electrodomésticos)?

Valor medio:	63,87%	
Valores máximos:	DISTRITO 6 (91,30%)	DISTRITO 9 (89,71%)
Valores mínimos:	DISTRITO 4 (48,51%)	DISTRITO 7 (58,05%)

P22: ¿Utiliza pilas recargábeis?

Valor medio:	33,04%	
Valores máximos:	DISTRITO 4 (58,77%)	DISTRITO 6 (51,75%)
Valores mínimos:	DISTRITO 7 (15,29%)	DISTRITO 3 (21,32%)

P23: ¿Evita, na medida do posíbel, comprar produtos que requiran para o seu funcionamento pilas?

Valor medio:	30,44%	
Valores máximos:	DISTRITO 7 (38,28%)	DISTRITO 8 (38,20%)
Valores mínimos:	DISTRITO 6 (9,92%)	DISTRITO 5 (18,46%)

P24: ¿Á hora de realizar a compra, escolle aqueles produtos menos embalados?

Valor medio:	22,25%	
Valores máximos:	DISTRITO 4 (48,08%)	DISTRITO 8 (25,84%)
Valores mínimos:	DISTRITO 1 (7,61%)	DISTRITO 9 (10,91%)

P25: ¿Entrega os aceites de cociña a algunha empresa especializada ou lévaos a puntos limpos?

Valor medio:	9,06%	
Valores máximos:	DISTRITO 9 (46,27%)	DISTRITO 4 (16,38%)
Valores mínimos:	DISTRITO 6 (0,98%)	DISTRITO 7 (1,96%)

P26: ¿Evita comprar aerosois?

Valor medio:	38,94%	
Valores máximos:	DISTRITO 2 (53,16%)	DISTRITO 9 (45,90%)
Valores mínimos:	DISTRITO 6 (12,50%)	DISTRITO 7 (30,74%)

P27: ¿Substitúe, na medida do posíbel, os produtos tóxicos de limpeza por outras alternativas naturais?

Valor medio:	28,50%	
Valores máximos:	DISTRITO 4 (36,57%)	DISTRITO 6 (32,79%)
Valores mínimos:	DISTRITO 1 (19,28%)	DISTRITO 2 (20,81%)

P28: ¿Imprime polas dúas caras a fin de aforrar consumo de papel?

Valor medio:	59,79%	
Valores máximos:	DISTRITO 9 (73,77%)	DISTRITO 6 (73,42%)
Valores mínimos:	DISTRITO 8 (49,35%)	DISTRITO 3 (53,30%)

P29: ¿Á hora de comprar bebidas refrescantes, evita comprar latas de aluminio?

Valor medio:	17,53%	
Valores máximos:	DISTRITO 3 (29,90%)	DISTRITO 8 (22,99%)
Valores mínimos:	DISTRITO 6 (7,87%)	DISTRITO 2 (8,09%)

P30: ¿Reutiliza as bolsas de plástico que lle dan no supermercado utilizándoas para o seu lixo doméstico por exemplo?

Valor medio:	86,21%	
Valores máximos:	DISTRITO 9 (97,44%)	DISTRITO 2 (96,84%)
Valores mínimos:	DISTRITO 4 (71,79%)	DISTRITO 8 (73,33%)

P31: ¿Controla a verdadeira necesidade dos diferentes produtos (alimentos, produtos de limpeza, papel, roupa, cosméticos) que compra?

Valor medio:	62,54%	
Valores máximos:	DISTRITO 6 (99,06%)	DISTRITO 9 (85,80%)
Valores mínimos:	DISTRITO 4 (40,80%)	DISTRITO 8 (46,67%)

P32: ¿Tenta comprar os produtos alimenticios (verduras, peixe, frutas) de temporada?

Valor medio:	59,35%	
Valores máximos:	DISTRITO 9 (93,42%)	DISTRITO 6 (92,05%)
Valores mínimos:	DISTRITO 7 (25,88%)	DISTRITO 8 (41,57%)

P33: ¿Consume produtos que exhiben algún tipo de etiqueta ecolóxica?

Valor medio:	14,82%	
Valores máximos:	DISTRITO 4 (36,23%)	DISTRITO 8 (25,50%)
Valores mínimos:	DISTRITO 7 (4,71%)	DISTRITO 2 (5,81%)

P34: ¿Usa alternativas (consellos caseiros) para evitar a compra indiscriminada de produtos de limpeza?

Valor medio:	33,71%	
Valores máximos:	DISTRITO 8 (45,59%)	DISTRITO 4 (44,19%)
Valores mínimos:	DISTRITO 1 (13,58%)	DISTRITO 2 (22,73%)

P35: ¿Utiliza produtos reciclados?

Valor medio:	17,58%	
Valores máximos:	DISTRITO 4 (34,23%)	DISTRITO 8 (25,84%)
Valores mínimos:	DISTRITO 6 (3,92%)	DISTRITO 1 (4,44%)

P36: ¿Adquire preferentemente produtos procedentes da agricultura e gandaría ecolóxicas?

Valor medio:	15,44%	
Valores máximos:	DISTRITO 4 (51,23%)	DISTRITO 6 (24,56%)
Valores mínimos:	DISTRITO 1 (2,20%)	DISTRITO 7 (2,80%)

P37: ¿Compra produtos de aseo compostos por substancias naturais, non químicos?

Valor medio:	18,13%	
Valores máximos:	DISTRITO 5 (32,73%)	DISTRITO 4 (24,27%)
Valores mínimos:	DISTRITO 6 (10,94%)	DISTRITO 7 (13,54%)

P38: ¿Tenta comprar produtos certificados coa marca de comercio xusto?

Valor medio:	14,15%	
Valores máximos:	DISTRITO 4 (48,29%)	DISTRITO 8 (20,65%)
Valores mínimos:	DISTRITO 1 (1,05%)	DISTRITO 7 (2,03%)

P39: ¿Á hora de comprar un moble, ten en conta se se trata de derivados de madeira certificada co logotipo ecolóxico FSC?

Valor medio:	9,69%	
Valores máximos:	DISTRITO 4 (24,87%)	DISTRITO 8 (17,07%)
Valores mínimos:	DISTRITO 6 (0,00%)	DISTRITO 1 (1,12%)

P40: ¿Á hora de comprar produtos de limpeza, examina o produto tendo en conta os símbolos laranxas que exhibe (tóxico, inflamábel, nocivo, corrosivo,..)?

Valor medio:	45,97%	
Valores máximos:	DISTRITO 8 (70,79%)	DISTRITO 5 (54,84%)
Valores mínimos:	DISTRITO 6 (32,79%)	DISTRITO 1 (34,09%)

En relación aos niveis “case sempre” e “sempre” obtidos en cada unha das 40 preguntas formuladas, obsérvanse as seguintes peculiaridades:

1. O distrito 9 destácase por ser o primeiro en 11 dos 40 items analizados, significándose no bloque temático de “Consumo de enerxía” con 5 items e 4 no bloque temático “Xeración de residuos”.
2. O distrito 4 destácase por ser o primeiro en 11 dos 40 items. Non obstante, neste caso, rexistra os mellores niveis no bloque temático “Consumo responsábel” con 5 items.
3. Constátase que o distrito 1 non figura en primeiro lugar en ningún dos 40 items formulados.
4. O distrito 6 é o primeiro en 6 dos 40 items analizados, destacándose no bloque temático de “Consumo de auga” con 3 dos 6 items referidos.

5. ASPECTOS NOS QUE SE OBTIVO UN RESULTADO SUMA DE “CASE SEMPRE” E “SEMPRE” SUPERIOR AO 66%

	GLOBAL
P30.- REUTILIZA BOLSAS DE PLÁSTICO QUE LLE DAN NO SUPERMERCADO, USÁNDOAS COMO BOLSAS DE LIXO, POR EXEMPLO?	86,21%
P3.- ¿ACOSTUMA VOSTEDE A MANTER APAGADAS AS LUCES DAS HABITACIÓNS DA CASA MENTRES NON HAI NINGUÉN NELAS?	81,62%
P10.- Á HORA DE DECIDIR A COMPRA DUN COCHE, TEN EN CONTA O SEU CONSUMO?	81,17%
P5.- CANDO TEN QUE PÓR UNHA LAVADORA OU UN LAVALOUZAS, ESPERA A TER ROUPA DE ABONDO OU LOUZA PARA ENCHER OU UTILIZA A MEDIA CARGA, SE TEN A OPCIÓN?	74,48%
P6.- EN XERAL, ACOSTUMA LAVAR A ROUPA EN AUGA FRÍA?	69,67%

6. ASPECTOS NOS QUE SE OBTIVO UN RESULTADO SUMA DE “CASE SEMPRE” E “SEMPRE” INFERIOR AO 34%

	GLOBAL
P34.- ¿USA ALTERNATIVAS (CONSELLOS CASEIRO) PARA EVITAR A COMPRA INDISCRIMINADA DE PRODUTOS DE LIMPEZA?	33,71%
P22.- ¿UTILIZA PILAS RECARGÁBEIS?	33,04%
P8.- ¿NOS DESPRAZAMENTOS DIARIOS E URBANOS QUE REALIZAN OS MEMBROS DA SÚA CASA POR RAZÓNS DE TRABALLO, UTILIZAN XERALMENTE O TRANSPORTE PÚBLICO?	30,64%
P23.- ¿EVITA, NA MEDIDA DO POSÍBEL, COMPRAR PRODUTOS QUE NECESITEN PILAS PARA O SEU FUNCIONAMENTO?	30,44%
P19.- ¿LAVA O SEU COCHE NUN CENTRO ESPECIALIZADO, PREOCUPÁNDOSE DE QUE CONTE CUN SISTEMA DE RECICLAXE DE AUGA?	29,42%
P27.- ¿SUBSTITÚE, NA MEDIDA DO POSÍBEL, OS PRODUTOS TÓXICOS DE LIMPEZA POR OUTRAS ALTERNATIVAS NATURAIS?	28,50%
P12.- ¿REALIZA PERIODICAMENTE UNHA REVISIÓN E MANTEMENTO DA INSTALACIÓN DE SUBMINISTRO E SUMIDOIRO DE AUGA DA SÚA VIVENDA?	25,31%
P15.- ¿ELIMINA POLO SUMIDOIRO OU WC PRODUTOS QUE SON TÓXICOS OU IRRITANTES COMO AMONÍACO OU LIXIVIA?	24,90%
P9.- ¿EN CASO DE REALIZAR OS DESPLAZAMIENTOS LABORAIS EN VEHÍCULO PRIVADO, COMPÁRTEO CON OUTRAS PERSOAS?	23,33%
P24.- ¿Á HORA DE REALIZAR A COMPRA, ESCOLLE AQUELES PRODUTOS MENOS EMBALADOS?	22,25%
P37.- ¿COMPRA PRODUTOS DE ASEO COMPOSTOS POR SUBSTANCIAS NATURAIS, NON POR SUBSTANCIAS QUÍMICAS?	18,13%
P35.- ¿UTILIZA PRODUTOS RECICLADOS?	17,58%
P29.- ¿Á HORA DE COMPRAR BEBIDAS REFRESCANTES, EVITA COMPRAR LATAS DE ALUMINIO?	17,53%
P36.- ¿ADQUIRE PREFERENTEMENTE PRODUTOS PROCEDENTES DE AGRICULTURA E GANDARÍA ECOLÓXICAS?	15,44%
P33.- ¿CONSUME PRODUTOS QUE EXHIBEN ALGÚN TIPO DE ETIQUETA ECOLÓXICA?	14,82%
P38.- ¿TENTA COMPRAR PRODUTOS CERTIFICADOS COA MARCA DE COMERCIO XUSTO?	14,15%
P39.- ¿Á HORA DE COMPRAR UN MOBLE, TEN EN CONTA SE SE TRATA DE DERIVADOS DE MADEIRA CERTIFICADA CON LOGÓTIPO ECOLÓXICO FSC?	9,69%
P14.- ¿DESFAISE DE RESIDUOS SÓLIDOS (RESTOS DE COMIDA, PAPEIS DE POUCO VOLUME...) TIRÁNDOOS POLO W.C.?	9,50%
P25.- ¿ENTREGA OS ACEITES DE COCIÑA A EMPRESAS ESPECIALIZADAS OU LÉVAOS A PUNTOS LIMP OS?	9,06%

En 5 ítems ao menos dous de cada tres persoas sitúanse dentro dos niveis “case sempre” e “sempre”.

P30.- ¿Reutiliza bolsas de plástico que lle dan no supermercado, usándoas como bolsas de lixo, por exemplo?

P3.- ¿Acostuma vostede a manter apagadas as luces das habitacións da casa mentres non hai ninguén nelas?

P10.- ¿Á hora de decidir a compra dun coche, ten en conta o seu consumo?

P5.- ¿Cando ten que pór unha lavadora ou un lavalouzas, espera a ter roupa de abondo ou louza para encher ou utiliza a media carga, se ten a opción?

P6.- ¿En xeral, acostuma lavar a roupa en auga fría?

Pola contra en 19 ítems, un máximo dunha de tres persoas sitúanse dentro dos referidos niveis.

P25.- ¿Entrega os aceites de cociña a empresas especializadas ou lévaos a puntos limp os?

P14.- ¿Desfaisa de residuos sólidos (restos de comida, papeis de pouco volume...) tirándoos polo w.c.?

P39.- ¿Á hora de comprar un moble, ten en conta se se trata de derivados de madeira certificada con logótipo ecolóxico fsc?

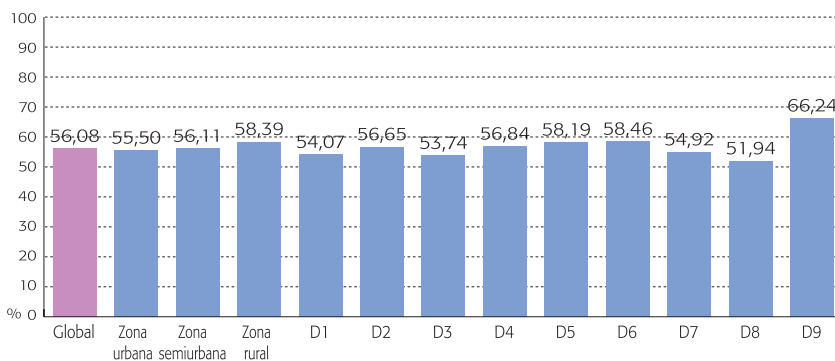
P38.- ¿Tenta comprar produtos certificados coa marca de comercio xusto?

P33.- ¿Consume produtos que exhiben algún tipo de etiqueta ecolóxica?

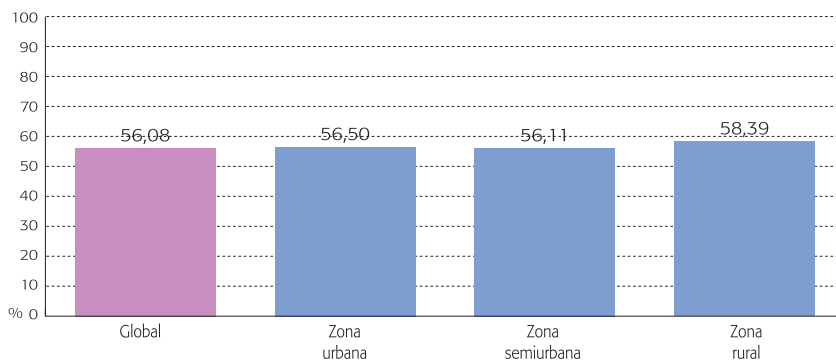
7. RESULTADOS OBTIDOS SEPARADAMENTE EN CADA UNO DOS TIPOS DE CONSUMO ANALIZADOS.

NOTA: Todas as barras indican a suma de "Case sempre" e "Sempre" eliminando o efecto do NS/NA.

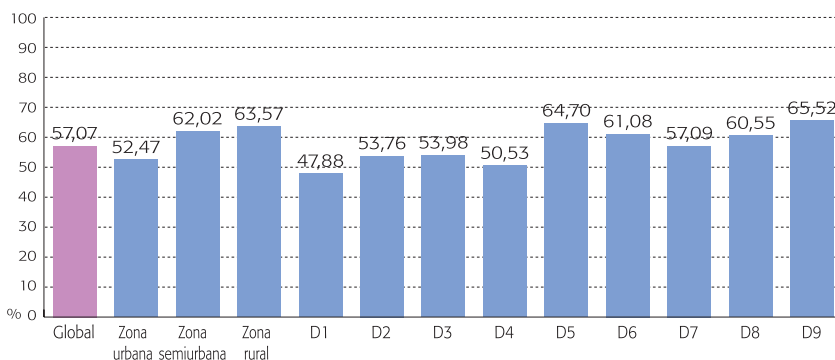
Consumo de enerxía - Frecuencia de actuacións responsabeis



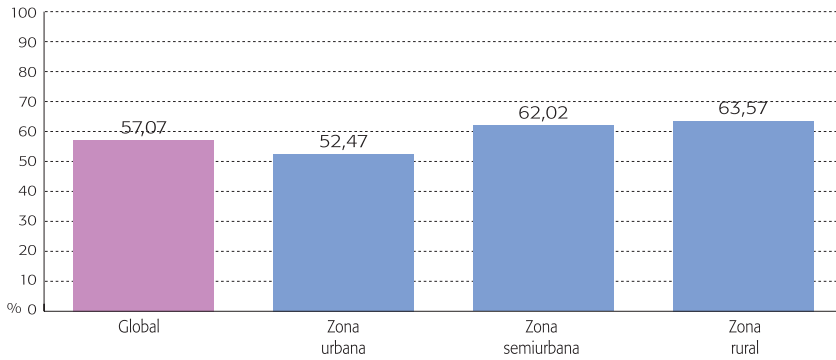
Consumo de enerxía - Frecuencia de actuacións responsabeis



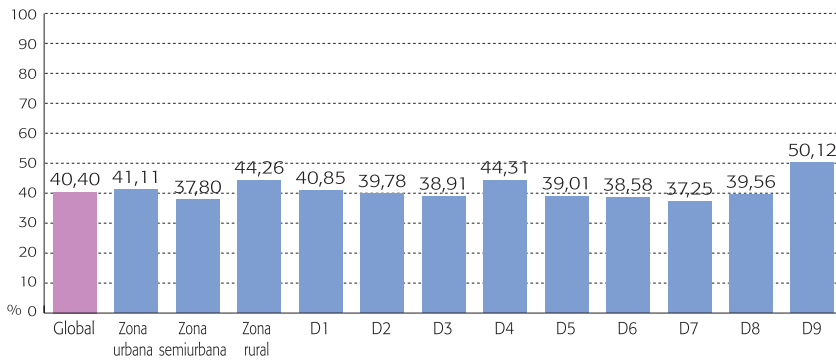
Consumo de auga - Frecuencia de actuacións responsabeis



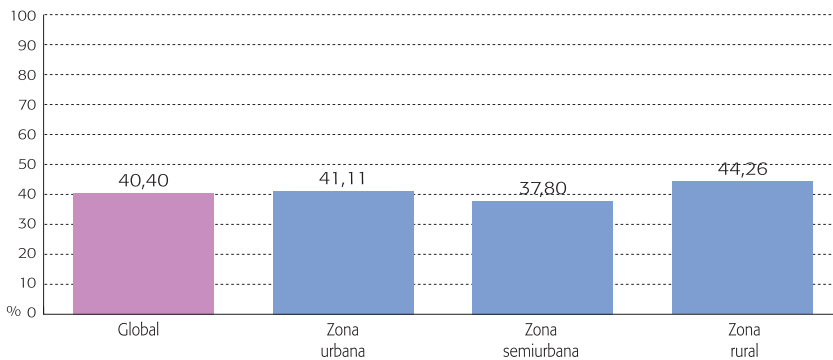
Consumo de enerxía - Frecuencia de actuacións responsabeis



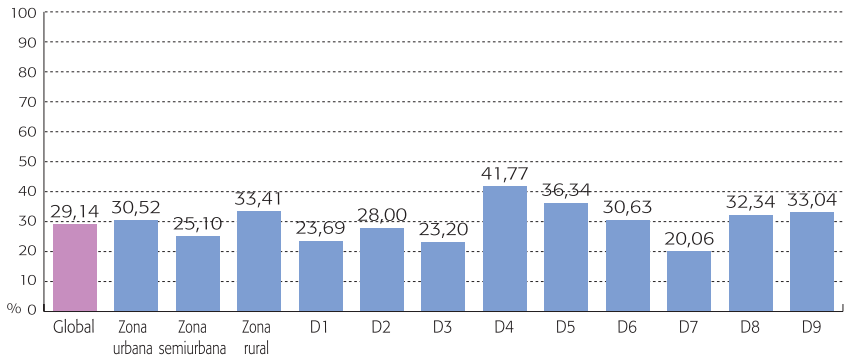
Xeración de residuos - Frecuencia de actuacións responsabeis



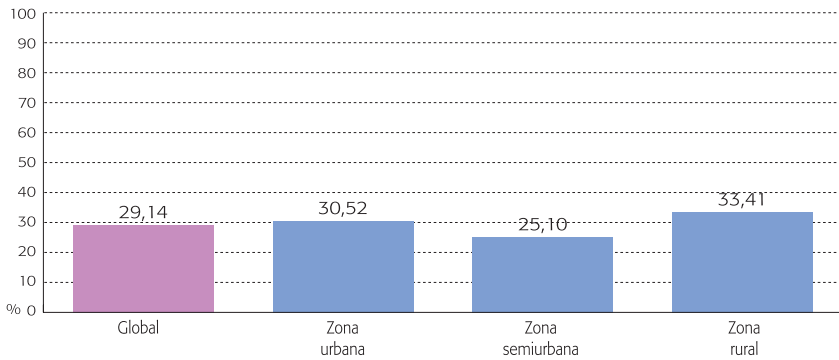
Xeración de residuos - Frecuencia de actuacións responsabeis



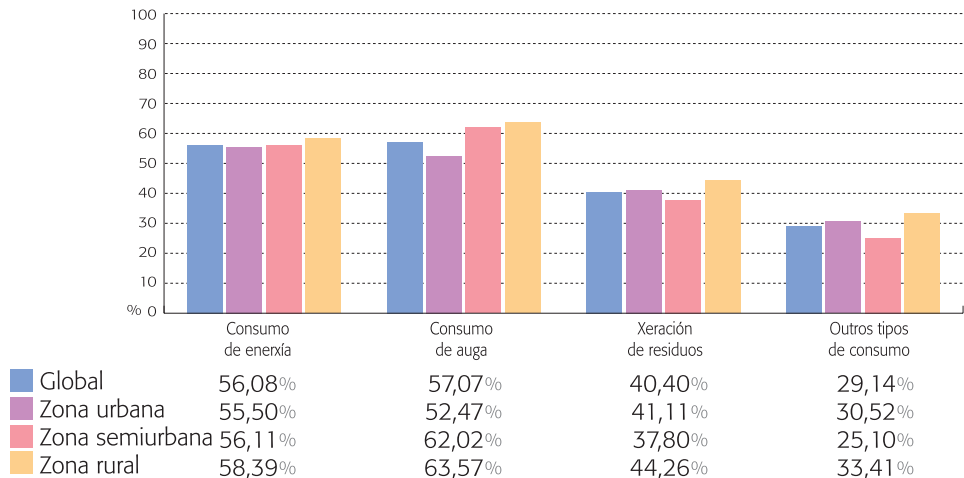
Outros tipos de consumo - Frecuencia de actuacións responsabeis



Outros tipos de consumo - Frecuencia de actuacións responsabeis



Comparativa Global e Zonas - Frecuencia de actuacións responsabeis



* Produtos alimenticios, de limpeza, de reciclaxe, de agricultura e gandería ecolóxica, de comercio xusto, con certificación FSC,...

8. TENDENCIAS OBSERVADAS

GLOBAL

O consumo de auga (co 57,07%) e o consumo enerxético (56,08%) presentan uns índices globais satisfactorios fronte aos hábitos de noutros tipos de consumo (29,14%) e na xeración de residuos (40,40%).

POR ZONAS

En todos os bloques temáticos analizados, a Zona Rural é a que presenta os maiores índices de frecuencia de actuacións responsábeis (63,57% en consumo de auga, 58,39% en consumo de enerxía, 44,26% en xeración de residuos e 33,41% noutros tipos de consumo).

Dos items analizados, a zona urbana presenta os índices menores de frecuencia de actuacións responsábeis en consumo de enerxía (55,5%) e consumo de auga (52,47%) mentres que a zona semi-urbana rexistra os peores índices no grao de concienciación sobre a xeración de residuos (37,80%) e outro tipo de consumo (25,10%).

O ámbito da xeración de residuos rexistra un baixo nivel global de actuacións responsábeis (40,4%). A zona Rural é a que ten unha frecuencia de actuación responsábel máis elevada (44,26%), sendo a semi-urbana a que rexistra as peores prácticas (37,80%).

A extensión de prácticas responsábeis noutros tipos de consumos é a que rexistra o nivel global máis baixo (29,14%). A zona semi-urbana presenta a media máis baixa (25,10%).

POR DISTRITOS

O Distrito 9 presenta o nivel de frecuencia de actuacións responsábeis máis elevados nos ámbitos de consumo de enerxía (66,24%), consumo de auga (65,52%) e xeración de residuos (50,12%), sendo só superado polo Distrito 4 no ámbito de outros tipos de consumo (41,77%).

No ámbito do consumo de enerxía presentan valores superiores á media (56,08%) o Distrito 9 (88,24%), Distrito 6 (58,46%) e Distrito 5 (58,19%). Pola contra, rexistran os índices máis baixos o Distrito 8 (51,94%), Distrito 3 (53,74%) e Distrito 1 (54,07%).

No consumo de auga, os distritos con índices máis elevados son: Distrito 9 (65,52%), Distrito 5 (64,70%) e Distrito 8 (60,55%). Os índices máis baixo son: Distrito 1 (47,88%), Distrito 4 (50,53%) e Distrito 3 (53,98%).

Na xeración de residuos posúen valores superiores á media (40,40%) o Distrito 9 (50,12%), Distrito 4 (44,31%) e o Distrito 1 (40,85%). Os valores máis baixos atópanse no Distrito 7 (37,25%), Distrito 6 (38,58%) e Distrito 3 (38,91%).

Noutros tipos de consumo, os distritos que presentan maior índice de frecuencia de prácticas responsábeis son: Distrito 4 (41,77%), distrito 5 (36,34%), distrito 9 (33,04%). Os distritos cos índices máis baixos son: distrito 7 (20,06%), distrito 3 (23,20%) e distrito 1 (23,69%).

RESULTADOS E TENDENCIAS OBSERVADAS

Parte II

1. RESULTADOS GLOBAIS

A porcentaxe da cidadanía de Vigo preocupada polo medio ambiente constitúe o 70,4 % do total dos enquisados. Por outra parte, o 77,3 % consideran que os hábitos de consumo inflúen bastante ou moito no medio ambiente e o 37,1% outórganlle, na compra, bastante ou moita importancia ó respecto polo medio ambiente do produto que adquiren.

Dos produtos considerados sustentábeis pola Unión Europea, o máis coñecido na cidade de Vigo é o envase ecolóxico, cunha taxa de coñecemento do 88,7 %, fronte ó 6,3 % da certificación ecolóxica para madeiras, o menos coñecido.

A frecuencia na compra dos produtos sustentábeis é a seguinte:

Comercio xusto	(3,2 %)
Envase ecolóxico.....	(45,9 %)
Certificación para madeiras	(0,5 %)
Agricultura ecolóxica	(6,9 %)
Etiqueta ecolóxica europea	(2,3 %)
Eficiencia enerxética.....	(10,3 %)

En relación coa presenza de diversos produtos ecolóxicos nos fogares de Vigo, é a seguinte:

Papel reciclado	(36,0 %)
Lámpadas de baixo consumo	(75,5 %)
Cisterna de dobre descarga	(26,7 %)
Paneis solares.....	(1,2 %)
Electrodomésticos de baixo consumo	(70,0 %)

2. COMPARATIVA SEGUNDO O SEXO E A IDADE

A porcentaxe de cidadáns de Vigo bastante ou moi preocupada co medio ambiente é igual ó 72,4 %, catro puntos máis que o relacionado cos cidadáns.

A franxa de idade en que a preocupación é maior (74,3 %) é a comprendida entre os 35 e os 49 anos, fronte ó 67,7 %, a menor, entre 18 e 34 anos.

O 78,7 % das cidadás de Vigo consideran que os hábitos de consumo inflúen bastante ou moito no medio ambiente, dous puntos e medio máis que o expresado polos cidadáns.

A franxa de idade que considera que os hábitos de compra inflúen, dunha maneira notábel, no medio ambiente é a comprendida entre os 35 e os 49 anos, cun 81,5 %. Na franxa oposta atópanse os situados entre os 18 e os 34 anos, cun 73,6 %.

O 38,0 % das viguesas outorgan, na compra, bastante importancia ó respecto polo medio ambiente do produto que adquiren, dez puntos máis que os vigueses.

Segundo a idade, a cidadanía comprendida entre os 35 e os 49 anos é a que máis importancia concede ó medio ambiente ó efectuar as súas compras.

En canto ós produtos considerábeis sustentábeis pola Unión Europea, practicamente non existe diferenzas nas respostas segundo o sexo do enquisado.

Non obstante, a idade inflúe notabelmente, e hai algúns produtos que teñen unha gran diferenza entre si. Por exemplo a eficiencia enerxética é coñecida polo 52,2 % dos enquistados entre 18 e 34 anos, fronte ó 38,7 % dos que teñen entre 50 e 64 anos.

Se ben a taxa de presenza de diversos produtos ecolóxicos nos fogares de Vigo é similar entre os dous sexos dos enquisados, con independencia deste criterio, obsérvanse algunhas diferenzas no caso do papel reciclado que, para as viguesas alcanza unha taxa do 40,2 %, fronte ó 31,3 % dos vigueses.

Segundo a idade a non existen diferenzas nas respostas no que se refire á presenza de produtos sustentábeis nos fogares dos vigueses.

3. RESULTADOS POR ZONAS

A porcentaxe da cidadanía de Vigo que se mostra bastante preocupada co medio ambiente crece a medida que o seu hábitat se afasta do núcleo urbano. Así observase que a preocupación na zona urbana alcanza un 69,4 %, fronte ó 75,4 % da zona rural.

De igual xeito se observa a mesma tendencia nos habitantes que consideran que os hábitos de consumo inflúen bastante ou moito no medio ambiente, de 74,5 % na zona semi-urbana, ó 78,7 % na zona rural.

Conservase a tendencia cando o 37,3 % dos habitantes dos distritos 8 e 9 cualifican como bastante ou moi importante o respecto polo medio ambiente do produto que adquiren na compra, fronte o 49,2 % da zona rural.

En canto ós produtos considerados sustentábeis pola Unión Europea, practicamente non existen diferenzas nas respostas segundo a zona do enquisado, aínda que observase unha lixeira tendencia crecente a medida que nos alonxamos do centro urbán.

Con todo, a taxa de presenza de diversos produtos ecolóxicos nos fogares de Vigo sigue a mesma tendencia e se incrementa a medida que nos afastamos do centro urbán.

4. RESULTADOS POR DISTRITOS

A porcentaxe de cidadáns de Vigo bastante ou moi preocupados polo medio ambiente en función do distrito, ordenada de menor a maior, é a seguinte:

Distrito 4	42,5%
Distrito 7	60,1%
Distrito 8	63,4%
Distrito 2	65,2%
Distrito 6	81,1%
Distrito 5	87,8%
Distrito 1	92,6%
Distrito 3	92,9%
Distrito 9	96,8%

Os hábitos de consumo inflúen bastante ou moito no medio ambiente segundo o tipo de distrito:

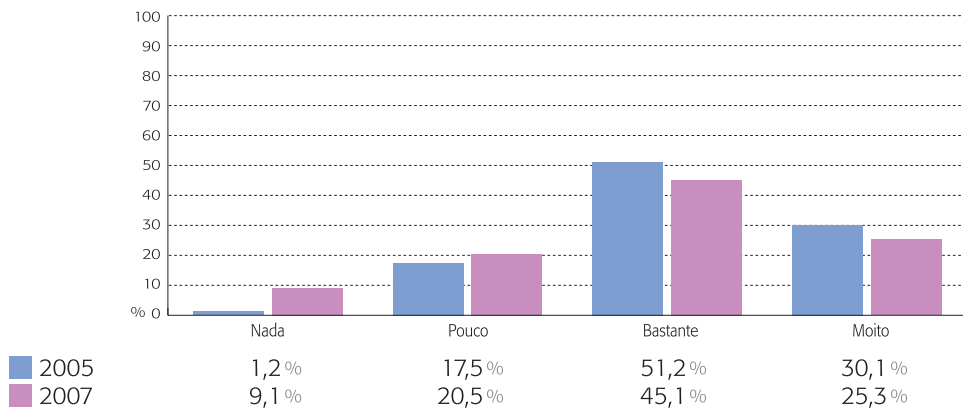
Distrito 7	64,8%
Distrito 4	65,3%
Distrito 8	70,0%
Distrito 6	81,8%
Distrito 3	85,3%
Distrito 2	86,1%
Distrito 9	87,1%
Distrito 1	90,5%
Distrito 5	94,5%

Sobre grao de importancia que, no momento da compra, lle outorgaron os cidadáns ó respecto do produto que adquiren polo medio ambiente, tabúlase a continuación:

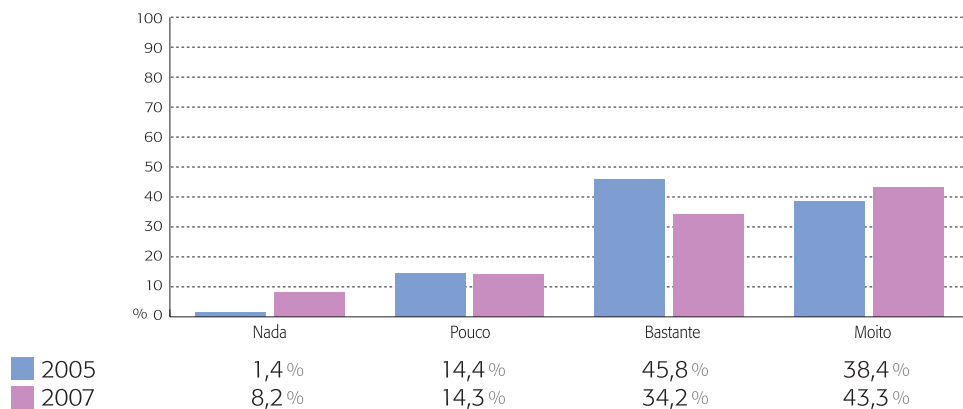
Distrito 4	28,9%
Distrito 5	31,1%
Distrito 7	34,0%
Distrito 1	35,8%
Distrito 2	37,3%
Distrito 8	40,0%
Distrito 3	42,7%
Distrito 6	47,0%
Distrito 9	58,0%

5. TABELAS COMPARATIVAS 2005-2007

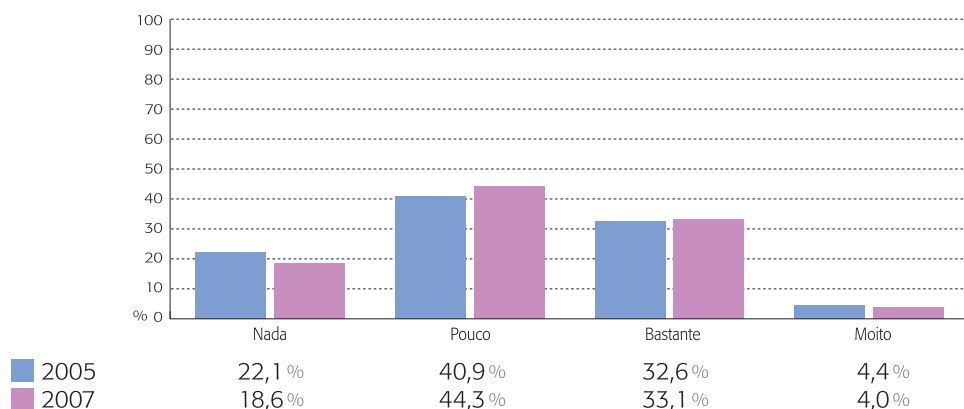
GRAO DE PREOCUPACIÓN POLO MEDIO AMBIENTE



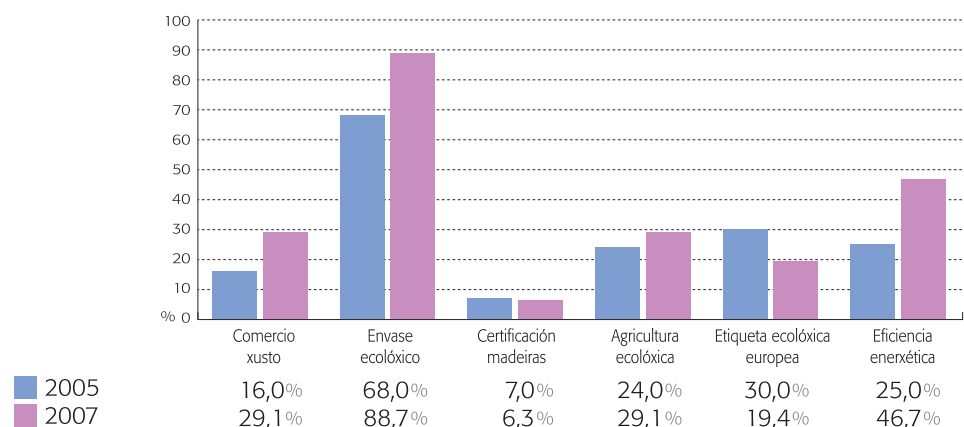
GRAO DE INFLUENCIA DOS HÁBITOS DE CONSUMO DOS CIDADÁNS NO MEDIO AMBIENTE



GRAO DE IMPORTANCIA DO MEDIO AMBIENTE NA COMPRA



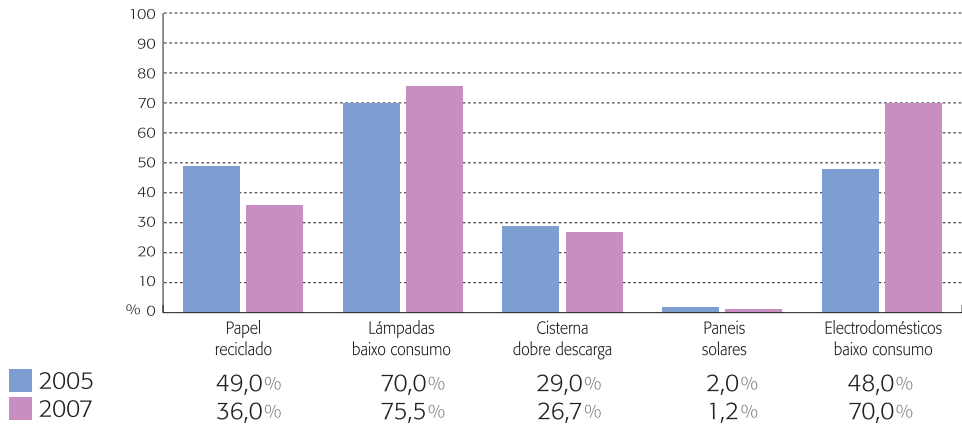
GRAO DE COÑECEMENTO DE PRODUTOS QUE FOMENTAN A SUSTENTABILIDADE



COMPARATIVA POR PRODUCTO (FRECUENCIA DE COMPRA)

	Nunca		Ocasionalmente		Frecuentemente		Sempre	
	2005	2007	2005	2007	2005	2007	2005	2007
Comercio xusto	30,7%	27,2%	49,2	57,9	18,3	10,9	1,8	4,0
Envase ecolóxico	19,4%	8,9%	39,3%	19,2%	35,4%	51,7%	5,9%	20,2%
Certificación de madeiras	47,3%	60,5%	30,1%	28,9%	19,4%	7,9%	3,2%	2,7%
Agricultura ecolóxica	27,8%	18,3%	43,5%	56,4%	25,2%	23,8%	3,5%	1,5%
Etiqueta ecolóxica europea	30,7%	36,5%	41,9%	49,4%	24,9%	11,6%	2,5%	2,5%

GRAO DE PRESENZA DALGÚNS PRODUCTOS ECOLÓXICOS



6. TENDENCIAS OBSERVADAS

GRAO DE PREOCUPACIÓN POLO MEDIO AMBIENTE

Aumenta a porcentaxe de persoas nada ou pouco preocupadas polo medio ambiente do 1,2% ao 9,1% e do 17,5% ao 20,5% respectivamente.

No que respecta aos concienciados (niveis bastante e moito) prodúcese unha diminución na sensibilidade do 51,2% ao 45,1% dos bastante preocupados e 30,1% ao 25,3% nos moi concienciados.

GRAO DE INFLUENCIA DOS HÁBITOS DE CONSUMO

Aumenta o nivel de consciencia sobre o grao de influencia dos hábitos de consumo no medio ambiente do 38,4% ao 43,3%. De igual maneira, aumenta a porcentaxe de persoas que consideran que a influencia dos hábitos de consumo dos cidadáns é nulo no medio ambiente (do 11,4% ao 8,2%).

Advirtase que mentres diminúe o grao de preocupación polo medio ambiente, aumenta a porcentaxe de persoas enquisadas que consideran que é maior a influencia dos hábitos de consumo no medio ambiente.

GRAO DE INFLUENCIA DO MEDIO AMBIENTE NA COMPRA

Aumenta a porcentaxe de persoas que consideran que inflúe pouco (do 40,9 ao 44,3%) e diminúe a dos que consideran que inflúe moito (do 4,4 ao 4,0%). Por outro lado, increméntase a proporción dos que consideran que esta influencia é bastante (do 32,6% ao 33,1%) así como diminúe considerabelmente a dos que consideran que esta influencia é nula (do 22,1% ao 18,6%).

Estas mudanzas nos índices de valoración evidencian o aumento da conciencia da cidadanía pola influencia que os hábitos de consumo cotiáns teñen no medio ambiente.

GRAO DE COÑECEMENTO DE PRODUTOS QUE FOMENTAN A SUSTENTABILIDADE

Aumentan o grao de coñecemento

Comercio xusto (do 16,0% ao 29,11%).

Envase ecolóxico (do 68,0% ao 89,7%).

Agricultura ecolóxica (do 24,0% ao 29,1%)

Eficiencia enerxética (do 25% ao 46,7%).

Diminúen o grao de coñecemento:

Certificación de madeiras FSC (do 7,0% ao 6,3%).

Etiqueta ecolóxica europea (do 30,0% ao 19,4%).

FRECUENCIA DE COMPRA

Aumenta o consumo de produtos con envase ecolóxico, que pasa dun índice de consumo frecuente do 35,4% ao 51,7% e sempre do 5,9% ao 20,2%.

Redúcese a porcentaxe dos que din non consumir nunca produtos do comercio xusto (do 30,7% ao 27,2%), envase ecolóxico (do 19,4% ao 8,9%) e produtos de agricultura ecolóxica (do 27,8% ao 18,3%).

PRESENZA DE PRODUTOS ECOLÓXICOS

Produtos ecolóxicos que aumentan o a súa presenza

Lámpadas de baixo consumo (do 70,0% ao 75,5%)

Electrodomésticos de baixo consumo (do 48% ao 70%).

Produtos ecolóxicos que diminúen a súa presenza:

Papel reciclado (do 49% ao 36%)

Cisterna de dobre descarga (do 29,0% ao 26,7%)

Paneis solares (do 2% ao 1,2%)

