

Diagnóstico de barreras y facilitadores de la separación de **residuos aprovechables**

Asociación Nacional de Empresarios de Colombia ANDI



Sensata UX Research 2022

Ana María Araos Casas

María Fernanda Bohórquez

Gabriel N. Camargo-Toledo

Marcela del Portillo Cure

Juan Sebastián Rodríguez



Tabla de Contenidos

Tabla de Contenidos	2
1. Resumen ejecutivo	3
2. ¿Quiénes son los encuestados?	6
2.1 Características demográficas	6
Post-estratificación y Balanceo de la Muestra	7
3. Dinámicas de separación de residuos en Colombia	9
3.1 Prácticas de separación	9
¿Qué tanto separan los encuestados?	9
¿Quién se encarga de separar? Yo 45%, todos por igual 36%	12
¿Con qué elementos cuentan para separar correctamente?	12
3.2 Creencias y actitudes hacia la separación de residuos	14
Separar es fácil, cada uno debería hacerlo, pero no vale la pena hacerlo	14
Se debería multar a las personas que no separen adecuadamente en casa	15
¿Cuál es la expectativa empírica de que los demás separen sus residuos?	16
3.3 Conocimientos	19
Se entiende el concepto de “aprovechables”	19
¿Cómo están los conocimientos de materiales a la hora de separar?	19
¿Qué residuos deben ir en las bolsas de colores?	20
¿Cómo se reutilizan los materiales según los encuestados?	21
3.4 ¿Qué es lo más difícil a la hora de separar? (experimento de elección)	22
4. Ambientalismo y separación	24
4.1 Niveles de ambientalismo en los encuestados	24
Aunque se percibe la crisis climática, hay demasiado pesimismo	24
Los encuestados creen mucho en la importancia de las acciones individuales	25
Dejar de comer carne por motivos ambientales es bien visto	25
El 61% preferiría comprar un detergente natural aunque cueste más	26
4.2 Relación entre ambientalismo y separación de residuos	28
5. Audiencias respecto a la separación en Colombia	30
5.1 Audiencia Aprovechadores	33
5.2 Audiencia Pesimistas/indiferentes	35
5.3 Audiencia Desperdiciadores	37

1. Resumen ejecutivo

El manejo de los residuos sólidos es un problema que va más allá de la logística de la recolección de basuras; es un problema universal que afecta a todas las personas que viven en el planeta, produciendo desde la contaminación de océanos hasta la dispersión de enfermedades. Actualmente, el mal manejo de los residuos sólidos en el mundo es culpable del 5% del total de las emisiones de gases de efecto invernadero, transformándose en uno de los problemas globales más apremiantes por el alarmante nivel de crecimiento de los últimos años.

En 2020 Naciones Unidas reportó que anualmente se producen un total de 11.200 millones de toneladas de desechos sólidos en el mundo (UN, 2020). Un estudio del World Bank Group (2018) predice el aumento del problema de los residuos sólidos al año 2050; la generación de residuos sólidos tomará un ritmo muchísimo más rápido, superando por más del doble las cifras actuales.

Colombia no se escapa de esta problemática. Según cifras del DNP, en Colombia se generan más de 11 millones de toneladas de residuos sólidos cada año. Lo que es más preocupante aún es que de estas 11 millones de toneladas “solo se recicla el 17% de los residuos y no se hace la separación en la fuente ni la recolección selectiva”, mostrando que estamos muy por detrás de otros países en temas de aprovechamiento de residuos sólidos, como los países de la Unión Europea donde se llega a aprovechar hasta el 67% de los residuos generados (DNP, 2016).

Para hacer frente a la creciente problemática del manejo de los residuos en Colombia, la ANDI con su programa Visión 30/30 ha diseñado la campaña “los aprovechables”. Esta campaña busca generar impacto en el comportamiento de las personas en Colombia empezando por dar a conocer cuáles son los materiales que pueden ser aprovechados y cómo debe hacerse la separación de estos.

En este contexto, en noviembre de 2022 Sensata UX Research realizó un estudio de audiencias a través de una encuesta virtual en la que participaron 4383 personas en 23 municipios de Colombia, incluyendo grandes capitales como municipios más pequeños. La encuesta busca principalmente **identificar perfiles de ciudadanos según sus prácticas, conocimientos y actitudes hacia la separación en la fuente**. Además de identificar estas audiencias, el estudio busca generar recomendaciones específicas para cada uno de los grupos, con el fin de aumentar la efectividad de las estrategias de comunicación.

A continuación presentamos una síntesis de los principales hallazgos de la investigación.

- El problema de la separación de residuos no es sólo de conocimientos: aunque el reporte de prácticas y conocimientos de separación tienden a ser medio altos, hay un

elevado nivel de desesperanza en toda la muestra con un 70% que cree que el ser humano es egoísta por naturaleza y un 57% que no cree que sea probable que las personas cambien sus hábitos para salvar el medio ambiente.

- En términos de separación de residuos el país se divide en grandes capitales, con mejores prácticas y actitudes, y los demás municipios (capitales intermedias y no capitales).
- La experiencia en la vida parece influir en las prácticas de separación: la gente mayor y las personas con más hijos se relacionan mejor con sus desechos en casi todas las variables, excepto en algunas de conocimientos de bolsas y materiales.
- Aunque se cree que es fácil (57%) y que sería más eficiente que cada persona separe los residuos (84%), **existe una fuerte división frente a si vale la pena separar los residuos.** *Una oportunidad en términos de comunicaciones se encuentra en comunicar los beneficios personales o familiares: mostrar por qué sí vale la pena hacerlo (mejorar el olor de la basura, generar menos basura, pagar menos servicios de recolección, generar abono para consumo propio, entre otros), independientemente de los sistemas de recolección en el municipio.*
- El reporte de separar los residuos siempre o casi siempre es alto (70%). Es recomendable empezar a transformar esta expresión en la de “separar adecuadamente los residuos”, ya que la interpretación de lo que es separar es muy amplia y ambigua.
- Tener los implementos físicos necesarios, como varias canecas y bolsas de basura, es una condición fundamental para separar adecuadamente. Además se ve una clara correlación entre tener sólo una caneca y nunca separar. Por lo tanto, se encuentra una oportunidad en términos de comunicaciones y campañas en promover la percepción de que lo normal es tener varias canecas en casa.
- Existen barreras económicas para que las personas de nivel socioeconómico bajo puedan contar con todo lo necesario para separar sus residuos en casa, tales como canecas y bolsas de colores. Esta interpretación se refuerza con el hecho de que en las preguntas de conocimientos sobre el uso de las bolsas de colores no hay diferencias entre los distintos niveles socioeconómicos, de manera que no es por falta de conocimiento que las personas de NSE bajo no tienen bolsas de colores.
- **Los amigos son el grupo del que menos se percibe separación de residuos:** solo el 6% cree que sus amigos lo hacen. *Hay una oportunidad en términos de comunicación al convertir el tema de separación en una conversación común entre amigos e invitar a los aprovechadores a contarle a sus amigos cómo es que aprovechan los residuos.*
- **Las bolsas son el principal problema.** Comprar bolsas de distintos colores es la dificultad más grande percibida por las personas. Además, sólo el 46% de la gente

sabe qué tipo de residuos van en la bolsa blanca y sólo un 38% compra bolsas de distintos colores. El hecho de que los más educados sean quienes más entienden esta división de colores sugiere que es un tema que demanda mucho esfuerzo cognitivo. *Hay una oportunidad en términos de comunicaciones simplificando la transmisión de la información, ya sea mediante canciones, rimas o juegos. Particularmente ciudades de la región Caribe y Cúcuta son las que obtuvieron peores niveles de conocimiento de lo que va en la bolsa blanca, por lo cual valdría la pena considerar desarrollar jingles, canciones o rondas en ritmo de vallenato.*

- La mayoría de los participantes no sabe para qué se usan las botellas de amor. Del mismo modo, dos tercios de los encuestados no saben que el icopor puede ser reciclado, y mucho menos cómo se recicla.
- La creencia en la agencia de los individuos es la variable de ambientalismo que tiene más efecto en las prácticas de separación de residuos. Quienes más **creen que las acciones de cada individuo** pueden cambiar el mundo son quienes presentan un puntaje más alto en el indicador de separación. *De forma complementaria a las estrategias de educación en separación de residuos, es importante fortalecer la creencia de que las pequeñas acciones de los individuos sí cambian el mundo, para lo cual puede ser útil recurrir a la teoría de la acción colectiva como horizonte de inspiración y metodología.*
- La norma social sí parece influir en el comportamiento de las personas, pues hay consistencia entre la expectativa de separación de residuos en los grupos de referencia y el propio comportamiento. *Es importante diseñar estrategias orientadas a aumentar la expectativa empírica de que las personas de los grupos de referencia sí separan adecuadamente, al igual que la expectativa normativa, promoviendo la idea de que está “mal visto” no separar adecuadamente.*

2. ¿Quiénes son los encuestados?

2.1 Características demográficas

- El tema de separación de residuos **llamó la atención con más frecuencia de las mujeres**, el 67% fueron mujeres y el 32% hombres.
- **El grueso de los encuestados (71%) reportó tener al menos un hijo**, siendo tener dos hijos la opción más reportada con un 25%.
- **La encuesta llamó más la atención de las personas de NSE bajo:** La mayoría de las personas que respondieron reportó pertenecer a estrato 1 (31%) y estrato 2 (39%).
- **El nivel educativo más común fue educación media** con un 36%, seguido de técnico o tecnólogo con un 31%.
- Hubo un especial interés por parte de las **personas mayores**: el 42% de los encuestados reportó tener más de 56 años.

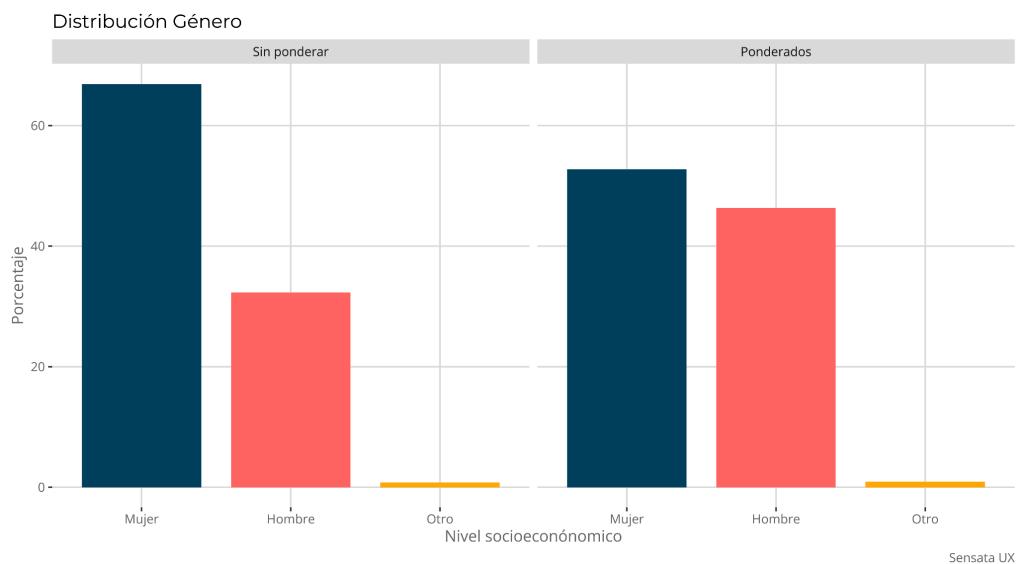
Buscando representar la diversidad del país, la encuesta se aplicó en municipios con distintas características. Se definieron tres grupos: el primero compuesto por grandes capitales, el segundo por capitales intermedias y el tercero por otras capitales y distritos. En el siguiente mapa se puede ver la dispersión de las encuestas en el territorio nacional, algunas se expandieron por fuera de las capitales predefinidas conformando el grupo de “Otro”, compuesto por 249 encuestas. A continuación se muestra la distribución de la muestra obtenida por municipio (en orden alfabético) y género.

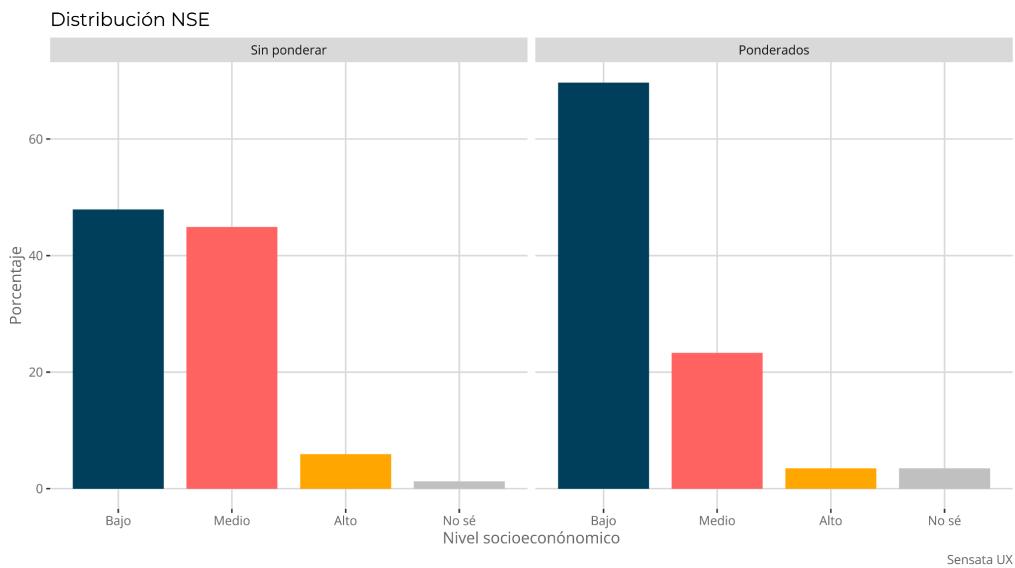
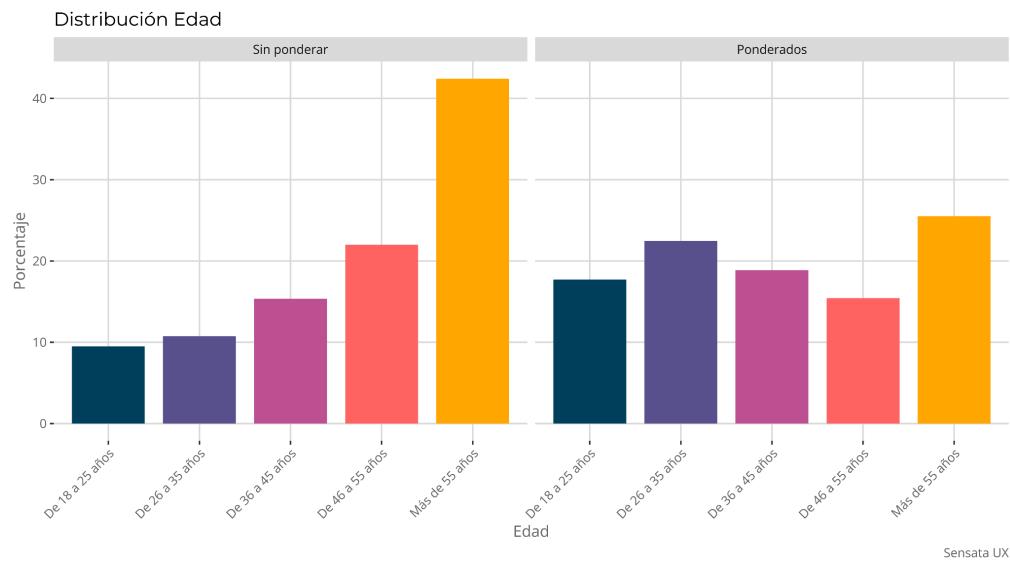
Ciudad	Mujeres	Hombres	Otro	Total
Aguachica	38	21	1	60
Barranquilla	164	81	3	248
Bogotá	805	265	3	1073
Bucaramanga	114	47	3	164
Buenaventura	21	11	3	35
Cali	275	98	1	374
Cúcuta	87	31	0	118
Florencia	54	38	2	94
Girardot	42	29	0	71
Manizales	196	139	0	335
Medellín	295	105	2	402
Montería	43	21	1	65
Pasto	123	104	2	229
Popayán	90	100	2	192
Quibdó	29	16	2	47
Riohacha	28	22	1	51

San Andrés	49	28	0	77
Sincelejo	45	35	1	81
Soledad	3	1	0	4
Tuluá	45	28	1	74
Valledupar	109	47	4	160
Villavicencio	99	57	1	157
Yopal	12	11	0	23
Otra	166	82	1	249
Total	2932	1417	34	4383

Post-estratificación y Balanceo de la Muestra

Para lograr que la distribución de la muestra refleje la distribución poblacional de Colombia en términos de edad, género y NSE, se llevó a cabo un proceso de post estratificación de la muestra. Este consiste en tomar información oficial sobre la distribución por rangos etarios, género y NSE de la población del país y asignar un peso a cada individuo de manera que la muestra ponderada sea similar a la distribución reportada en las estadísticas oficiales por esas variables. Los datos reportados en las tablas anteriores muestran las encuestas recolectadas sin post estratificación. Las siguientes gráficas presentan la distribución de edad, género y nivel socioeconómico de la muestra antes y después de la ponderación.





3. Dinámicas de separación de residuos en Colombia

En general predominan los sentimientos positivos hacia la separación de desechos, al preguntarle a los encuestados “Cuando piensas en separar y alistar la basura de tu casa te sientes” el 50% reportó felicidad, el 19% reportó sentirse relajado y el 19% sentirse aburrido. Las emociones positivas hacia la separación crecen en el grupo de mujeres, donde el 57% reporta felicidad, mientras que entre los hombres la actitud positiva baja a 41%. Así mismo entre las personas sin hijos también son más bajas las emociones positivas, pues sólo alcanzan un 37%, en contraste con un 55% entre las personas que reportan tener al menos un hijo.

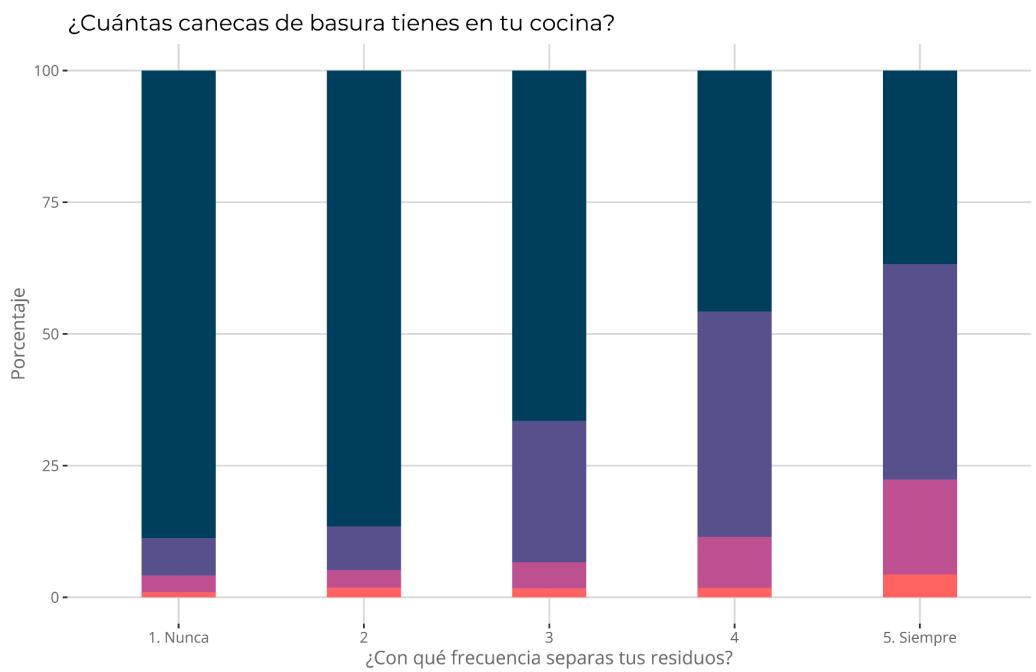
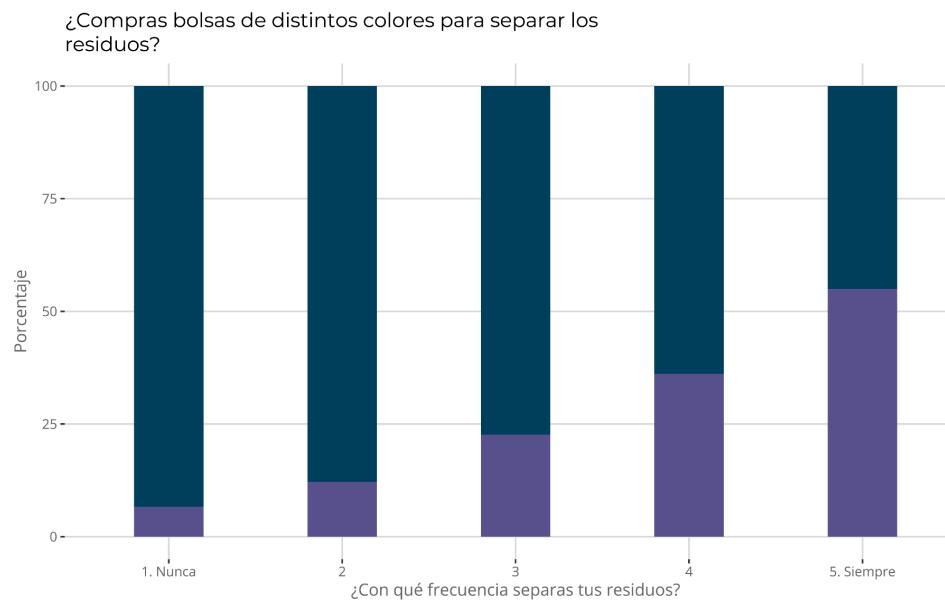
El tamaño de la ciudad también tiene un impacto en las emociones que las personas reportan. **En las ciudades más pequeñas se reportan más emociones negativas**, alcanzando un 10% de personas que reportan sentir asco al separar y alistar la basura en ciudades pequeñas, en contraste con un 4% en ciudades grandes.

3.1 Prácticas de separación

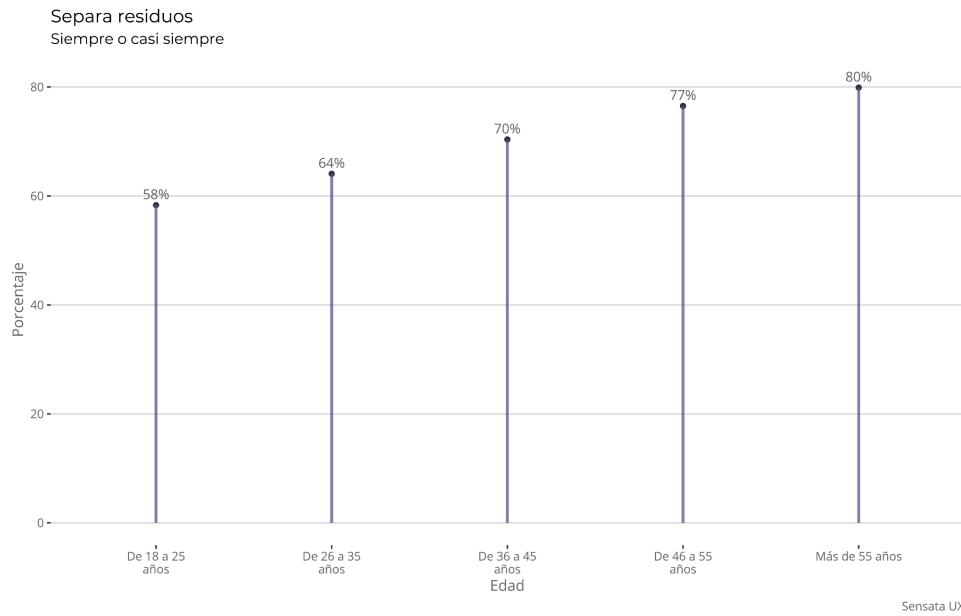
¿Qué tanto separan los encuestados?

Hay un alto reporte de separación de desechos entre los encuestados. El 70% de los participantes reporta que siempre o casi siempre separa sus desechos, mientras que solo el 15% reportó no separarlos nunca o casi nunca. Esta pregunta puede estar influenciada por un sesgo de deseabilidad social o por una interpretación amplia y ambigua de lo que significa separar, pues pese a que muchas personas reportan separar sus residuos, estos no reportan en la misma medida contar con canecas (51% tiene solo una caneca) o bolsas para hacer la separación (62% no compra bolsas de distintos colores), o no saben cómo separar de forma correcta (la única bolsa en la cual más del 70% reconoce qué tipo de residuos van es la bolsa negra).

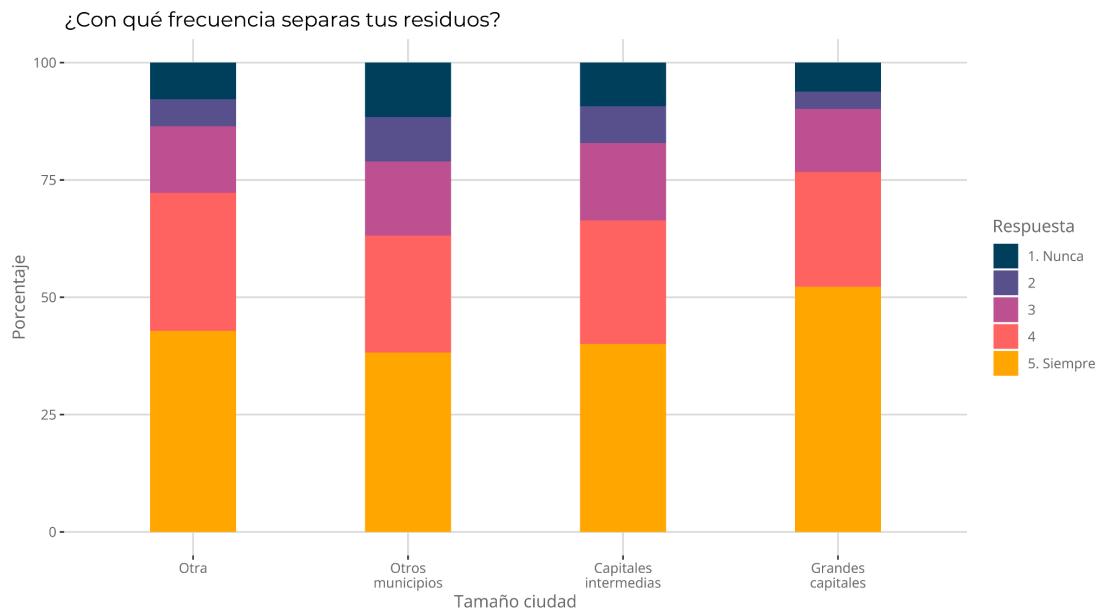
En todo caso sí se observa una relación lineal entre el autoreporte de separación de residuos y la tenencia de elementos para la separación apropiada, pues quienes tienen más canecas son quienes más reportan separar, mientras que 9 de cada 10 personas que nunca separan tienen sólo una caneca.



- La edad, el género y el número de hijos marcan diferencias en el nivel de separación. Las mujeres separan 12 puntos más que los hombres
- 52% de las personas con hijos siempre separan sus desechos, mientras que solo el 30% de las personas sin hijos lo hace.
- 59% de los mayores de 55 años reportan separar sus desechos, en contraste con un 33% de las personas de 18 a 25 años.



- Hay una relación directa entre el tamaño de la ciudad y el reporte de separación, pasando de 52% de personas que siempre separan en las grandes capitales a un 40% en capitales intermedias y finalmente un 38% en las capitales pequeñas y distritos.
- Medellín y Bogotá fueron las ciudades donde más personas separan sus desechos siempre, con un 56% y 53%, mientras que en Montería y San Andrés fue donde menos, con un 29% y 22% respectivamente.

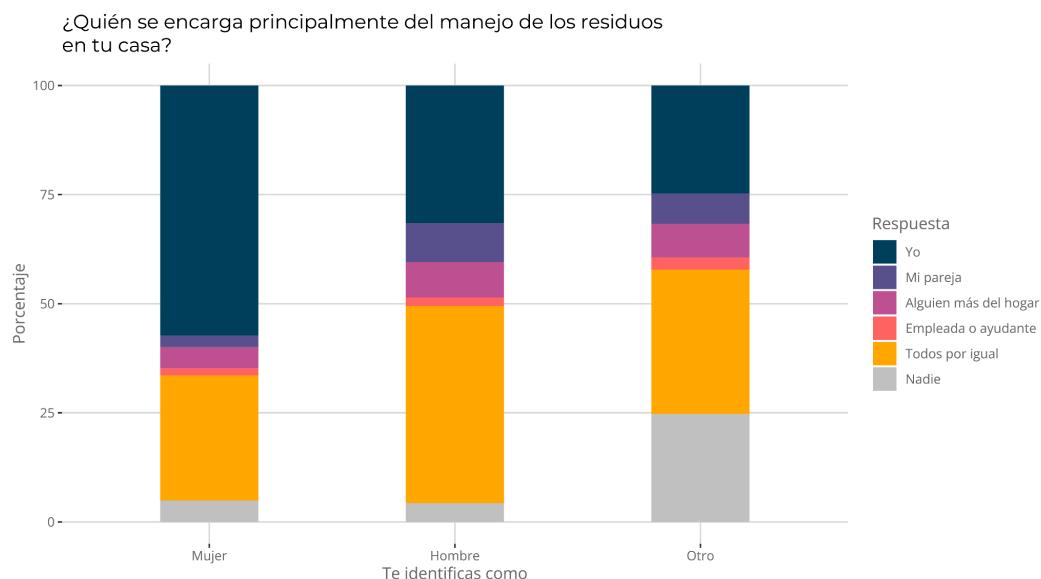


¿Quién se encarga de separar? Yo 45%, todos por igual 36%

La respuesta más frecuente a ¿Quién se encarga principalmente del manejo de los residuos en tu casa? fue “Yo” con un 45%, seguida de “Todos por igual” con 36%. La respuesta menos frecuente fue “Empleada o ayudante” con un 2%.

Claramente hay una diferencia por género, **mientras que el 57% de las mujeres reportó que ellas eran las encargadas de manejar los residuos, solo el 31% de los hombres reporta que es el responsable principal**. Así mismo, los hombres reportan con más frecuencia que todos se encargan por igual del manejo de los residuos en el hogar, con una diferencia de 17 pp entre hombres y mujeres.

Nuevamente, las personas sin hijos reportaron en menor medida ser ellos mismos quienes se encargan de separar: el 34% de las personas sin hijos reportó ser ellos los principales responsables, este porcentaje crece a mayor número de hijos, llegando a 51% entre las personas con cuatro o más. Sin embargo hay pocas diferencias en los demás grupos demográficos.



En las capitales grandes el número de personas que son el principal responsable de la separación es del 50%, mientras que entre las pequeñas el porcentaje baja al 38%.

¿Con qué elementos cuentan para separar correctamente?

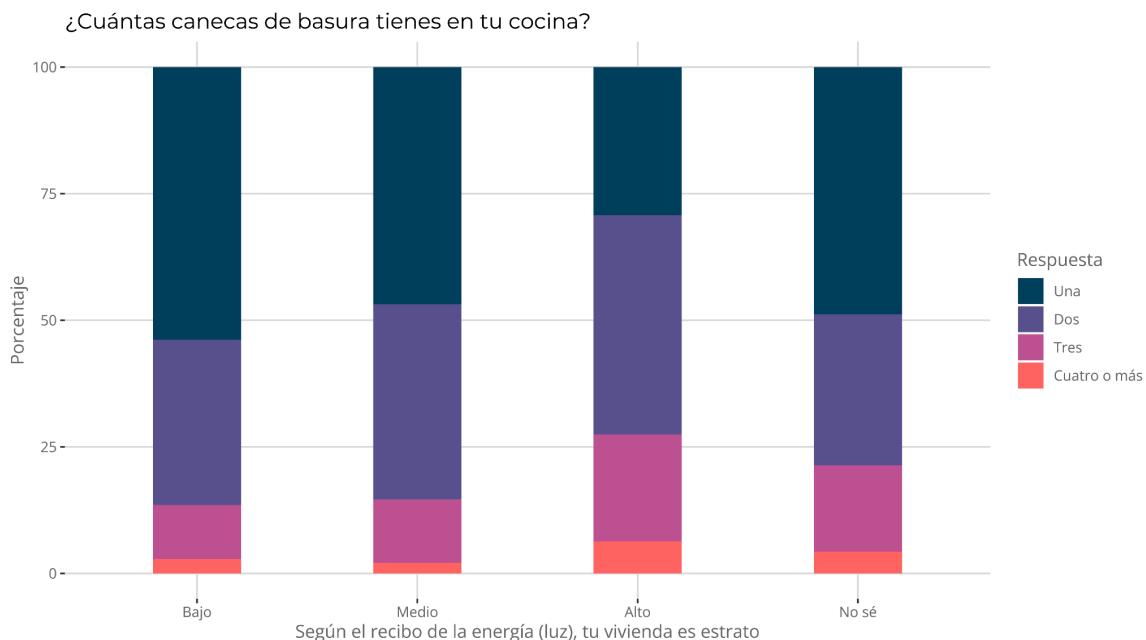
Más de la mitad de los participantes (52%) reportó tener solo una caneca en su cocina, el 34% dos y solo un 11% las tres canecas necesarias para la separación correcta. Existen barreras económicas para que las personas puedan contar con todo lo necesario para separar

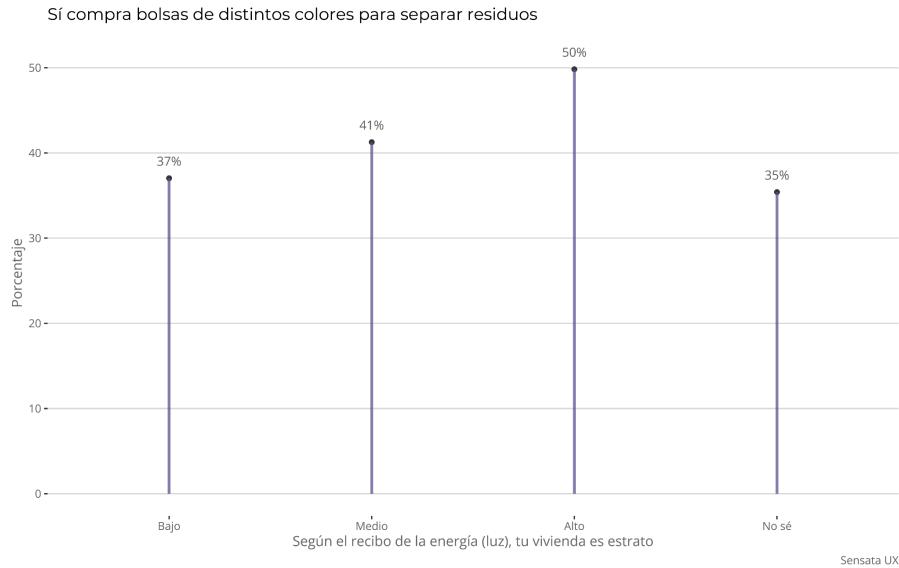
sus residuos en casa. Las personas de NSE bajo son las que menos cuentan con los implementos necesarios para separar los desechos en casa. El 53% de las personas de NSE bajo tiene solo una caneca, 24 pp menos que las personas de NSE alto. Así mismo, las personas sin hijos son quienes más reportaron tener solo una caneca con un 60%, mientras que entre las personas con al menos un hijo el porcentaje baja a 48% en promedio.

En términos de género y edad se encontraron muy pocas diferencias, probablemente porque el número de canecas se relaciona más con el tipo de hogar, mas no con el individuo.

El 62% de las personas no compran bolsas de diferentes colores.

- Las personas con hijos compran bolsas 10 puntos más que aquellas sin hijos.
- Hay una diferencia de 13 pp entre las grandes capitales y las ciudades intermedias, pasando de un 45% en las grandes ciudades a un 32% en las ciudades intermedias.
- Solo un 32% de personas de NSE bajo reportó comprar bolsas de colores, mientras que entre las personas de NSE alto el porcentaje crece a 50%.

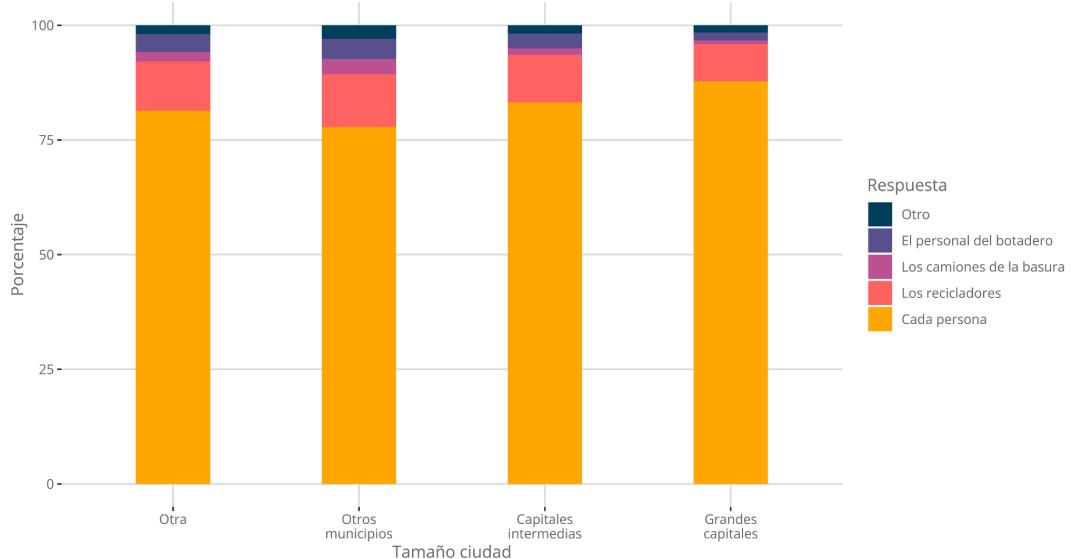




3.2 Creencias y actitudes hacia la separación de residuos

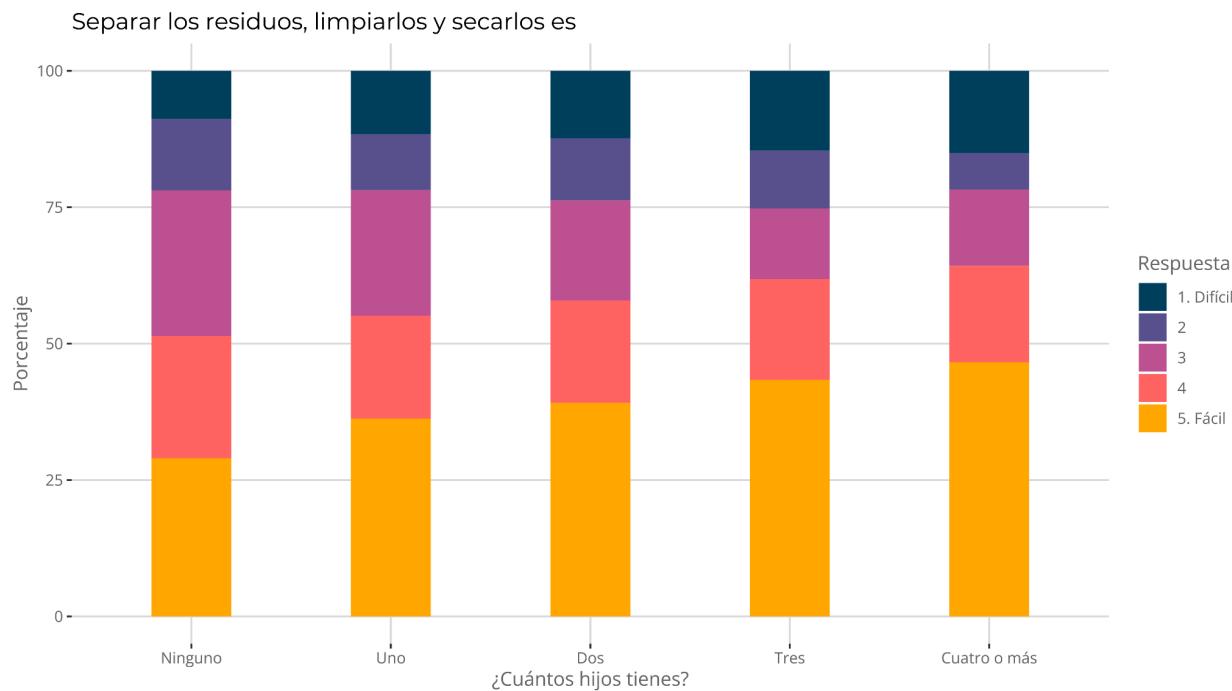
Separar es fácil, cada uno debería hacerlo, pero no vale la pena hacerlo

Hay un acuerdo mayoritario en torno a que es más eficiente si la separación de residuos la hace cada persona con un 84%. En las grandes capitales más personas creen que es más eficiente si cada uno separa sus propios desechos (88%), mientras que este porcentaje baja hasta 77% en el grupo de otros municipios (capitales pequeñas y distritos).



A mayor nivel educativo más personas consideran que es más eficiente que cada uno separe sus residuos pasando de 75% entre personas que han completado básica primaria a 87% entre personas que tienen posgrado.

- **Un poco más de la mitad de los encuestados creen que separar, limpiar y secar los residuos es fácil (57%).** El 20% cree que no es ni fácil ni difícil y finalmente el 23% cree que es difícil.
- Hay una mayor percepción de que la separación es fácil entre las personas con hijos, pasando de 51% entre las personas sin hijos hasta 64% entre las personas con cuatro o más hijos. Hay muy pocas diferencias en términos de género y NSE.
- El tamaño de ciudad también marcó diferencias similares, **pasando de 61% que creen que separar es fácil en las grandes ciudades a 53% en las ciudades pequeñas.** No se encontraron diferencias importantes en el resto de variables demográficas.



Aunque se cree que es fácil y que sería más eficiente que cada uno separe los residuos, **existe una fuerte división frente a si vale la pena separar los residuos.** Al medir el nivel de acuerdo con la frase “No importa si separo mis residuos, porque al final juntan toda la basura” el 42% estuvo en desacuerdo y el 43% estuvo de acuerdo.

Se debería multar a las personas que no separen adecuadamente en casa

Más de la mitad de los encuestados (66%) creen que se debería multar a las personas que no separen adecuadamente en casa. El 15% no está de acuerdo ni en desacuerdo y el 18%

no cree que se deba multar a las personas. Las personas de mayor edad son quienes más apoyan que se multe a las personas que no separan con un 70% de acuerdo, mientras que entre las personas de 18 a 25 el porcentaje se reduce a 55%.



El tamaño de la ciudad también marcó diferencias: **las personas de grandes capitales están de acuerdo en mayor medida con que se impongan multas** con un 72%, mientras que en capitales intermedias y en pequeñas capitales el acuerdo llegó a 63% y 59% respectivamente. Las diferencias entre los demás grupos demográficos fueron pequeñas.

¿Cuál es la expectativa empírica de que los demás separen sus residuos?

A los encuestados se les preguntó qué tanto creen que las personas de sus grupos de referencia (familia, amigos, compañeros de trabajo) separan sus residuos.

- **La respuesta más reportada para todos los grupos fue “No sé”, especialmente con respecto al grupo de amigos (47% no sé).** También los amigos son el grupo del que menos se espera que separen sus residuos, sólo el 6% cree que sus amigos lo hace.
- El grupo del que más se sabe es la familia donde sólo el 30% reportó no saber cómo separa su familia.
- Las personas creen que **sus familias separan en mayor medida que el resto de grupos.** El 32% de las personas reportaron que sus familias siempre separan sus residuos, el 20% que nunca y el 18% que reportó que ni nunca ni siempre.
- La expectativa de que los demás separen sus residuos es más alta en ciudades grandes que en intermedias y pequeñas.

- **Los amigos fueron el grupo donde menos personas esperan que separen residuos.** El 30% de las personas encuestadas reportaron que sus amigos nunca lo hacen, mientras que solo el 6% cree que lo hacen siempre. Entre el NSE bajo más personas creen que sus amigos nunca separan pasando de un 31% de personas que creen que nunca separan, en contraste con un 20% entre las personas de NSE alto. Finalmente se pudo identificar que a mayor edad también hay una mayor percepción de que el círculo de amigos separa más sus residuos, pasando de un 34% de personas que creen que sus amigos nunca separa entre personas de 18 a 25 años bajando a 22% entre personas mayores de 55 años.

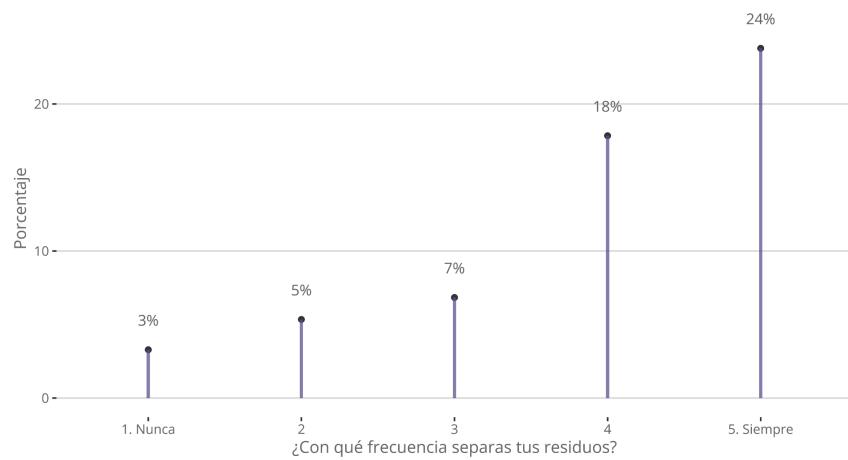
		Amigos	Familia	Compañeros de trabajo
¿Con qué frecuencia crees que ... separan sus residuos?	1. Nunca	18.6%	10.8%	12.9%
	2	10.9%	9.2%	9.1%
	3	17.4%	17.7%	17.8%
	4	3.1%	14.9%	8.5%
	5. Siempre	2.9%	17.1%	8.3%
	No sé	47.2%	30.3%	43.4%

Las personas están divididas frente a si sus compañeros de trabajo separan sus residuos. El 16% cree que siempre lo separa el 22% que nunca lo hacen y el 17% cree que ni lo hacen siempre ni lo hacen nunca. Esta tendencia se mantuvo entre todos los distintos grupos demográficos.

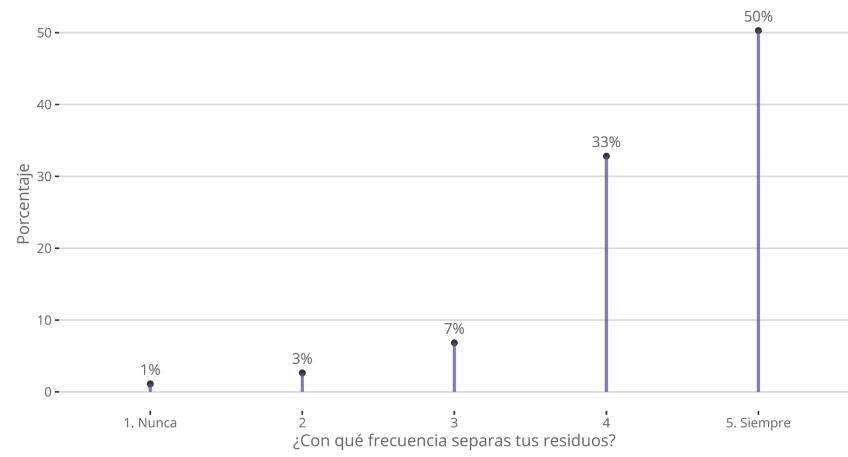
El tamaño de la ciudad marcó diferencias importantes en la expectativa empírica de separación: mientras que en . Así mismo en las grandes ciudades un 25% cree que sus amigos nunca separan sus residuos en contraste con un 37% en las ciudades intermedias.

La expectativa de que los demás separan está relacionada con el autorreporte de separación: es decir las personas que más reportan separar son quienes más creen que los demás separan. Esta relación es especialmente fuerte con la familia, en donde la diferencia en la expectativa de separación entre quienes nunca separan y siempre separan es de 50 pp. Podría decirse que los amigos no son un grupo de referencia relevante en el comportamiento de separación de residuos, lo son en mayor medida la familia y los compañeros de trabajo.

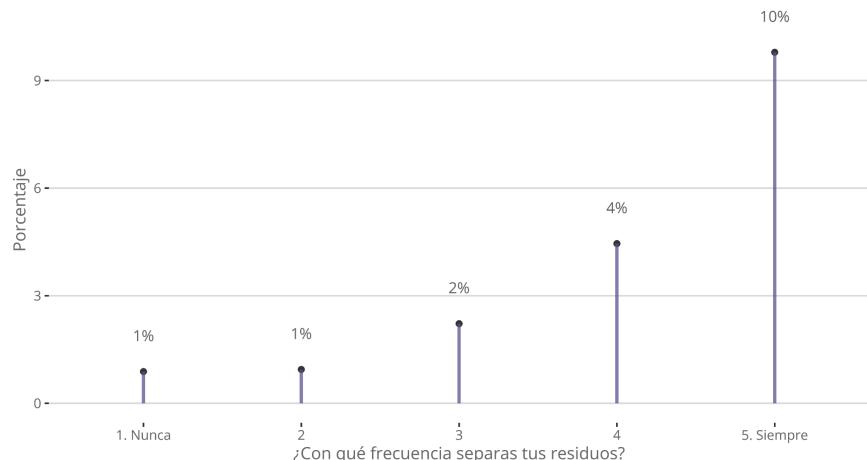
**Expectativa que compañeros de trabajo
Siempre o casi siempre separan**



**Expectativa que familia
Siempre o casi siempre separa**



**Expectativa que amigos
Siempre o casi siempre separan**

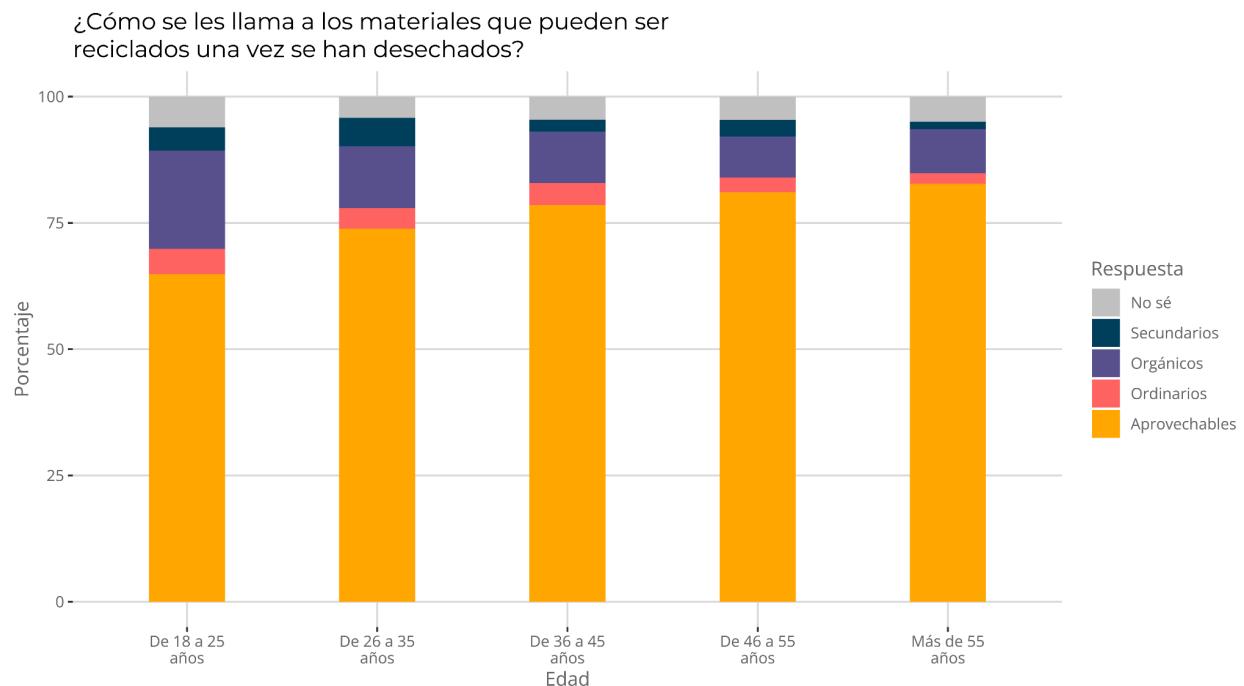


3.3 Conocimientos

Se entiende el concepto de “aprovechables”

El 76% sabe que los materiales que pueden ser reciclados después de haber sido usados son materiales “Aprovechables”. Sin embargo, este conocimiento no es estable entre los diferentes grupos demográficos:

- **A menor edad hay menor conocimiento**, ya que un 36% de jóvenes no domina el concepto de “aprovechables”, vs. un 17% en los mayores de 55.
- Las personas con un nivel educativo más alto también acertaron en mayor medida (83% posgrados y 70% ninguno).



- En las ciudades grandes el 80% entiende el concepto de “Aprovechables” mientras que en las capitales pequeñas y distritos el porcentaje baja a 71%.

¿Cómo están los conocimientos de materiales a la hora de separar?

Los encuestados saben cómo separar correctamente unos materiales más que otros: **yogurt > icopor = detergente > lata**.

- El envase plástico de Yogurt fue el material en el que las personas más identificaron que debe estar limpio y seco para ser aprovechado con un 70%, seguido por el icopor

y el envase plástico de detergente con 60% ambos. La lata de aluminio fue el material en el que menos personas identificaron de forma correcta como separarlo, solo el 30% eligió la opción “limpio y seco” y predominó la opción “Aplastado” con un 51%.

Para poder aprovechar este residuo debe estar:	
Material	Limpio y seco
Alumino	30%
Icopor	60%
Envase detergente	60%
Envase yogurt	70%

- Las diferencias demográficas en términos del conocimiento del tratamiento de los materiales fue pequeña.
- Resalta el nivel educativo donde las personas más educadas reportaron en mayor medida sabe como separar bien los envases de detergente con una diferencia de 14pp sobre las personas de básica primaria y cómo separar de forma correcta los envases de yogurt con una diferencia de 17 pp sobre las personas de secundaria.
- Así mismo el NSE también marco diferencias aunque especialmente en el conocimiento de separación de latas de aluminio donde las personas de NSE bajo acertaron en el tratamiento sólo un 29% mientras que este porcentaje aumente en el NSE alto a 40% (siendo una diferencia de 11pp).

¿Qué residuos deben ir en las bolsas de colores?

Los encuestados tienen claridad de que debe ir en las bolsas negras, pero no en las blancas y verdes.

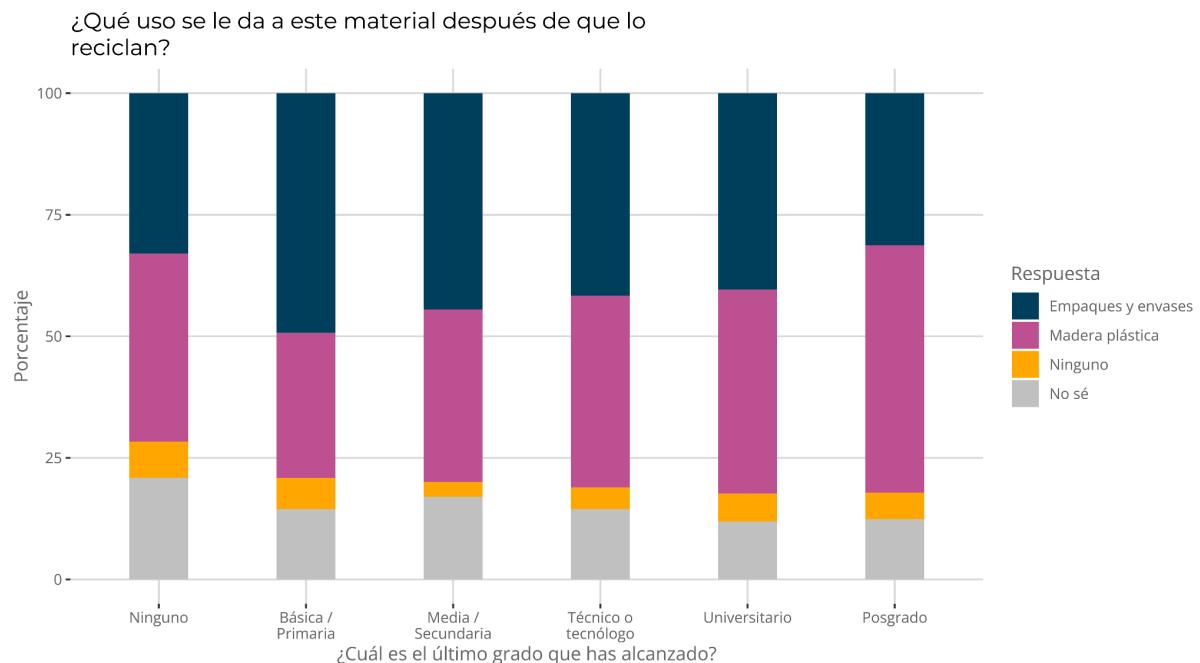
- La bolsa negra es la bolsa en la que más personas eligieron la opción correcta con un 70% que eligió la opción “No aprovechables”, seguida por la bolsa verde con un 56% de personas que eligieron la opción orgánicos y finalmente la bolsa blanca con un 46% de personas que eligieron la opción “Aprovechables”.
- Riohacha, Montería, Cúcuta y Barranquilla son las ciudades donde menos personas saben qué va en la bolsa blanca, con porcentajes por debajo de 33%.
- Solo el nivel educativo marcó diferencias importantes en términos de conocimiento de que tipo de residuo va en cada bolsa, lo cual sugiere que comprender esta división requiere de un alto esfuerzo cognitivo.

¿Qué tipo de residuos van en esta bolsa?	
Tipo de bolsa	Opción correcta
Negra	70%
Verde	56%
Blanca	46%

Mientras que las personas de Básica primaria identificaron de forma correcta el uso de la bolsa verde en un 44% las personas de posgrado lo hicieron en un 62%. El caso de la bolsa blanca fue similar pasando de 39% de personas que acertaron entre las personas menos educadas a un 54% entre los más educados. Finalmente, aunque las diferencias fueron menores en la bolsa negra, también las personas más educadas identificaron de forma correcta más que los menos educados el uso adecuado de la bolsa con una diferencia de 9 pp.

¿Cómo se reutilizan los materiales según los encuestados?

- La mayoría de los participantes no sabe que las botellas de amor son un material recicitable ni sabe para qué se usan una vez estas han sido entregadas para reciclaje. Solo el 38% de los participantes eligió la opción Madera plástica que es la opción correcta, la opción más seleccionada fue “Empaques y envases” con un 42%.



El 41% de las personas en grandes capitales eligió la opción Madera plástica, mientras que en los distritos y pequeñas capitales el 32% lo eligió.

- **Dos tercios de los encuestados no saben que el icopor puede ser reciclado.** Las personas de 18 a 25 años son quienes en mayor medida saben que el icopor puede ser aprovechado después de su uso con un 44%, mientras que las personas de 46 a 55 son quienes menos lo saben con un 28%.
- **Además predomina el desconocimiento frente a los usos que se le pueden dar al icopor, una vez este es reciclado.** El 36% reportó no saber qué se puede hacer con el icopor, el 40% eligió una las opciones erróneas y solo el 23% de los participantes eligió la opción correcta (Aditivos para pinturas o combustibles).

3.4 ¿Qué es lo más difícil a la hora de separar? (experimento de elección)

Para entender qué consideran los encuestados que es más difícil a lo hora de reciclar utilizamos un experimento de elección discreta. Este consiste en presentar una serie de preguntas donde las personas deben escoger entre dos opciones diferentes. En este caso preguntamos *A la hora de reciclar ¿qué es más difícil para ti?*



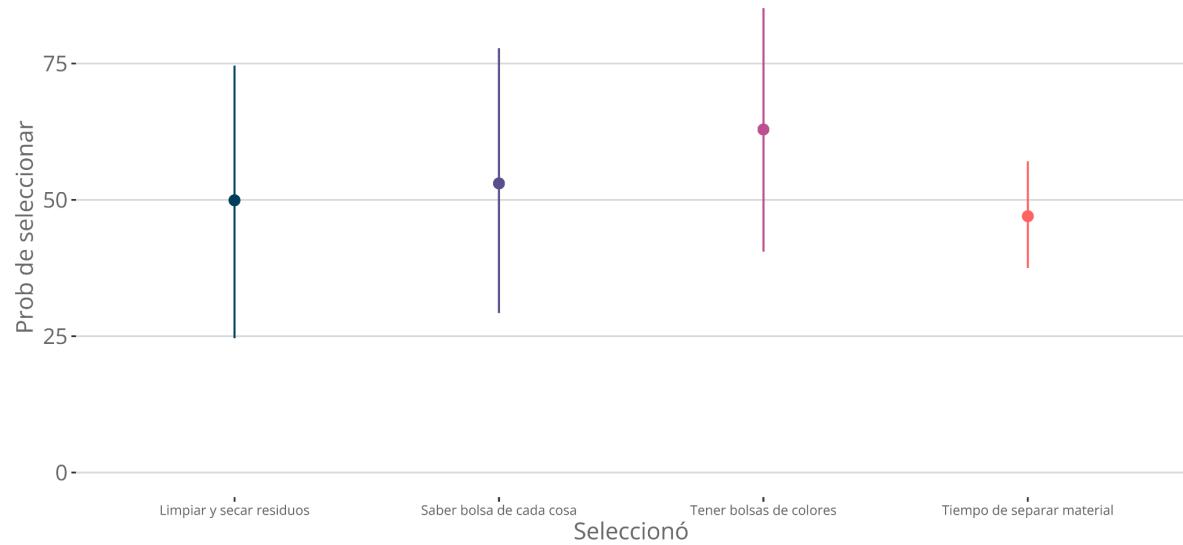
En dos ocasiones las personas debían escoger entre dos opciones generadas aleatoriamente de estas cuatro acciones:

- Tener bolsas de distintos colores
- Limpiar y secar los residuos
- Tomar el tiempo de separar cada material
- Saber en qué bolsa va cada cosa

Las personas encuestadas vieron dos veces esta pregunta, con una selección aleatoria en cada ocasión. Esto permite estimar en toda la muestra qué opciones son más difíciles para las personas encuestadas.

Los resultados del experimento se presentan en la siguiente gráfica mostrando que **lo más difícil para las personas a la hora de reciclar es tener bolsas de distintos colores**, y lo menos difícil es tener el tiempo para separar el material. Esto es consistente con el hallazgo de que la gente que más separa, compra en mayor proporción bolsas de colores. Limpiar y secar los residuos y saber la bolsa de cada cosa tienen prácticamente el mismo nivel de dificultad para las personas. Esto reitera la importancia de enfocar esfuerzos en ayudar a las personas a obtener las bolsas y canecas adecuadas en sus hogares para facilitar la adecuada separación de residuos.

A la hora de reciclar ¿qué es más difícil para ti?



4. Ambientalismo y separación

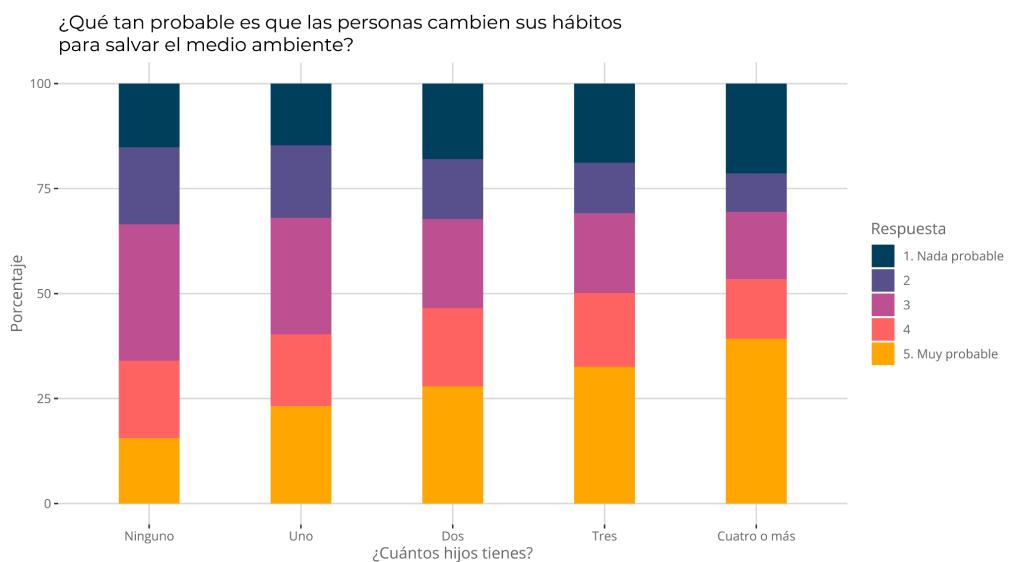
La encuesta también contenía una caracterización del nivel de ambientalismo, con el fin de evaluar su relación con la práctica de separación de residuos. Basados en la literatura de perfilamiento de consumo verde (Salonen et al., 2014, Akehurst, Afonso & Martins, 2012 & Jaiswal et al., 2020) incluimos las preocupaciones ambientales, la conciencia del impacto ambiental individual y la disposición a tomar acciones proambientales.

4.1. Niveles de ambientalismo en los encuestados

Aunque se percibe la crisis climática, hay demasiado pesimismo

Todo el mundo (94%) sabe que el deterioro del medio ambiente es grave, pero hay demasiado pesimismo hacia el cambio en los hábitos de las personas. **Al preguntar qué tan probable es que las personas cambien sus hábitos para salvar el medio ambiente hay una gran división.** Pese a que la respuesta más frecuente es que sí es probable que las personas cambien sus hábitos (42%), un 32% no cree que la gente cambie sus hábitos y un 25% no está seguro, está en el punto medio.

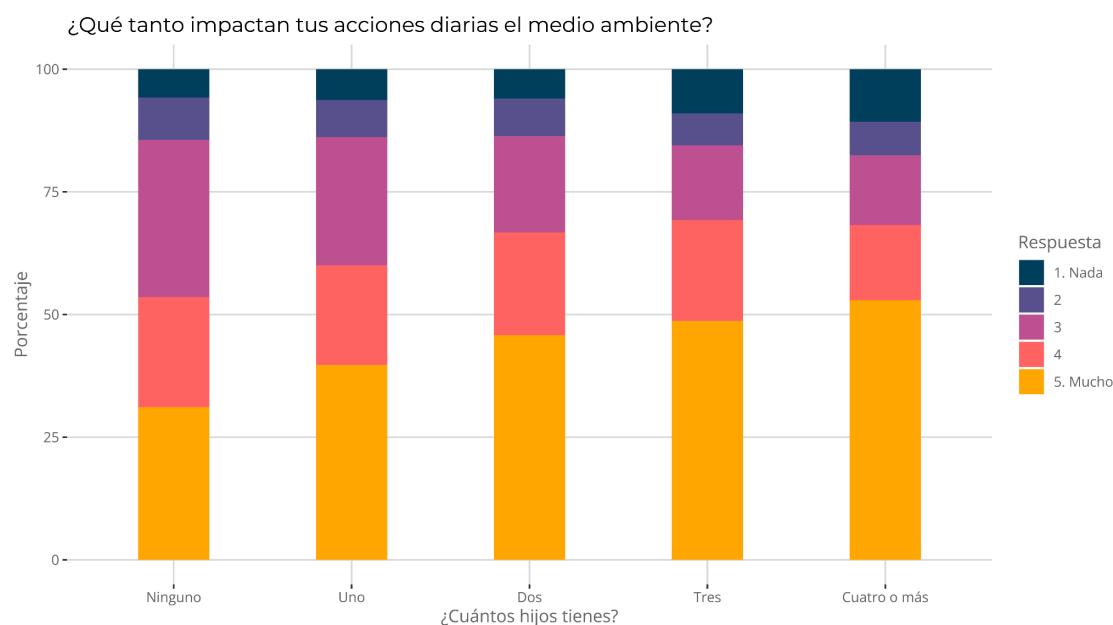
- Las personas de mayor edad son las más optimistas: un 53% cree que es muy probable que las personas cambien sus hábitos, mientras que las personas de 26 a 45 son las que menos con un 37%.
- Las personas con más hijos (4 o más) también son más optimistas (53%), en contraste con un 34% entre las personas sin hijos. Sin embargo, el nivel de pesimismo se mantiene estable sin importar el número de hijos.



Los encuestados creen mucho en la importancia de las acciones individuales

Frente a la pregunta “¿Qué tanto impactan tus acciones diarias en el medio ambiente?” el 62% reportó que sus acciones impactan mucho, mientras que el 23% no cree que afecte ni mucho ni poco y el 15% no cree que afecten.

Hay una mayor conciencia del impacto de las acciones propias entre las personas con hijos: entre las personas sin hijos el 53% cree que sus acciones afectan mucho el medio ambiente, este porcentaje aumenta entre las personas con cuatro hijos o más a 68%.



Además de saber que sus acciones diarias impactan el medio ambiente, **los encuestados también creen mayoritariamente (89%) que las acciones individuales de las personas pueden cambiar el mundo**. Solo el 4% de los encuestados cree que las acciones individuales no cambian nada el mundo, mientras que el 7% fue indiferente. Este porcentaje se mantuvo estable entre los diferentes grupos demográficos.

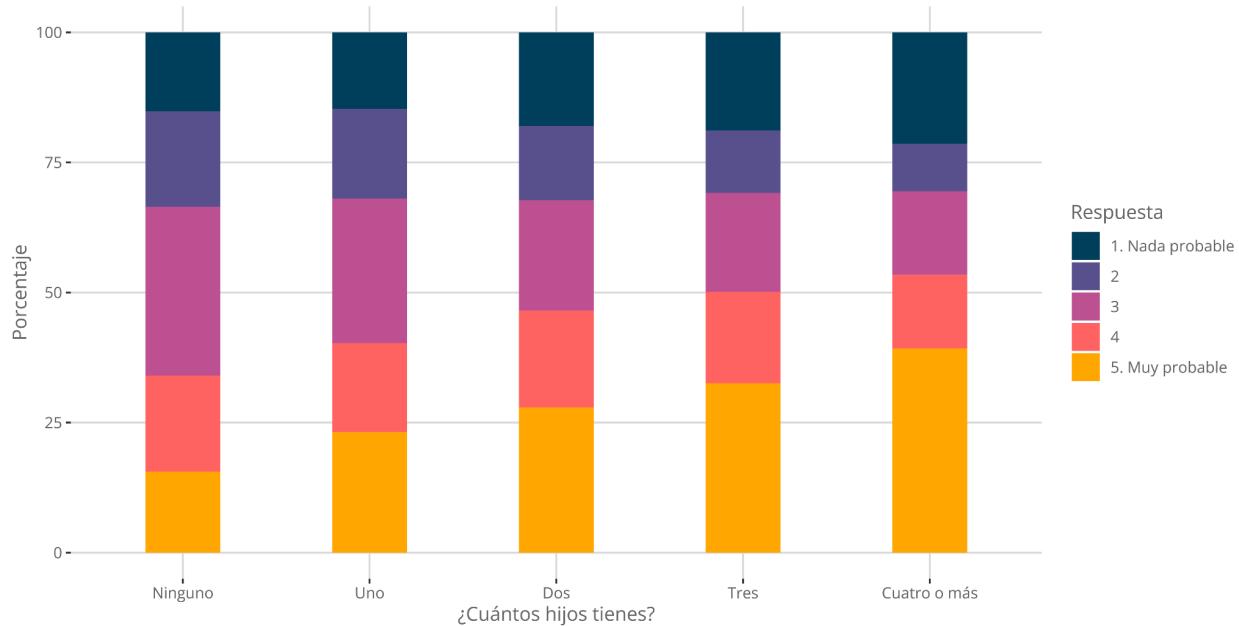
Dejar de comer carne por motivos ambientales es bien visto

El 54% del total de los encuestados están dispuestos a dejar de comer carne por motivos ambientales.

- Además el 9% reporta que actualmente no come carne y sólo un tercio de los encuestados no estaría dispuesto a dejar la carne.
- Las mujeres están más dispuestas a dejar de comer carne que los hombres, con una diferencia de 7 pp.

- Además, a menor nivel socioeconómico, mayor disposición a dejar de comer carne pasando de un 55% de personas dispuestas en el NSE bajo, mientras que en NSE alto hay un 47% de personas dispuestas.

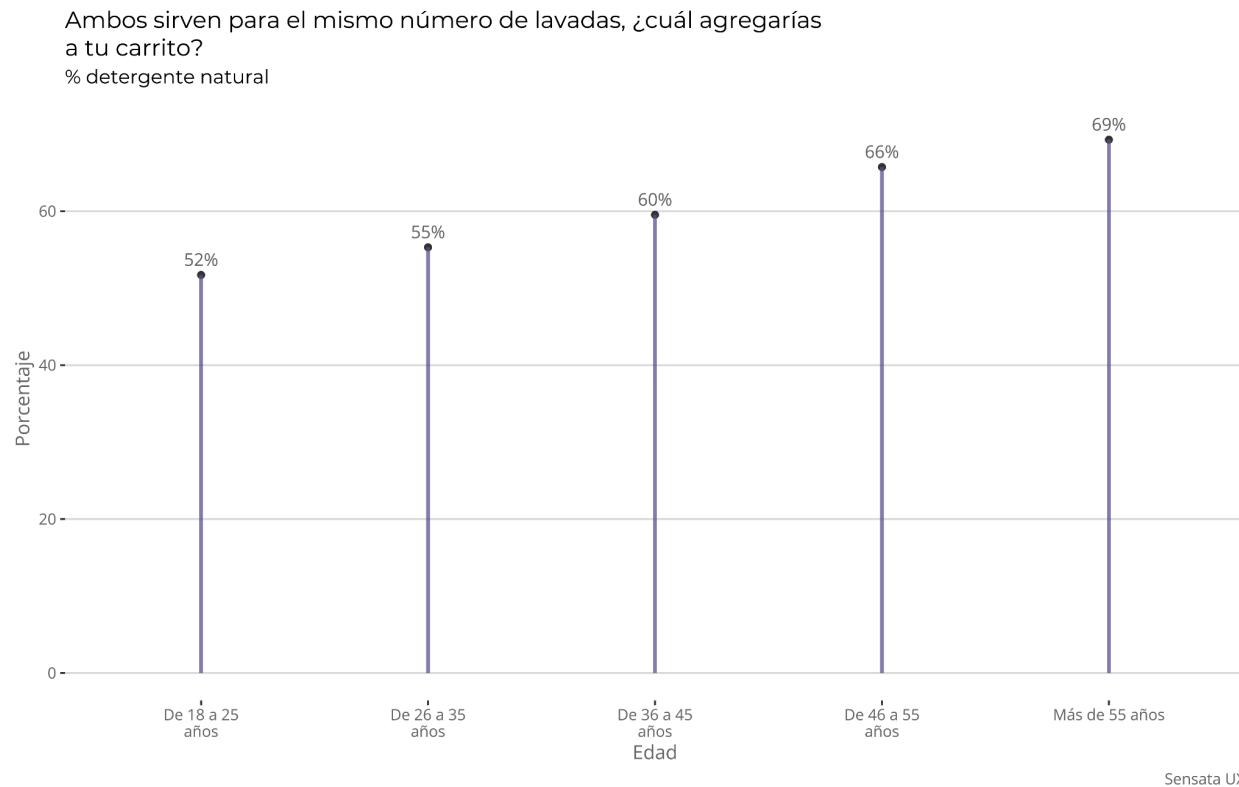
¿Qué tan probable es que las personas cambien sus hábitos para salvar el medio ambiente?



El 61% preferiría comprar un detergente natural aunque cueste más

Como podría esperarse, las condiciones socioeconómicas son uno de los factores que influye en que menos personas estén dispuestas a pagar más por los productos naturales:

- Las personas de NSE bajo son quienes más comprarían el detergente no natural con un 41%, mientras que las de NSE medio son las que menos con un 35%.
- También hay una relación directa entre la edad y la disposición a comprar productos naturales, pasando de 52% de personas entre los 18 y 25 dispuestos a comprar el producto natural, a 69% entre las personas mayores de 55 .



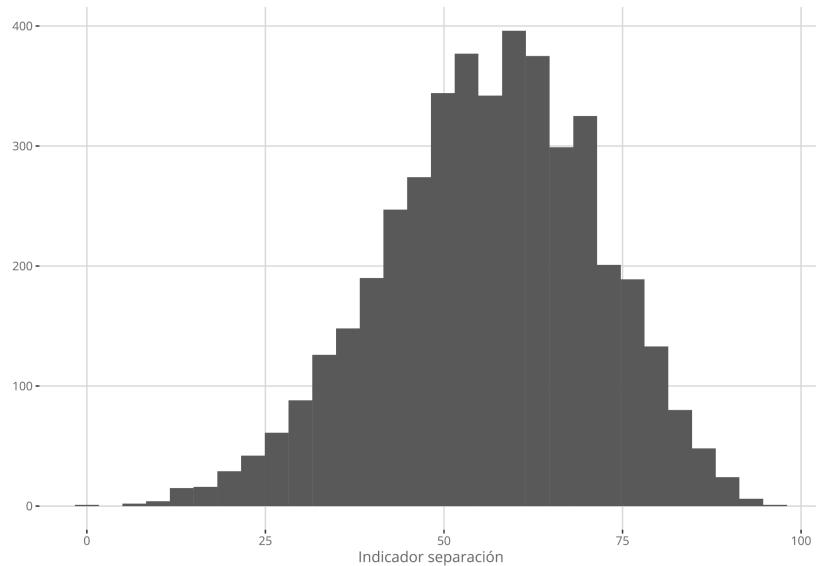
Los encuestados que reportan que sus familias separan más sus residuos, también son las personas más dispuestas a comprar el detergente natural y a dejar de comer carne.

Entre las personas que reportan que su familia nunca separa, la disposición a dejar de comer carne llega al 48%. Mientras que entre las personas que reportan que siempre separan sube hasta un 62%. Igualmente, entre las personas que su familia no separa, el 51% estaría dispuesto a pagar por el detergente natural mientras que entre las que reportaron que sí separan, sube a un 69%.

Ambos sirven para el mismo número de lavadas, ¿cuál agregarías a tu carrito?	¿Con qué frecuencia crees que tu familia separa sus residuos?						
	Detergente	1. Nunca	2	3	4	5. Siempre	No sé
	Normal	51%	54%	61%	65%	69%	59%
	Natural	49%	46%	39%	35%	31%	41%

4.2. Relación entre ambientalismo y separación de residuos

Con el fin de tener una visión general sobre los distintos niveles de separación, construimos un indicador de separación con un conjunto de preguntas¹ de la encuesta. El indicador toma valores entre 0 y 100, a mayor valor del indicador significa más prácticas de separación. A continuación se muestra la distribución del indicador para toda la muestra, la cual tiende a los niveles medio-altos.



Al contrastar las distintas variables de ambientalismo con el indicador de separación de residuos se observa que sí hay una relación entre tener creencias más ambientalistas y mejores prácticas de separación. En la siguiente tabla se observa la variación de los puntajes del indicador de separación para cada una de las preguntas de ambientalismo.

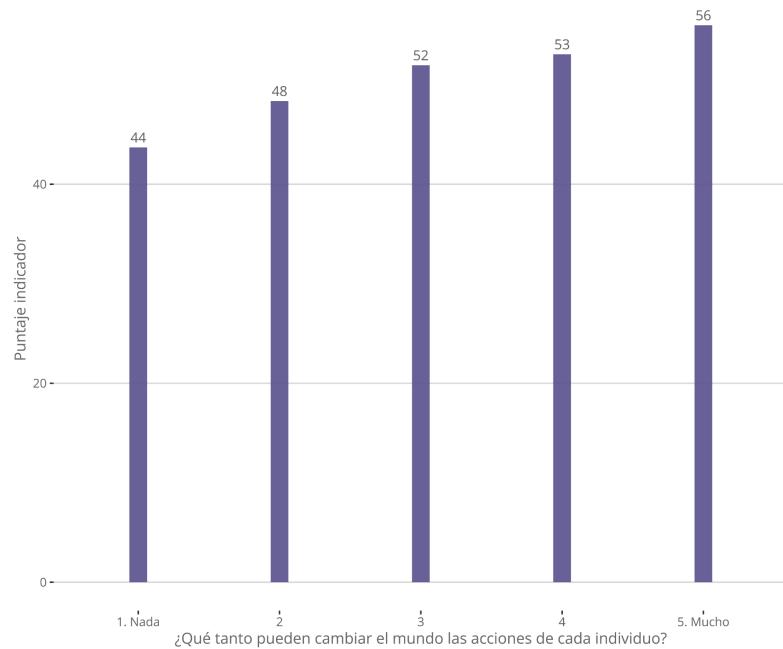
Pregunta	Respuesta	Puntaje
¿Qué tan grave es el deterioro del medio ambiente en la actualidad?	1. Nada	48.3
	2	51.6
	3	51.9
	4	54.9
	5. Mucho	55.3
¿Qué tan probable es que las personas cambien sus hábitos para salvar el medio ambiente?	1. Nada probable	52.1
	2	54.5

¹ La lista de preguntas que componen el indicador se puede ver en el anexo 2.

	3	55
	4	55.8
5. Muy probable		56.3
	1. Nada	52.1
¿Qué tanto impactan tus acciones diarias el medio ambiente?	2	54.5
	3	55
	4	55.8
	5. Mucho	56.3
	1. Nada	43.7
¿Qué tanto pueden cambiar el mundo las acciones de cada individuo?	2	48.4
	3	52
	4	53.1
	5. Mucho	56
	No	52.5
¿Estás dispuesto a dejar de comer carne por motivos ambientales?	Sí	56.2
	No como carne	56.6
	Detergente no natural	51.1
Ambos sirven para el mismo número de lavadas, ¿cuál agregarías a tu carrito?	Detergente natural	57.5

Resulta de particular relevancia mencionar que la variable de ambientalismo que más efecto parece tener en las prácticas de separación es la creencia en la agencia de los individuos. Quienes respondieron “mucho” a la pregunta *¿Qué tanto pueden cambiar el mundo las acciones de cada individuo?* son quienes presentan un puntaje más alto en el indicador de separación (56), mientras que quienes respondieron “nada” obtuvieron el puntaje más bajo, con una diferencia de 12 puntos. En la siguiente gráfica se observa la tendencia de correlación entre estas dos variables.

Indicador separación residuos
Valores altos más pro-separación

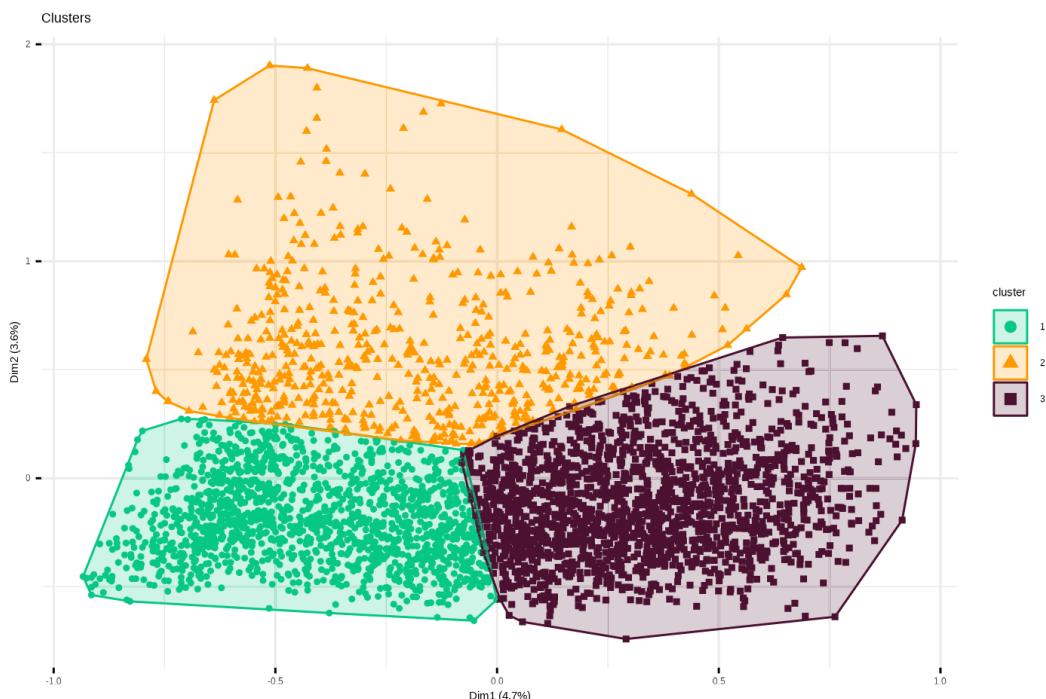


5. Audiencias respecto a la separación en Colombia

Por audiencias, en sentido práctico, entendemos grupos de "personas afines", que comparten características similares entre sí, en este caso en términos de sus creencias, prácticas, conocimientos y expectativas de la separación de residuos. En la comunicación estratégica identificar audiencias permite aumentar la efectividad de las acciones comunicacionales, ya que no se diseñan estrategias genéricas para todos los ciudadanos, sino que es posible diseñar acciones más efectivas basados en los resultados de cada audiencia en los distintos aspectos medidos.

Para identificar las audiencias con base en los datos se aplicó el método de clusters jerárquicos. A partir de una prueba estadística, este identifica asociaciones entre las distintas opciones de respuesta de las preguntas y agrupa a los individuos según su nivel de afinidad en el total de variables.

El método arrojó tres audiencias, que se diferencian principalmente por su nivel de separación de residuos y su percepción sobre lo fácil que es separar y qué tanto los demás lo hacen. En la siguiente gráfica se representa cada uno de los encuestados como un punto que se agrupa dentro de un color, de acuerdo con las características que comparten los miembros del grupo. Se observan los tres grupos muy bien definidos, sin traslapos. A manera de resumen, la siguiente tabla muestra, en orden de importancia, lo que más caracteriza cada audiencia.



Aprovechadores (38%)	Pesimistas / indiferentes (47%)	Desperdiciadores (15%)
<p>Les importa la separación de residuos, creen que es fácil y lo hacen</p> <p>“Siempre” separan sus residuos y creen que su familia “Siempre” separa sus residuos.</p> <p>Crean que separar, limpiar y secar los residuos es fácil</p> <p>Son los que más creen que se debería multar a las personas que no separen sus residuos en casa (más del doble de los otros clusters).</p> <p>Son los más optimistas frente a que las personas cambien sus hábitos para salvar el medio ambiente.</p> <p>Crean que: sus acciones diarias afectan “Mucho” el medio ambiente y que las acciones de cada individuo pueden cambiar “Mucho” el mundo.</p> <p>Son el grupo que más está en desacuerdo con: “No importa si separe los residuos, porque al final juntan toda la basura”.</p> <p>Compran bolsas de distintos colores para separar y creen que la cantidad de material de los empaques de los domicilios es “adecuada”.</p> <p>Son quienes más reportan tener más de una caneca en su cocina</p> <p>Crean que sus amigos y compañeros de trabajo “Siempre” separan sus residuos, pero también</p>	<p>Aunque separan son inconstantes y creen que los demás también</p> <p>Separan residuos sólo de vez en cuando</p> <p>Son indiferentes frente a la idea de que el ser humano es egoísta por naturaleza y que se debe multar a las personas que no separen sus basuras adecuadamente en casa.</p> <p>No creen que sus acciones impacten el medio ambiente</p> <p>Crean que separar los residuos no es ni fácil ni difícil.</p> <p>Indiferentes sobre si separar los residuos importa porque todo se junta al final en la basura.</p> <p>Son los que menos perciben como grave el deterioro del medio ambiente.</p> <p>La cantidad de empaques en los domicilios no les parece adecuada ni exagerada.</p> <p>Crean que sus familiares, amigos y compañeros de oficina separan ni siempre la basura a veces.</p> <p>Son quienes menos creen que las personas cambien sus hábitos para salvar el medio ambiente.</p> <p>Son el grupo más crítico frente a si los seres humanos tienen dominio sobre la naturaleza.</p> <p>Reconocen la forma correcta de separar los residuos y reportan</p>	<p>Separan poco y perciben que sus círculos cercanos tampoco separan</p> <p>Son el grupo que más reporta nunca separar sus desechos en casa.</p> <p>Además creen que sus amigos, familia y compañeros de trabajo “Nunca” separan sus residuos.</p> <p>Aunque también son quienes más reportan no saber si su familia separa.</p> <p>Crean que separar es difícil y no compran los elementos necesarios. También hay un mayor desconocimiento sobre cómo separar</p> <p>Sienten que separar los residuos, limpiarlos y secarlos es difícil.</p> <p>Son el grupo que menos compra bolsas de diferentes colores y tienden a tener solo una caneca en la cocina.</p> <p>No saben qué tipo de residuos van en las bolsas blancas, negras y verdes.</p> <p>Desconocen para qué se pueden usar las botellas de amor y el icopor después de ser recicladas.</p> <p>Son los que menos conocen el concepto de aprovechables.</p> <p>En desacuerdo con multar a las personas que no separen sus basuras adecuadamente en casa.</p> <p>Pesimistas: No creen que sea</p>

<p>son el grupo que reporta más desconocimiento del comportamiento de amigos y compañeros de trabajo</p> <p>Reportaron más emociones positivas 😊 que el resto de los grupos cuando piensan en separar y alistar la basura de su casa.</p> <p>Consideran que es más eficiente que “Cada persona” separe sus residuos.</p> <p>Son los principales encargados de la separación de residuos en sus hogares.</p> <p>Son los más dispuestos a comprar un detergente ecológico así cueste más.</p> <p>Hay una mayor probabilidad de no comer carne y estar dispuesto a dejar de comer carne por motivos ambientales</p> <p>Mayoritariamente identificaron que la bolsa negra es de No aprovechables, pero no son quienes más distinguen qué debe ir en la bolsa verde o blanca.</p> <p>Son el grupo que más valora el trabajo duro y seguir las reglas de la comunidad</p> <p>Crean que:</p> <ul style="list-style-type: none"> - “El ser humano es egoísta por naturaleza” - “Los seres humanos tienen dominio sobre la naturaleza” - “Lo suyo es trabajar duro” 	<p>emociones positivas al pensar en la separación, sin embargo no compran bolsas para separar ni son los encargados de separar</p> <p>Son el grupo que más reconoció qué tipo de desecho va en cada bolsa de basura</p> <p>Conocen el concepto de aprovechables</p> <p>Se sienten principalmente 😊 felices y 😎 relajados cuando piensan en separar y alistar la basura</p> <p>La mayoría no compra bolsas de colores para separar los residuos</p> <p>No son los principales encargados del manejo de los residuos en el hogar, sino que reportan que lo hacen todos por igual.</p>	<p>probable que las personas cambien sus hábitos para salvar el medio ambiente.</p> <p>No le ven sentido a separar los residuos porque todo se junta al final en la basura.</p> <p>Son el grupo donde más personas reportaron que nadie se encarga de manejar los residuos en su hogar.</p> <p>Crean que los seres humanos son egoístas por naturaleza.</p> <p>Es el grupo que más cree que sus acciones no impactan en nada al medio ambiente.</p> <p>Es el grupo que más cree que es más eficiente si la separación de residuos la hacen los recicladores (más del doble que el resto de clusters) y personal del botadero.</p> <p>Son el grupo que más cree que las acciones del individuo no cambian nada.</p> <p>Crean que la cantidad de material de los empaques de los domicilios es adecuada.</p> <p>Son el grupo donde más sienten asco y tristeza al pensar en separar y alistar la basura.</p> <p>Son el grupo donde más personas consideran que lo suyo es trabajar apenas lo necesario.</p>
---	---	---

Características sociodemográficas

<p>Es el grupo con más personas mayores de 46 años (15 pp más que los demás grupos)</p> <p>La mayoría de las personas tienen al menos un hijo (solo el 18% reportó no tener hijos 16 pp más que el resto de grupos)</p> <p>Son el grupo con más mujeres llegando a un 59% del total del grupo</p> <p>Reportaron más que los otros grupos vivir en grandes capitales (48% 15 pp más que el promedio)</p> <p>Tienen el doble de probabilidad que los otros grupos de elegir “Practicar un deporte” como su plan favorito con amigos y son el grupo que menos eligió “salir a tomar”</p>	<p>Aunque hay personas de todas las edades hay mayor posibilidad de encontrar personas de 26 a 46 años</p> <p>Son el único grupo donde hay un poco más hombres que mujeres aunque la diferencia es muy pequeña (51% hombres, 48% mujeres)</p> <p>Son los más educados el 27% tiene título universitario o más alto</p>	<p>Predominan las personas jóvenes el 52% tiene menos de 35 años</p> <p>Tienen un porcentaje similar de mujeres y hombres aunque hay un poco más de mujeres (45% hombres y 53% mujeres)</p> <p>Son el grupo con más personas de nivel socioeconómico bajo con un 77%</p> <p>Dos tercios del grupo viven en capitales intermedias y otros municipios (10 pp más que el promedio)</p>
---	---	--

5.1 Audiencia Aprovechadores

¿Qué prácticas de separación tienen?

Tienen emociones positivas al pensar en separar y alistar sus residuos. Son quienes más reportan sentir felicidad al pensar en separar los residuos con un 65%, así mismo son el grupo que menos reporta asco con solo un 3%.

Son el grupo que más reporta separar siempre sus desechos. El 97% del grupo reportó que siempre o casi siempre separa sus desechos, menos del 1% reportó no hacerlo. Además de separar más que el resto de los grupos **son las personas que más reportan que ellos mismos son los encargados del manejo de la separación de residuos en su hogar con un 57%**, seguido de todos por igual por un 38%, además son el único grupo en donde menos del 1% reportó que nadie se encarga de manejar los residuos.

También son el grupo que más reportó contar con distintas canecas y bolsas para separar correctamente sus residuos. El 62% de los encuestados del grupo reportaron comprar bolsas de diferentes colores para separar sus residuos. Además dos tercios del grupo reporta tener más de una caneca de basura en su cocina,

¿Qué creencias tienen sobre la separación?

Indudablemente **son conscientes que la responsabilidad de separar los residuos es de cada persona**, 92% cree que la separación es más eficiente si la hace cada persona. Sin embargo, un 42% estuvo de acuerdo con la afirmación “No importa si separo mis residuos, porque al final juntan toda la basura”, aunque al mismo tiempo son el grupo donde hay más personas en desacuerdo (55% en comparación con 33% en promedio en los otros grupos). Es decir que independientemente del compromiso que pueden tener con la separación de residuos, una proporción **percibe ineficacia en el proceso**. Además la gran mayoría del grupo (85%) está de acuerdo con que se debería multar a las personas que no separen su basura adecuadamente en casa.

Consideran que separar los residuos, limpiarlos y secarlos es fácil (82%), resultado muy distante a los otros grupos donde esta percepción no alcanza ni siquiera el 50%. Por lo anterior y por los resultados al preguntarles por la frecuencia con la que sus amigos, familiares y compañeros de trabajo separan los residuos se puede pensar que **sus creencias radican por su relación directa con el tema y no por factores ajenos**. Tanto con amigos como con compañeros de trabajo la proporción que afirma no saber sobre la frecuencia con la que lo hacen es mayor que en los otros grupos.

¿Saben como separar?

La mayoría de los participantes tienen claro que los materiales que pueden ser reciclados una vez se han desechados se llaman “Aprovechables”. El 78% elige la opción Aprovechables mientras que el 12% elige la opción Orgánicos.

La mayoría de los encuestados del grupo saben que tipo de desechos van en cada tipo de bolsa aunque no son el grupo que más sabe. Frente a la bolsa verde el 53% identificó que esta era la bolsa para los residuos orgánicos, aunque fueron el grupo que más la confundió con la bolsa de aprovechables con un 29%. La bolsa negra fue la que más participantes identificaron de forma adecuada el 70% del grupo identificó era la bolsa para materiales no aprovechables. Finalmente la bolsa que tuvo más respuestas equivocadas fue la bolsa blanca solo el 48% de las personas la identifican como la bolsa de residuos aprovechables.

Pese a que son el grupo que más acertó en los usos que se le pueden dar a los materiales reciclados, las personas que respondieron correctamente son minoría. Frente al uso que se le puede dar a las botellas de amor después de ser recicladas el 40% indicó que se podía hacer madera plástica, la respuesta más frecuente fue empaques y envases con un 48%. **Frente al Icopor existe desconocimiento no solo en los usos que se le pueden dar sino en que el material es aprovechable.** 63% del grupo cree que este material no puede ser usado una vez se ha desechado y solo el 23% reportó que se puede usar para aditivos de pintura y combustible.

¿Les preocupa el medio ambiente?

Definitivamente tienen una alta preocupación por el medio ambiente, 97% considera radicalmente que el deterioro del medio ambiente en la actualidad es muy grave. Sin embargo, reportan un rechazo rotundo a la idea de que los seres humanos tienen dominio sobre la naturaleza, al contrario, más de la mitad de este grupo (55%) está de acuerdo con esto. **Son optimistas frente al cambio de hábitos de las personas.** El 60% cree que es probable que las personas cambien sus hábitos para salvar el medio ambiente. Sin embargo, un 28% no lo cree.

¿Creen que sus acciones impactan el medio ambiente?

Son bastante conscientes que sus acciones diarias impactan el medio ambiente, 80% creen que impactan mucho, superando en más de 30pp a los otros dos grupos. Y relacionado con la percepción de que **es probable que las personas cambien sus hábitos**, casi todos (97%) creen que las acciones de cada individuo pueden cambiar mucho al mundo.

¿Están dispuestos a tomar acciones por el ambiente?

No solo **son los más dispuestos a dejar de comer carne, sino que actualmente son los que menos comen carne:** 64% está dispuesto y un 11% no come carne. También son los que más prefieren comprar un detergente natural, así sea más caro, que una tradicional a menor precio (70%, en comparación con un 51% de los otros grupos).

5.2 Audiencia Pesimistas/indiferentes

¿Qué prácticas de separación tienen?

Predominan las emociones positivas (65%) al pensar en separar y alistar sus residuos. La emoción más reportada fue felicidad con un 41%, son el grupo que más se siente relajado con un 23%.

La mayoría del grupo reportó separar casi siempre o siempre sus desechos (65%). Sin embargo también son el grupo que está más indeciso de que tanto separa con un 23% de personas que no separan ni siempre ni nunca. Además son el grupo que menos personas reportan ser los principales responsables de la separación en sus hogares con un 39%, sin embargo son el grupo que más reporta que en su casa todos separan por igual (40%).

Pese al alto nivel de separación la mayoría no cuenta con los implementos adecuados para separar sus residuos. sólo un tercio del grupo compra bolsas de colores distintos para sus residuos. Además el 52% reportó tener solo una caneca de basura y solo un 11% tiene más de 2 canecas.

¿Qué creencias tienen sobre la separación?

Apoyan la idea de que la responsabilidad de separar los residuos es principalmente de cada persona, 87% cree que la separación es más eficiente si la hace cada persona. Hay un poco más de personas en desacuerdo con la afirmación “No importa si separo mis residuos, porque al final juntan toda la basura (39% en comparación con 37% de acuerdo), así que **pueden tener un menor incentivo de separar sus residuos al percibir que al final se junta toda la basura**. El 59% está de acuerdo con que se debería multar a las personas que no separen su basura adecuadamente en casa, solo un 15% está en desacuerdo, el otro 25% es indiferente.

Más personas del grupo consideran que es fácil separar los residuos, limpiarlos y secarlos es fácil, pero son menos de la mitad (48%), un 33% no está seguro, **creen que no es fácil ni es difícil separar, limpiar y secar los residuos**. Su percepción sobre la frecuencia con la que sus amigos, familiares y compañeros de trabajo separan los residuos no es clara, sigue predominando el desconocimiento, pero en comparación con los otros grupos es más frecuente que respondan que lo hacen a veces (ni nunca, ni siempre).

¿Saben como separar?

Al igual que en el grupo anterior, la mayoría de los participantes (79%) tienen claro que los materiales que pueden ser reciclados una vez se han desecharos se llaman “Aprovechables”. Un 10% elige la opción Orgánicos.

Pese a que no son el grupo que tiene mejores prácticas y creencias respecto a la separación de residuos, sí es el grupo con mayor conocimiento. **Una gran proporción sabe que tipo de desechos van en cada tipo de bolsa, son el grupo que más sabe**. Frente a la bolsa verde el 63% identificó que esta era la bolsa para los residuos orgánicos. La bolsa negra fue la que más participantes identificaron de forma adecuada el 74% del grupo identificó era la bolsa para materiales no aprovechables. Finalmente la bolsa blanca, aunque no fue la que tuvo más respuestas correctas, tuvo un 51% de personas que la identificaron como la bolsa de residuos aprovechables.

El conocimiento respecto al uso que se le pueden dar a los materiales reciclados, es similar al anterior, menos de la mitad del grupo responde correctamente. Frente al uso que se le puede dar a las botellas de amor después de ser recicladas el 40% indicó que se podía hacer madera plástica, la respuesta más frecuente fue empaques y envases con un 42%. **Frente al lcopor existe desconocimiento no solo en los usos que se le pueden dar sino en que el material es aprovechable.** 64% del grupo cree que este material no puede ser usado una vez se ha desecharo y solo el 25% reportó que se puede usar para aditivos de pintura y combustible.

¿Les preocupa el medio ambiente?

Por una parte, no tienen una postura particular sobre el dominio de los seres humanos sobre la naturaleza: 44% de acuerdo, 31% en desacuerdo y 25% indiferente, y por otra **son los que menos perciben gravedad en el deterioro ambiental**, un más del 90% considera que es grave, pero la proporción radical de gravedad disminuye a 78% (cerca de 14pp por debajo de los otros grupos). Hay más personas optimistas frente al cambio de hábitos de las personas (34% lo creen probable, versus un 28% que no lo cree), pero **la mayoría de personas prefirió la opción intermedia (38%)**.

¿Creen que sus acciones impactan el medio ambiente?

Son el grupo más indiferente frente al impacto de sus acciones diarias, 35% creen que no impactan mucho ni poco, sin embargo un poco más de la mitad cree que impactan mucho (52%). Perciben con menos frecuencia que las acciones de cada individuo pueden cambiar mucho al mundo, sin embargo quienes lo creen siguen siendo una gran parte (86%). 11% no está seguro de qué tanto puede cambiar el mundo.

¿Están dispuestos a tomar acciones por el ambiente?

Ni sí ni no a acciones por el medio ambiente. El 51% está dispuesto a dejar de comer, pero un 42% no lo está. 7% no come carne. Y aunque hay más personas que se inclinan por comprar un detergente natural, así sea más caro, esto ocurre en el 55% de los casos (15pp menos que los aprovechadores).

5.3 Audiencia Desperdiciadores

¿Qué prácticas de separación tienen?

Están divididos entre las emociones negativas y las emociones positivas al pensar en separar y alistar la basura de su casa. Pese a que la respuesta más común fue felicidad (32%), son el grupo que más reporta aburrimiento con un (26%) y más asco con un 12%.

Reportaron el nivel más bajo de los tres grupos de separación. El 52% del grupo reportó nunca o casi nunca separar sus desechos, así mismo el 18% reportó que no lo hacía ni siempre ni nunca. Sin embargo, continúa siendo la respuesta más común que **son ellos mismos quienes se encargan de la separación de los residuos en su hogar**. El 42% reporta que son ellos mismos los principales encargados, pese a esto también son el grupo que más reportó que nadie está encargado del manejo de los residuos con un 17%.

La gran mayoría del grupo no cuenta con bolsas o canecas necesarias para separar sus residuos. Son el grupo que más reportó no comprar bolsas de basura de diferentes colores con un 91% y quienes más reportan tener solo una caneca de basura con un 82%.

¿Qué creencias tienen sobre la separación?

Más de la mitad cree que la responsabilidad de separar los residuos es principalmente de cada persona (63%), pero **una gran proporción considera que es responsabilidad de los recicladores es tres o cuatro veces la de los otros grupos** (20% lo cree). Esto puede ser una excusa o justificación que explique el menor nivel de prácticas, pero al mismo tiempo es un tema en el que se puede trabajar para promover la separación de residuos. Además el 62% cree que no importa si separa sus residuos porque creen que al final se junta toda la basura, siendo el único grupo donde más de la mitad cree esto. Aunque el 50% está de acuerdo con que se debería multar a las personas que no separen su basura adecuadamente en casa, es el grupo con más personas en desacuerdo (36%).

También es mayor en el grupo la cantidad de personas que considera difícil separar los residuos, limpiarlos y secarlos (53%).

La percepción sobre la frecuencia con la que sus amigos, familiares y compañeros de trabajo es negativa, en todos los casos, la proporción que cree que nunca separan los residuos supera el 50%, frente a amigos está el porcentaje más alto, 62% cree que nunca lo hacen.

¿Saben como separar?

Son el grupo que menos sabe que los materiales que pueden ser usados después de ser desecharos se llaman Aprovechables. 66% de los participantes eligió la opción aprovechables 9 pp menos que el promedio. Además fueron el grupo que más reportó no saber cómo se llamaban estos materiales con un 10%.

Son el grupo que más reportó no saber qué tipo de residuos van en cada tipo de bolsa. Solo en la bolsa negra más de la mitad del grupo identificó correctamente que tipo de residuo iba en la bolsa con un 58%. En las tres bolsas fueron el grupo que más reportó no saber qué tipo de residuos iban con un 34% de “No se” en la bolsa verde, 40% en la bolsa blanca y finalmente 28% en la bolsa negra.

El conocimiento respecto al uso que se le pueden dar a los materiales reciclados, es menor a los otros dos grupos. Frente al uso que se le puede dar a las botellas de amor después de ser recicladas el 27% indicó que se podía hacer madera plástica, la respuesta más frecuente fue empaques y envases con un 35%, un 11% reconoció no saber (5 veces lo del grupo de pesimistas). **El desconocimiento de que el icopor es recicitable es igual que en los otros grupos (64%), pero respecto a los usos que se le pueden dar es mayor.** Solo el 15% reportó que se puede usar para aditivos de pintura y combustible (11pp menos que en los otros grupos).

¿Les preocupa el medio ambiente?

Son parecidos a los aprovechadores respecto a la percepción del dominio de los humanos sobre la naturaleza y la gravedad del deterioro ambiental. Por una parte, están divididos frente a la afirmación “Los seres humanos tienen dominio sobre la naturaleza”, 52% acuerda, pero 36% en desacuerdo. Por otra parte, **perciben una alta gravedad en el deterioro ambiental**, más del 90% considera que es grave.

Respecto a la percepción de cambio de hábitos de las personas, son negativos. **Son el grupo que con mayor frecuencia cree que es poco probable que suceda**. Más de la mitad de personas cree que es nada probable (54%).

¿Creen que sus acciones impactan el medio ambiente?

Más de la mitad consideran que sus acciones diarias impactan mucho el medio ambiente (56%), pero son el grupo que más cree que el impacto es poco (23%). Pero se encuentra una contradicción porque, se tiene también que el 80% cree que las acciones de cada individuo pueden cambiar mucho al mundo.

¿Están dispuestos a tomar acciones por el ambiente?

Están más divididos que los pesimistas indiferentes de sí dejarían de comer carne por motivos ambientales, 48% está dispuesto y 44% no. Lo que ocurre también con la preferencia al comprar un detergente, 48% compraría un detergente natural (con un mayor costo) y el 50% uno tradicional a menor precio.

Anexo 1: Ficha técnica Encuesta

Persona Natural o jurídica que realizó el ejercicio:
Sensata UX Research
Población Objetivo
Personas mayores de 18 años usuarios de internet pertenecientes a todos los niveles socioeconómicos y habitantes de Bogotá, Cali, Barranquilla, Medellín, Cúcuta, Bucaramanga, Valledupar, Villavicencio, Manizales, Pasto, Yopal, Montería, Popayán, Buenaventura, Florencia, Sincelejo, Quibdó, San Andrés.
Tipo de encuesta
Encuesta virtual
Duración promedio
6.1 minutos (mediana)
Sistema de muestreo:
No probabilístico. Muestra por autoselección a través de pauta focalizada en Facebook
Ponderación:
Se realizó un proceso de post-estratificación de la muestra, teniendo en cuenta la distribución poblacional del país según el Censo 2018 para las variables: nivel socioeconómico, sexo y rangos etarios.
Periodo de recolección:
Entre el 18 de noviembre y el 07 de diciembre de 2022.
Métodos de validación/supervisión:
Al finalizar la recolección se realizó un proceso de depuración y validación de registros a partir de los siguientes criterios: participación atípica, duplicidad de registros, duración, faltantes en información sociodemográfica.
Tamaño de la muestra obtenida:
4385 registros sin depurar, 4297 al depurar

Anexo 2: Listado de preguntas que componen el indicador de separación

Pregunta	Respuesta	Valor
q_EA_VA_05 Cuando piensas en separar y alistar la basura de tu casa te sientes	Enfermo-asco	0
	Triste	0
	Enojado	0
	Aburrido	50
	Smiling	100
	Cool	100
q_EA_CR_04 No importa si separo mis residuos, porque al final juntan toda la basura	1. En desacuerdo	100
	2	75
	3	50
	4	25
	5. De acuerdo	0
q_EA_VA_06 La cantidad de material de los empaques que recibo cuando pido domicilios es	1. Exagerada	100
	2	80
	3	60
	4	40
	5	20
	6. Adecuada	0
q_EA_AM_09 Se debería multar a las personas que no separan sus basuras adecuadamente en casa	1. En desacuerdo	0
	2	25
	3	50
	4	75
	5. De acuerdo	100
q_EA_CR_03 Separar los residuos, limpiarlos y secarlos es	1. Difícil	0
	2	25
	3	50
	4	75
	5. Fácil	100
q_EA_PR_02 ¿Quién se encarga principalmente del manejo de los residuos en tu casa?	Yo	100
	Todos por igual	100
	Mi pareja	50
	Alguien más del hogar	50
	Empleada o ayudante	50

	Nadie	0
	Una	0
q_EA_PR_03 ¿Cuántas canecas de basura tienes en tu cocina?	Dos	33.333
	Tres	66.667
	Cuatro o más	100
q_EA_PR_05 ¿Compras bolsas de distintos colores para separar los residuos?	No	0
	Sí	100
q_EA_CR_08 ¿Con qué frecuencia separas tus residuos?	1. Nunca	100
	2	75
	3	50
	4	25
	5. Siempre	0
q_EA_PR_04 Para poder aprovechar este residuo debe estar	Limpio y seco	100
	Vacío	0
	Aplastado	0
	No sé	0
q_EA_PR_04 Para poder aprovechar este residuo debe estar: Yogurt	Limpio y seco	100
	Vacío	0
	Aplastado	0
	No sé	0
q_EA_CO_01 Para poder aprovechar este residuo debe estar: Lata	Limpio y seco	100
	Vacío	0
	Aplastado	0
	No sé	0
q_EA_CO_02 Para poder aprovechar este residuo debe estar: Detergente	Limpio y seco	100
	Vacío	0
	Aplastado	0
	No sé	0
q_EA_CO_03 Para poder aprovechar este residuo debe estar: Icopor	Limpio y seco	100
	Vacío	0
	Aplastado	0
	No sé	0
q_EA_CO_09 ¿Qué tipo de residuos van en esta bolsa?: verde	Orgánicos	100
	Aprovechables	0
	No aprovechables	0

	No sé	0
	Orgánicos	0
q_EA_CO_10 ¿Qué tipo de residuos van en esta bolsa?: blanca	Aprovechables	100
	No aprovechables	0
	No sé	0
	Orgánicos	0
q_EA_CO_11 ¿Qué tipo de residuos van en esta bolsa?: negra	Aprovechables	0
	No aprovechables	100
	No sé	0
	Empaques y envases	0
q_EA_CO_15 ¿Qué uso se le da a este material después de que lo reciclan?: botellitas de amor	Madera plástica	100
	No aprovechables	0
	No sé	0
q_EA_CO_17 ¿Este material es reciclabl?: Icopor	No	0
	Sí	100
	Materiales de construcción	0
q_EA_CO_16 ¿Qué uso se le da a este material después de que lo reciclan?	Aditivos para pinturas o combustibles	100
	Mallas de plástico	0
	Ninguno	0
	No sé	0