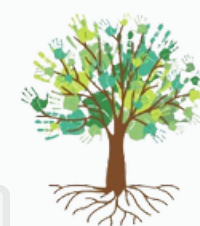


Percepción ciudadana sobre economía circular

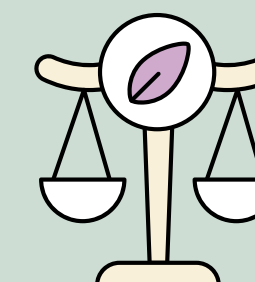
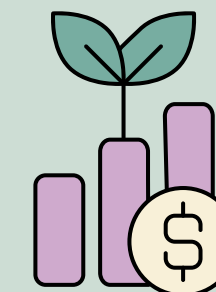
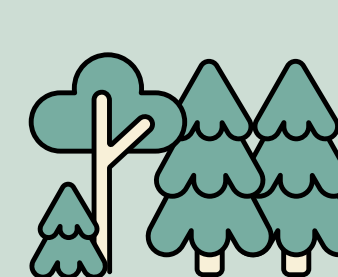
FASE II
JULIO, 2025



GEVI
Grupo de Economía
Verde e Inclusiva



OBJETIVOS



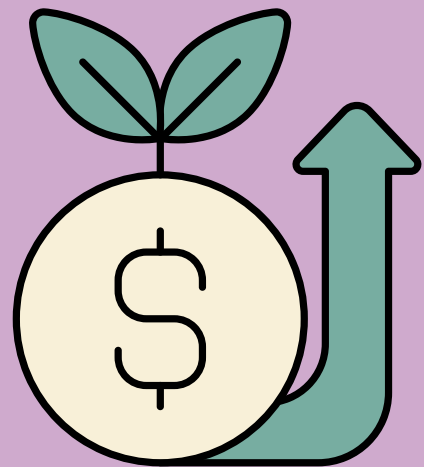
OBJETIVO GENERAL

Generar insumos para el diseño de políticas que promuevan la Economía Circular, a través del relevamiento de comportamientos y percepciones de la población uruguaya en relación a estos temas.

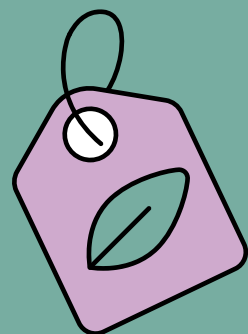
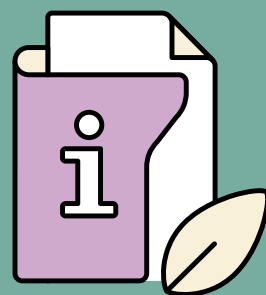
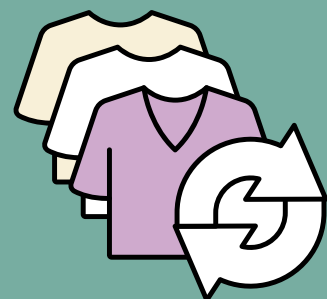
OBJETIVO ESPECÍFICO

Relevar las percepciones de la ciudadanía en relación a la economía circular con foco en la cadena de valor textil profundizando en el estudio de diseño de productos y packaging, responsabilidad de los actores y mercado y transición circular.

METODOLOGÍA



- El relevamiento fue llevado a cabo del 4/7 al 11/ y entre el 14/7 y el 17/7 del 2025.
- Se obtuvo información para una muestra de 500 personas, representativa de la población nacional mayor de 18 años. La muestra se seleccionó en base al sexo y estratos de edad, en base a proyecciones de población del Instituto Nacional de Estadística.
- Las respuestas fueron recogidas a través de protocolos automatizados de pregunta y respuesta vía Whatsapp y monitoreadas mediante llamadas telefónicas.

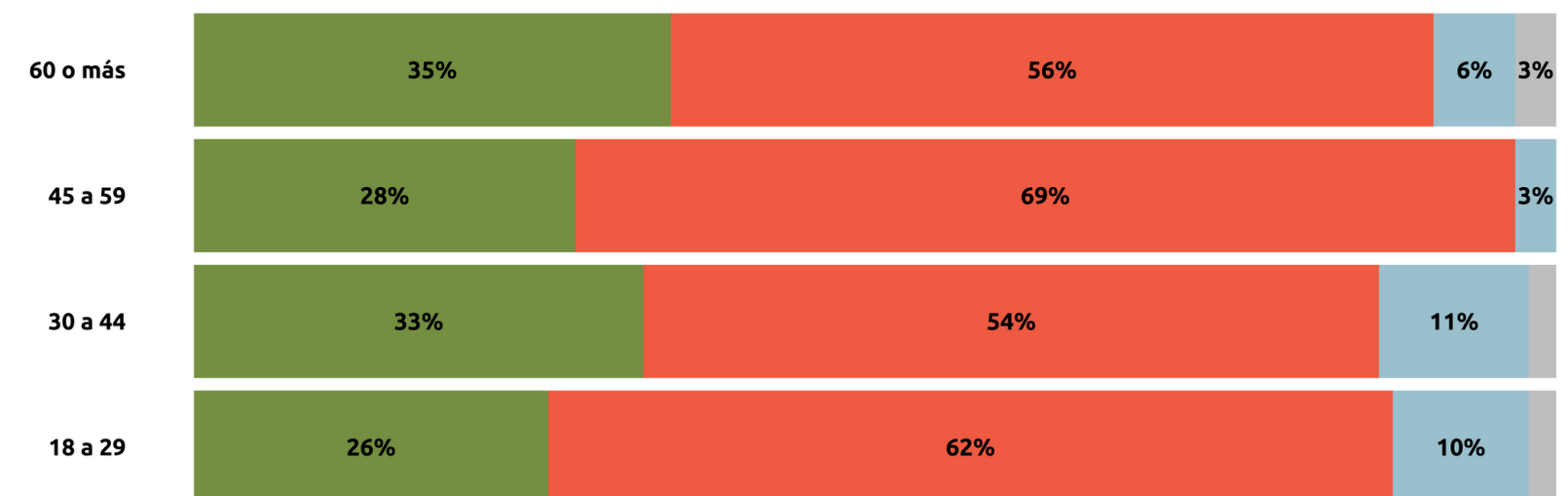
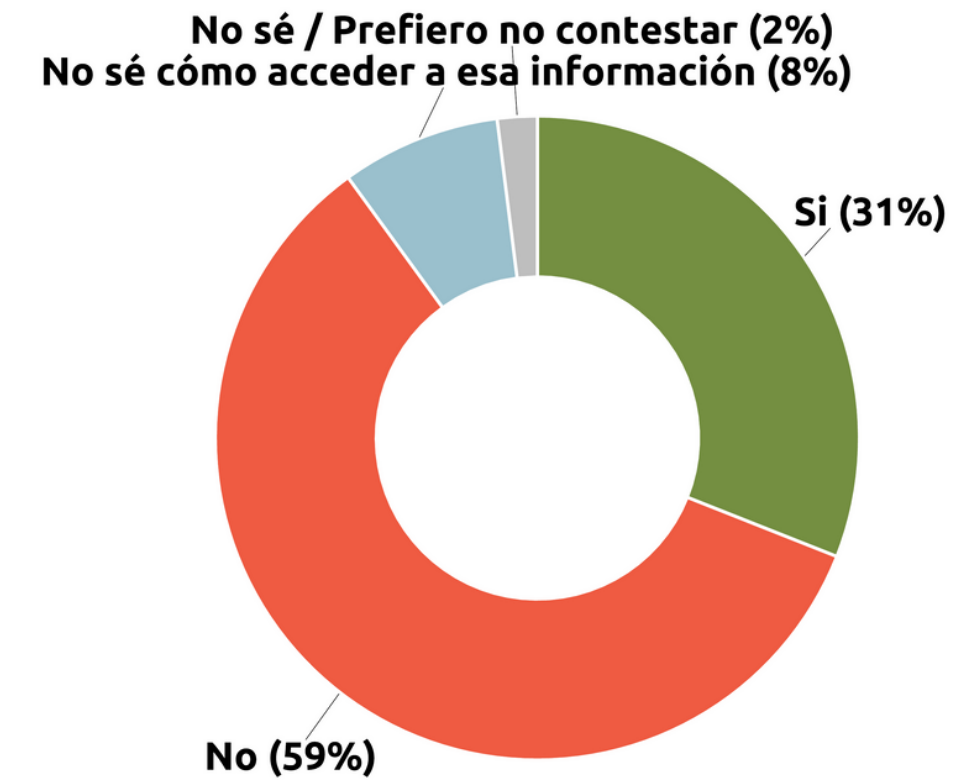


RESULTADOS SEGUNDA OLA SECTOR TEXTIL

ORIGEN DE FABRICACIÓN

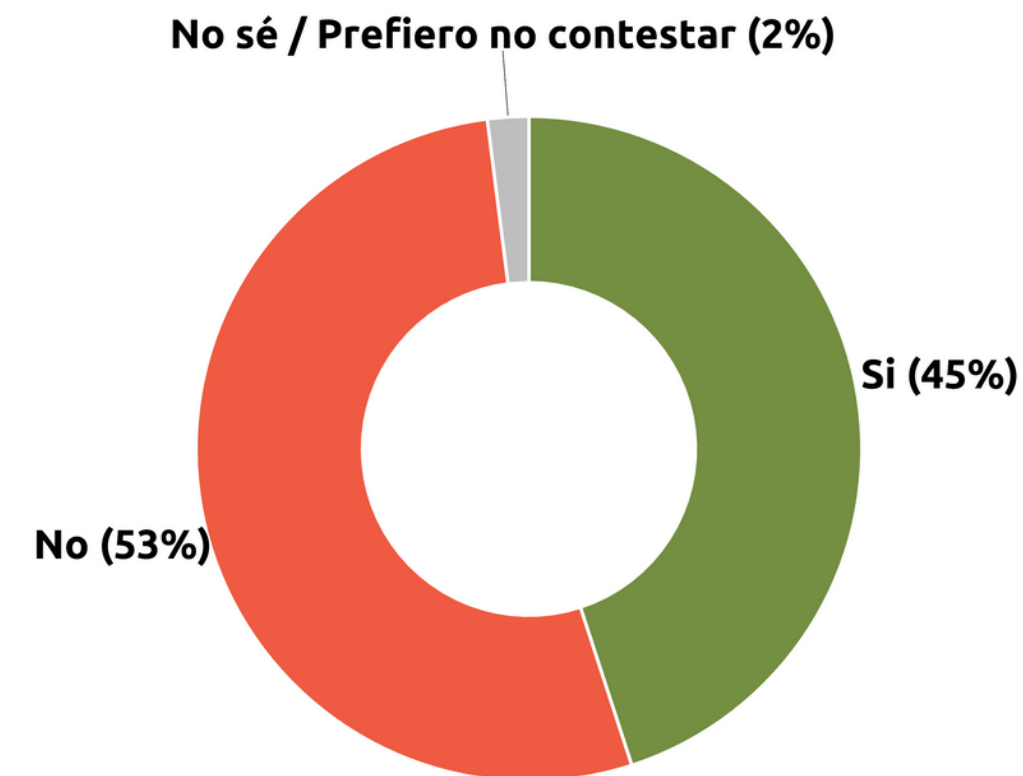
Al momento de decidir tu compra de ropa, ¿te interesa conocer si es un producto de fabricación nacional o importado?

- La mayoría de las personas responde que no le interesa conocer si un producto es de fabricación nacional o importado al momento de decidir su compra. Un 8% de las personas encuestadas dice *no saber* cómo acceder a esa información.
- Las personas de 45 a 59 son quienes en mayor medida responden que no les interesa conocer el origen de fabricación de su ropa; mientras que los de 60 o más son quienes más responden que sí les interesa

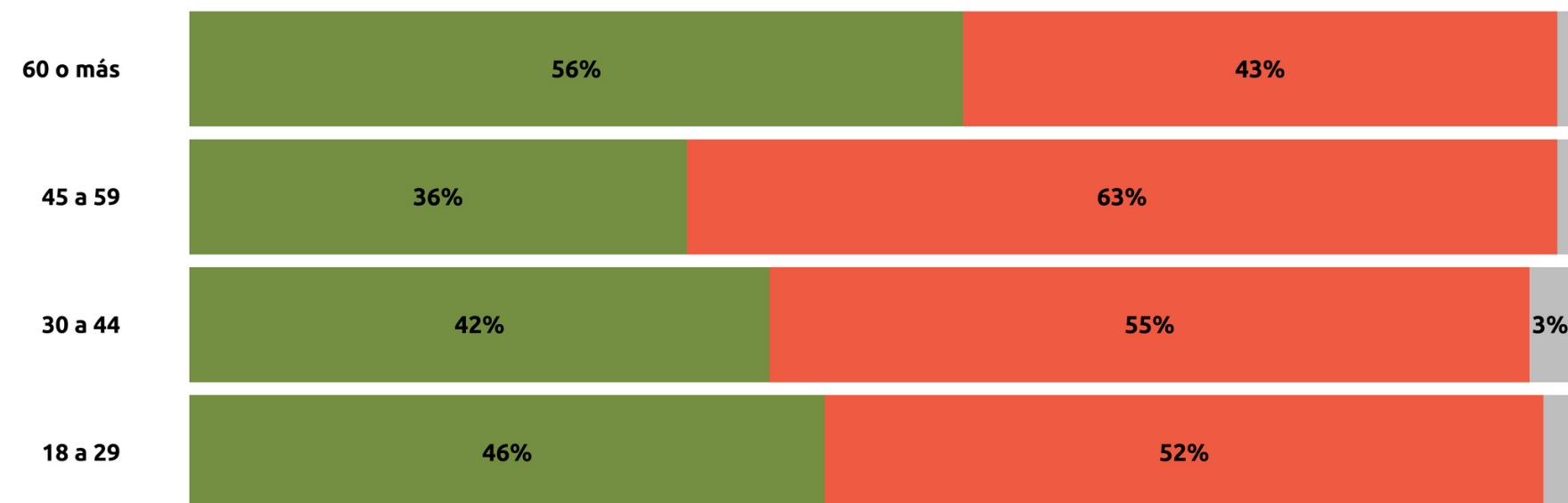


INCIDENCIA DEL ORIGEN EN CONDICIONES DE PRECIO Y CALIDAD SIMILARES

Al momento de decidir tu compra de ropa, en condiciones de precio y calidad similares, ¿incide en tu decisión conocer si es un producto de fabricación nacional o importado?

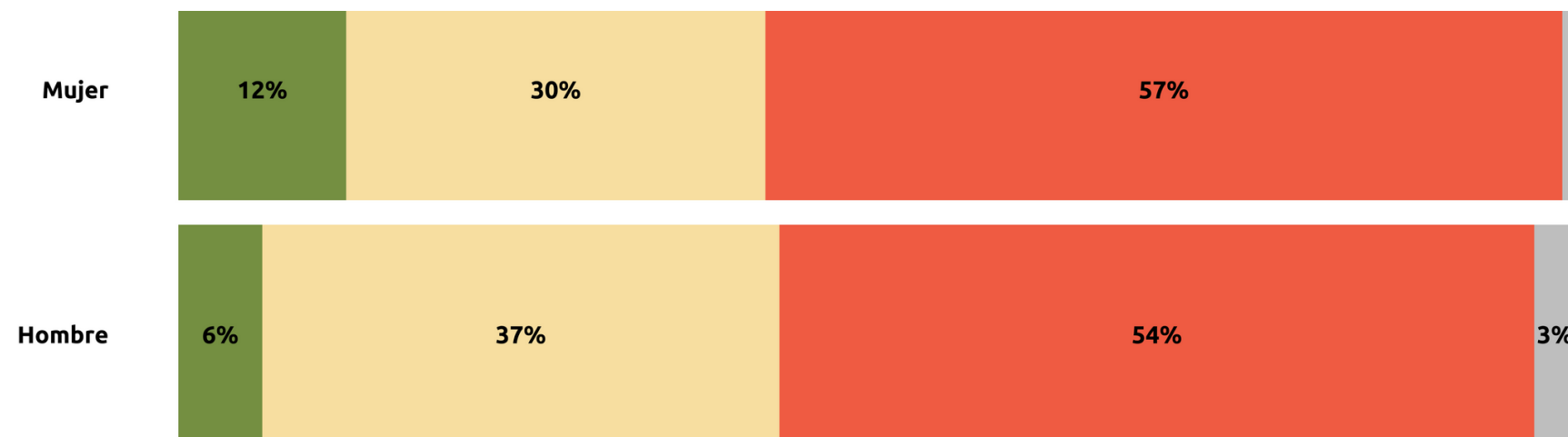
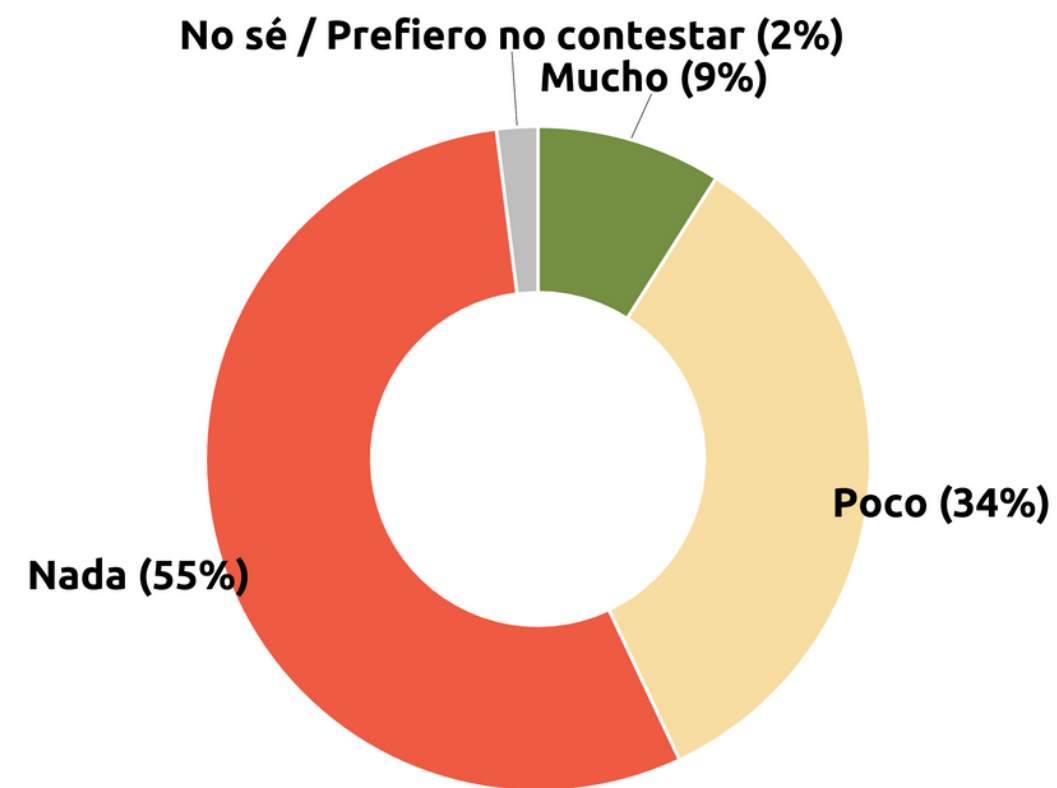


- Al relevar sobre incidencia del origen nacional o importado en condiciones de precio y calidad similares; casi la mitad responde que sí incide, mientras que algo más de la mitad responde que no incide en su decisión de compra.
- Al desagregar por edades, quienes en mayor medida responden que sí incide la decisión del origen son las personas mayores.



INFLUENCIA DEL PACKAGING

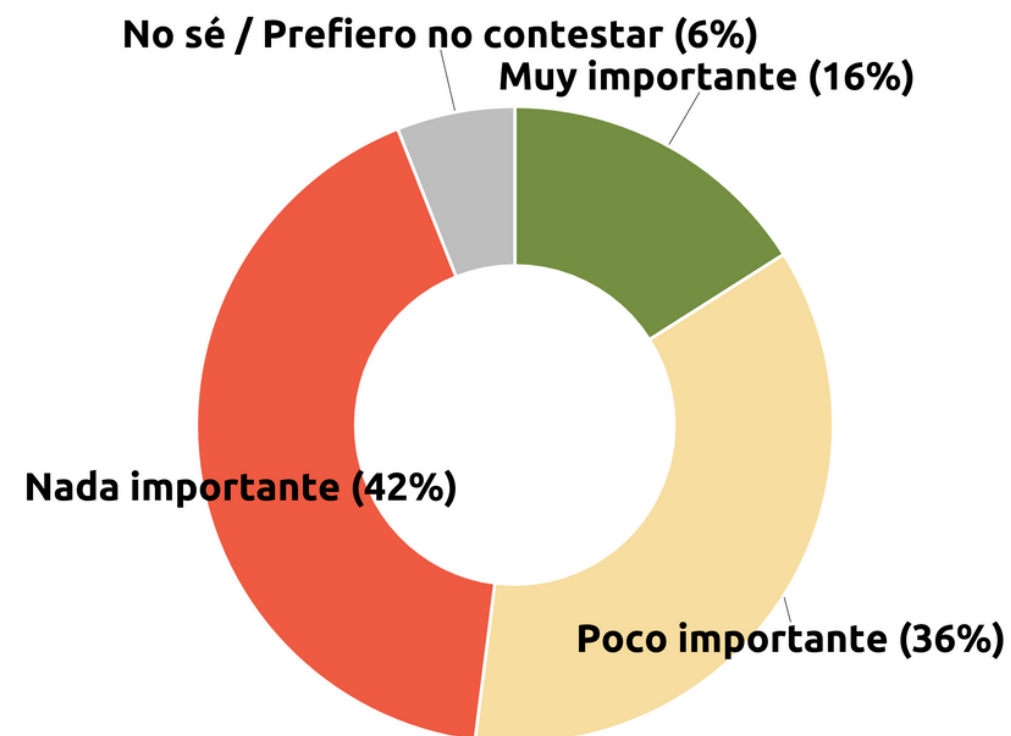
Pensando en tus últimas compras de ropa, ¿cuánto influyó el packaging o envoltorio (el material o los materiales utilizados para envolver, proteger o contener productos)?



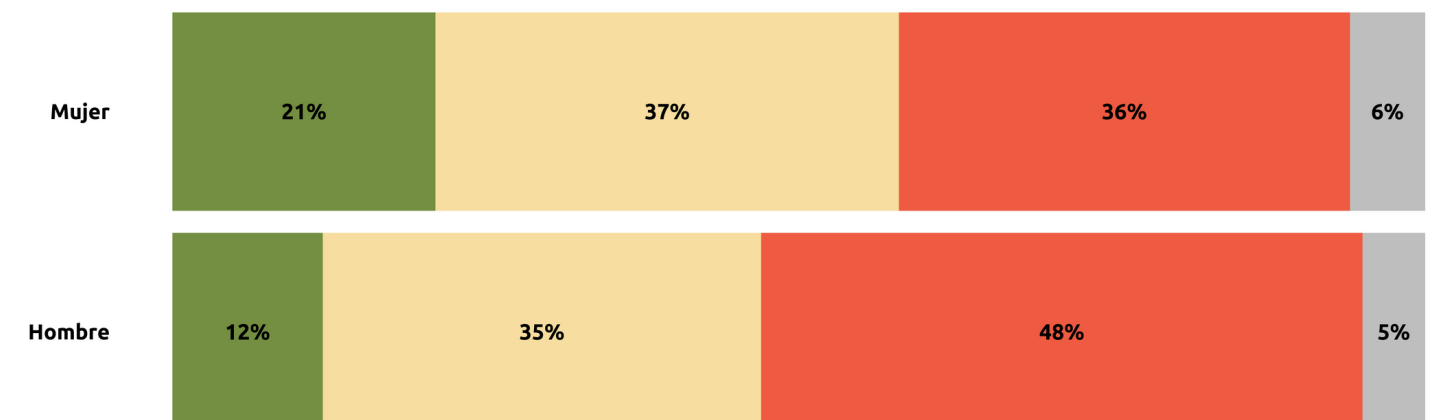
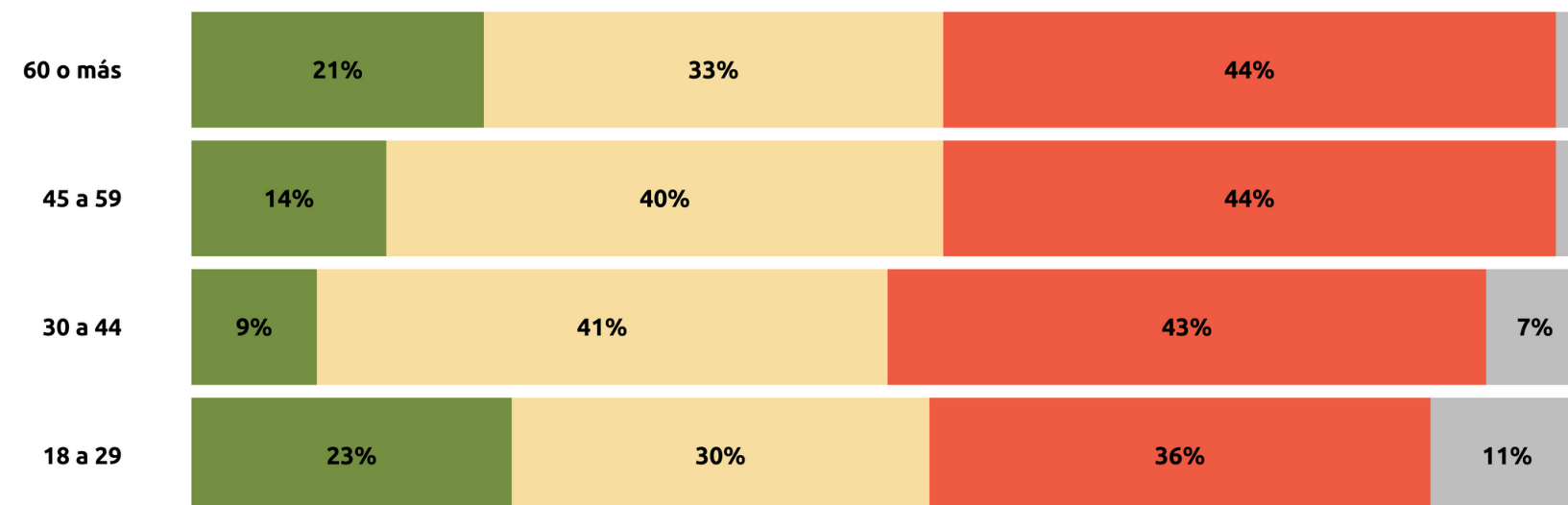
- El packaging no pareciera ser un factor determinante a la hora de decidir sobre una compra de ropa.
- Más de la mitad de las personas responde que el packaging no influyó en sus últimas decisiones de compra.
- 34% responde que influyó poco y un 9% que influyó mucho.

OFERTA DE PACKAGING SOSTENIBLE

Pensando en tus últimas compras de ropa, ¿qué tan importante fue que la marca de ropa ofreciera opciones de packaging sostenible (reutilizable, compostable, reciclado o reciclable)?



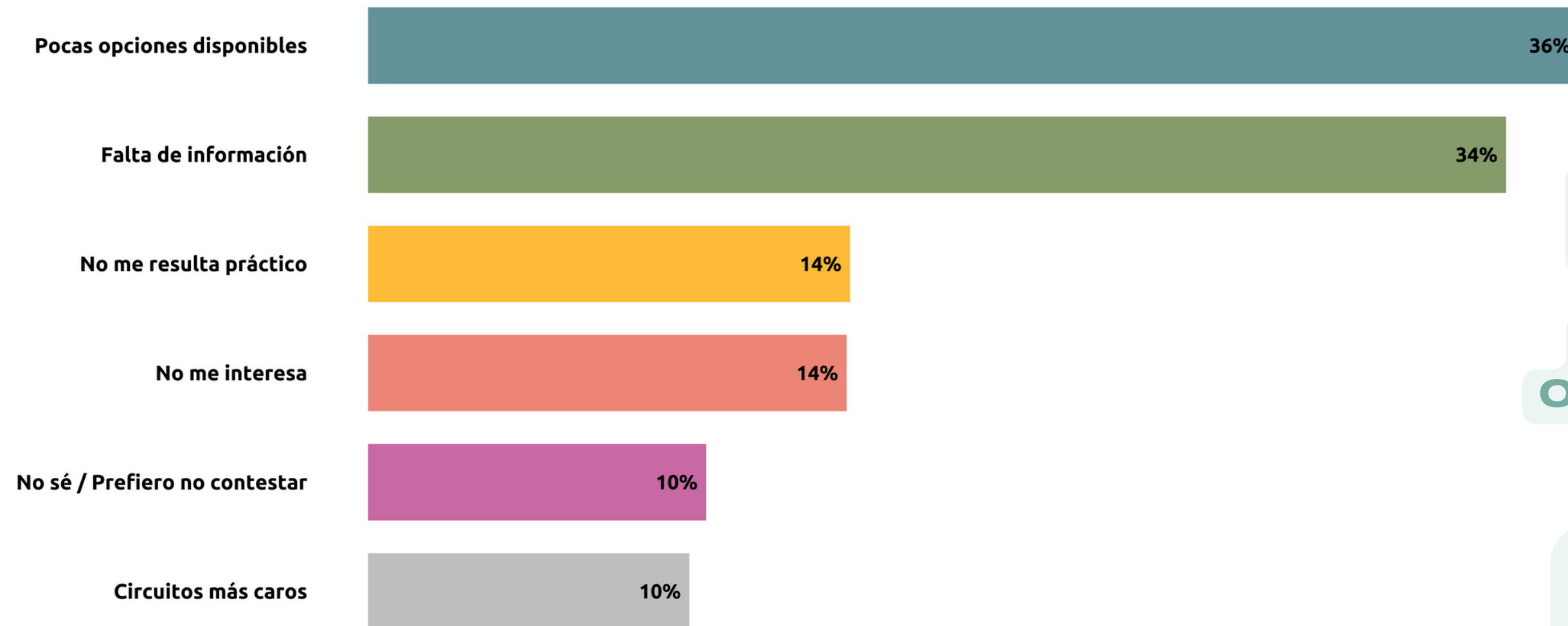
- Al introducir el packaging sostenible como un factor de decisión en la compra de ropa, se ve que para el 16% es muy importante, mientras que para casi 4 de cada 10 es poco importante y para algo más de 4 de cada 10 es nada importante.
- Al desagregar por edades, se ve que los más jóvenes es a quienes les parece más importante. Son quienes en mayor medida responden que el packaging sostenible es muy importante, a la vez que son quienes menos responden que es nada importante.
- Del mismo modo, este es un factor que pareciera importarle más a las mujeres que a los hombres.



OBSTÁCULOS PARA CIRCULAR ROPA

¿Qué obstáculos identificas para circular las prendas que ya no utilizas?

Respuesta Múltiple. % de Personas



01

POCAS
OPCIONES

02

FALTA DE
INFORMACIÓN

03

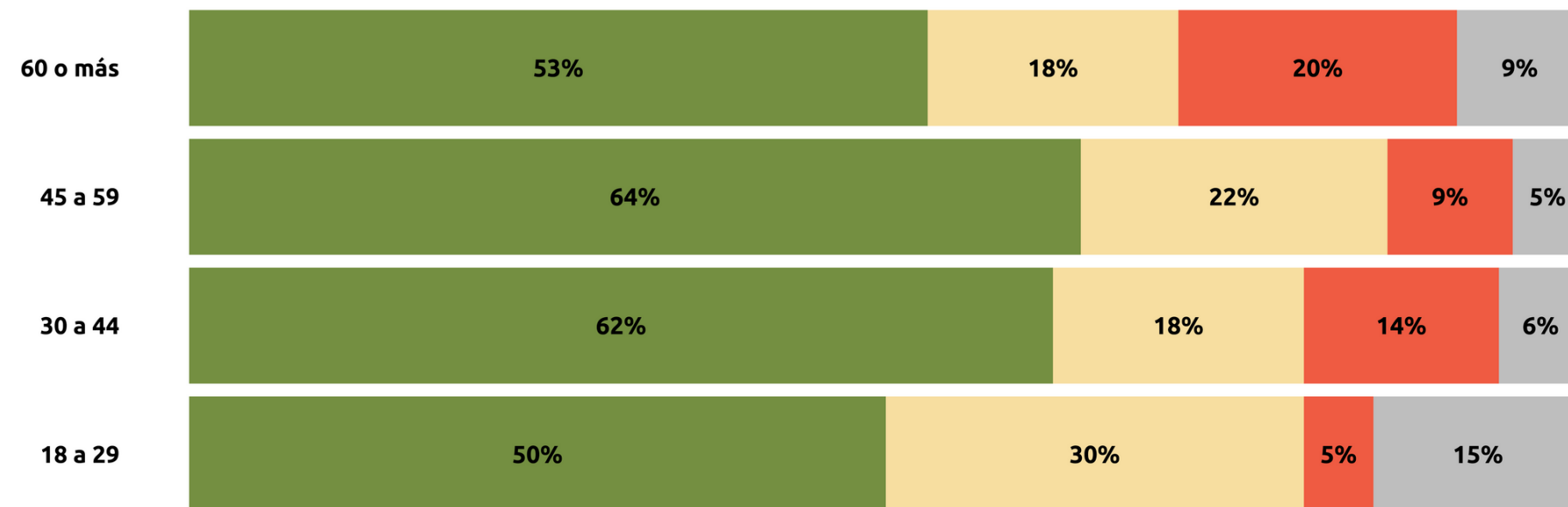
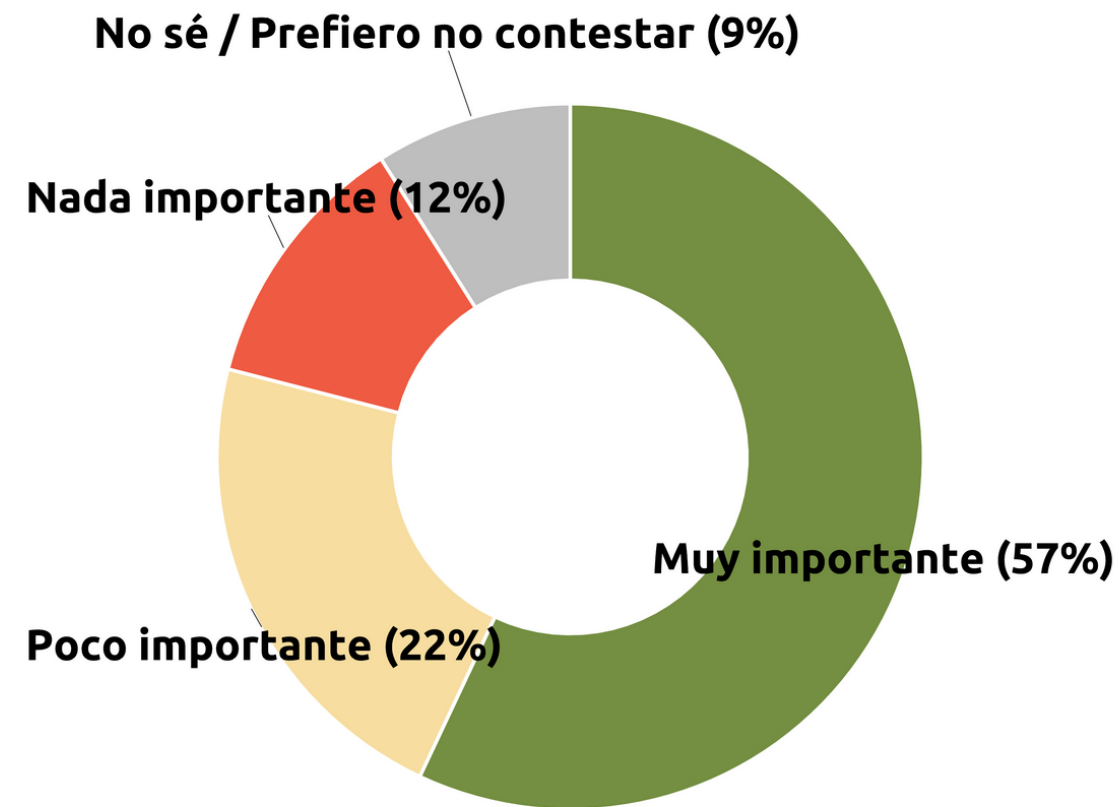
NO LE
RESULTA
PRÁCTICO

04

NO LE
INTERESA

PLATAFORMA PARA PROMOVER CIRCULARIDAD

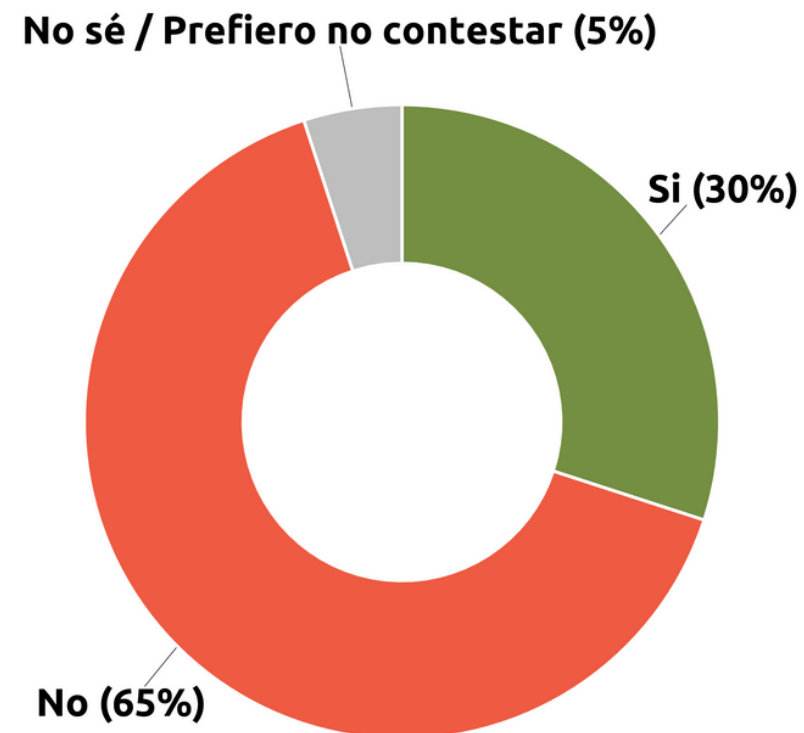
¿Qué tan importante te parece contar con una plataforma digital para circular ropa (por trueque, consignación, venta, reuso o donación) como forma de promover la economía circular?



- En general, las personas consideran importante contar con una plataforma digital para circular ropa.
- Casi 6 de cada 10 lo consideran algo muy importante, mientras que algo más de 2 de cada 10 lo considera poco importante y más de 1 de cada 10 lo considera nada importante.
- Quienes en mayor medida responden que es algo muy importante son las personas de 30 a 59 años de edad.

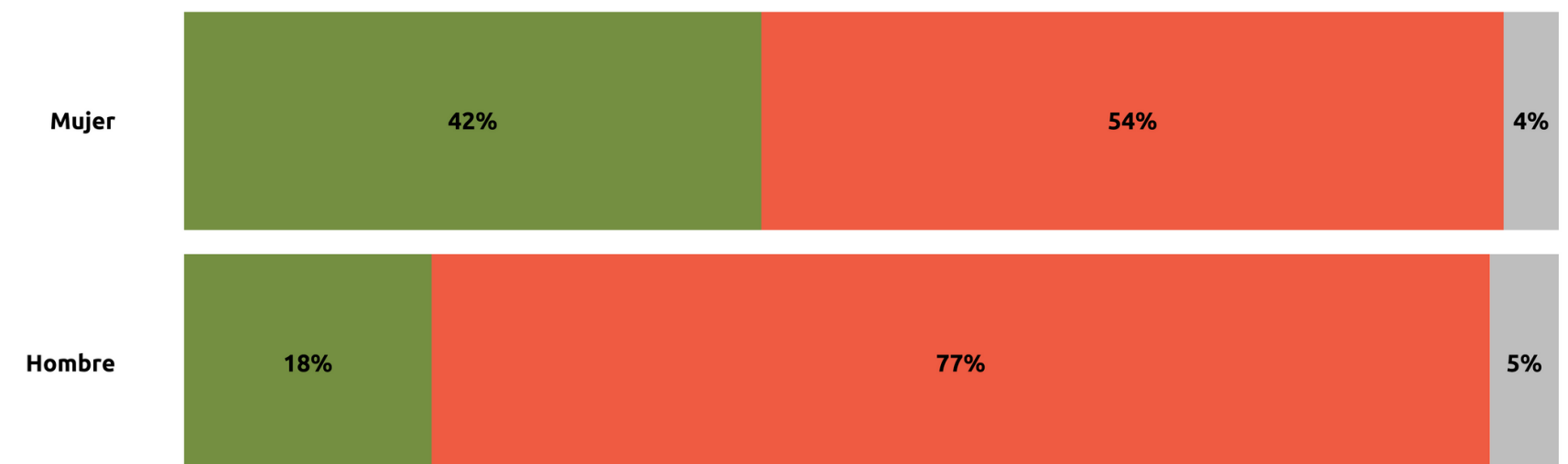
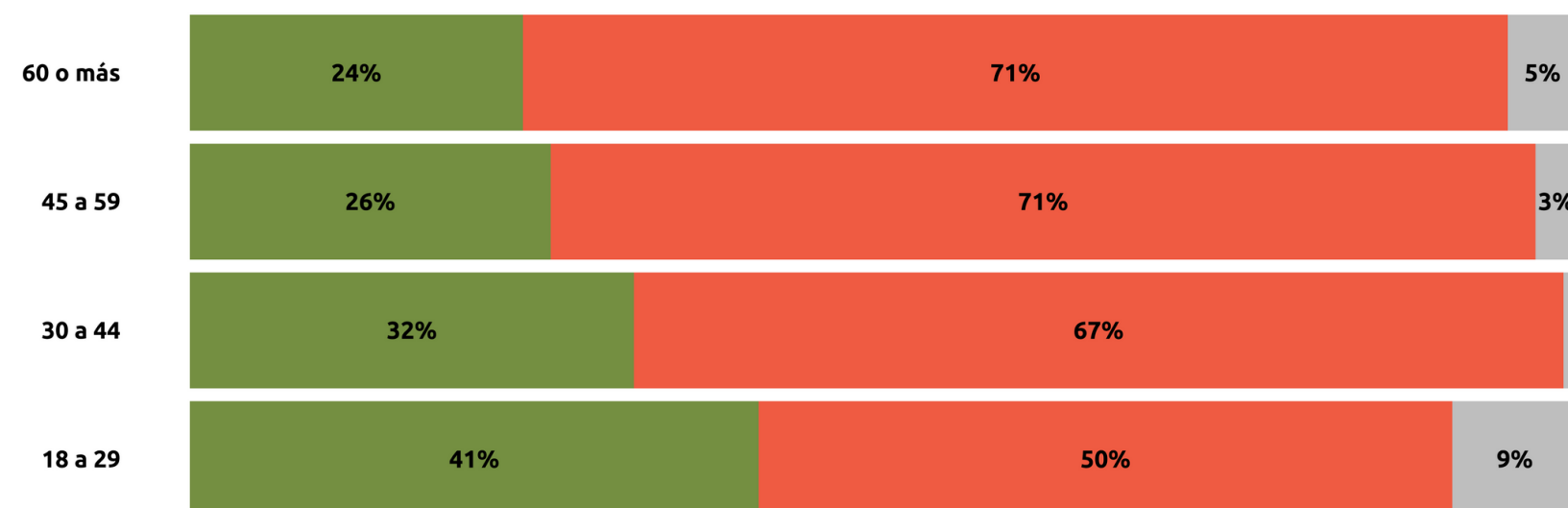
CONOCIMIENTO DE PLATAFORMAS PARA CIRCULAR ROPA

¿Conocés alguna plataforma digital para circular ropa (venderla, reutilizarla, donarla o realizar trueque)?



- La mayoría de las personas no conocen plataformas digitales para circular ropa.
- Por su parte, 1 de cada 3 personas responde sí conocer.

- Las mujeres y los más jóvenes son quienes en mayor medida conocen plataformas para circular ropa.

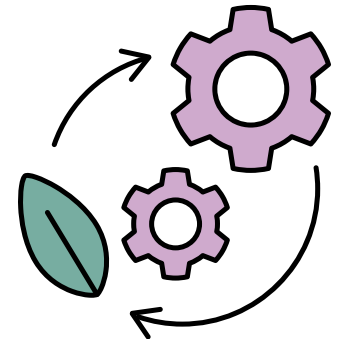


CONOCIMIENTO DE PLATAFORMAS PARA CIRCULAR ROPA

PARA QUIENES RESPONDIERON CONOCER:

¿Cuál?

Respuesta Abierta



Recicla

Marketplace (Facebook)

Whatsapp

Era mío

Vopero

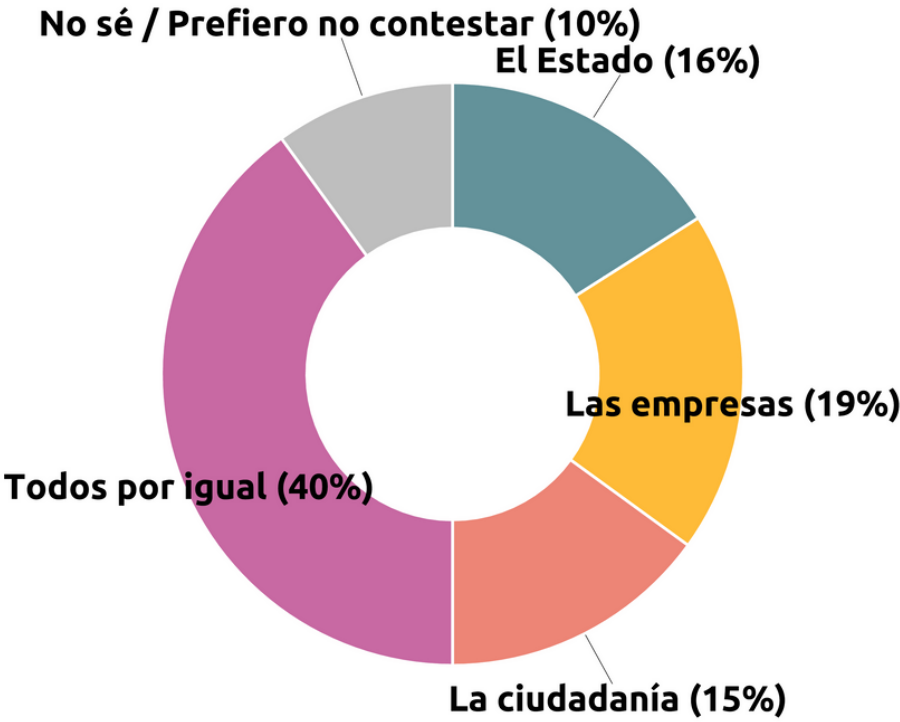
Second hand Instagram

Si lo venís a buscar, es tuyo

Mercado Libre

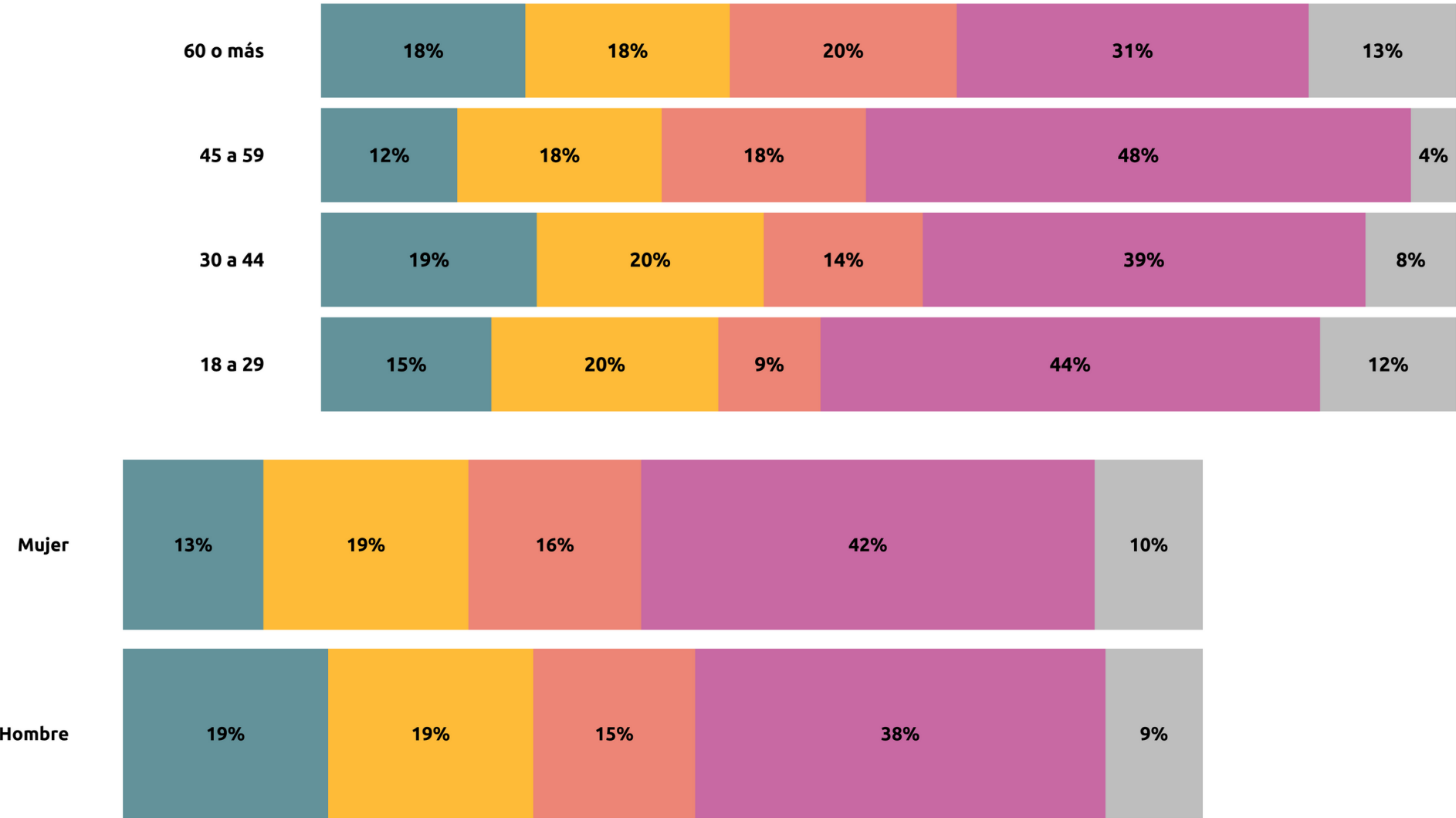
RESPONSABILIDAD EN IMPULSAR CIRCULARIDAD

Desde tu punto de vista, ¿quién tiene la mayor responsabilidad en generar acciones para impulsar la economía circular en el sector textil?



- 4 de cada 10 personas considera que ciudadanía, Estado y empresas tienen igual responsabilidad en generar acciones para impulsar la economía circular.
- Por su parte, casi 2 de cada 10 considera que son las empresas quienes tienen la mayor responsabilidad. Una proporción menor considera que es el Estado y la ciudadanía (16% y 15% respectivamente).

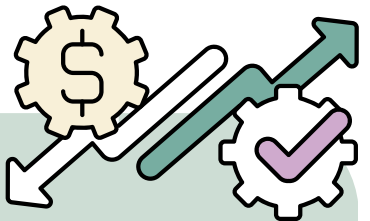
- Los hombres y las personas de 30 a 44 son quienes en mayor medida le atribuyen mayor responsabilidad al Estado en esto.



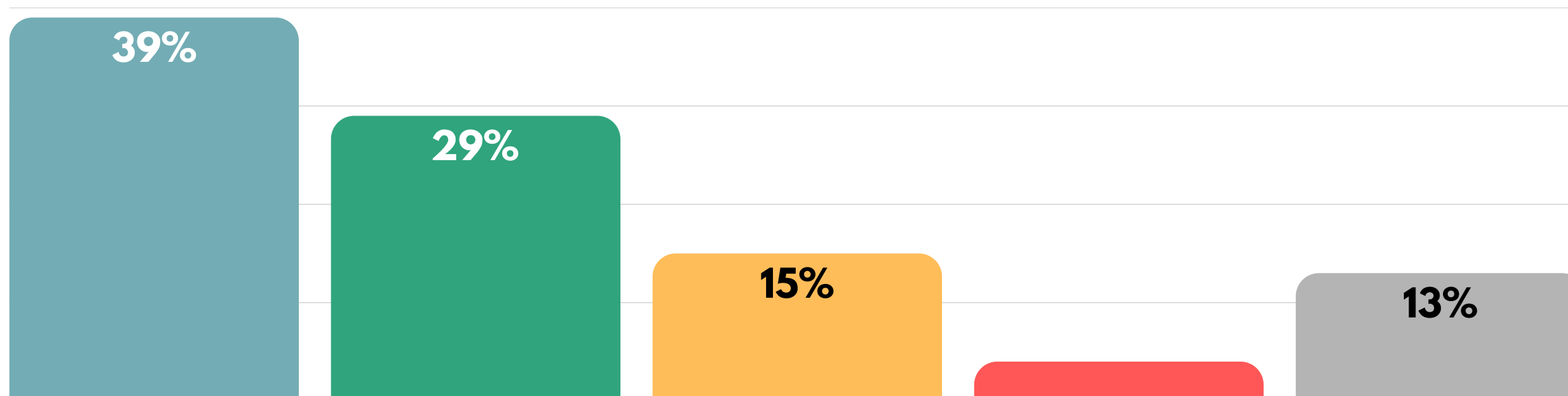
ACCIONES A IMPULSAR POR LAS EMPRESAS

En tu opinión, ¿Qué acciones deberían impulsar las empresas para fomentar la economía circular en el sector textil? *Marca la principal*

- **Educar y concientizar al consumidor**
- **Utilizar materiales sostenibles y reciclados en la fabricación de la ropa**
- **No creo que sea responsabilidad de las empresas**
- **Tener embalaje o packaging sostenible de sus productos**
- **No sé / Prefiero no contestar**



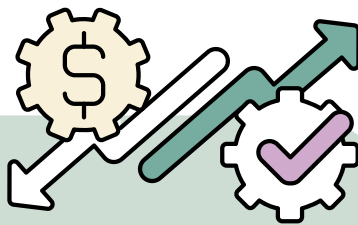
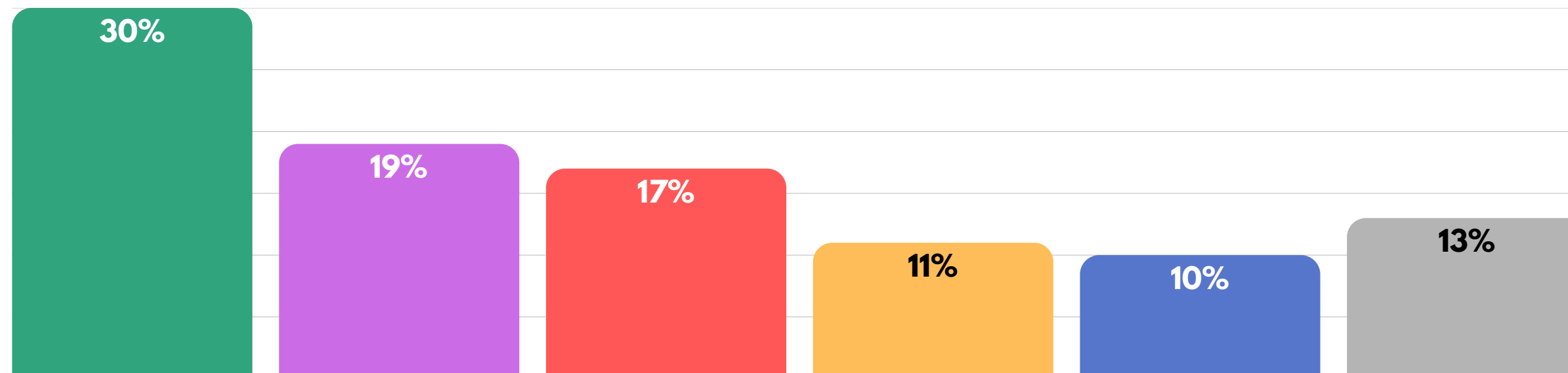
- Educar y concientizar es la opción que mayor cantidad de personas responde respecto a las acciones a impulsar por las empresas, seguida de utilizar materiales sostenibles.
- Un 15% considera que no es responsabilidad de las empresas y consistentemente con preguntas anteriores, solo un 4% responde que debieran tener embalaje o packaging sostenible



ACCIONES A IMPULSAR POR LA CIUDADANÍA

En tu opinión, ¿Qué acciones debería impulsar la ciudadanía para fomentar la economía circular en el sector textil? *Marca la principal*

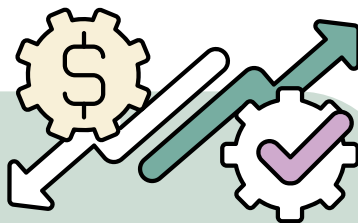
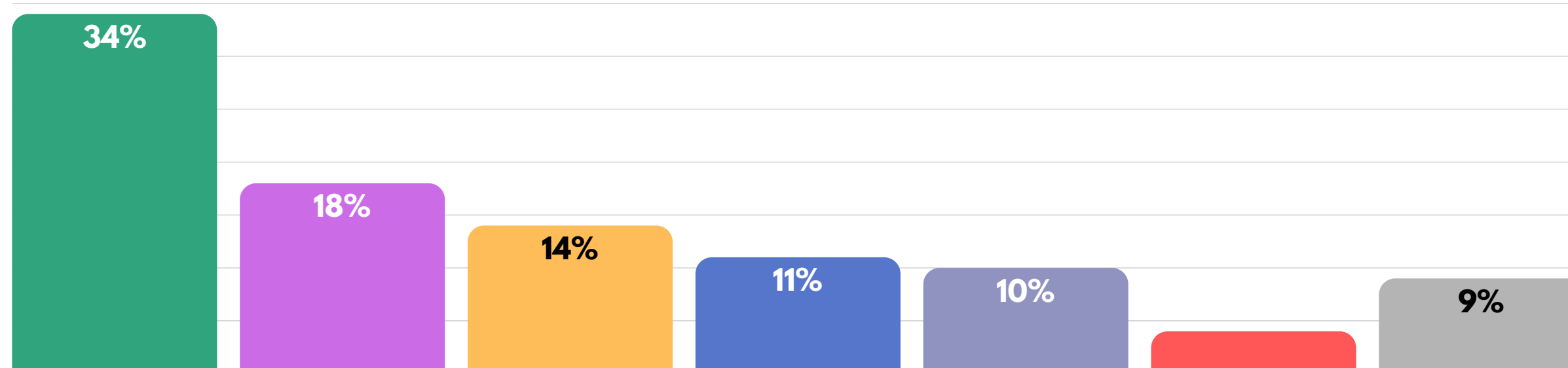
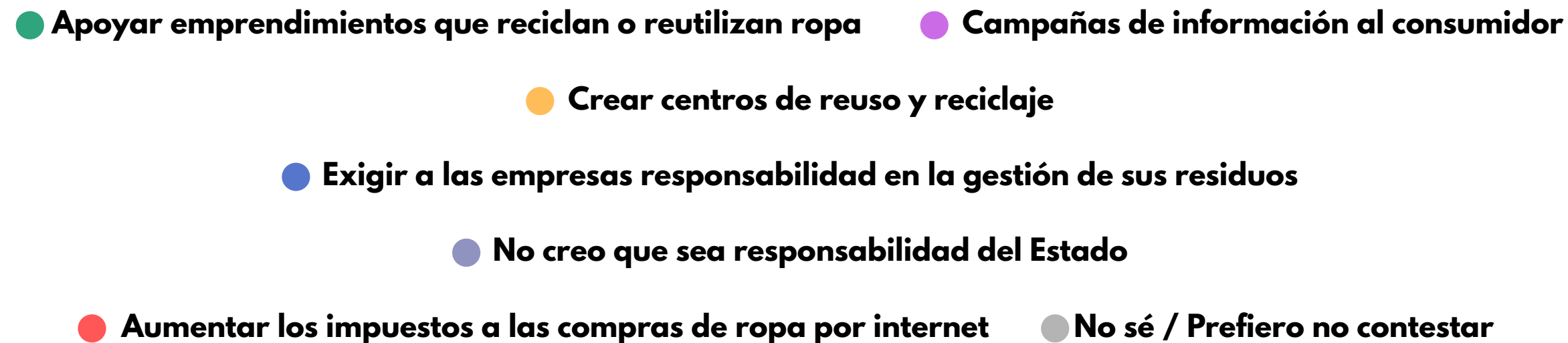
- Comprar menos ropa y de forma más consciente
- Informarse y apoyar marcas responsables
- Intercambiar prendas
- Reparar la ropa
- No creo que sea responsabilidad de la ciudadanía
- No sé / Prefiero no contestar



- Comprar menos ropa y de forma más consciente es la opción que mayor cantidad de personas responde respecto a las acciones a impulsar por la ciudadanía, seguida de informarse y apoyar marcas responsables.
- Por su parte, 1 de cada 10 personas responde que no cree que sea responsabilidad de las empresas

ACCIONES A IMPULSAR POR EL ESTADO

En tu opinión, ¿Qué acciones debería impulsar el Estado para fomentar la economía circular en el sector textil? *Marca la principal*

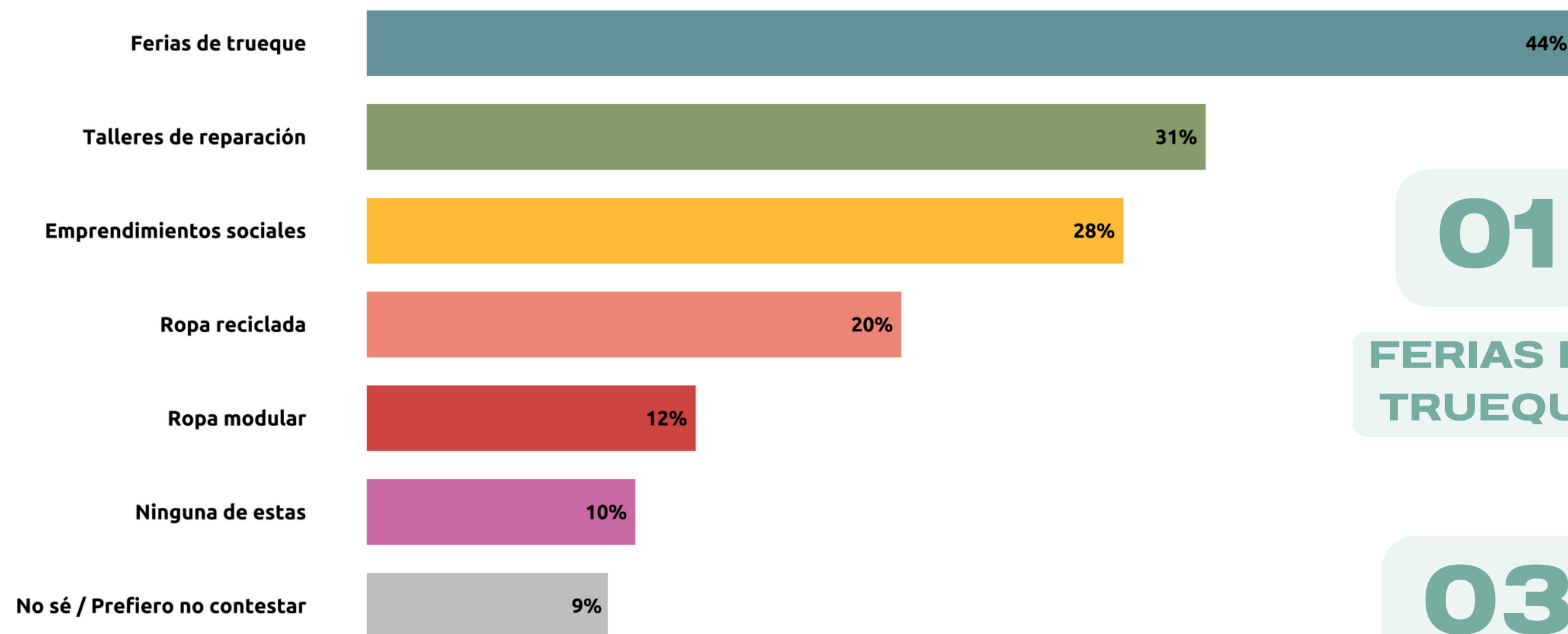


- Apoyar emprendimientos que reciclan o reutilizan ropa es la opción que mayor cantidad de personas responde respecto a las acciones que debería impulsar el Estado para fomentar la economía circular en el sector textil. Campañas de información al consumidor y creación de centros de re-uso y reciclaje son las otras dos más respondidas.
- Por su parte, 1 de cada 10 personas responde que no cree que sea responsabilidad del Estado

INICIATIVAS A CONOCER

¿Qué tipo de iniciativas te interesaría apoyar o conocer más?

Respuesta Múltiple. % de Personas



01

FERIAS DE
TRUEQUE

02

TALLERES DE
REPARACIÓN

03

EMPRENDIMIEN
TOS SOCIALES

04

ROPA
RECICLADA



Muchas gracias

