LA CIRCULARIDAD EN URUGUAY: ESTUDIO DE PERCEPCIÓN SOBRE PLÁSTICOS Y TEXTILES

Mayo -Julio
2025

ANDE Agencia Nacional de Desarrollo

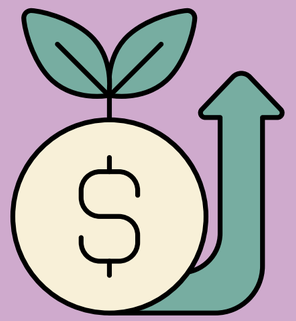
USINA de percepción ciudadana

CEMPRE URUGUAY

GEVI Grupo de Economía Verde e Inclusiva

FCEA Facultad de Ciencias Económicas y de Administración

ANTECEDENTES



- Estudio "*Mapeo de Prácticas y percepciones hacia la economía circular: un estudio de relevamiento ciudadano" (2024)*

- Programa Oportunidades Circulares de la Agencia Nacional para el Desarrollo (ANDE)

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Contribuir al conocimiento de prácticas y percepciones de la ciudadanía uruguaya vinculadas a la economía circular, aportando evidencia para la generación de acciones que promuevan una economía más sostenible.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Generar evidencias sobre las percepciones ciudadanas en relación a la economía circular.
- Sensibilizar a la población en general sobre la temática.
- Aportar insumos a empresarios, academia y referentes nacionales y departamentales para la toma de decisiones que contribuyan a la incorporación de prácticas circulares.
- Proveer insumos para el diseño de políticas públicas que impulsen la economía circular, a partir de las limitantes identificadas.

¿POR QUÉ PRIORIZAR EL ESTUDIO DEL SECTOR TEXTIL?

- La industria de la moda, una de las más contaminantes del planeta.
- El auge de la moda rápida ha disparado la producción de prendas, pero ha reducido drásticamente su vida útil. ¿Sabías que una persona promedio compra hoy un 60% más de ropa que hace 20 años, pero la usa la mitad del tiempo?
- Anualmente se producen en el mundo 92 millones de toneladas de desechos textiles. Esto equivale a un camión de basura lleno de ropa incinerado o enviado a vertederos cada segundo.
- Cada año, el sector textil produce entre el 2% y el 8% de las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero y utiliza 215 billones de litros de agua, equivalentes a 86 millones de piscinas olímpicas.
- La producción de textiles, desde el cultivo hasta los procesos de teñido y acabado requiere más de 1900 tipos de productos químicos, casi el 8% de los cuales se han etiquetado como peligrosos para la salud humana y el medio ambiente.

Fuente: ONU, Medio Ambiente

¿POR QUÉ PRIORIZAR EL ESTUDIO DE PLÁSTICOS?

- La producción mundial de plástico ha aumentado exponencialmente en las últimas décadas. En la actualidad, su **producción** asciende a unos **400 millones de toneladas anuales** (2024)**.**
- Las **2/3 partes son plásticos de un solo uso** con un periodo de vida de menos de 5 años, incluyendo 156 millones de toneladas de empaques de plástico.
- Se calcula que únicamente se ha incinerado un 12% de los plásticos producidos y solo se ha **reciclado un 9%**. El resto se deposita en vertederos o se libera en el medio ambiente, incluidos los océanos.
- Si no se toman medidas significativas, se prevé que los flujos de residuos plásticos hacia los ecosistemas acuáticos casi se tripliquen en 2040..

Fuente: ONU, Medio Ambiente

OBJETIVOS RELEVAMIENTOS

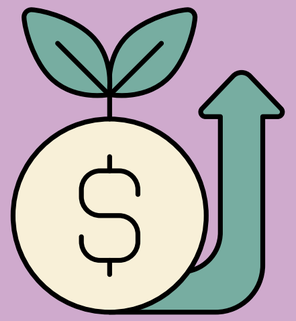
OBJETIVO GENERAL

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 las cadenas de valor textil profundizando en el estudio de comportamientos y prácticas de consumo.

METODOLOGÍA



- Se realizaron dos olas de mediciones del sector textil. Los relevamientos se realizaron en:

1. Primera ola (textiles): 2 y el 7 de mayo de 2025.
2. Segunda ola (textiles): 4 al 17 de julio de 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.

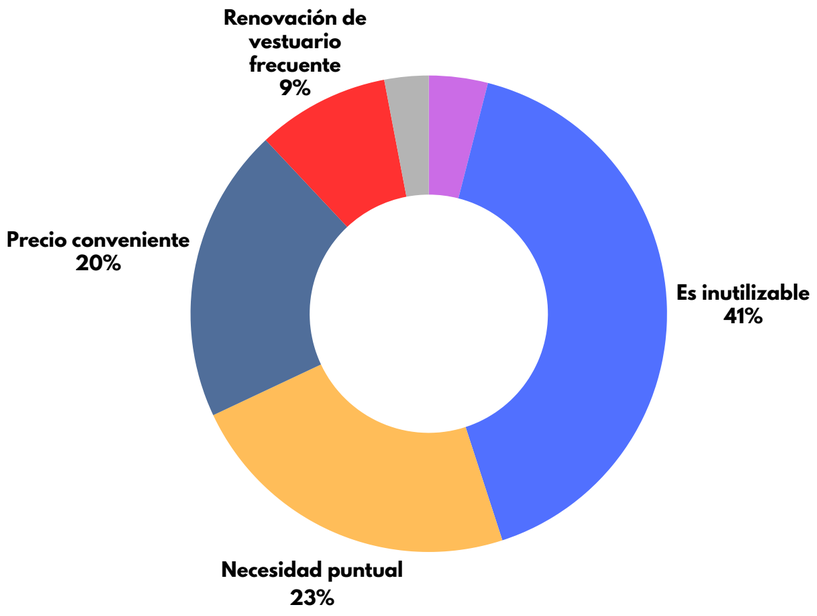
RESULTADOS PRIMERA OLA SECTOR TEXTIL

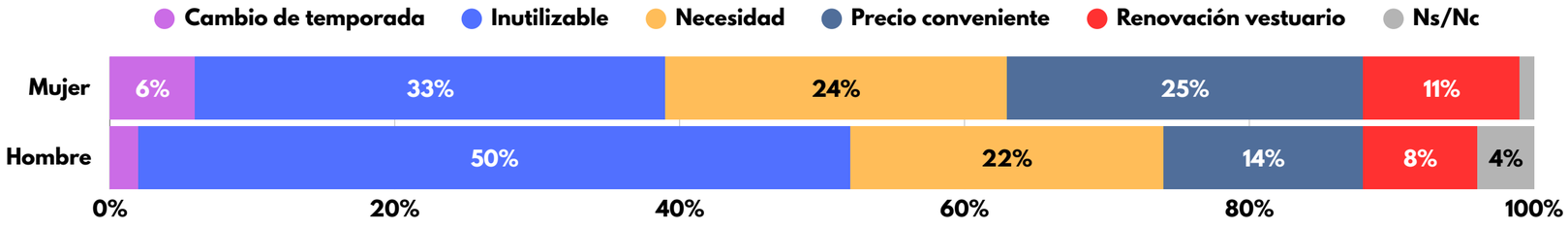
MOTIVACIÓN COMPRA ROPA NUEVA

Asociado a la compra de ropa nueva:

¿Cuál es la principal razón por la que comprás ropa nueva?

- **Más de 4 de cada 10 personas encuestadas señala que la principal razón por la que compra nueva es porque la que tiene es inutilizable.**
- **La segunda razón más nombrada para comprar ropa nueva refiere a una necesidad puntual (23%).**
- **2 de cada 10 dice hacerlo porque el precio es conveniente.**
- **Las mujeres responden en mayor medida comprar ropa nueva por precio conveniente, mientras que los hombres lo hacen más porque su ropa es inutilizable.**

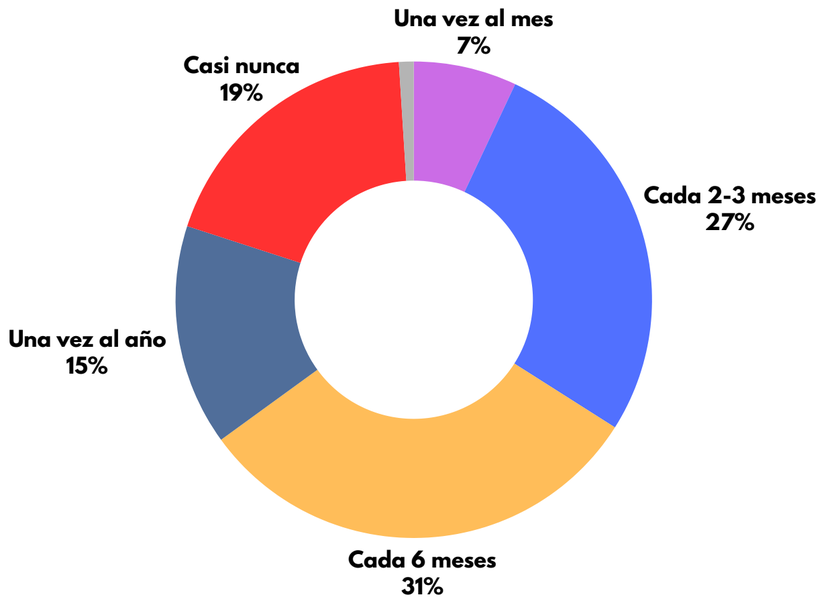


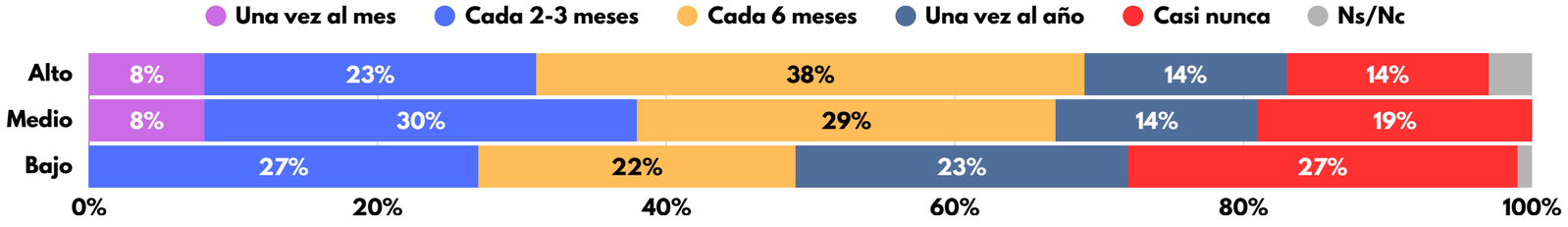


FRECUENCIA DE COMPRA DE ROPA NUEVA

¿Con qué frecuencia comprás ropa nueva?

- Menos de 1 de cada 10 personas responde comprar ropa nueva una vez al mes.
- Casi 3 de cada 10 de las personas encuestada señala que compra ropa nueva cada 2-3 meses.
- Más de 1 de cada 3 persona responde que compra ropa nueva cada seis meses.
- 15% de las personas compra ropa nueva una vez al año.
- Casi de 2 de cada 10 señala que casi nunca compra ropa nueva.



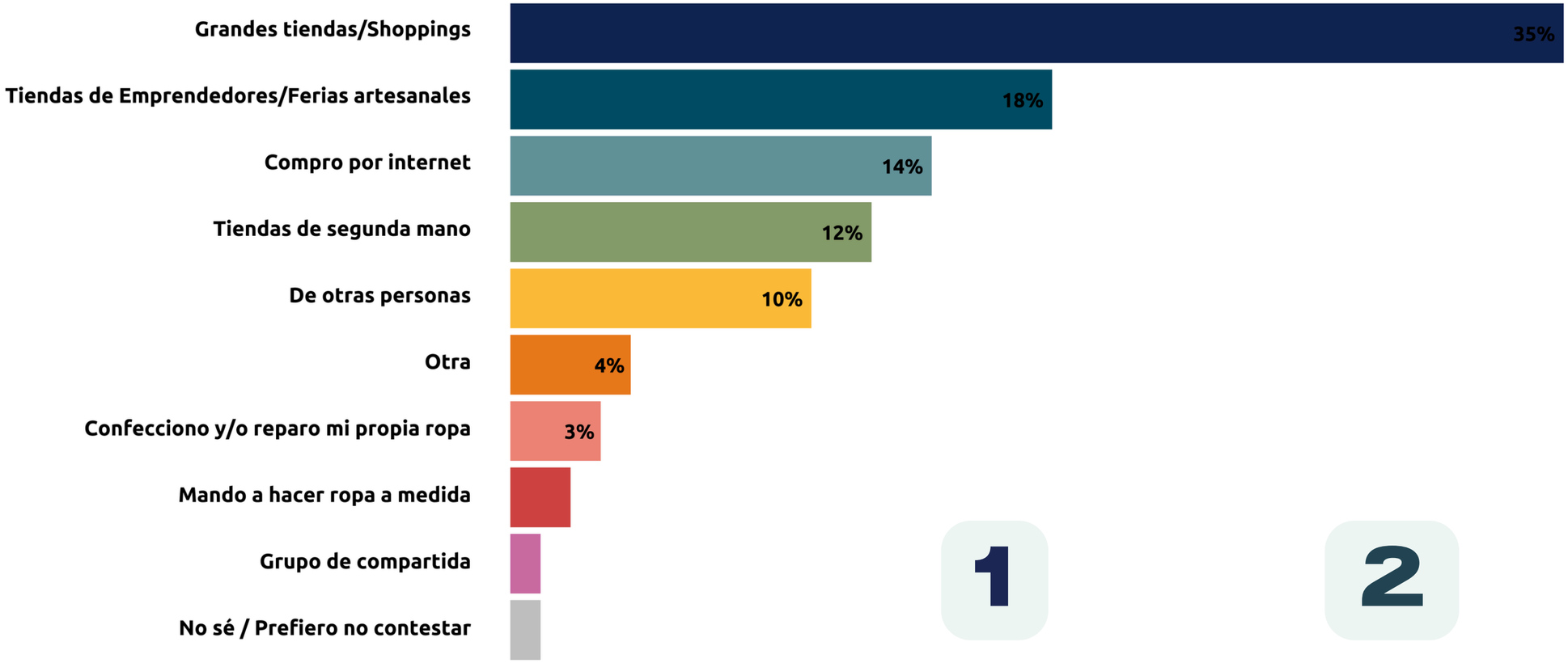


- A mayor NSE, mayor frecuencia de compra de ropa nueva.

ADQUISICIÓN DE ROPA

¿Cómo adquieres tu ropa?

Respuesta Múltiple



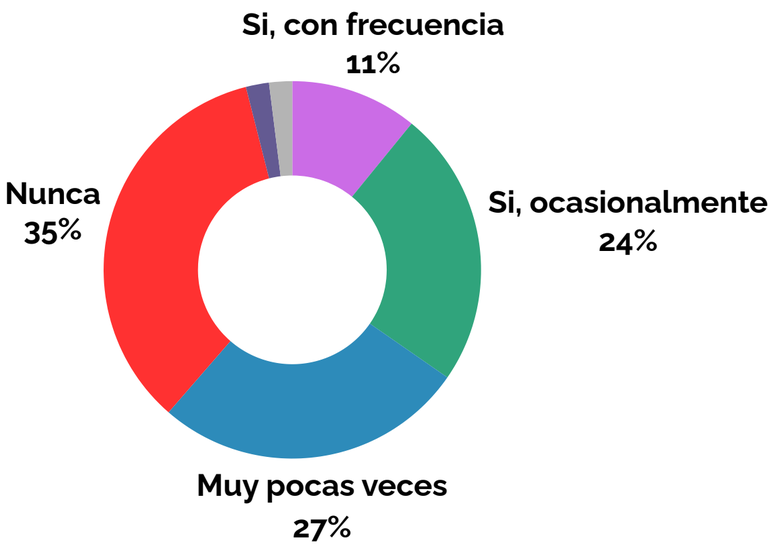
1

2

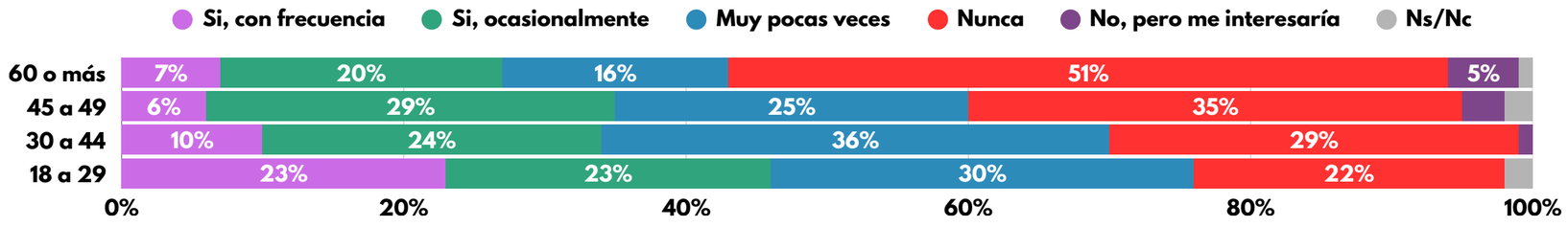
3

COMPRAS DE ROPA POR INTERNET

¿Compras ropa por internet?



- Más de 1 de cada 10 personas compra ropa por internet, *con frecuencia*.
- Casi 1 de cada 4 compra ropa por internet *ocasionalmente.*
- Casi 3 de cada 10 responde *pocas veces* compra ropa por internet.
- Casi 4 de cada 10 no compra *nunca* ropa por internet.

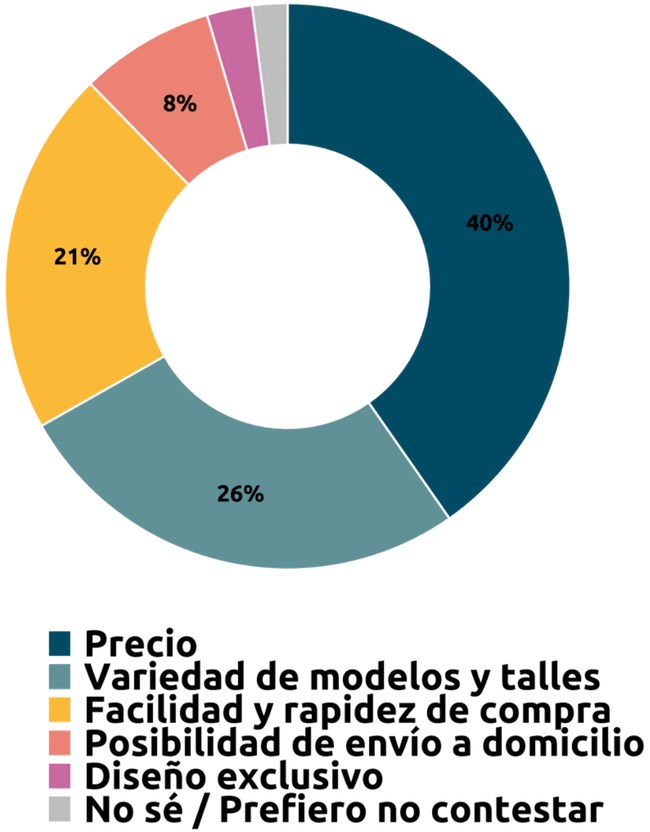


- A menor edad, mayor frecuencia de compras por internet.

ATRIBUTOS VALORADOS AL COMPRAR POR INTERNET

¿Qué valorás más al comprar ropa por internet?

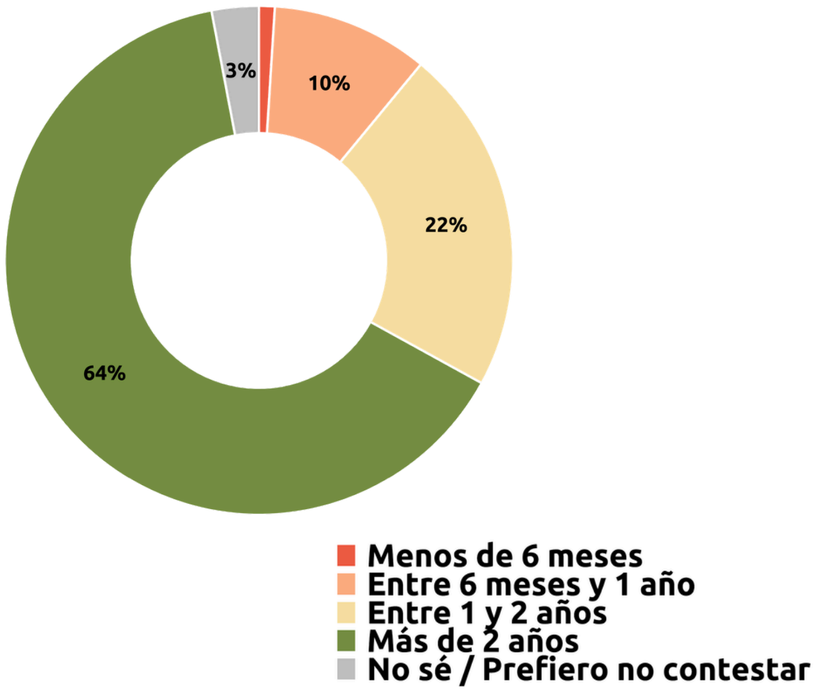
- 4 de cada 10 personas que realizan compra de ropa por internet dicen que lo que más valoran es *el precio.*
- Menos de 3 de cada 10 (26%) valoran la variedad de modelos y talles al comprar por internet.
- Más de 2 de cada 10 (21%) valora la facilidad y rapidez de compra al hacerlo por internet.



TIEMPO DE USO DE LA ROPA

Asociado al uso de la ropa:

¿Cuánto tiempo usas en promedio una prenda antes de dejar de usarla?



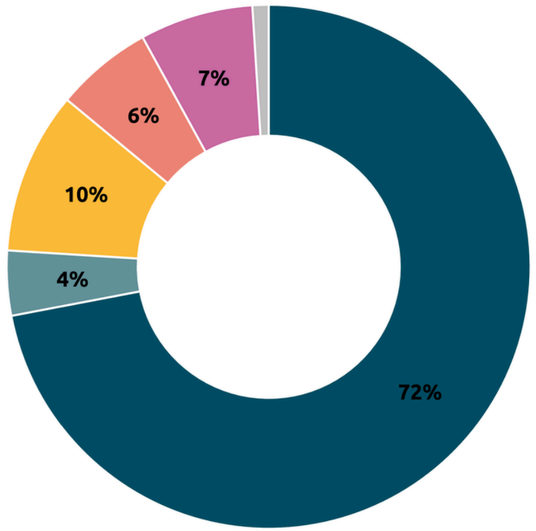
- La mayoría de las personas responde usar en promedio más de 2 años una prenda antes de dejar de usarla.
- 1 de cada 10 personas responde usar la ropa entre 6 meses y 1 año.
- Más de 2 de cada 10 responde usar la ropa entre 1 y 2 años.

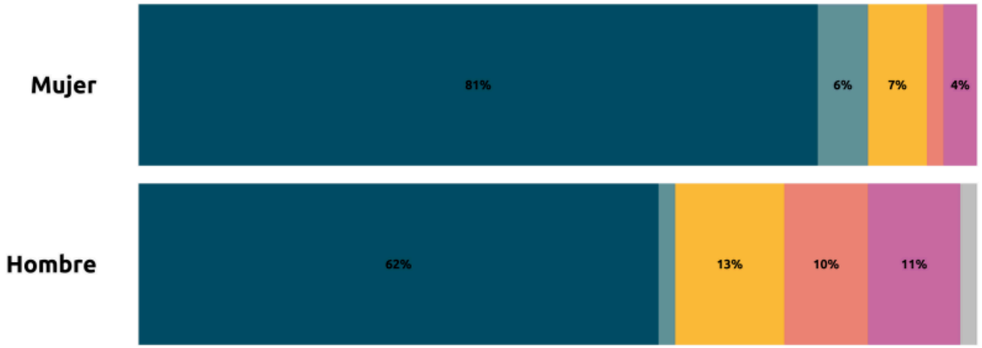
Las personas del interior responden en mayor medida usar la ropa más de 2 años. Por su parte, las personas de Montevideo responden en mayor medida usar la ropa entre 6 meses y 1 año.

ROPA EN DESUSO

¿Qué hacés normalmente con la ropa que ya no usás?

- **La mayoría de las personas responde que dona o regala la ropa que ya no usa. Por su parte, 1 de cada 10 la tira o deja en el contenedor la ropa que ya no usa.**
- **Las mujeres son quienes en mayor medida donan o regalan la ropa que ya no usan.**



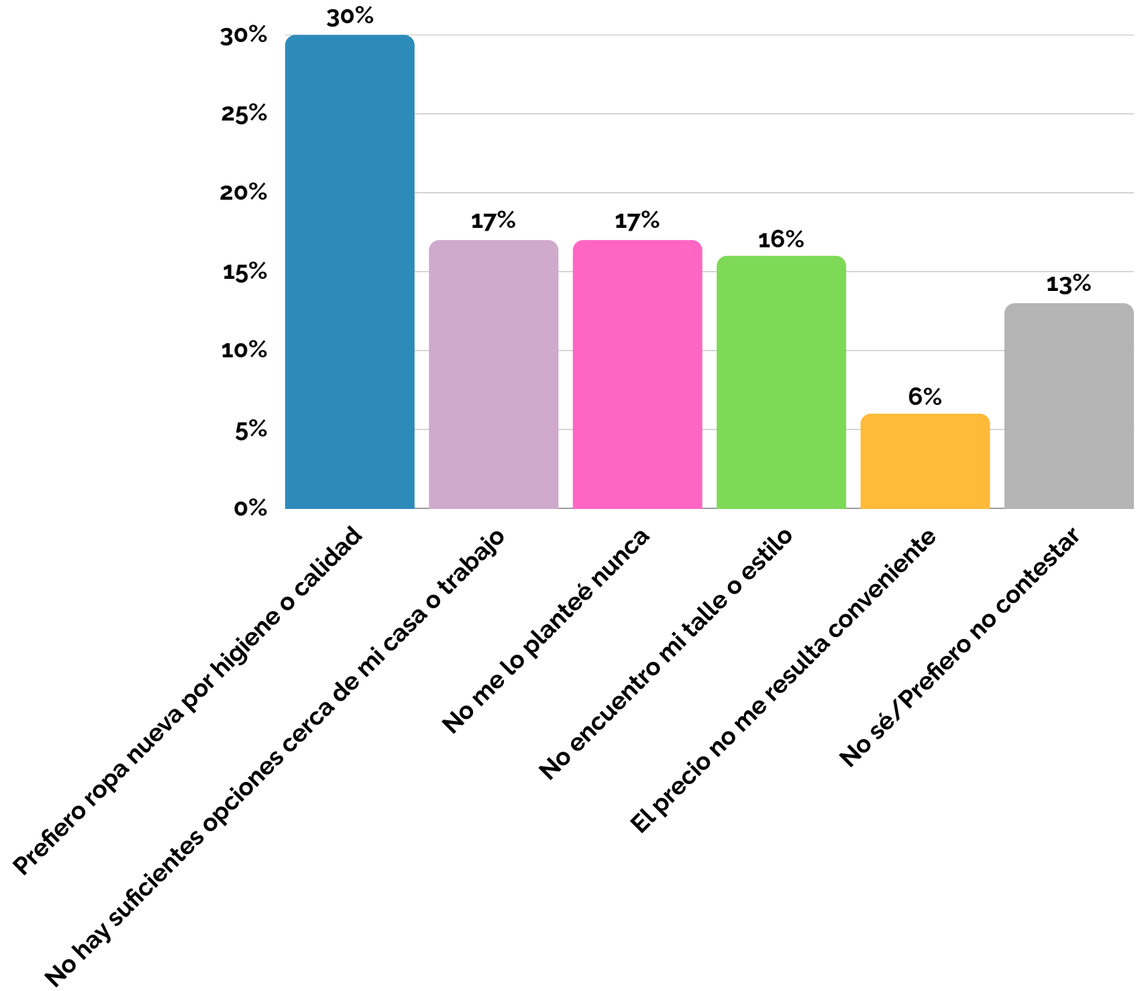


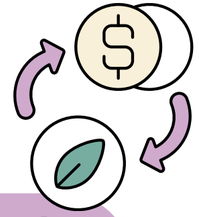
- Dono o regalo
- Vendo o intercambio en locales de segunda mano
- La tiro o la dejo en el contenedor
- Transformo o reutilizo
- La guardo, aunque no la use
- No sé / Prefiero no contestar

RAZONES PARA NO USAR ROPA DE SEGUNDA MANO

Para quienes respondieron NO usar segunda mano en pregunta anterior:

¿Por qué razones no comprás ropa de segunda mano?



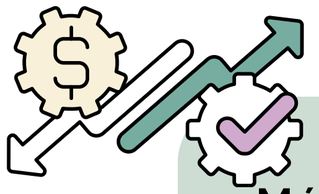


- **3 de cada 10 de quienes responden no usar ropa de segunda mano dicen no hacerlo por preferir ropa nueva por *higiene o calidad.***
- **Casi 2 de cada 10 responden no comprar ropa de segunda mano porque *no hay suficientes opciones cerca de su casa o trabajo.***
- **Casi 2 de cada 10 responden no comprar ropa de segunda mano porque *no se lo planteó nunca.***

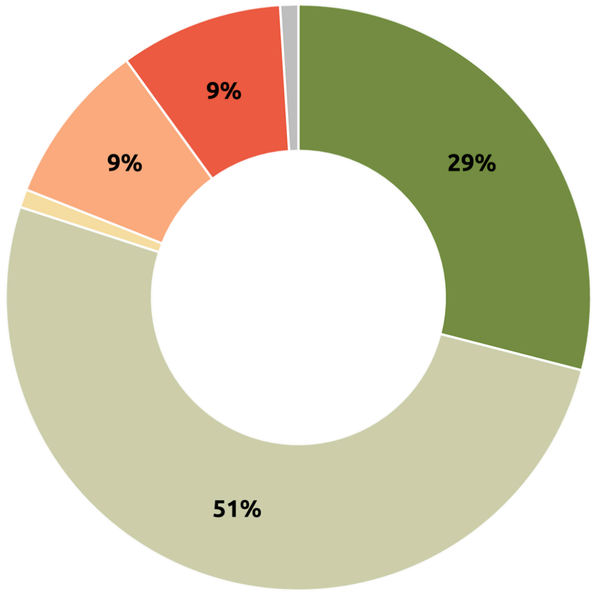
ALQUILER DE ROPA

¿Conocés servicios de alquiler de ropa?

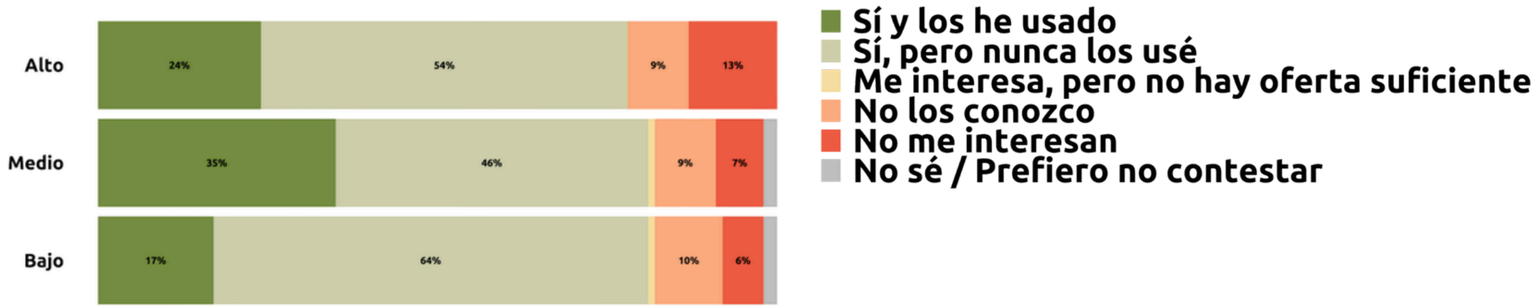
(por ejemplo: vestidos de fiesta, prendas de lujo, etc.)



- **Más de la mitad de las personas responde conocer servicios de alquiler de ropa, pero nunca lo ha usado.**
- **Por su parte, casi 1 de cada 3 personas (29%) conoce y ha usado servicios de este tipo.**

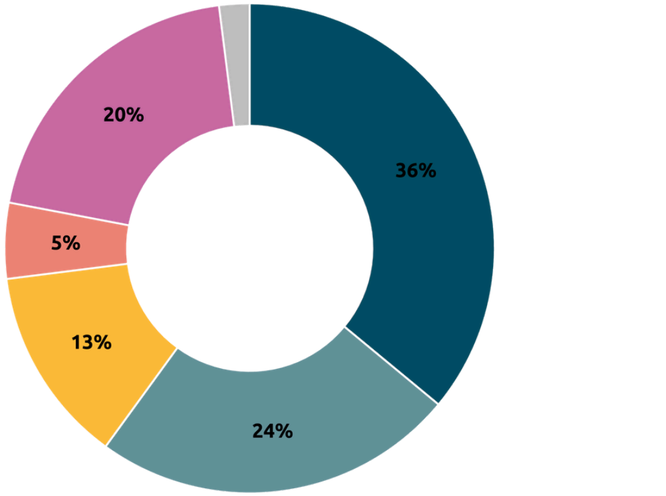


- **Los sectores medios son quienes más responden conocer y haber usado servicios de alquiler de ropa.**



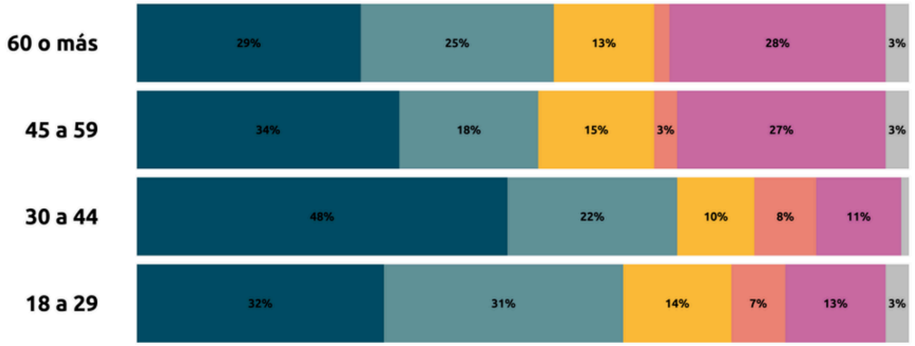
MODA SOSTENIBLE

¿Qué entendés por moda sostenible?



- Prendas hechas con materiales reciclados o ecológicos
- Prendas de marcas responsables con el ambiente y la sociedad
- Prendas duraderas y atemporales
- Ropa de segunda mano
- No sé qué significa
- Prefiero no contestar

- Casi 4 de cada 10 personas responden entender por moda sostenible las *prendas hechas con materiales reciclados o ecológicos.*
- 24% asocia moda sostenible con *prendas de marcas responsables con el ambiente y la sociedad.*
- 13% responde que la moda sostenible refiere a *prendas duraderas y atemporales.*
- 2 de cada 10 responde *no saber qué significa moda sostenible.*

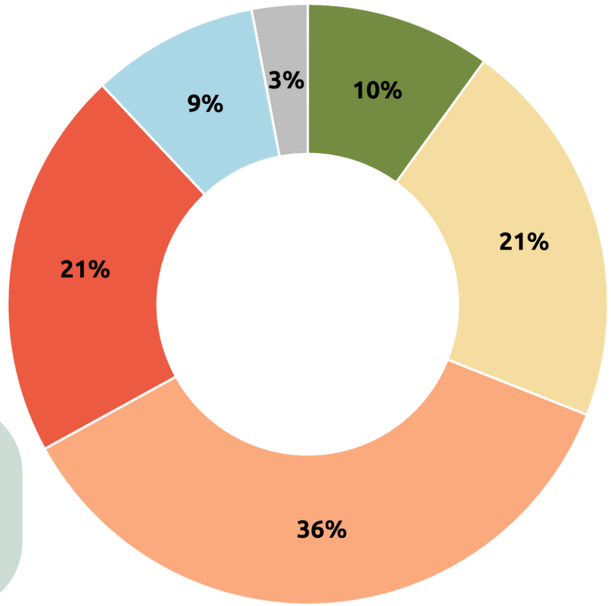


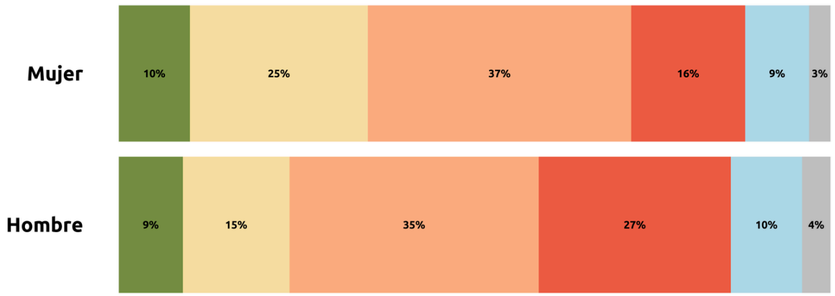
- A mayor edad, mayor el porcentaje de personas responden no saber que significa moda sostenible.

PAGAR POR CIRCULARIDAD

¿Estarías dispuesto/a a pagar más por una prenda fabricada bajo criterios sostenibles o circulares?

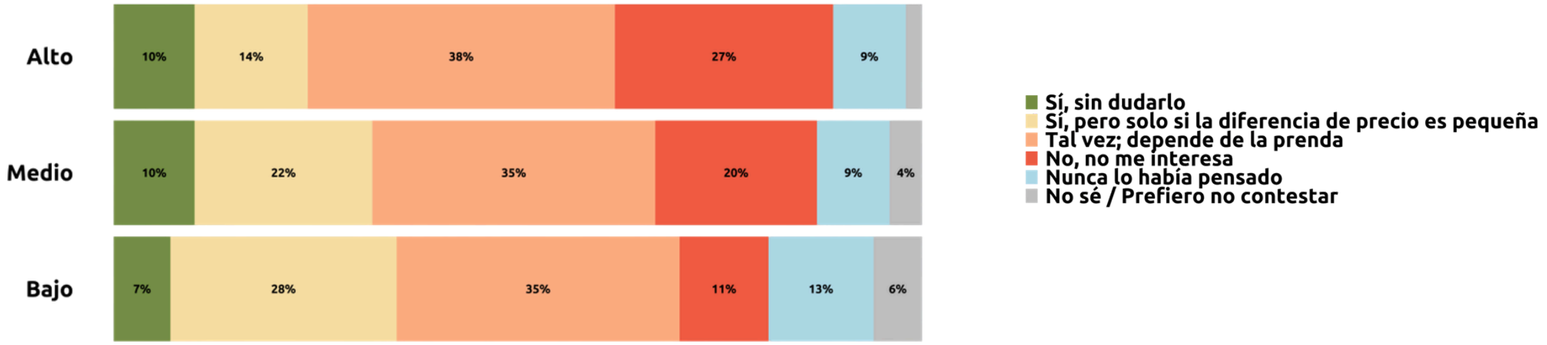
- 1 de cada 10 personas responde estar dispuesta a pagar más por una prenda fabricada bajo criterios sostenibles *sin dudarlo.*
- Por su parte, 2 de cada 10 están dispuestos a pagar más por una prenda fabricada bajo criterios sostenibles *solo si la diferencia de precio es pequeña.*
- Casi 4 de cada 10 responde *tal vez; depende de la prenda.*
- 2 de cada 10 responde *no estar dispuestas y no interesarle pagar más por una prenda fabricada bajo criterios de circularidad.*





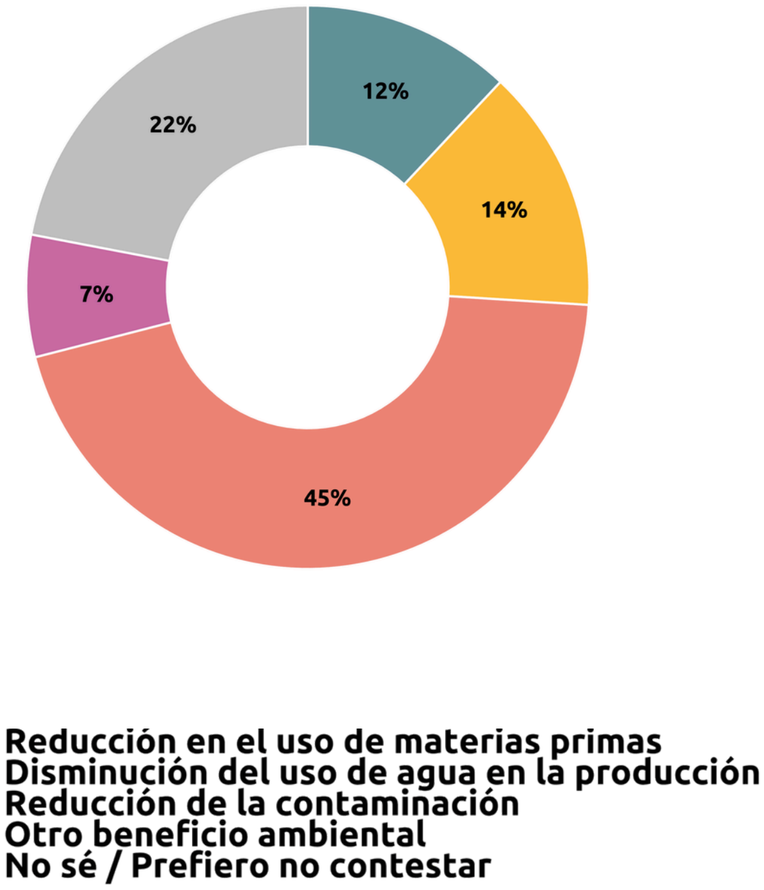
- Los hombres están menos dispuestos a pagar más por una prenda fabricada bajo criterios sostenibles.

- Por su parte, las personas de NSE alto son quienes en mayor medida responden que no les interesa pagar más por una prenda fabricada bajo criterios sostenibles y las personas de NSE bajo son quienes en mayor medida responden estar dispuestos, solo si la diferencia de precio es pequeña.



BENEFICIO AMBIENTAL

¿Qué beneficio ambiental considerás más importante al momento de decidir comprar moda vinculada a la economía sostenible?



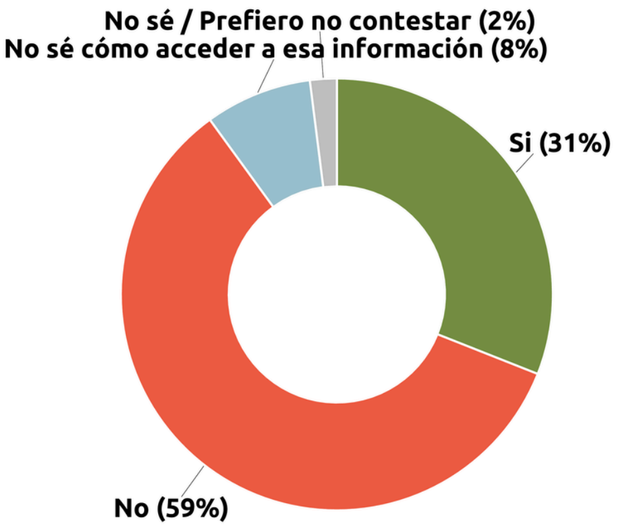
- Casi la mitad *considera la reducción de la contaminación* como el beneficio ambiental más importante a la hora de decidir comprar moda vinculada a la economía sostenible.
- Por su parte, la *disminución del uso de agua en la producción aparece como el* segundo beneficio ambiental más importante a la hora de decidir comprar moda vinculada a la economía sostenible.
- En tercer lugar aparece la *reducción en el uso de materias primas* como el beneficio ambiental más importante.

RESULTADOS SEGUNDA OLA SECTOR TEXTIL

ORIGEN DE FABRICACIÓN

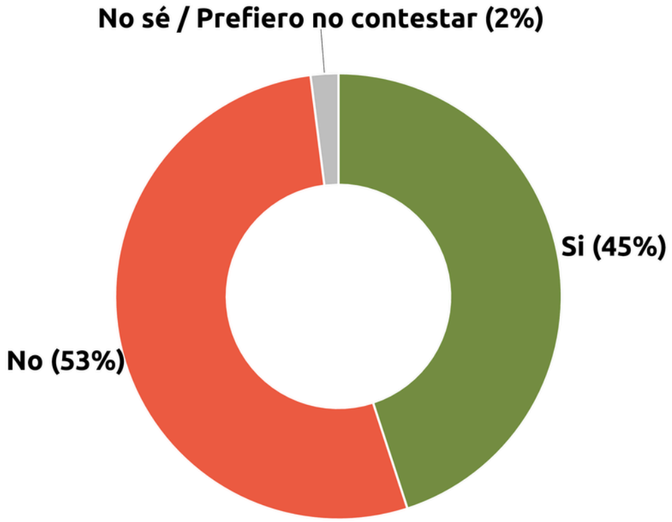
Al momento de decidir tu compra de ropa, ¿te interesa conocer si es un producto de fabricación nacional o importado?

- **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.**

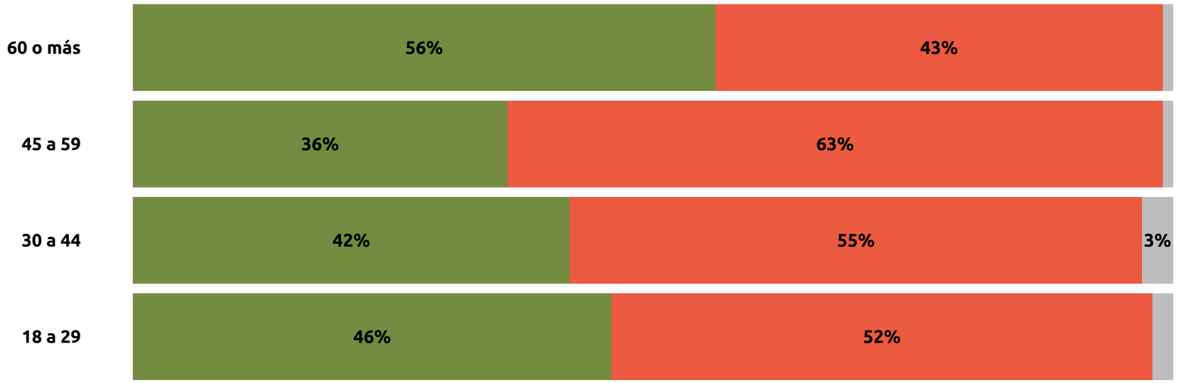


INCIDENCIA DEL ORIGEN EN CONDICIONES DE PRECIO Y CALIDAD SIMILARES

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?

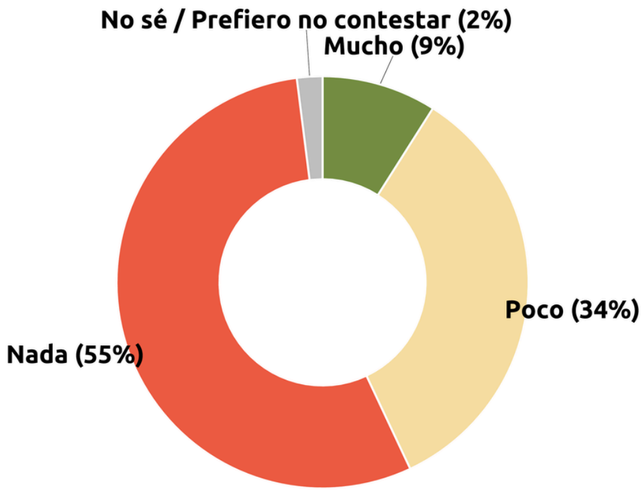


- **Al relevar sobre incidencia del origen nacional o importado en condiciones de precio y calidad similares; casi la mitad responde que sí incide, mientras que algo más de la mitad responde que no incide en su decisión de compra.**
- **Al desagregar por edades, quienes en mayor medida responden que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



INFLUENCIA DEL PACKAGING

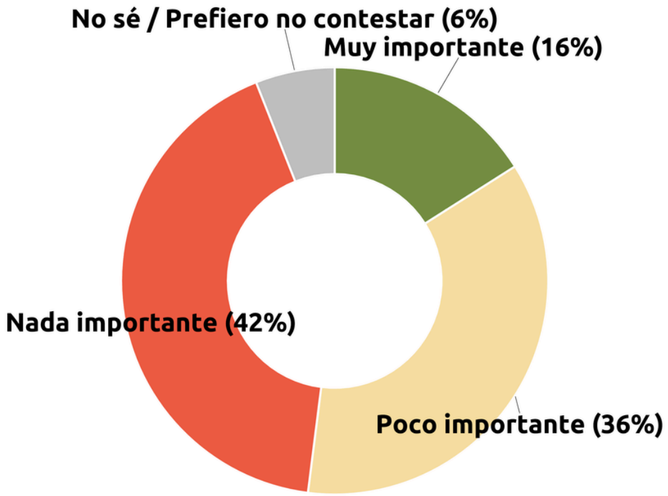
Pensando en tus últimas compras de ropa, ¿cuánto influyó el packaging o envoltorio (el material o los materiales utilizados para envolver, proteger o contener productos)?



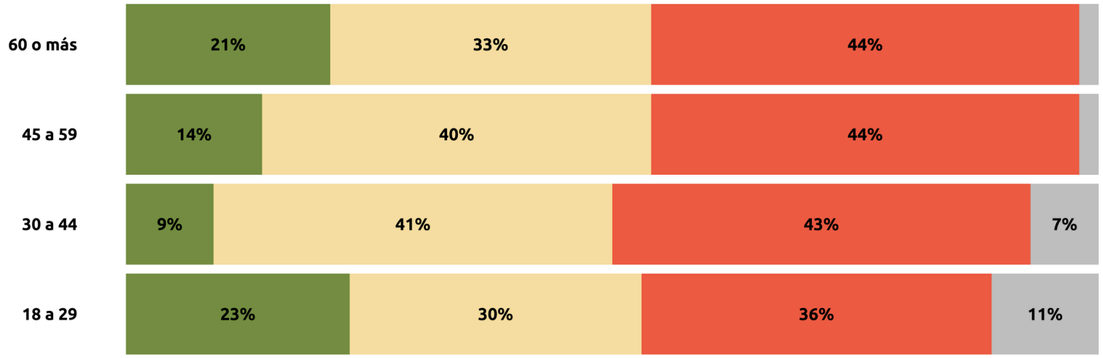
- **El packaging no pareciera ser un factor determinante para más de la mitad de los encuestados a la hora de decidir sobre una compra de ropa.**
- **Casi 4 de cada 10 responde que influyó poco y un casi 1 de cada 10 que influyó mucho.**

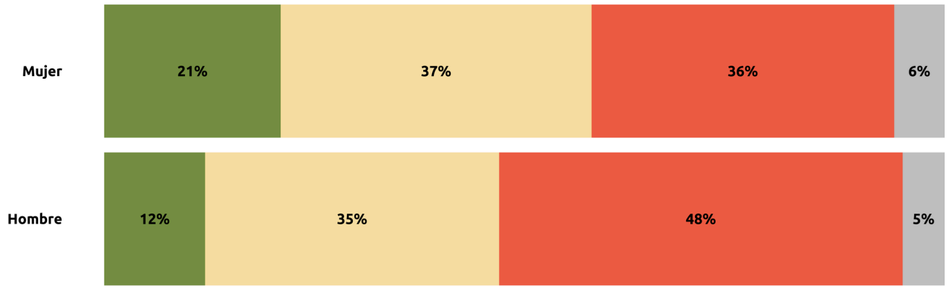
OFERTA DE PACKAGING SOSTENIBLE

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.
- Del mismo modo, este es un factor que pareciera importarle más a las mujeres que a los hombres.

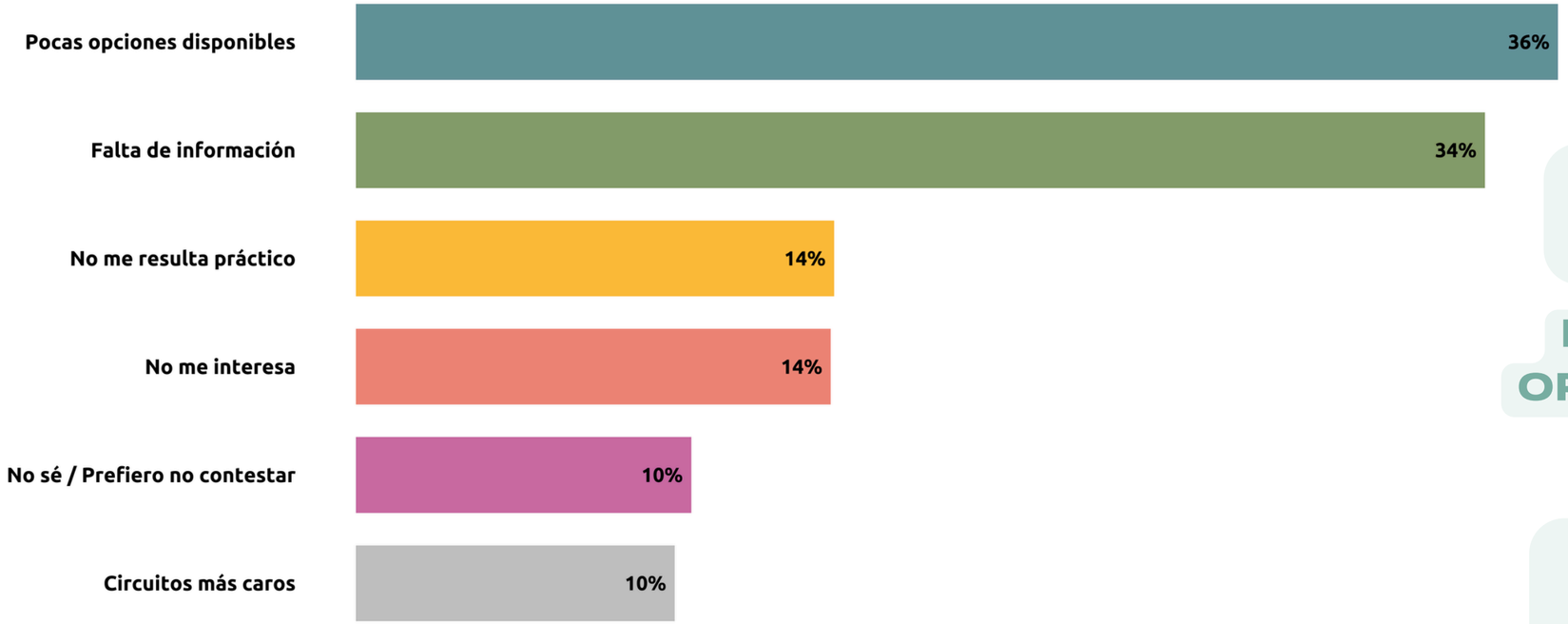




OBSTÁCULOS PARA CIRCULAR ROPA

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

Respuesta Múltiple. % de Personas



01

POCAS OPCIONES

02

FALTA DE INFORMACIÓN

03

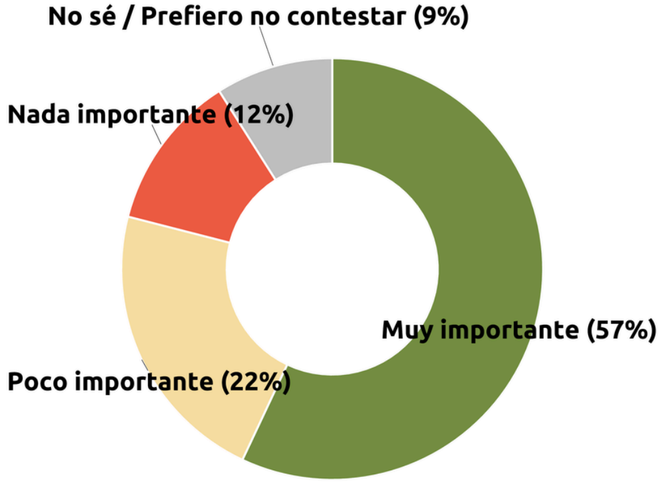
NO LE RESULTA PRÁCTICO

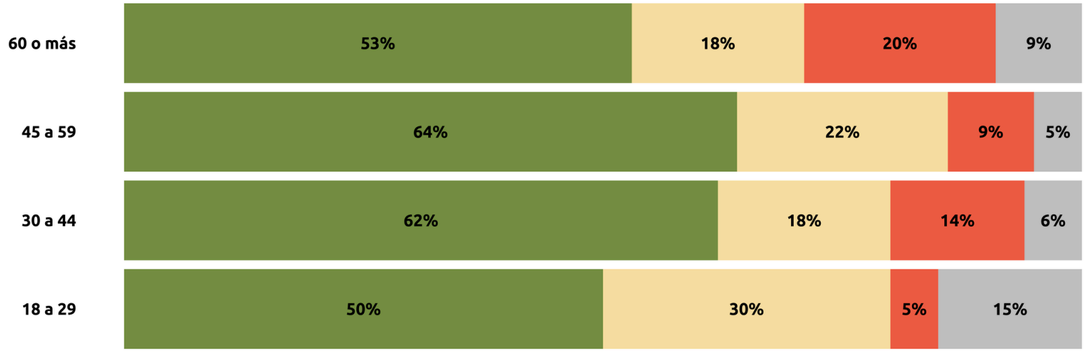
04

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?

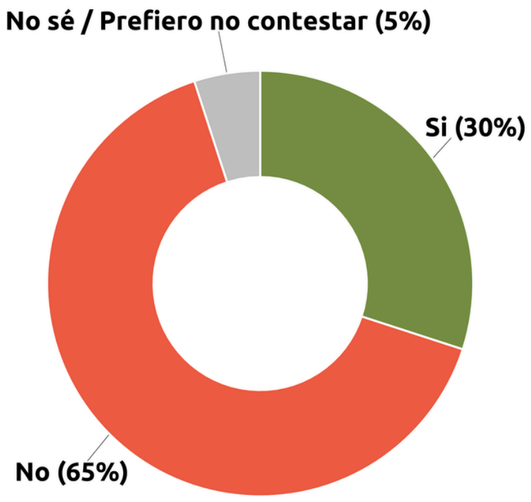




- **En general, las personas consideran importante contar con una plataforma digital para circular ropa.**
- **Casi 6 de cada 10 lo consideran algo muy importante, mientras que algo más de 2 de cada 10 lo considera poco importante y más de 1 de cada 10 lo considera nada importante.**
- **Al desagregar por edad, se ve que quienes en mayor medida responden que no les parece nada importante una plataforma para circular ropa son las personas mayores.**

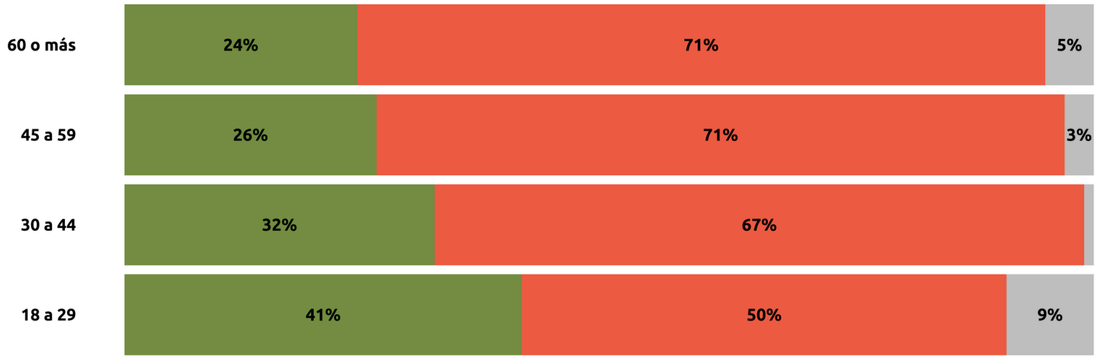
CONOCIMIENTO DE PLATAFORMAS PARA CIRCULAR ROPA

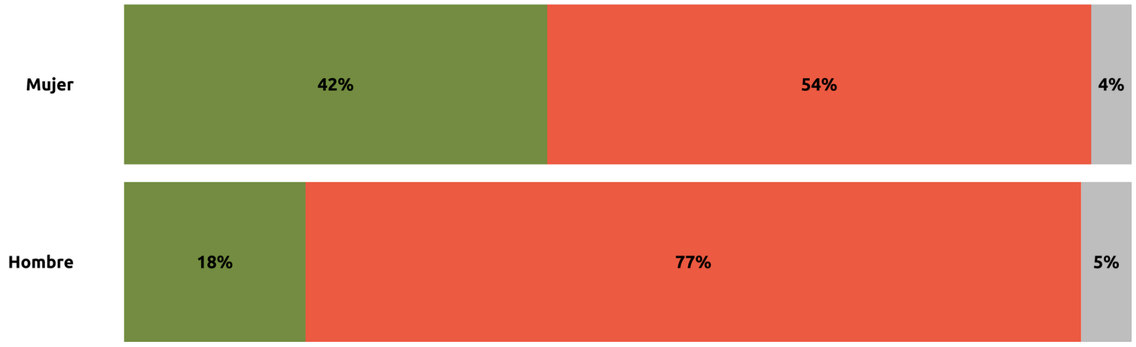
¿Conocés alguna plataforma digital para circular ropa (venderla, reutilizarla, donarla o realizar trueque)?



- **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

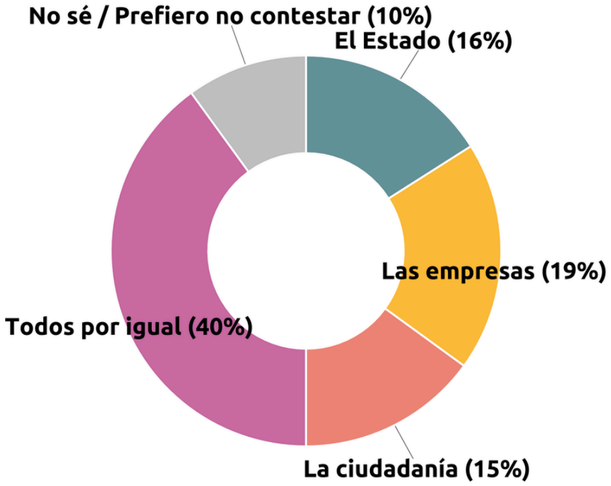
PARA QUIENES RESPONDIERON CONOCER:

¿Cuál?

Respuesta Abierta

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?



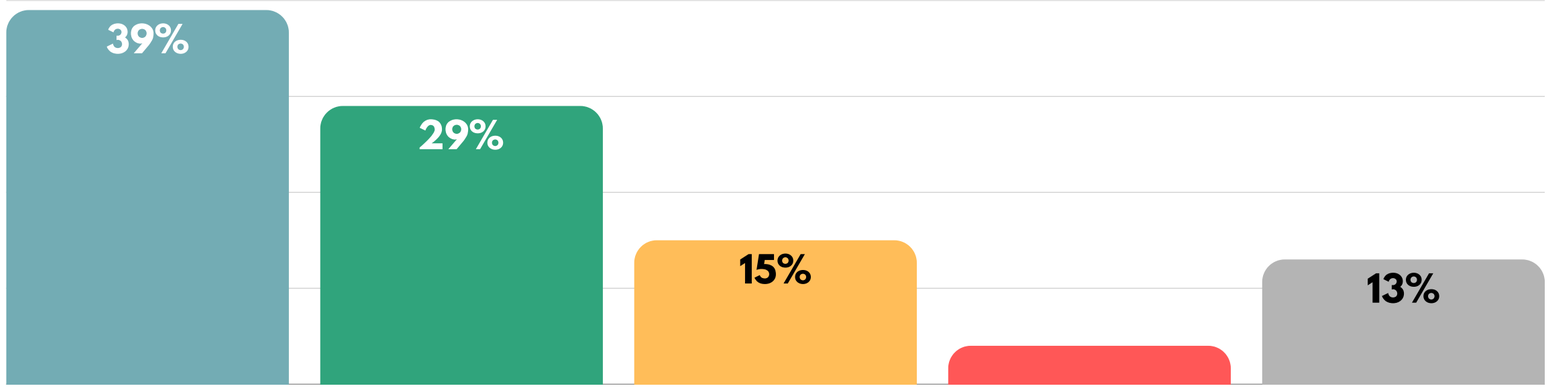
- 4 de cada 10 personas considera que la ciudadanía, el Estado y las empresas tienen igual responsabilidad en generar acciones para impulsar la economía circular.
- Por su parte, casi 2 de cada 10 considera que son las empresas quienes tienen la mayor responsabilidad. Una proporción menor considera que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

- Los hombres son quienes en mayor medida le atribuyen mayor responsabilidad al Estado en esto. Las mujeres por su parte son quienes en mayor medida responden que todos los actores tienen igual responsabilidad.

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*

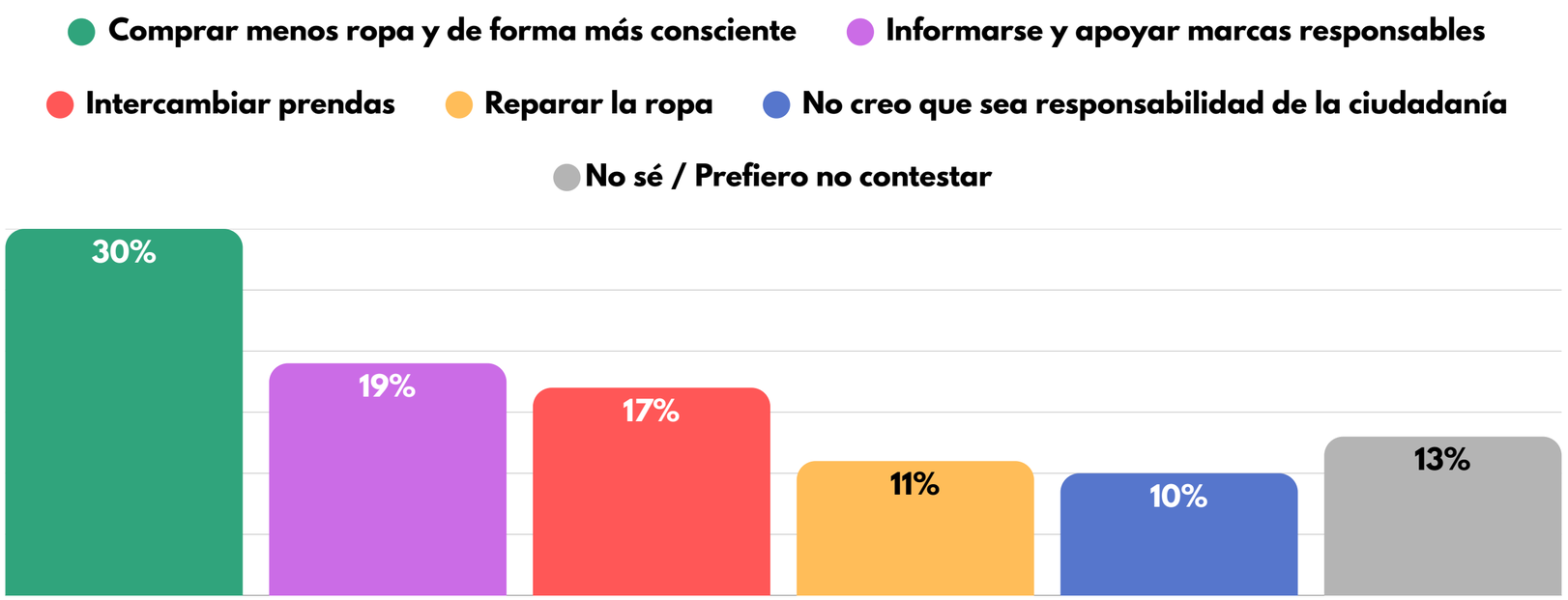
- **Educar y concientizar al consumidor**
- **Utilizar materiales sostenibles y reciclados en la fabricación de la ropa**
- **No creo que sea responsabilidad de las empresas**
- **Tener embalaje o packaging sostenible de sus productos**
- **No sé / Prefiero no contestar**



- 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

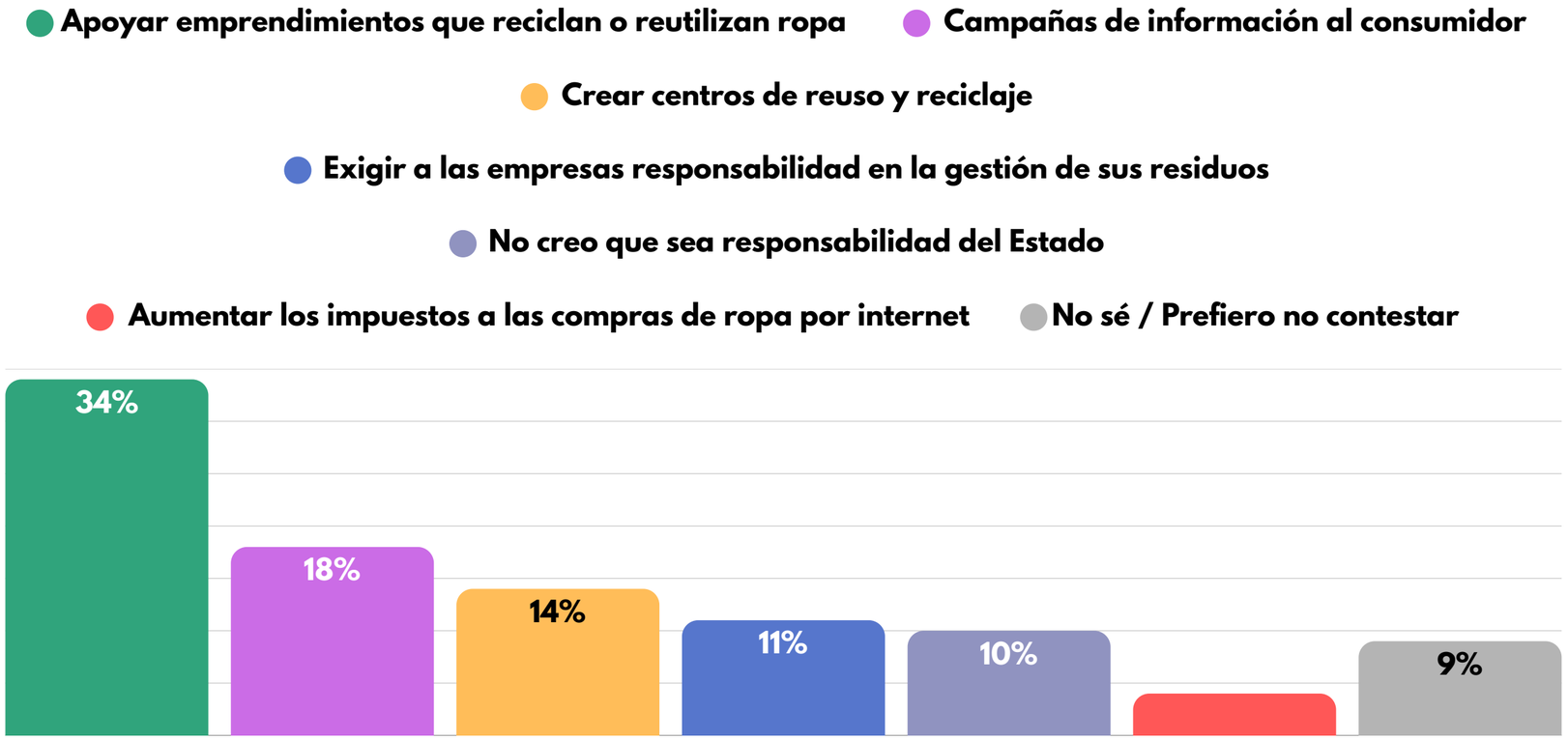
En tu opinión, ¿Qué acciones debería impulsar la ciudadanía para fomentar la economía circular en el sector textil? *Marca la principal*



- Comprar menos ropa y de forma más consciente 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*

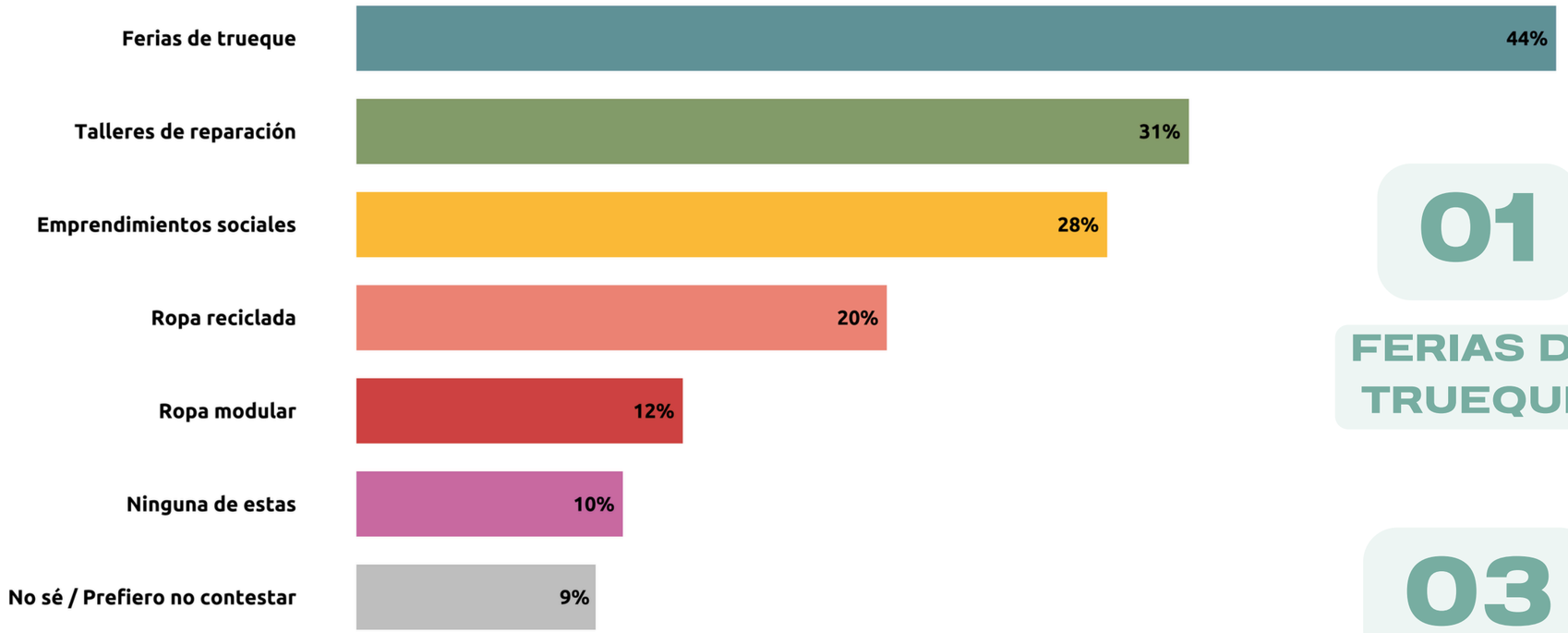


- Apoyar emprendimientos que reciclan o reutilizan ropa es la opción que mayor cantidad de personas responde respecto a las acciones que debería impulsar el Estado para fomentar la economía circular en el sector textil. Campañas de información al consumidor y creación de centros de re-uso y reciclaje 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

EMPRENDIMIENTOS SOCIALES

04

ROPA RECICLADA

Muchas gracias

ANDE Agencia Nacional de Desarrollo

USINA de percepción ciudadana

CEMPRE URUGUAY

GEVI Grupo de Economía Verde e Inclusiva

FCEA Facultad de Ciencias Económicas y de Administración