

UN MUNDO DESECHABLE

El desafío de los envases
y residuos plásticos

Una encuesta Ipsos

GAME CHANGERS



AGENDA

01 PRINCIPALES HALLAZGOS

02 DETALLE DE RESULTADOS

03 RESUMEN DE LA ENCUESTA

PRINCIPALES HALLAZGOS

1

PRINCIPALES HALLAZGOS

La mayoría cree que los fabricantes deberían estar obligados a reducir el desperdicio de envases



1

UNA LLAMADA A LA ACCION

El 80% de las personas en todo el mundo dice que los fabricantes deberían estar obligados a ayudar con el reciclaje y la reutilización de los envases que producen. El 71% cree que los productos plásticos de un solo uso deberían prohibirse lo antes posible

2

TIMPO DE CAMBIAR

Personas de todo el mundo dicen que están listas para el cambio. Tres de cada cuatro consumidores globales (75%) ahora dicen que quieren comprar productos con el menor embalaje posible

3

LAS MARCAS SERAN RECOMPENSADAS

El 75% de los consumidores globales dice sentirse mejor con las marcas que hacen cambios para lograr mejores resultados ambientales.

4

DOS LIMITES PARA CAMBIAR

Encontramos grandes variaciones en las evaluaciones del servicio local de reciclaje doméstico en todo el mundo. Y, aunque el 63% dice que estaría dispuesto a cambiar el lugar donde compra si eso significa que usaría menos embalaje, este sentimiento varía considerablemente según el país.

DETALLE DE RESULTADOS

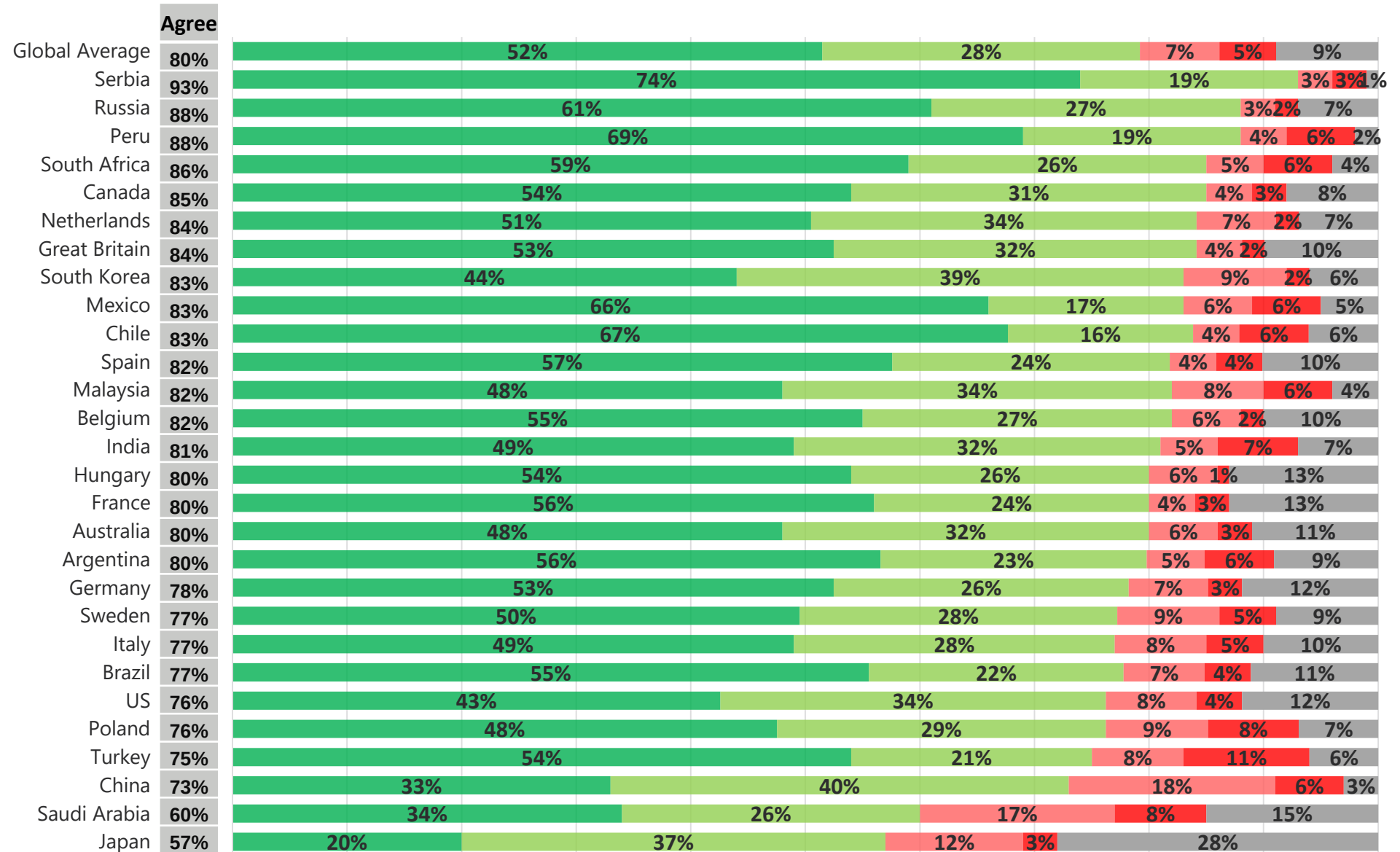
2

APOYO A LA RESPONSABILIDAD DEL FABRICANTE.

P. ¿Está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente declaración?

Los fabricantes deben estar obligados a ayudar con el reciclaje y la reutilización de los envases que producen

El apoyo a la responsabilidad de los fabricantes para ayudar con el reciclaje y la reutilización de los envases que producen es particularmente fuerte en países como Serbia (93%), Rusia (88%), Perú (88%) y Sudáfrica (86%) donde nuestro La encuesta también registra un nivel particularmente bajo de satisfacción con la calidad del servicio local de reciclaje de residuos domésticos.



Strongly agree Tend to agree Tend to disagree Strongly disagree Don't Know

Base: 19515 online adults under the age of 75 across 28 countries. Fieldwork dates: July 26th – Aug. 9th 2019

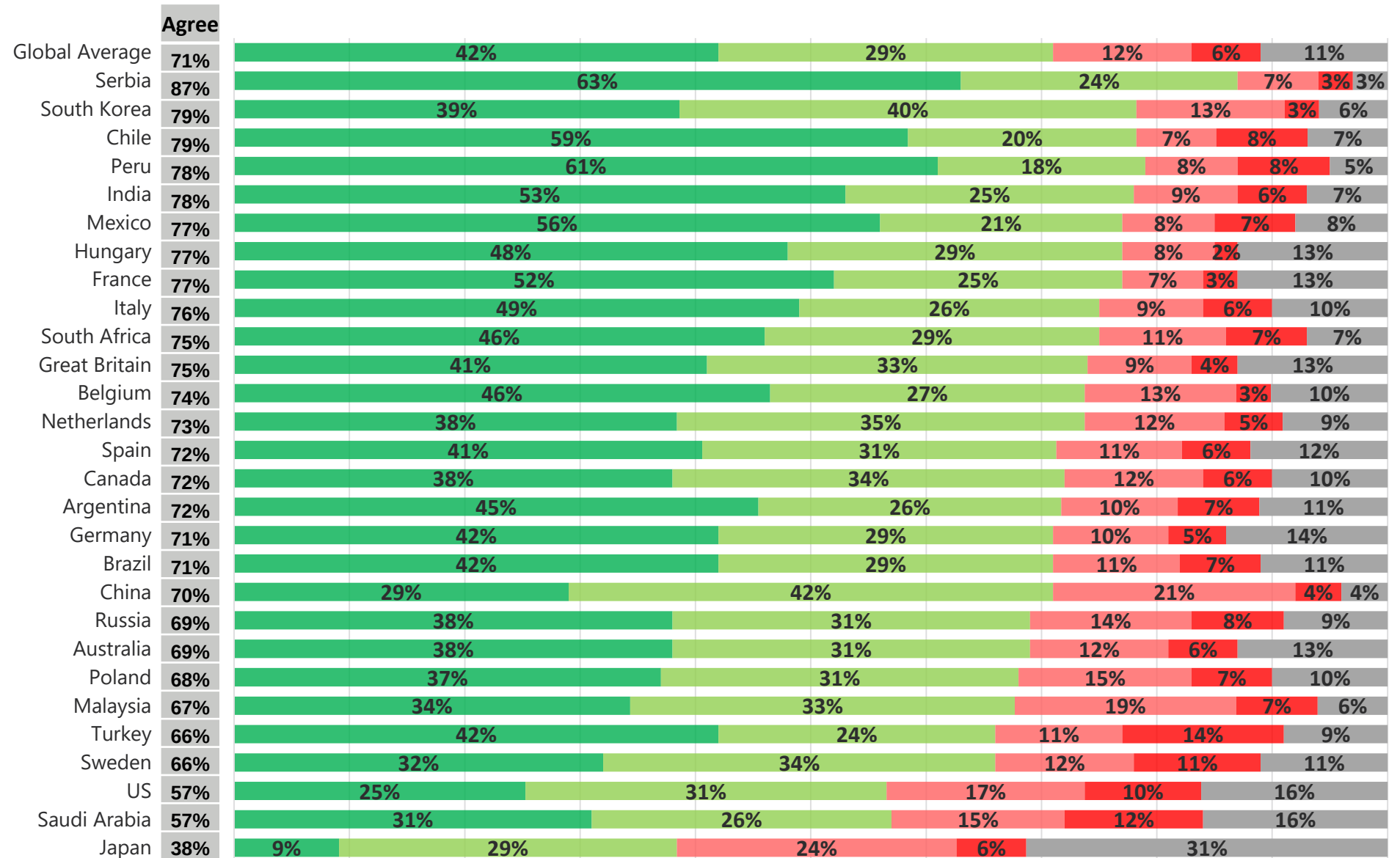
URGENCIA DE LA PROHIBICIÓN DE PLÁSTICOS DESECHABLES

P. ¿Está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente declaración?

Los plásticos de un solo uso deben prohibirse lo antes posible

El 71% de los consumidores globales cree que los productos plásticos desechables deberían prohibirse lo antes posible.

Las personas en los Estados Unidos muestran niveles más bajos de aprobación, con un 57% a favor de tal movimiento.



Strongly agree Tend to agree Tend to disagree Strongly disagree Don't Know

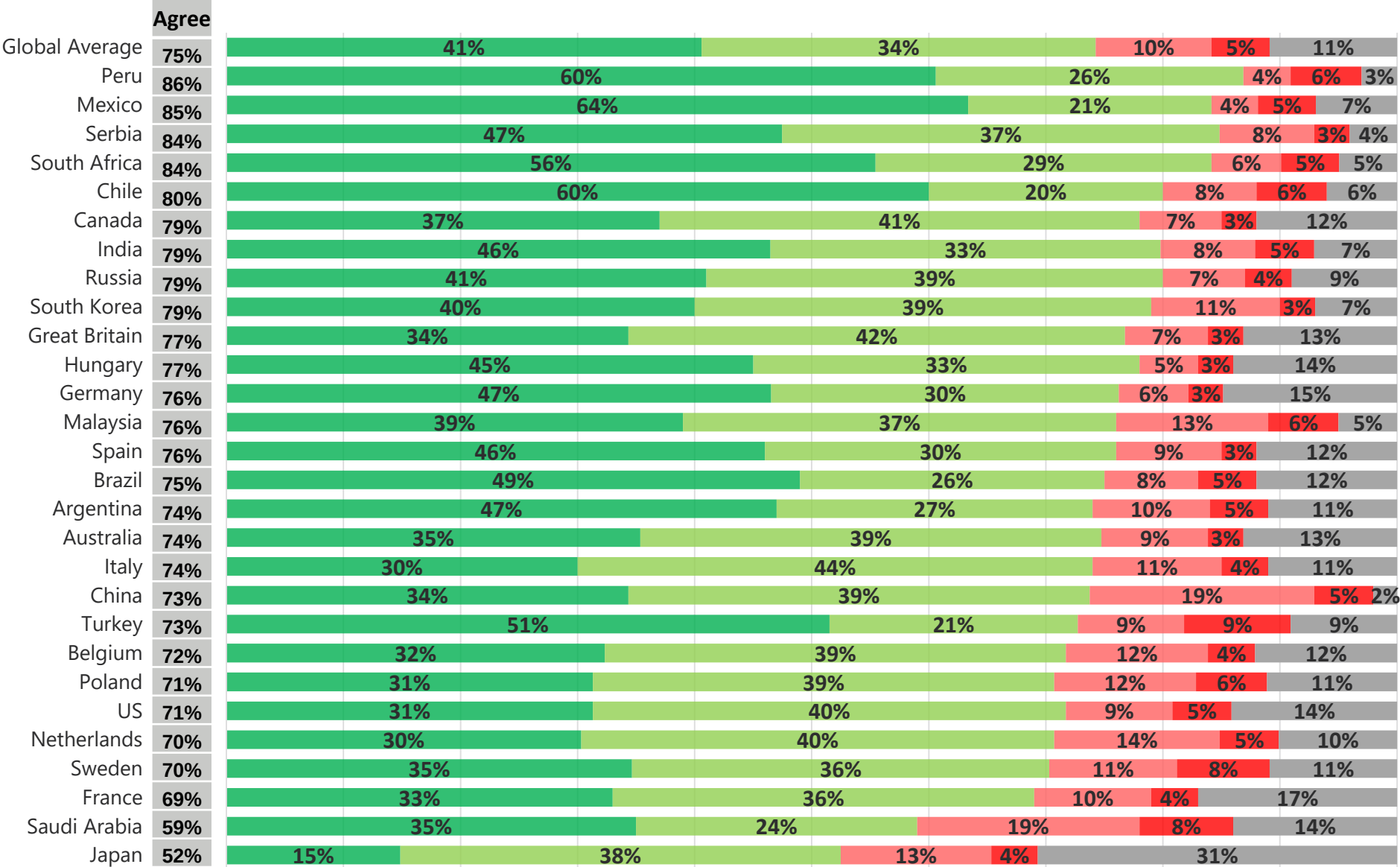
Base: 19515 online adults under the age of 75 across 28 countries. Fieldwork dates: July 26th – Aug. 9th 2019

P. ¿Está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente declaración?

Me siento mejor con las marcas que hacen cambios para lograr mejores resultados ambientales.

Una actitud fuertemente positiva hacia las marcas que hacen cambios para lograr mejores resultados ambientales es más evidente en economías emergentes como Perú (60% totalmente de acuerdo), México (64%), Chile (60%) y también Turquía (51%), que en los países más ricos como Japón (15%), EE. UU. (31%), Países Bajos (30%), Francia (33%), Suecia (35%), pero también Arabia Saudita (35%) (un país con un PIB per cápita superior a Alemania).

ACTITUDES HACIA LAS MARCAS PREOCUPADAS POR EL MEDIOAMBIENTE



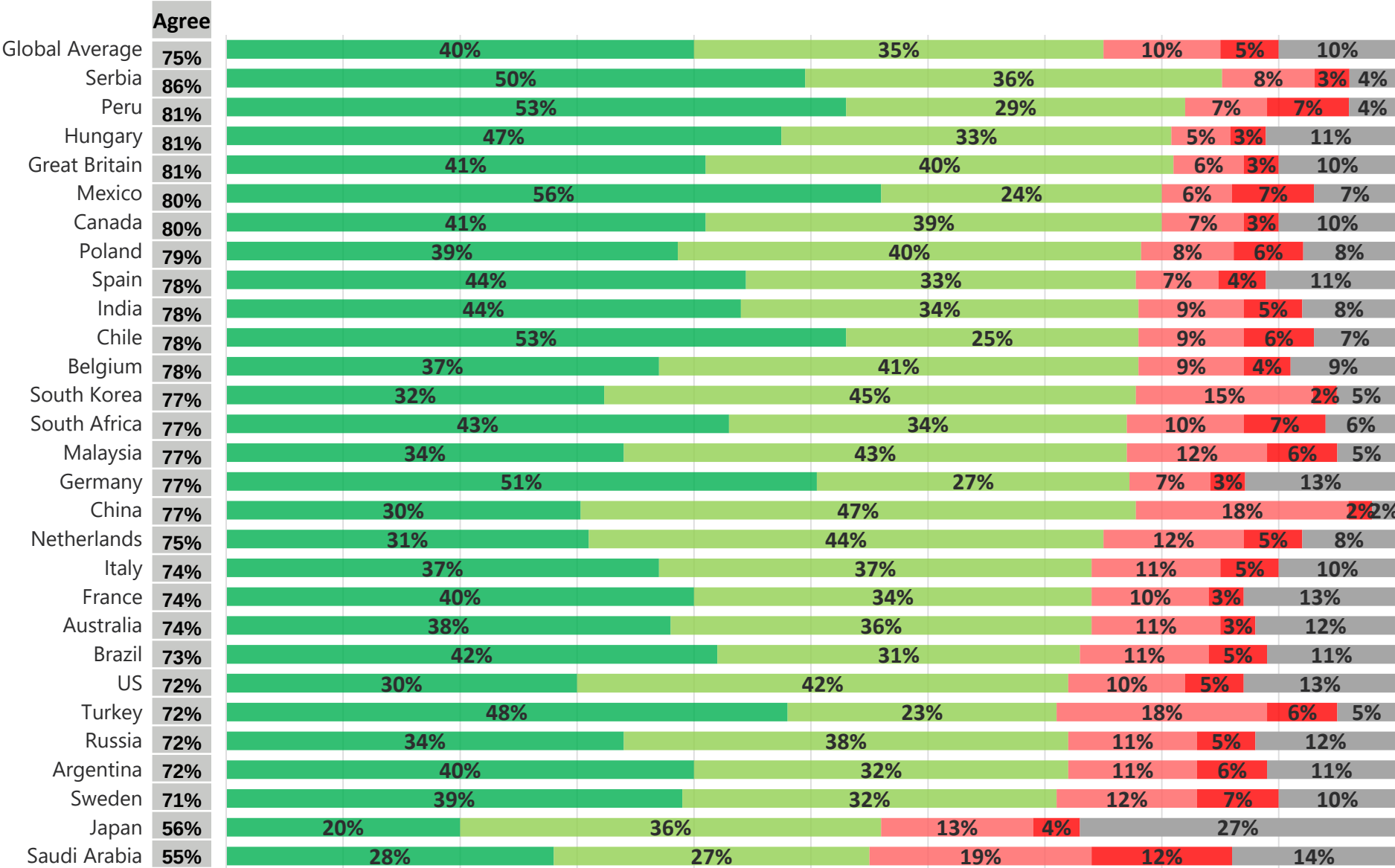
P. ¿Está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente declaración?

Quiero comprar productos que usen lo menos posible de empaques

Personas de todo el mundo dicen que están listas para el cambio. Tres de cada cuatro consumidores globales (75%) dicen que quieren comprar productos con el menor embalaje posible, una cifra que aumenta al 81% en Gran Bretaña, Hungría y Perú y al 86% en Serbia.

Los consumidores sauditas y japoneses (con un 56% y un 55% respectivamente) son los menos determinados, pero en ninguna parte la proporción de consumidores en desacuerdo activo supera un tercio del total.

VOLUNTAD DE USAR MENOS PLASTICO



Strongly agree Tend to agree Tend to disagree Strongly disagree Don't Know

Base: 19515 online adults under the age of 75 across 28 countries. Fieldwork dates: July 26th – Aug. 9th 2019



P. ¿Está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente declaración?

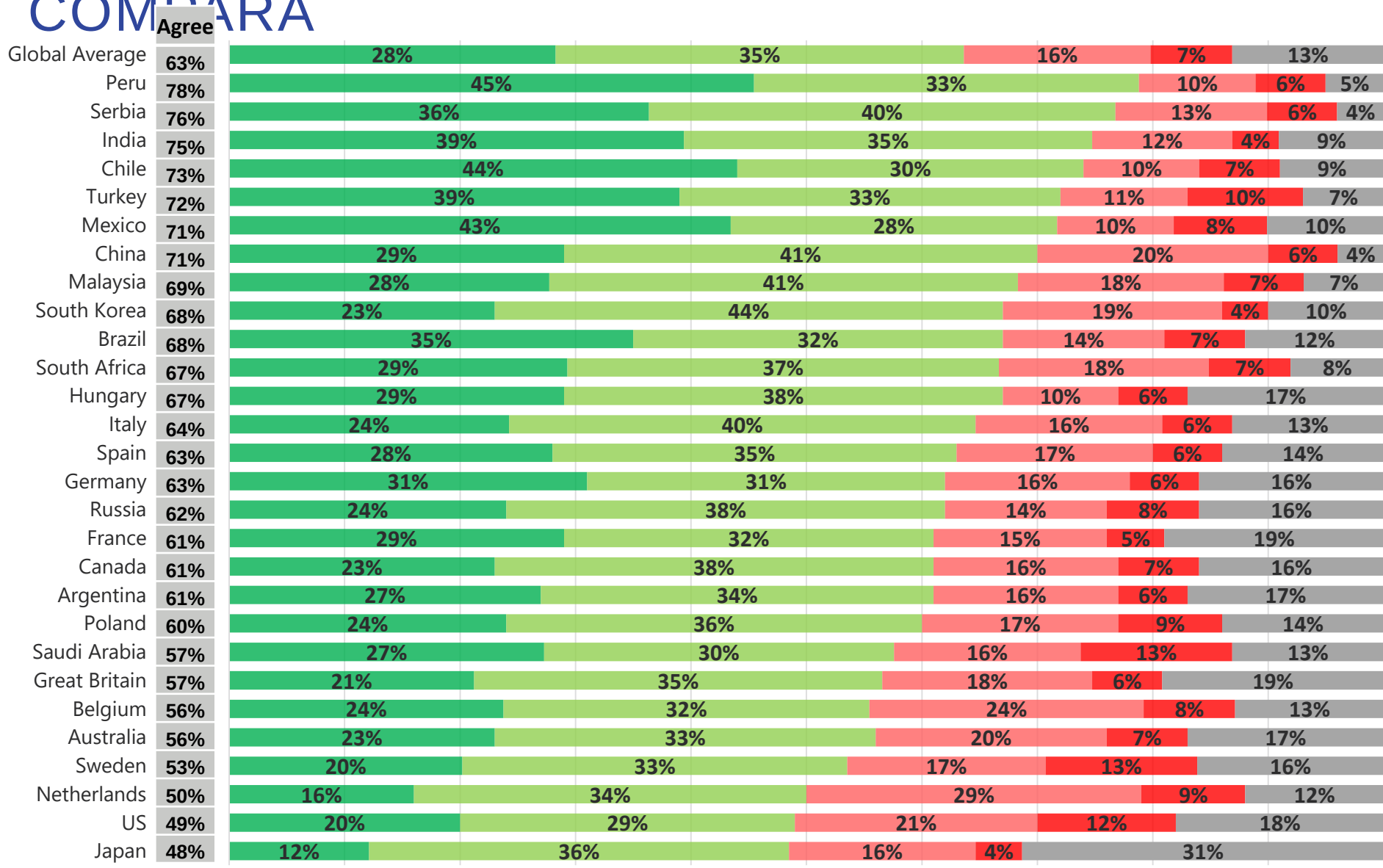
Estoy dispuesto a cambiar mi lugar de compra si esto significara usar menos envases

Sabemos que puede haber una brecha entre lo que las personas dicen y lo que realmente hacen.

En los 28 países incluidos en la encuesta, el 64% dice que estaría dispuesto a cambiar el lugar donde compra si eso significa que usaría menos envases.

Pero esta cifra cae por debajo del 60% en muchos de los mercados más ricos del mundo, y en los EE. UU. La proporción lista para cambiar su rutina de compras habitual es del 49%, con un tercero que no está dispuesto a cambiar.

DISPOSICIÓN A CAMBIAR LOS HABITOS DE COMPRA



Strongly agree Tend to agree Tend to disagree Strongly disagree Don't Know

Base: 19515 online adults under the age of 75 across 28 countries. Fieldwork dates: July 26th – Aug. 9th 2019



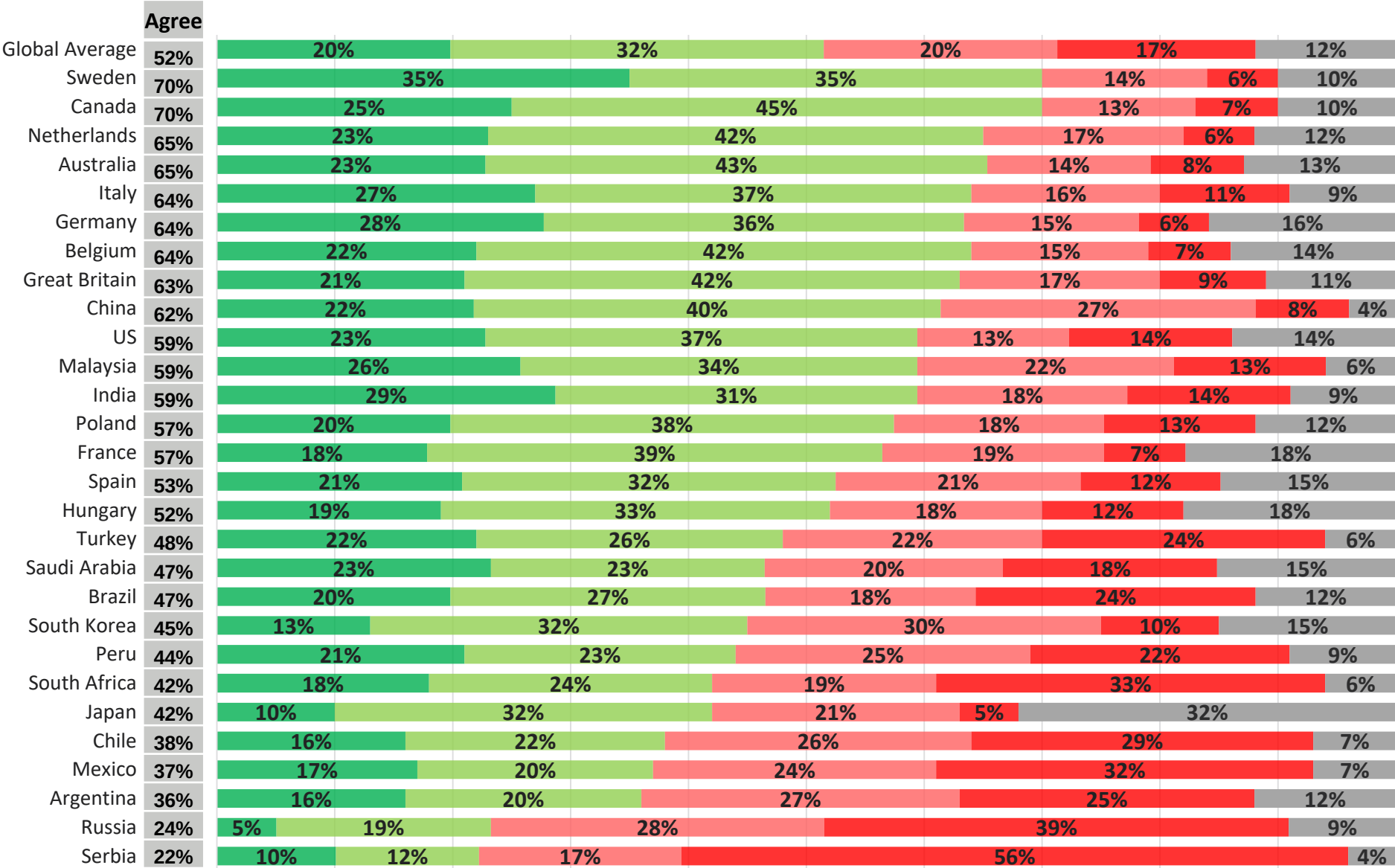
P. ¿Está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente declaración?

El Servicio de reciclaje para los desechos de mi hogar es bueno en el area donde vivo

Observamos grandes variaciones en todo el mundo en las evaluaciones del servicio local de reciclaje doméstico en el área donde viven. En Rusia y Serbia, menos de una cuarta parte son positivas (24% y 22% respectivamente), mientras que en Suecia y Canadá el 70% está de acuerdo en que las instalaciones están en buen estado.

En la mayoría de los países emergentes encuestados, los niveles de satisfacción son inferiores al 50%.

CALIDAD DEL SERVICIO DE RECICLAJE LOCAL



Strongly agree Tend to agree Tend to disagree Strongly disagree Don't Know

Base: 19515 online adults under the age of 75 across 28 countries. Fieldwork dates: July 26th – Aug. 9th 2019



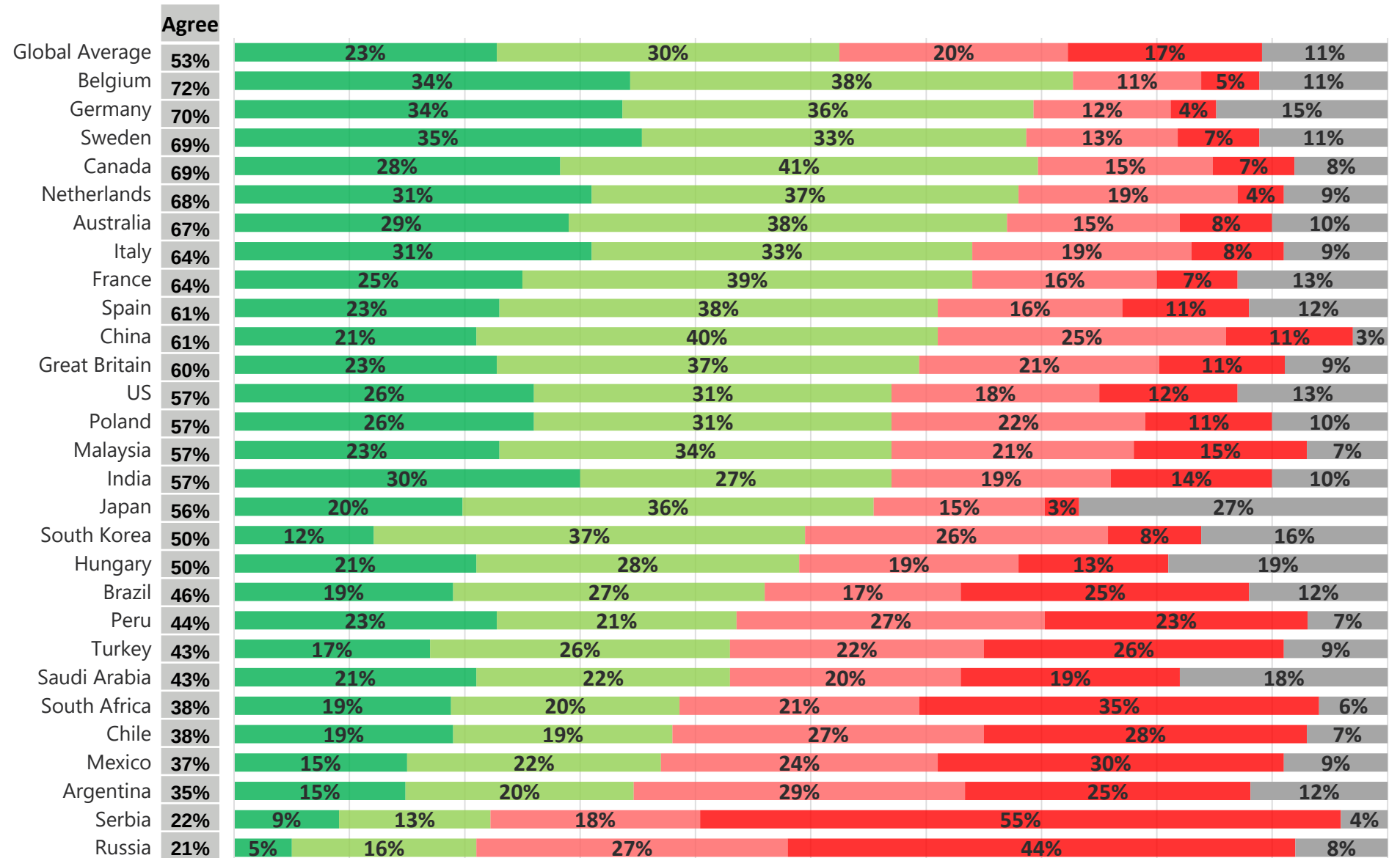
CLARIDAD DE LAS REGLAS DE RECICLAJE

P. ¿Está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente declaración?

Las reglas de reciclaje para desechos de hogares son claras donde vivo

Una variación similar se puede ver cuando se trata de la claridad de las reglas para el reciclaje doméstico a nivel local; reciben una calificación particularmente alta por las personas que viven en Bélgica y Alemania (72% y 70% respectivamente) y bastante menos en Serbia y Rusia (22% y 21%).

Una vez más, las personas en los países emergentes tienen menos probabilidades de encontrar claras estas reglas.



Strongly agree Tend to agree Tend to disagree Strongly disagree Don't Know

Base: 19515 online adults under the age of 75 across 28 countries. Fieldwork dates: July 26th – Aug. 9th 2019

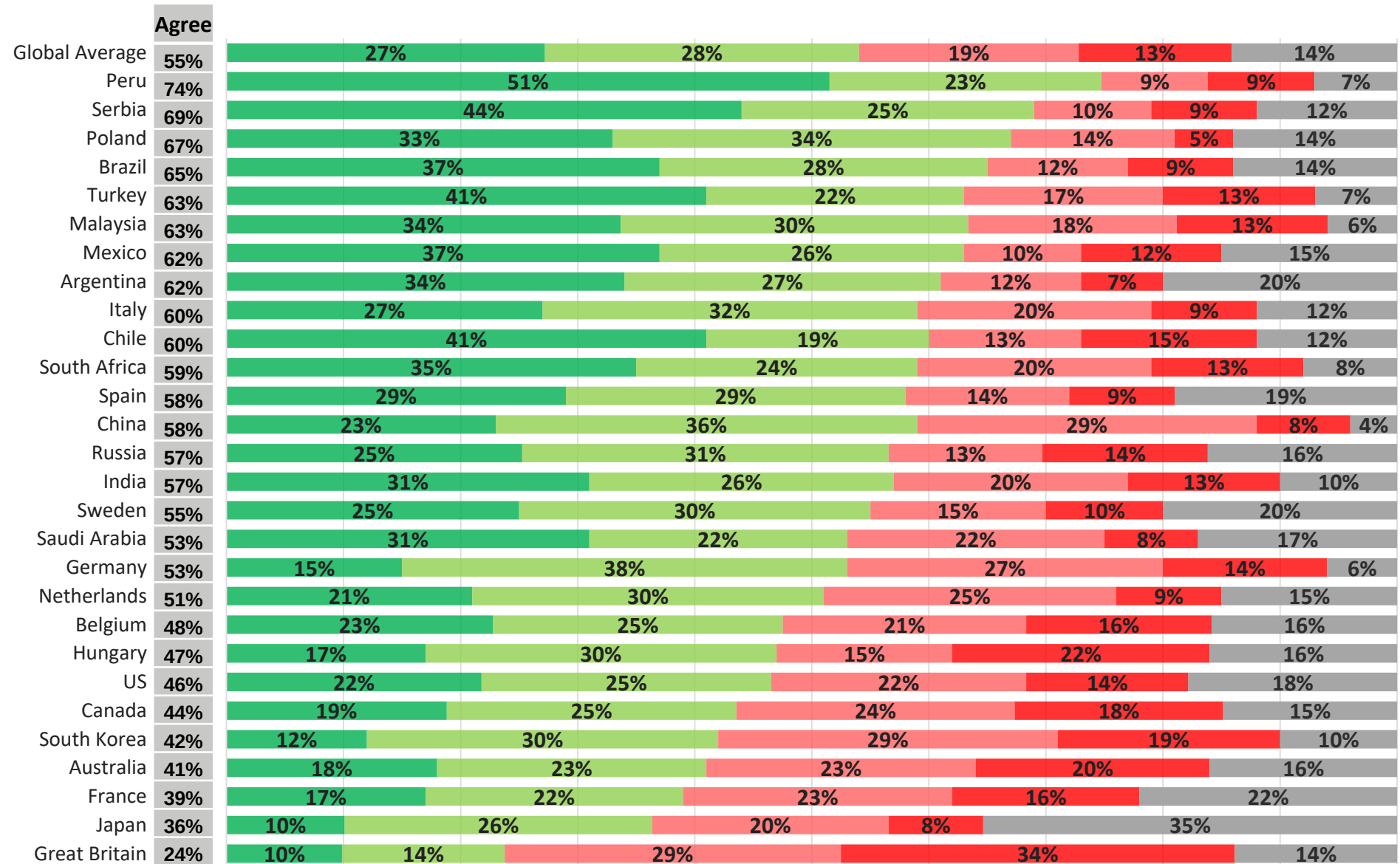
CONOCIMIENTO DE LA RECICLABILIDAD DE LOS PLÁSTICOS.

P. ¿Está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente declaración?

Todos los plásticos pueden ser reciclados

Los británicos son, con mucho, los más conscientes de los límites del reciclaje, ya que solo una cuarta parte (24%) cree que todos los plásticos pueden reciclarse.

Esto se compara con un promedio global del 55% y más de dos tercios en Polonia (67%), Serbia (69%) y Perú (74%), siendo estos dos últimos países donde solo una minoría considera que las reglas locales de reciclaje son claras.



Strongly agree Tend to agree Tend to disagree Strongly disagree Don't Know

Base: 19515 online adults under the age of 75 across 28 countries. Fieldwork dates: July 26th – Aug. 9th 2019

RESUMEN DE LA ENCUESTA

- Estos son los resultados de una encuesta de 28 países realizada por Ipsos a través de la plataforma de encuestas en línea Global Advisor de Ipsos entre el 26 de julio y el 9 de agosto de 2019.
- Para esta encuesta, Ipsos entrevistó a un total de 19,515 adultos entre 18 y 74 años en Canadá, Malasia, Sudáfrica, Turquía y los Estados Unidos; y 16-74 en todos los demás mercados.
- La muestra consta de más de 1000 individuos en cada uno de Australia, Brasil, Canadá, China (continente), Francia, Alemania, Gran Bretaña, Italia, Japón, España y los Estados Unidos, y más de 500 en cada uno de Argentina, Bélgica, Chile, Hungría, India, Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Rumania, Rusia, Arabia Saudita, Serbia, Sudáfrica, Corea del Sur, Suecia y Turquía.
- Los datos de la encuesta se han ponderado para que la composición de la muestra de cada mercado refleje mejor el perfil demográfico de la población adulta de acuerdo con los datos del censo más recientes del mercado. Los datos recopilados cada mes también se ponderan para dar a cada mercado una ponderación igual en la muestra "global" total.
- Las encuestas en línea se pueden tomar como representantes de la población adulta general menor de 75 años en Argentina, Australia, Bélgica, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Hungría, Italia, Japón, Países Bajos, Polonia, Corea del Sur, España, Suecia y los Estados Unidos. En línea. Las muestras Online en Brasil, Chile, China (continente), India, Malasia, México, Perú, Rumania, Rusia, Arabia Saudita, Serbia, Sudáfrica y Turquía son más urbanas, más educadas y / o más ricas que la población general y la población en general. los resultados deben verse como un reflejo de las opiniones de una población más "conectada"
- Las encuestas y encuestas de muestra pueden estar sujetas a otras fuentes de error, incluidos, entre otros, error de cobertura y error de medición. La precisión de las encuestas en línea de Ipsos se mide utilizando un intervalo de credibilidad bayesiano. El intervalo de credibilidad en torno a los porcentajes basados en datos de un solo mes es de +/- 3.5 puntos porcentuales para mercados donde la muestra mensual es 1,000+ y +/- 4.8 puntos para mercados donde la muestra mensual es 500+. Haga clic aquí para obtener más información sobre el uso de intervalos de credibilidad de Ipsos.
- Cuando los resultados no suman 100 o la "diferencia" parece ser +/- 1 más / menos que el valor real, esto puede deberse a redondeo, respuestas múltiples o la exclusión de respuestas no conocidas o no declaradas.

SOBRE IPSOS

Ipsos es la tercera compañía de investigación de mercado más grande del mundo presente en 90 mercados y emplea a más de 18000 personas.

Nuestros analistas y científicos profesionales de investigación apasionadamente curiosos han desarrollado capacidades únicas de especialistas múltiples que brindan una comprensión verdadera y una comprensión poderosa de las acciones, opiniones y motivaciones de ciudadanos, consumidores, pacientes, clientes o empleados. Servimos a más de 5000 clientes en todo el mundo con 75 soluciones comerciales.

Fundada en Francia en 1975, Ipsos figura en el Euronext Paris desde el 1 de julio de 1999. La compañía forma parte del SBF 120 y del índice Mid-60 y es elegible para el Servicio de Liquidación Diferida (SRD).

Código ISIN FR0000073298 Reuters ISOS.PA Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.com

GAME CHANGERS

En nuestro mundo de cambios rápidos, la necesidad de información confiable para tomar decisiones confiables nunca ha sido mayor.

En Ipsos creemos que nuestros clientes necesitan más que un proveedor de datos, necesitan un socio que pueda producir información precisa y relevante y convertirla en una verdad procesable.

Es por eso que nuestros expertos apasionados y curiosos no solo brindan la medición más precisa, sino que la conforman para proporcionar una verdadera comprensión de los mercados y las personas de la sociedad.

Para ello, utilizamos lo mejor de la tecnología y los conocimientos científicos y aplicamos los principios de seguridad, simplicidad, velocidad y sustancia a todo lo que hacemos.

Para que nuestros clientes puedan actuar de manera más rápida, inteligente y audaz.

En última instancia, el éxito se reduce a una simple verdad:

Actúas mejor cuando estás seguro.

**BE
SURE.
GO
FURTHER.**

GAME CHANGERS

