



CIRCULA  
EL PLÁSTICO



Growth  
from  
Knowledge

---

Estudio

# Reciclando-ando

Preparado por GfK-NIQ Chile

# Metodología

## ¿Cómo lo hicimos?

### CHILE3D

4.800 casos totales, distribuidos por zonas y sociodemográficos  
Estudio Cuantitativo online realizado durante Enero y Febrero 2023.  
Hombres y mujeres, mayores de 15 años, de los grupos socioeconómicos AB/C1A, C1B, C2, C3 y D/E, de las 32 principales ciudades del país (representantes de todas las regiones)

### Especial Reciclando-ando

#### 1100 casos totales

Estudio Cuantitativo online realizado durante Agosto 2023.  
Hombres y mujeres, mayores de 18 años, de los grupos socioeconómicos AB/C1A, C1B, C2, C3 y D/E, de todas las regiones del país.

*Ambas encuestas realizadas con blending de panel online, ponderadas por región, GSE y sexo.*



Growth  
from  
Knowledge

Contexto general

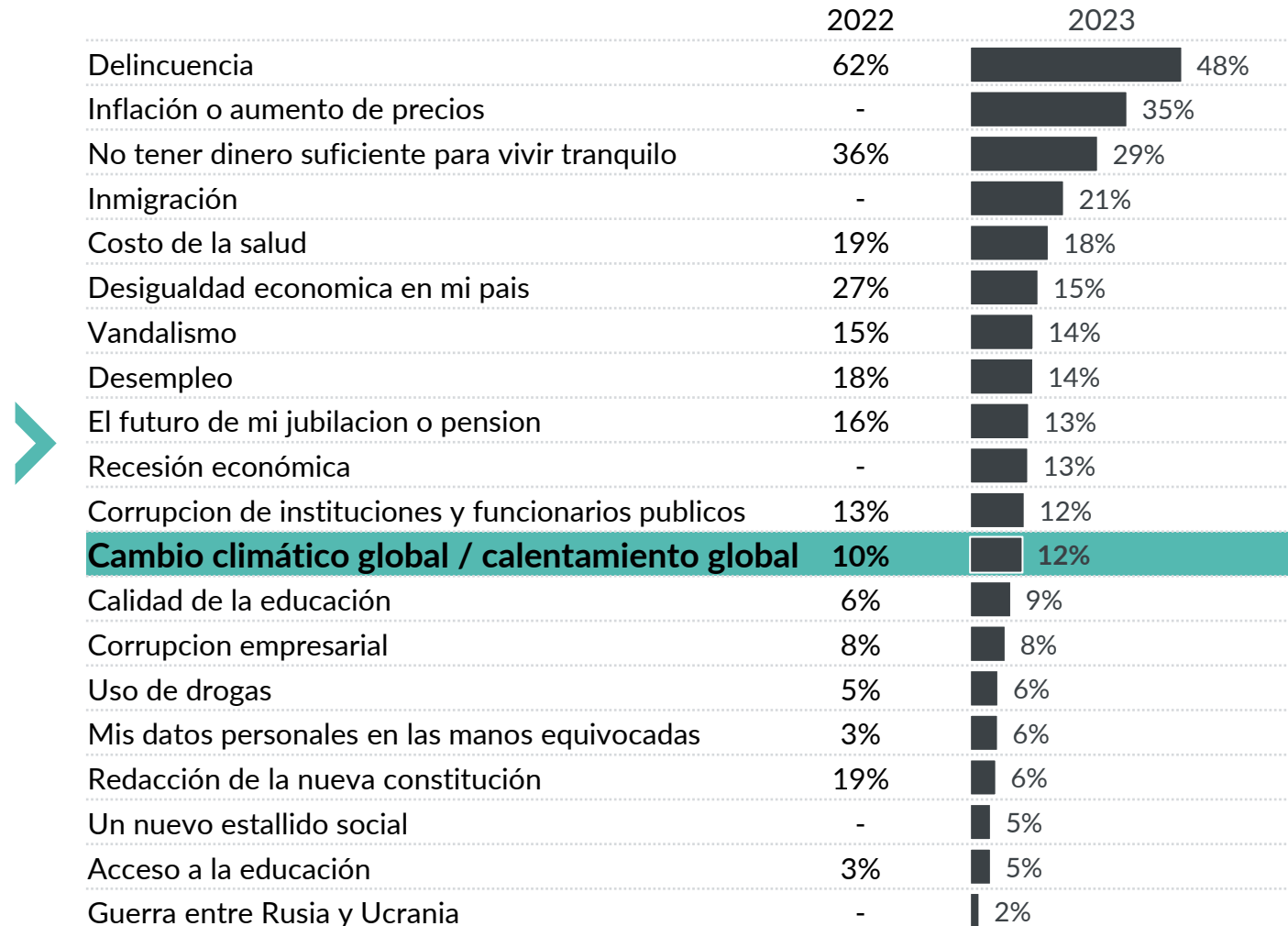
¿Qué tan presente está la preocupación por el medioambiente en chilenos y chilenas?



¿Cuáles son las 3 cosas que más te preocupan hoy?

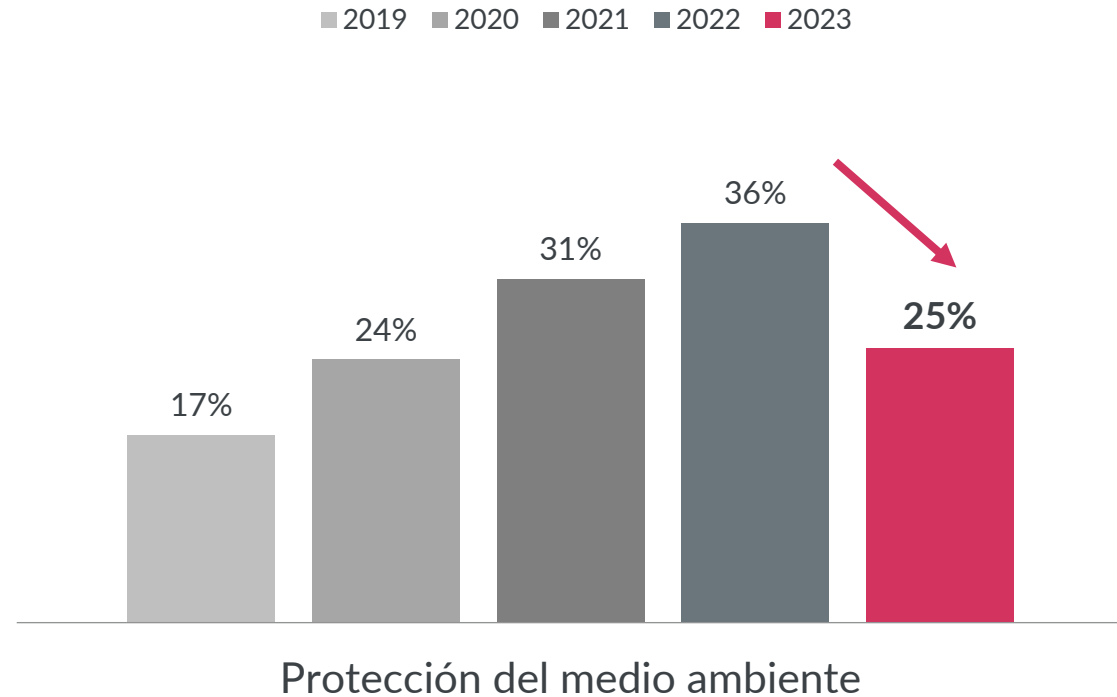
Aun cuando el cambio climático ha aumentado su relevancia, esta se pierde frente a problemáticas mucho más cotidianas

■ → Alternativas nuevas



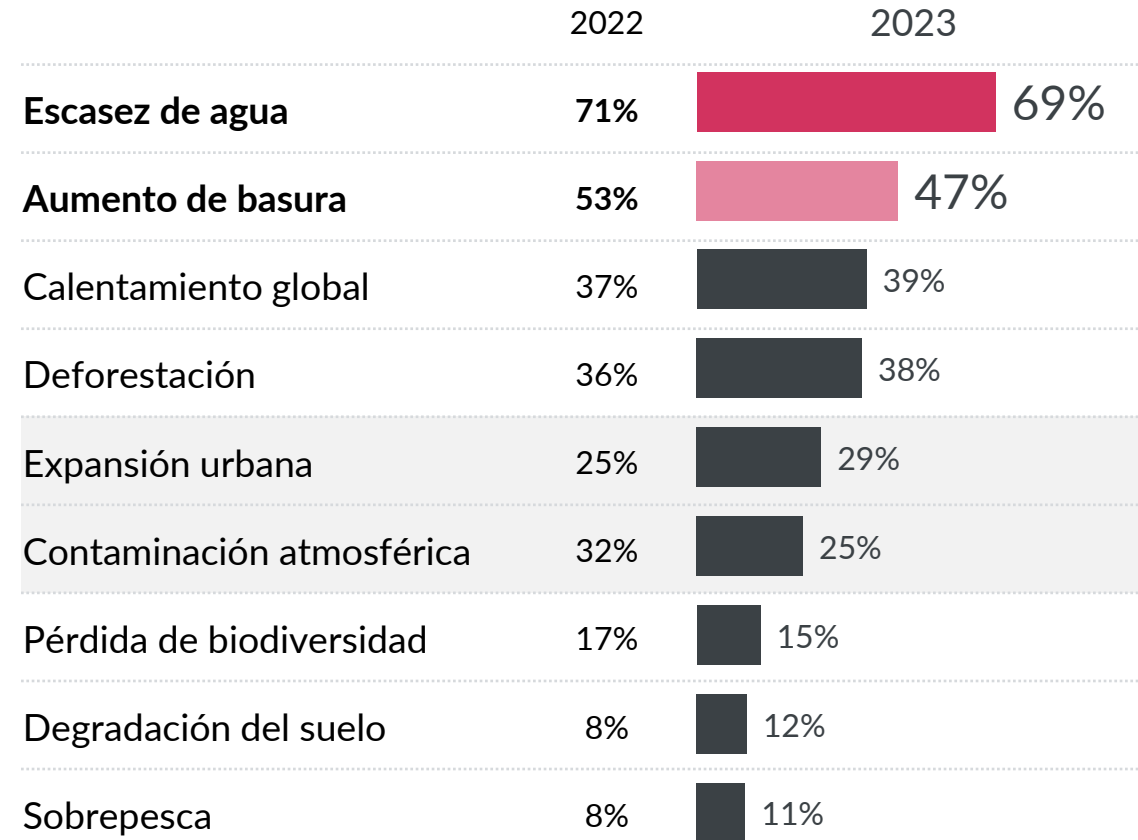
Además, cae entre las preocupaciones ciudadanas del 2023 quedando un punto tras salud mental y rompiendo su tendencia al alza

Luego de cuatro años al alza, la relevancia de la protección del medio ambiente como causa ciudadana cae 11 pp.



¿Cuáles son los 3 principales problemas medio ambientales de Chile?

Aun con algunos cambios en los porcentajes de asociación, se mantiene en gran medida el orden de prioridades ambientales, con escasez de agua (-2pp. respecto a 2022) y aumento de basura (-6 pp. respecto 2022) en los primeros lugares





CIRCULO  
EL PLÁSTICO



Growth  
from  
Knowledge

Y en este escenario...

¿En qué posición se  
encuentra EL  
RECICLAJE entre las  
personas?

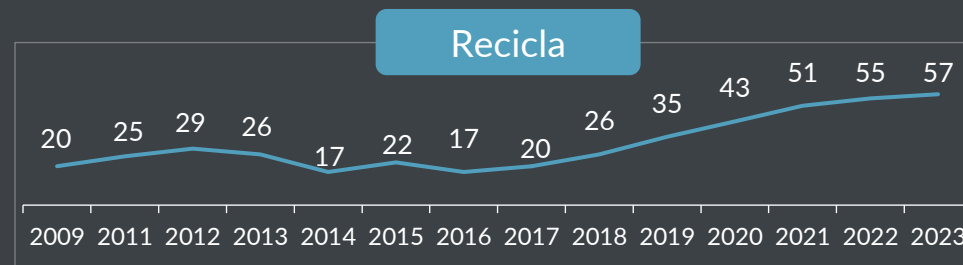
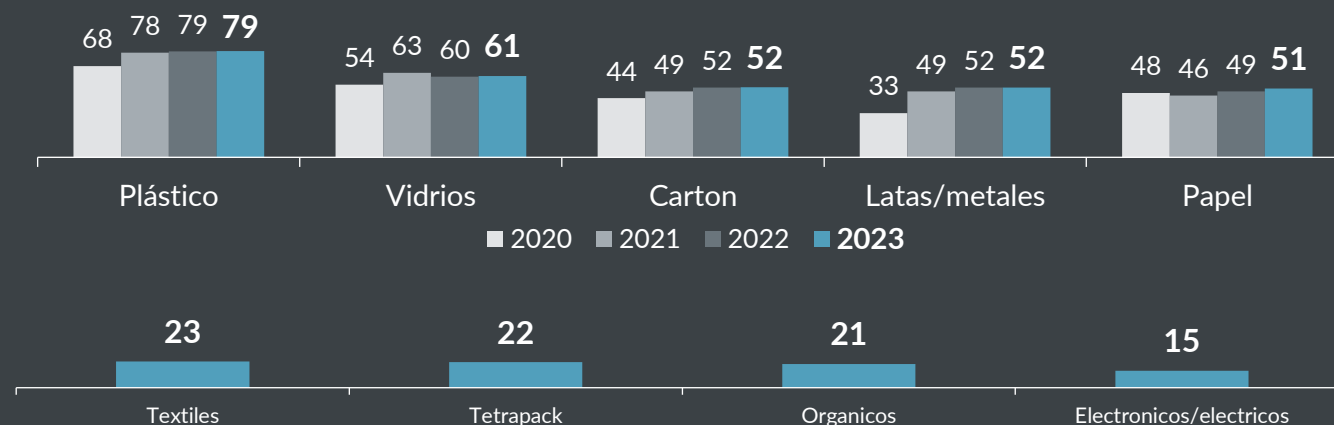
# EL RECICLAJE: Acción con mayor compromiso por las personas

# 57%

Declara reciclar marzo 2023



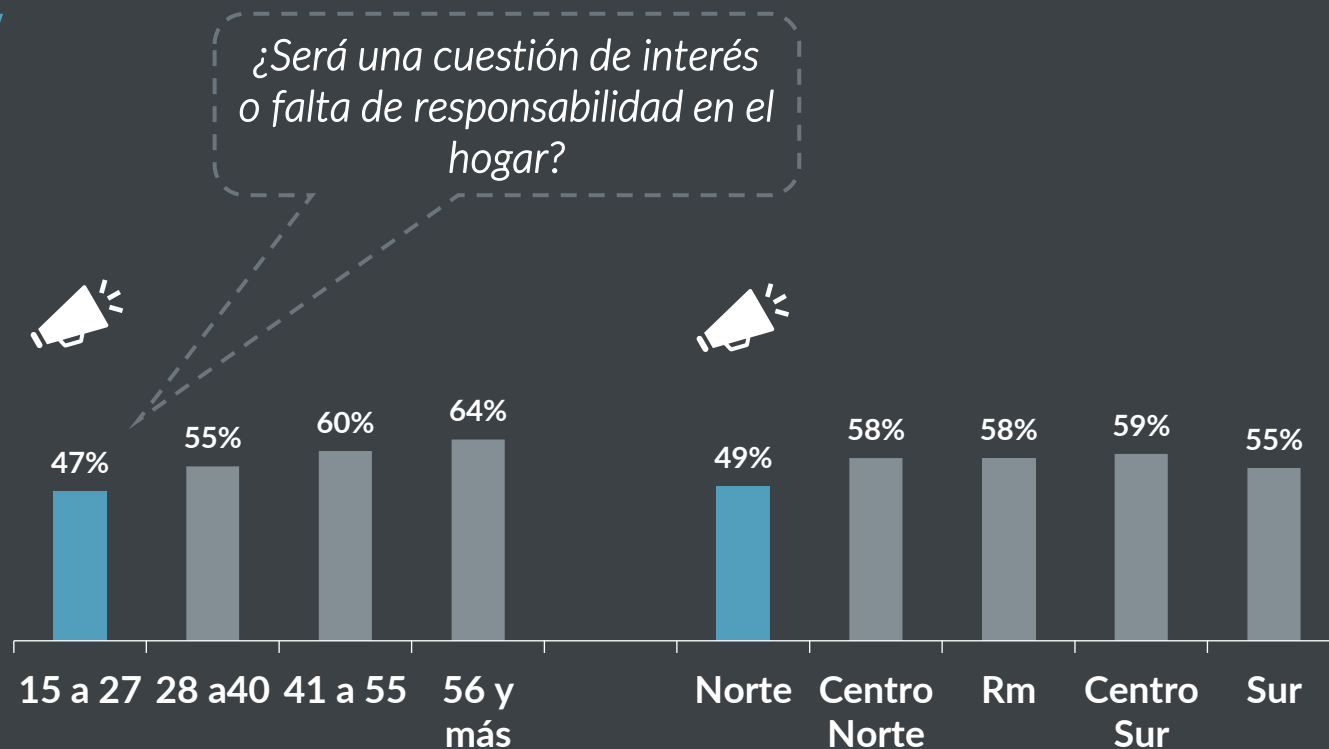
¿Qué materiales reciclas?



# Sin embargo, hay grupos que aún se pueden potenciar más: **JÓVENES y NORTE PAÍS**

# 57%

Declara reciclar marzo 2023





Growth  
from  
Knowledge

¿Cómo movilizamos a aquellos grupos que reciclan menos?

Identificamos dos grandes desafíos que podemos abordar

# 1.

¿Por qué no reciclas actualmente?

## INFRAESTRUCTURA DISPONIBLE

2022	2023	
62%	<b>49%</b>	No tengo un punto de reciclaje cerca
43%	<b>38%</b>	No tengo espacio para separar lo reciclable
41%	<b>36%</b>	Faltan servicios de recolección en mi hogar
32%	<b>25%</b>	No tengo como transportar los residuos

# 2.

¿Por qué no reciclas actualmente?

## EDUCACIÓN AMBIENTAL

2022 2023

44%

**43%**

Falta de costumbre

25%

**25%**

No sé lo suficiente sobre reciclar

21%

**15%**

Creo que se junta lo reciclable con el resto



Growth  
from  
Knowledge

Para identificar mejor con quienes trabajar cada medida, segmentamos a la población de acuerdo a su disposición ante el reciclaje

# Perfiles Fundación Chile 2023



# Perfil de quienes reciclan y no reciclan

Quienes reciclan tienden a ser de mayor edad, habitantes de casa y ligeramente de mayor nivel socioeconómico, respecto a quienes no lo hacen. Sin embargo, ambos grupos se parecen más de lo que se diferencian.

NO recicla

SI recicla

43%

6,5%

21,8%

14,7%



57%

	SIN TIEMPO	SIN ACCESO	DESINFORMADO
Hombre	50	48	44
Mujer	50	52	56
Gen Z. (15 - 27)	28	26	30
Milenial (28 - 40)	28	23	27
Gen. X (41 - 55)	25	25	22
Boomer (56+)	19	26	21
ABC1ab	9	10	12
C2	13	14	11
C3	36	27	31
D/E	42	49	47
Casa	80	78	82
Depto.	20	22	18

QUIENES RECICLAN	
	48
	52
	20
	23
	26
	31
	18
	13
	27
	41
	71
	29

# Perfilamiento de quienes **no reciclan**



Principales tendencias y hallazgos de la segmentación

## Desinformado

Es un segmento que manifiesta poco interés en reciclar y se muestra relativamente “tibio” ante la idea de involucrarse más en esto, movilizados principalmente por el DESCONOCIMIENTO DEL TEMA. Sin embargo, tiene un uso de tiempo libre más similar a quienes reciclan, por lo que puede eventualmente encontrarse con el reciclaje en esos espacios compartidos.

## Sin acceso

Es una persona que se replantea su forma de consumir, pero que no relaciona su actuar en este ámbito con la idea del reciclaje. Son quienes ponen MÁS BARRERAS, llevando la responsabilidad a externos que no facilitan sus opciones para reciclar.

## Sin tiempo

Son quienes están en un momento difícil de su vida, con alto nivel de estrés e insatisfacción, así como intensión de reciclar. Más que un rechazo por la temática, hoy no tienen espacio para poder involucrarse más allá, ya que su enfoque está en otros problemas que están enfrentando.



Growth  
from  
Knowledge

¿ Cómo  
enfrentamos la  
implementación  
de la Ley REP?



## ¿Cómo estamos reciclando HOY?

Los puntos limpios son el principal destino del reciclaje, pero disminuye levemente (-0,4 pp) el promedio de destinos que tiene el reciclaje en general

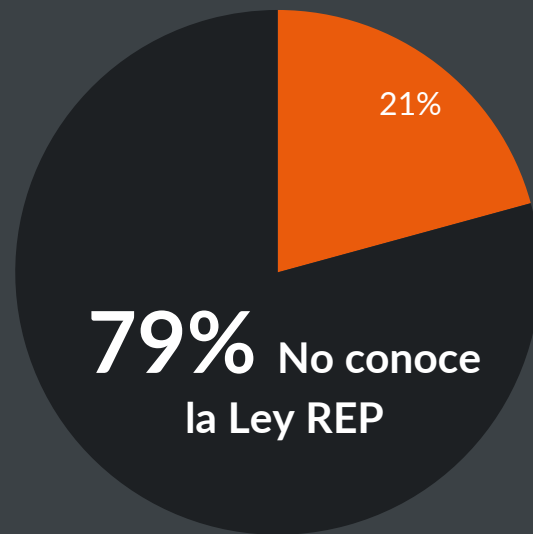
*Con la implementación de la ley REP, estos hábitos variarán en el tiempo...*

¿Qué haces con los residuos o materiales que separas para reciclar?



# Entre las pocas personas que conocen la ley REP, 4 de cada 5 saben de su responsabilidad ciudadana para una correcta implementación

*¿Has visto o escuchado algo sobre la ley REP de Fomento al Reciclaje y Responsabilidad Extendida del Productor?*



■ Si ■ No

*¿Sabías que como ciudadano tienes responsabilidades para que la ley REP se implemente de manera óptima?  
(solo quienes saben sobre la ley REP)*



■ Si ■ No



CIRCULA  
EL PLÁSTICO



Growth  
from  
Knowledge

---

¿Qué acciones espera la gente para reducir la generación de residuos?

*Un complemento de esfuerzos que nos involucren a todos*

# No hay una sola medida que la gente demande especialmente de las empresas, pero si hay cierta inclinación hacia que se involucren más directamente con los hogares



Especialmente a través de la instalación de puntos de reciclaje a cargo de las empresas y educación sobre gestión de residuos

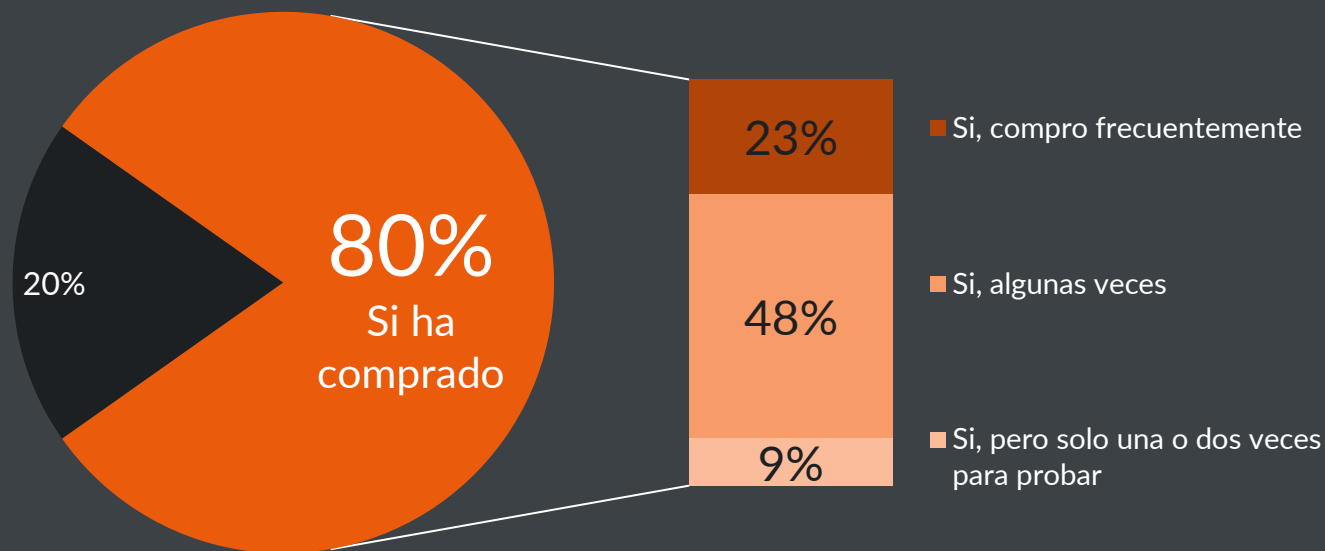


*¿Cuáles son las tres acciones más importantes que deberían hacer las empresas para enfrentar el problema de la basura?*

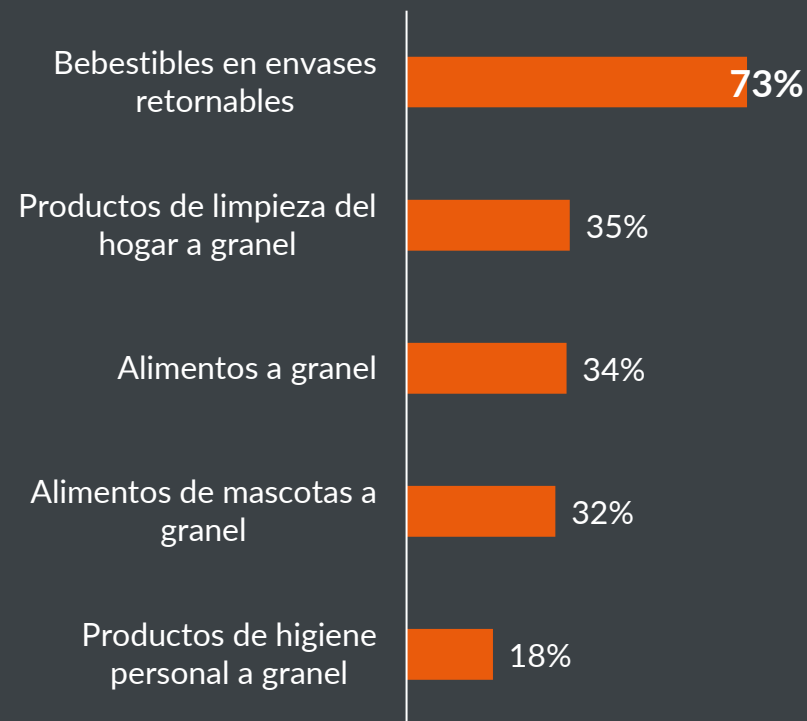
	Primera mención	Total Menciones
Educar sobre la gestión de residuos en los hogares	16%	56%
Habilitar más puntos de reciclaje	22%	56%
Ofrecer sus productos en envases reutilizables/retornables	19%	55%
Disminuir la cantidad de envoltorios/empaques que tiene un producto	19%	50%
Ofrecer sus productos en envases fabricados con materiales reciclados	12%	42%
Ofrecer sus productos en envases reciclables	12%	41%

# Las bebidas en envases retornables, un buen hábito de reutilización que atrae por su aporte al ahorro del hogar

¿Compras productos reutilizando contenedores y/o a granel?



¿Qué productos has comprado reutilizando envases?



*Beneficio de la compra a granel*

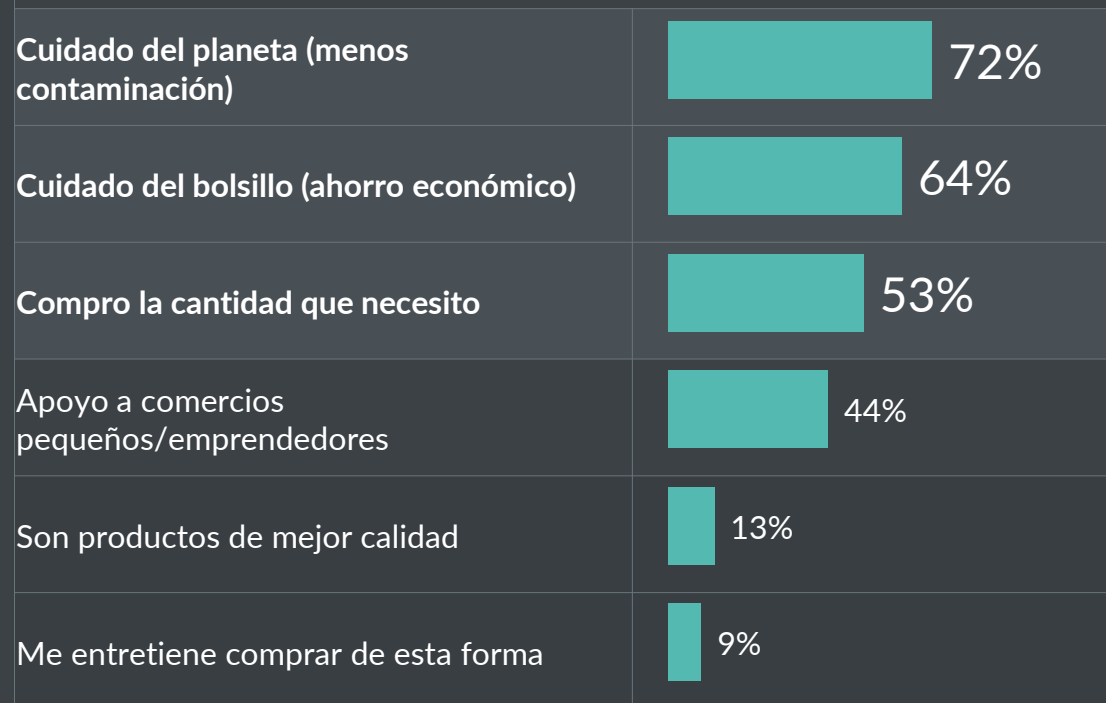
# Menor impacto ambiental y mayor ahorro



El beneficio de la compra a granel reutilizando envases: reduce el impacto ambiental y permite el ahorro económico. Es decir, compramos solo lo que necesitamos, al mejor precio.



*¿Qué beneficios ves en comprar reutilizando envases y/o a granel?*




# Nuevamente, la falta de infraestructura es la principal barrera para ser un consumidor sustentable

Al igual que con el reciclaje, la principal barrera para la compra a granel es la falta de acceso.



¿Por qué no has comprado productos reutilizando envases y/o a granel?

No sé dónde venden	 63%
Falta de costumbre/interés	 41%
No siento que sea un gran ahorro económico	 17%
No tengo tiempo	 14%
Porque me queda lejos	 13%
Creo que los productos a granel son de peor calidad	 9%
No implica un beneficio ambiental	 5%



CIRCULA  
EL PLÁSTICO



Growth  
from  
Knowledge

---

En síntesis...

Ante un Chile que parece estar atascado en un círculo vicioso de cierta inestabilidad económica y política, la gente pierde interés por trabajos en sociedad que requieren tiempo y esfuerzos conjuntos, como lo es el cuidado del medio ambiente.



CIRCULO  
EL PLÁSTICO



Growth  
from  
Knowledge

---

La disposición de las personas para realizar acciones que ayuden a esta problemática se centra en lo que les “**impacte menos en sus costumbres**”. Por esto, las estrategias para involucrarse en esta causa deben poder coexistir con el estilo de vida de la población.

Ante una decreciente disposición a tomar acciones personales, y la diversificación de las preocupaciones de los chilenos, tenemos el desafío de hacer más palpable el reciclaje en el día a día de los hogares. Los distintos actores tienen una gran oportunidad de conectar no solo con las necesidades de la población, sino también con el mundo que desean construir



CIRCULA  
EL PLÁSTICO



Growth  
from  
Knowledge

---

Estudio

# Reciclando-ando

Gracias!