

## Gráficos y tablas marco de referencia

**Tabla 1.** Referencia de materiales puestos en el mercado.

Material	2018			2019			2020		
	No retornable	Retornable	Total	No retornable	Retornable	Total	No retornable	Retornable	Total
Vidrio	23.183	322.623	345.806	23.804	311.504	335.308	15.141	206.988	222.129
<b>Plástico rígido</b>	<b>44.331</b>	<b>113.150</b>	<b>157.481</b>	<b>46.163</b>	<b>114.315</b>	<b>160.478</b>	<b>44.125</b>	<b>95.146</b>	<b>139.270</b>
Cartón	5.343		5.343	7.687		7.687	5.529		5.529
<b>Plástico flexible</b>	<b>4.936</b>		<b>4.936</b>	<b>6.692</b>		<b>6.692</b>	<b>6.525</b>		<b>6.525</b>
Metal ferroso	1.713	225	1.938	1.863	253	2.116	1.452	96	1.548
Metal no ferroso	707		707	1.169		1.169	1.095		1.095
Papel	242		242	262		262	284		284
<b>Total</b>	<b>80.457</b>	<b>435.998</b>	<b>516.455</b>	<b>87.639</b>	<b>426.072</b>	<b>513.711</b>	<b>74.151</b>	<b>302.230</b>	<b>376.380</b>

Fuente. Postobón. (2020). Informe de sostenibilidad 2020. Recuperado de: <https://www.postobon.com/sostenibilidad/informe-sostenibilidad>

**Tabla 2.** Retornabilidad de materiales

Material retornable	2018			2019			2020		
	Puesto en el mercado	Efectivamente retornados	%	Puesto en el mercado	Efectivamente retornados	%	Puesto en el mercado	Efectivamente retornados	%
Vidrio	322.623	304.264	94.3%	311.504	291.471	93.6%	206.988	193.881	93.7%
<b>Plástico rígido</b>	<b>113.150</b>	<b>112.696</b>	<b>99.6%</b>	<b>114.315</b>	<b>114.013</b>	<b>99.7%</b>	<b>95.146</b>	<b>94.759</b>	<b>99.6%</b>
Metal ferroso	225	214	95.0%	253	247	97.5%	96	75	78.5%
<b>TOTAL</b>	<b>435.998</b>	<b>417.174</b>	<b>95.7%</b>	<b>426.073</b>	<b>405.731</b>	<b>95.2%</b>	<b>302.230</b>	<b>288.715</b>	<b>95.5%</b>

Fuente. Postobón. (2020). Informe de sostenibilidad 2020. Recuperado de: <https://www.postobon.com/sostenibilidad/informe-sostenibilidad>

**Tabla 3.** Residuos por tipo y método de eliminación

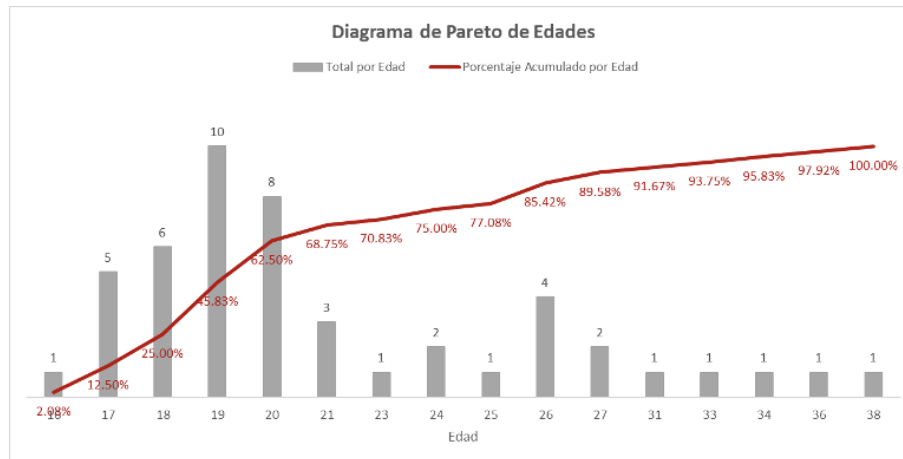
	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
	<b>PET</b>		
<b>PET puesto en el mercado (Ton)</b>	40.818	41.804	40.074
<b>PET reincorporado (Ton)</b>	8.499	8.155	6.752
<b>Porcentaje PET reincorporado</b>	21%	20%	17%

**Fuente.** Postobón. (2020). Informe de sostenibilidad 2020. Recuperado de: <https://www.postobon.com/sostenibilidad/informe-sostenibilidad>

Nota. El material no recuperado por Postobón también es aprovechado por otros gestores y empresas de transformación, por lo cual no se pudo concluir con exactitud el material que se dispone en los rellenos sanitarios.

## Gráficos y tablas Resultados

**Figura 3.** Diagrama de Pareto de las edades de los encuestados



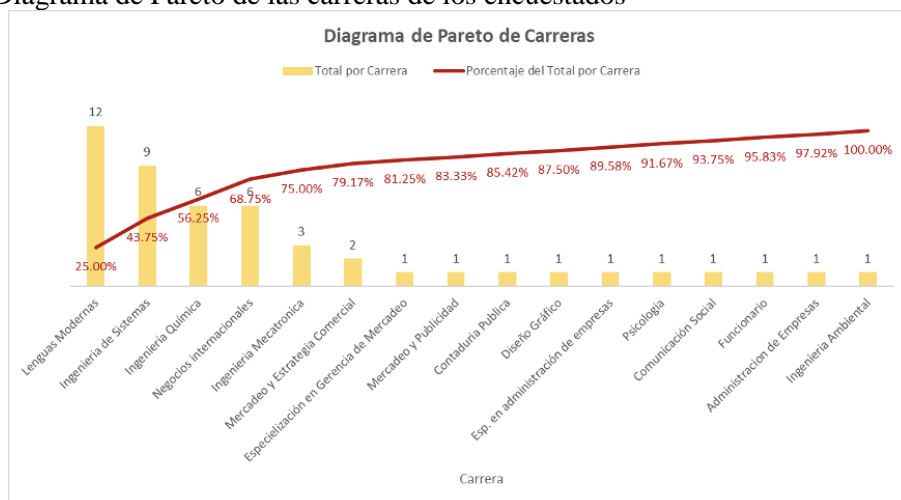
**Fuente.** Elaboración propia.

**Tabla 5.** Distribución porcentual de las carreras de los encuestados

Carrera	Porcentaje del Total
Lenguas Modernas	25.00%
Ingeniería de Sistemas	18.75%
Ingeniería Química	12.50%
Negocios internacionales	12.50%
Ingeniería Mecatrónica	6.25%
Mercadeo y Estrategia Comercial	4.17%
Especialización en Gerencia de Mercadeo	2.08%

**Fuente.** Elaboración propia.

**Figura 4.** Diagrama de Pareto de las carreras de los encuestados



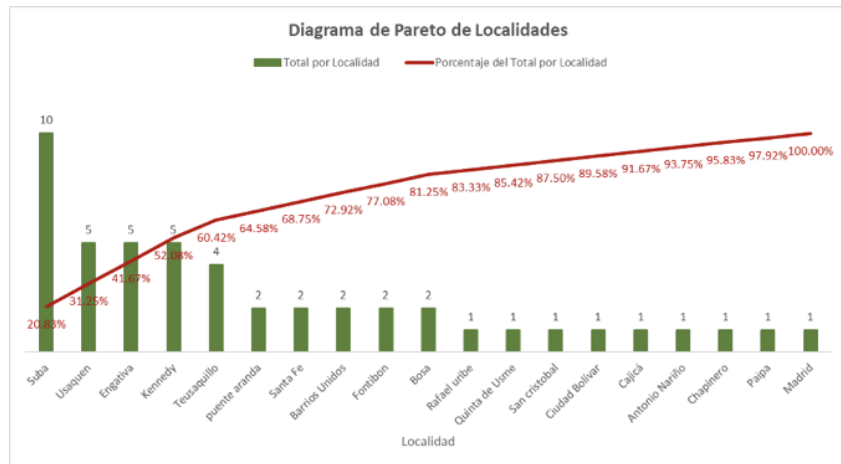
**Fuente.** Elaboración propia.

**Tabla 6.** Distribución de los encuestados por Localidades de Bogotá

Localidad	Porcentaje del Total
Suba	20.83%
Usaquen	10.42%
Engativá	10.42%
Kennedy	10.42%
Teusaquillo	8.33%
Puente Aranda	4.17%
Santa Fe	4.17%
Barrios Unidos	4.17%
Fontibón	4.17%
Bosa	4.17%

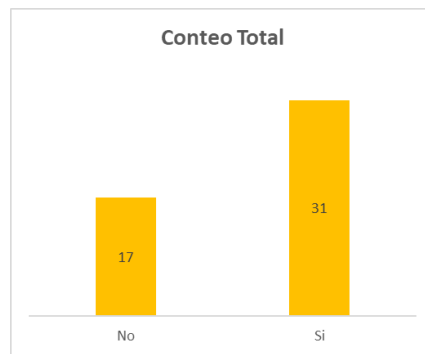
**Fuente.** Elaboración propia.

**Figura 5.** Distribución de los encuestados por Localidades de Bogotá



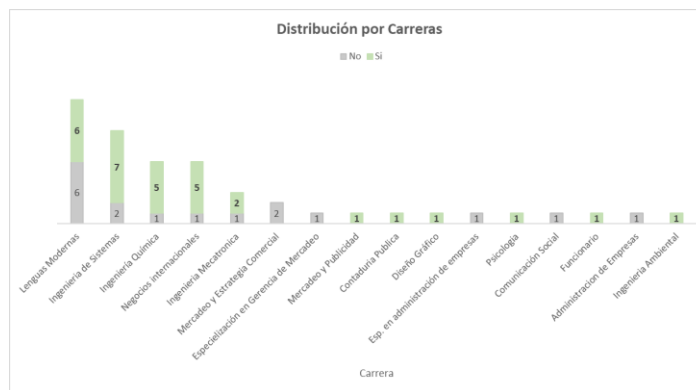
**Fuente.** Elaboración propia.

**Figura 6.** Cantidad de encuestados que reconoce fácilmente el material PET que consumen



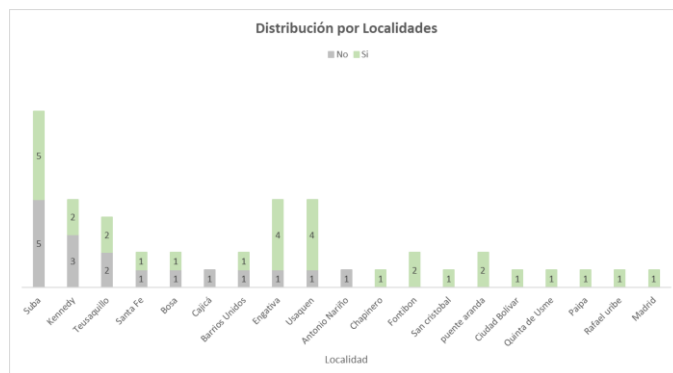
**Fuente.** Elaboración propia.

**Figura 7.** Distribución por carreras del reconocimiento del material PET



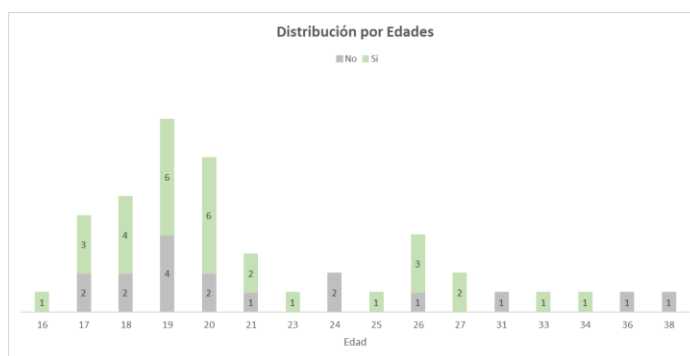
**Fuente.** Elaboración propia.

**Figura 8.** Distribución por localidades del reconocimiento del material PET



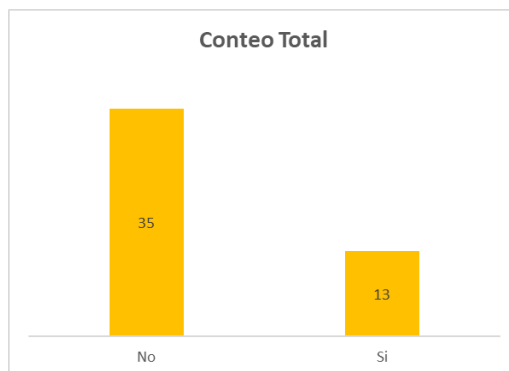
**Fuente.** Elaboración propia.

**Figura 9.** Distribución por edades del reconocimiento del material PET



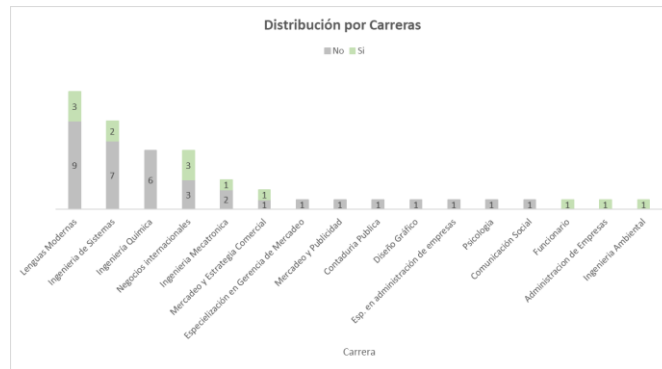
**Fuente.** Elaboración propia.

**Figura 10.** Cantidad de encuestados que reconocen el material PET reciclado



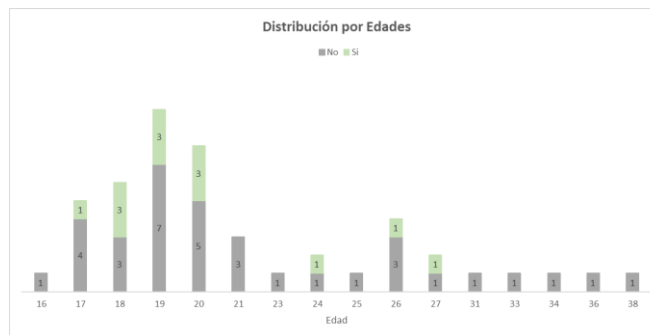
**Fuente.** Elaboración propia.

**Figura 11.** Distribución por carreras del reconocimiento del material PET reciclado



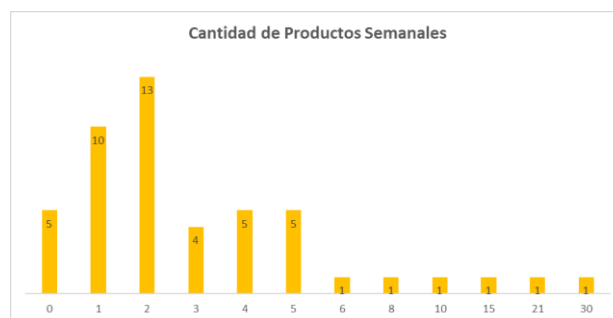
**Fuente.** Elaboración propia.

**Figura 12.** Distribución por edades del reconocimiento del material PET reciclado



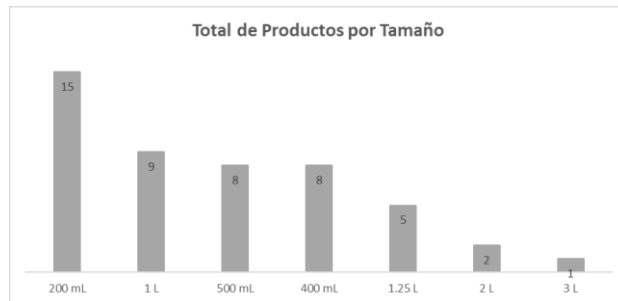
**Fuente.** Elaboración propia.

**Figura 13.** Cantidad de productos semanales embotellados en material PET que consumen los encuestados



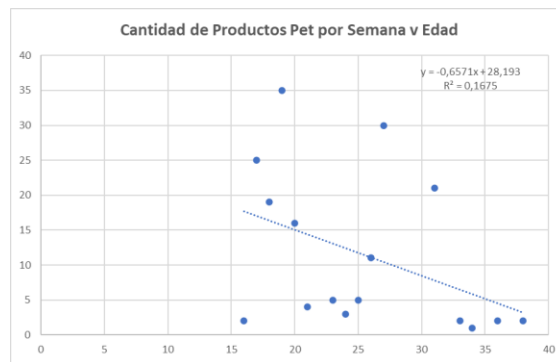
**Fuente.** Elaboración propia.

**Figura 14.** Total de productos semanales por tamaño que consumen los encuestados



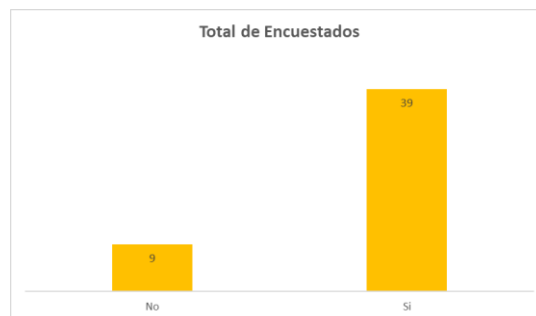
**Fuente.** Elaboración propia.

**Figura 15.** Cantidad de productos PET por semana vs Edad de los encuestados



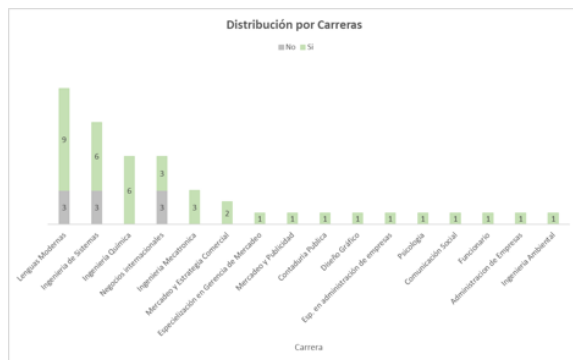
**Fuente.** Elaboración propia.

**Figura 16.** Cantidad de encuestados que se preocupan por desechar adecuadamente el material PET



**Fuente.** Elaboración propia.

**Figura 17.** Distribución por carreras de la preocupación por desechar adecuadamente el material PET



**Fuente.** Elaboración propia.

**Tabla 7.** Estrategias de disposición adecuada del material PET

Categoría	Porcentaje de los Encuestados
Ponerlo en la Caneca Correspondiente	23.91%
Guardo y Reusó	19.57%
Nada	19.57%
Convertirlo en otros implementos	17.39%
Entrega a Recicladores	17.39%
Venta	2.17%

**Fuente.** Elaboración propia.

**Tabla 8.** Tipos de materiales que reciclan los encuestados

Material	Porcentaje de los Encuestados
Cartón	75.00%
Plástico convencional	68.75%
PET	56.25%
Vidrio	27.08%
Otro diferente	14.58%
Aluminio	6.25%

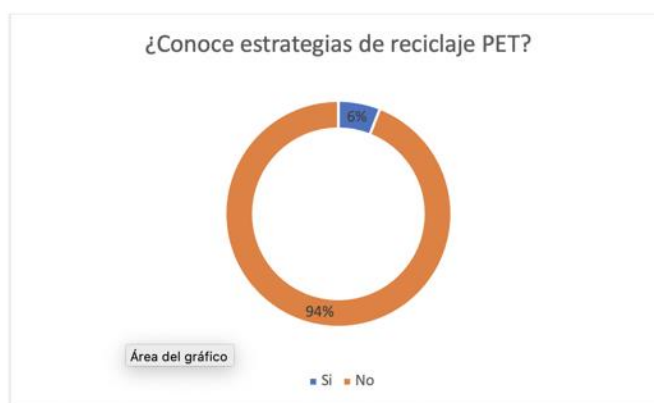
**Fuente.** Elaboración propia.

**Tabla 9.** Métodos de disposición del material PET por parte de los encuestados

Categoría	Porcentaje de los Encuestados
No	66.67%
Usos para Reciclaje	15.56%
Separación en la Fuente	11.11%
Usos Posteriores	6.67%

**Fuente.** Elaboración propia.

**Figura 18.** Proporción de encuestados que conocen estrategias de reciclaje de material PET



**Fuente.** Elaboración propia.

**Tabla 10.** Acciones que realizan los encuestados para reutilizar el material PET

Categoría	Porcentaje de los Encuestados
Ponerlo en la Caneca Correspondiente	23.91%
Guardo y Reusó	19.57%
Nada	19.57%
Convertirlo en otros implementos	17.39%
Entrega a Recicladores	17.39%
Venta	2.17%

**Fuente.** Elaboración propia.

**Tabla 11.** Tipos de materiales que reciclan los encuestados

<b>Material</b>	<b>Porcentaje de los Encuestados</b>
Cartón	75.00%
Plástico convencional	68.75%
PET	56.25%
Vidrio	27.08%
Otro diferente	14.58%
Aluminio	6.25%

**Fuente.** Elaboración propia.

**Tabla 12.** Usos que se le da al material PET reciclado según los encuestados

<b>Opción</b>	<b>Porcentaje de los Encuestados</b>
Construir más PET	50.000%
Hacer materiales de construcción	43.750%
Hacer Ropa	20.833%
Disponerlo en el mar	2.083%
Otro	27.083%

**Fuente.** Elaboración propia.

**Tabla 13.** Estrategias de reciclaje de material PET por parte de proveedores, según los encuestados

<b>¿Cuándo le venden el material PET le ofrecen estrategias para disponerlo?</b>	<b>Total de los encuestados</b>
Si	6%
No	94%

**Fuente.** Elaboración propia.

**Figura 20.** Reconocimiento de estrategias de reciclaje de material PET por parte de los encuestados



**Fuente.** Elaboración propia.

**Tabla 14.** estrategias que considera pertinentes para que el consumidor genere acciones en pro del reciclaje, según los encuestados.

Poner más publicidad, orientación sobre cómo reciclar e implementación de centros gigantes de acopio.
Generar conciencia y motivación a través de campañas o incentivos para que las personas se animen a empezar a implementar el reciclaje en sus hogares, también se puede comenzar por los niños para que ellos se vayan apropiando de este conocimiento y lo apliquen en el transcurso de su vida.
Especificar en el envase como se debe reciclar el tipo de material usado.
Las grandes empresas o incluso el gobierno deberían crear incentivos para que las personas reciclen, es decir pueden por ejemplo regalar algún bono o algún cupón si cumplen ciertos porcentajes de reciclaje al mes.
Quizás incentivarlo por medio de un producto por tantas botellas o un pasaje (como ya lo hacen por medio de máquinas en Transmilenio y en universidades)
Mayor información a la hora de comprar, como que este envase tarda tanto en descomponerse o este producto ayuda con el medio ambiente, cuando encuentre esta información en los establecimientos compro esos productos por su capacidad de uso o de descomponerse.
Concientizar a las personas sobre la importancia de esta práctica - Incentivos en el recibo del agua a las personas que demuestren que realizan el reciclable de manera efectiva - Sanciones a las empresas que no lo realicen Educación desde la escuela elemental. Campañas estrictas de reciclaje en las empresas Restricción en el consumo de elementos de un solo uso.
Hacer campañas de comunicación en donde se explique la manera correcta de reciclar. Los productos podrían tener una sección tipo modo de uso, en donde se explique cuál es la forma adecuada de reciclar ese tipo de envase o empaque en el que está.
La estrategia que se tienen en Alemania, colocar puntos de reciclaje y disponer un rubro para ello.
En mi opinión, lo principal es el conocimiento acerca de lo que podemos darle hacia los materiales reciclables como, por ejemplo, plástico convencional, PET, vidrios, pilas, cables, celulares, entre otros.
Brindar más charlas informativas acerca de cuáles son los materiales que se pueden reciclar y una estrategia sería comprar productos que tengan envases amigables con el medio ambiente y se puedan reciclar.
Acciones de apoyo al reciclaje cerca a los hogares, puntos de recolección de material reciclado cercanos.

**Fuente.** Elaboración propia.