

Estudio sobre el comportamiento de los consumidores en la gestión de los recursos y los residuos

Madrid · 2016

Confederación Española
de Cooperativas
de Consumidores
y Usuarios



MINISTERIO
DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES
E IGUALDAD

aecosan
agencia española
de consumo,
seguridad alimentaria y nutrición

El presente proyecto subvencionado por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad/ Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición, siendo su contenido responsabilidad exclusiva de HISPACOOP.

Índice

1. Introducción

2. Objetivos

3. Ficha técnica

4. Perspectiva general

5. Resultados

5.1. Hábitos de compra

5.1.1. Los envases

5.1.2. La compra

- Frecuencia de algunos criterios a la hora de comprar alimentos
- Importancia de las características de los envases
- Principales ventajas de la compra de alimentos frescos envasados
- Principales motivos para comprar a granel

5.2. Consumo en el hogar

- Almacenaje y conservación de los alimentos en los hogares
- Frecuencia y motivos por los cuales se estropean los alimentos en los hogares
- Contribución de los envases a la gestión de los alimentos
- Conocimiento e interés por determinados envases
- Envase de almacenaje

5.3. Gestión de los residuos

5.3.1. Los residuos domésticos y su reciclaje

- Gestión de los residuos: separación de basuras en el hogar
- Número de contenedores en el hogar
- Frecuencia de la duda sobre el separado por contenedores

5.3.2. Los sistemas de gestión de los residuos domésticos

5.3.2.1. Sistema Colectivo de Responsabilidad Ampliada del Productor (SCRAP)

5.3.2.2. Sistema de Depósito, Devolución y Retorno (SDDR)

- Conocimiento del Sistema de Depósito, Devolución y Retorno (SDDR)
- Posicionamiento frente a algunas características del SDDR

1. Introducción

Una de las siete iniciativas emblemáticas que forman parte de la Estrategia Europa 2020 es la de «una Europa que utilice eficazmente los recursos». En este contexto, surge la **Comunicación de la Comisión Europea, COM (2015) 614 final sobre «Cerrar el círculo: un plan de acción de la UE para la economía circular»**, en la que se adopta un ambicioso paquete de nuevas medidas sobre la economía circular, como una de las principales estrategias para Europa a fin de ayudar a hacer un eficiente uso de los recursos, a reducir el uso de los recursos; a luchar contra el cambio climático y a limitar los impactos medioambientales del uso de los recursos, entre otras cosas.

En el marco de la **Economía Circular** basada en el principio de «cerrar el ciclo de vida» de los productos (producir, rediseñar, consumir, reducir, reutilizar y reciclar), la Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (HISPACOOOP) ha puesto en marcha el proyecto de consumo **«Gestión de los recursos, los desechos, el desperdicio alimentario y el consumo responsable por parte de los consumidores»**, financiado por la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN), organismo perteneciente al Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

Como parte del proyecto, HISPACOOOP ha realizado un estudio del comportamiento y percepciones que tienen los consumidores en la gestión de los recursos y los residuos. Los objetivos de este trabajo han sido averiguar cuál es el comportamiento sociológico de los consumidores sobre la gestión de los recursos, cómo gestionan los residuos, qué comportamientos siguen y qué actuaciones favorecen en la gestión de los residuos y desechos en el ámbito doméstico. El estudio se ha llevado a cabo mediante la combinación de técnicas cualitativas y cuantitativas.

A continuación presentamos las principales conclusiones extraídas del **Estudio sobre el comportamiento de los consumidores en la gestión de los recursos y los residuos**, con especial incidencia en los alimentos, los envases y los residuos generados de los alimentos y sus envases, con el fin de difundirlo y divulgarlo entre los diversos sectores de interés (sector empresarial, administración y consumidores en general).

A lo largo de las siguientes páginas podemos encontrar las características técnicas de investigación, los principales resultados y una síntesis final de los aspectos más relevantes a tener en cuenta entre los consumidores españoles en relación con la gestión de los recursos provenientes de los alimentos y sus envases, así como la gestión de los residuos generados en el hogar, incluyendo los desechos, el desperdicio alimentario y los residuos de envases.

Este trabajo junto con otras iniciativas informativas y formativas para los consumidores, forman parte de la **Campaña «Sin desperdicio: aprovecha la comida»** lanzada por HISPACOOOP en el año 2013, y que tiene como objetivo informar, formar y concienciar a los consumidores sobre la importancia de prevenir y reducir el desperdicio alimentario, el consumo responsable y la mejora en la gestión de los residuos generados en el ámbito doméstico.

En definitiva, desde HISPACOOOP, como asociación de consumidores, pretendemos fomentar y promover el **consumo responsable** entre los consumidores a través de la **reducción, reutilización y el reciclaje** de los recursos.

En cumplimiento de la legislación vigente en materia de asociaciones, Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, HISPACOOOP no autoriza la reproducción total o parcial del contenido de este estudio para la realización de ningún tipo de comunicación comercial. La información contenida en este estudio sólo podrá ser utilizada para fines informativos o formativos carentes de ánimo de lucro y siempre que se cite expresamente su origen.

2. Objetivos

El **objetivo global del estudio** fue es averiguar la percepción que tienen los consumidores sobre la gestión de los recursos y los residuos y qué comportamientos ponen en práctica.

Con el presente estudio, se ha tratado de averiguar qué prácticas y comportamientos siguen los consumidores en la gestión de los recursos y de los residuos en su ámbito doméstico; qué percepciones tienen sobre la correcta gestión de los alimentos y los residuos generados en el hogar; qué actuaciones favorecen la gestión de los residuos y desechos en el ámbito doméstico; y, si los hábitos de compra influyen en la mejor gestión de los recursos (alimenticios y no alimenticios).

Además, se ha investigado sobre la existencia o la prevalencia de criterios medioambientales y de sostenibilidad en los comportamientos de compra de alimentos por parte de los consumidores.

Por otra parte, con este trabajo se quiso indagar en los hábitos de los consumidores a la hora de gestionar los residuos, a fin de comprobar si sus hábitos están encaminados a la reducción y mejor gestión del reciclaje de los residuos y los desechos, y, qué comportamientos inciden en reducir el desperdicio alimentario en el ámbito doméstico.

Finalmente, profundizamos en los comportamientos que siguen los consumidores en los sistemas de gestión de los residuos a través de su reciclaje; y qué percepciones tienen los consumidores sobre el sistema actual de reciclado de envases y de residuos de envases y sobre un sistema alternativo, en su vida cotidiana, en el conjunto del hogar.

Así, como objetivos específicos del estudio resaltamos los siguientes:

- Comprobar la frecuencia de algunos criterios de compra relacionados con los alimentos y sus envases.
- Medir la importancia entre los consumidores de algunas características de los envases cuando compran productos.
- Identificar las principales ventajas que tiene comprar alimentos frescos envasados.
- Conocer los principales motivos de la compra a granel por los consumidores.
- Medir la frecuencia con la que los consumidores siguen determinados comportamientos de almacenaje y conservación de alimentos para su posterior consumo.
- Conocer la frecuencia y los principales motivos con la que se estropean alimentos.
- Indagar sobre la percepción de las funciones de los envases y el conocimiento de los que alargan la vida de los alimentos manteniéndolos más frescos.
- Comprobar el interés en consumir productos que indican en el envase sobre la frescura del alimento.
- Dimensionar las formas de conservar y congelar alimentos.
- Analizar el comportamiento en la gestión de los residuos en el hogar y medir la incidencia del reciclado de los cinco contenedores vigentes en el ámbito doméstico.
- Indagar sobre la capacidad de los hogares en relación con el número de contenedores y sobre las posibles confusiones que generan.
- Averiguar el grado de conocimiento del sistema alternativo al vigente de gestión de residuos y analizar el grado de incomodidad por parte del consumidor con las principales características de este sistema.

3. Ficha técnica

El estudio se ha llevado a cabo mediante la combinación de los resultados de dos técnicas cualitativas, basada en los grupos de discusión (focus group) y cuantitativas, fundada en la encuesta telefónica realizada en el ámbito nacional.

Características técnicas de los grupos de discusión para realizar la investigación cualitativa

Característica común: Todos los participantes han sido responsables de la toma de decisión en la gestión de los alimentos del hogar (compra, consumo, desechos...), o la han compartido y participado activamente en ella.

Características específicas:

	Madrid	Valencia	Sevilla
Sexo	Hombres y mujeres	Hombres y mujeres	Hombres y mujeres
Edad	25-34 años	35-50 años	55-65 años
Estudios	Universitarios	Secundarios (BUP o equivalente)	Primarios o FP máximo
Situación familiar	Sin hijos	Con hijos en el hogar	Con hijos viviendo fuera del hogar

El análisis realizado parte del discurso de los tres grupos de discusión realizados en base a un guía que abordaba los diversos temas objeto de análisis, partiendo de los hábitos de compra en relación con los envases, pasando por los comportamientos en la gestión de los recursos en el hogar (los alimentos) y finalizando con el comportamiento del hogar en la gestión de los residuos que se generan por el consumo de alimentos.

Características técnicas de la encuesta para realizar la investigación cuantitativa

- **Ámbito:** España.
- **Universo:** Consumidores con 18 y más años de edad.
- **Muestreo:** Estratificado y por conglomerados. La muestra se elaboró según la estructura de la población por CCAA y tamaño de hábitat y con cuotas de sexo y edad.
- **Cuestionario:** Estructurado según los objetivos del estudio. Este cuestionario consta de 16 cuestiones planteadas, siendo éstas preguntas cerradas y baterías de preguntas.
- **Margen de error:** Para $p=q=0,5$ y un nivel de confianza del 95,5% el margen de error para datos globales es $\pm 2,2\%$.
- **Trabajo de campo:** Todos los datos fueron recogidos entre el 3 y el 17 de octubre de 2016.
- **Muestra:** 2.002 entrevistas.

Esta muestra se distribuye de la siguiente manera:

TOTAL		2.002
SEXO	Hombres	974
	mujeres	1.028
EDAD	De 18 a 24 años	214
	De 25 a 34 años	339
	De 35 a 44 años	402
	De 45 a 54 años	352
	De 55 a 64 años	269
	65 y más años	426
TAMAÑO HÁBITAT	Hasta 2.000 h.	116
	2.001 - 5.000 h.	134
	5.001 - 10.000 h.	165
	10.001 - 20.000 h.	215
	20.001 - 50.000 h.	321
	50.001 - 100.000 h.	246
	100.001 - 200.000 h.	206
	200.001 - 500.000 h.	273
	> 500.001 h.	119
	MAD y BCN	207
COMUNIDADES AUTÓNOMAS	Andalucía	368
	Aragón	60
	Asturias	44
	Balears (Illes)	46
	Canarias	89
	Cantabria	20
	Castilla y León	110
	C-La Mancha	90
	Cataluña	324
	C. Valenciana	216
	Extremadura	43
	Galicia	119
	Madrid	276
	Murcia	64
Navarra	26	
País Vasco	91	
Rioja (La)	12	
Ceuta y Melilla	4	

4. Perspectiva general

El proceso de análisis de este estudio ha seguido un trayectoria lógica, empezando en el momento de la compra de los alimentos y bebidas y la funcionalidad de los envases; pasando por la fase posterior de gestión doméstica y consumo de los alimentos en el hogar; y finalizando con el reciclaje de los residuos generados del consumo de alimentos y bebidas en el ámbito doméstico, incidiendo en la discusión del actual Sistema Colectivo de Responsabilidad Ampliada del Productor (SCRAP), anteriormente conocido como Sistema Integrado de Gestión (SIG), y del Sistema de Depósito, Devolución y Retorno (SDDR).

Como veremos más adelante, del estudio se ha podido entender el modo en que el **consumo y el reciclaje** se relacionan, a la vez que se oponen; y el lugar que ocupa en todo ello la **conciencia ambiental**, así como el **desdoblamiento sociológico** del individuo en la fase de compra y de consumo, y en un momento posterior.

La **compra** como acto concreto se encuentra engarzada en los modos de vida de manera completamente confusa. **La compra se ajusta al ritmo y a los modos de vida, del mismo modo en que lo hace el individuo.** Nos encontramos con un tipo de compra no muy planificada, que aprovecha los desplazamientos con otros propósitos para surtir de algunos productos, necesarios o no. Por tanto, **se compra como se vive**, podríamos decir, lo que da lugar a interesantes comportamientos culinarios posteriores que suponen una ruptura con los patrones de generaciones anteriores de gestión y preparación de los alimentos.

Para comprender la problemática de lo envasado, el desperdicio y el reciclaje, vamos a señalar, por un lado, el **tipo de relación que mantienen las esferas del consumo y del reciclaje**, y la evidente presencia de la **conciencia ambiental o ecológica** en el discurso social general.

A la hora de la comprar, se percibe con claridad entre los consumidores lo que ha supuesto el trabajo de los discursos ambientalistas sobre el consumo, pero que han cristalizado más en la dimensión de la salud y de lo saludable que en la de la sostenibilidad ambiental. Así, la presencia de lo ecológico o de cierta conciencia ecológica parece haberse materializado en determinadas prácticas, como el reciclaje. **Todos los grupos de consumidores reconocen la importancia de una cierta conciencia ambiental en el reciclaje.** Es una cuestión de conciencia y sensibilidad, que se transmite generacionalmente. Sin embargo, **el consumo tiene su lógica y la idea de reciclaje no ha venido a perturbarla.**

En el momento del consumo se comportan como meros consumidores y los criterios que guían sus actos de compra son los de los consumidores. Esto es igualmente cierto en todos grupos de consumo, con la diferencia que, en el caso de los más jóvenes, constituye una fuente de conflicto, que se ven escindidos entre sus convicciones ideológicas y sus modos de vida y consumo.

De este modo, los **criterios utilizados por el consumidor para hacer las diferentes elecciones de productos nada tienen que ver con lo ambiental.** Por consiguiente, el consumidor no es un agente activo que presione a favor o en contra de elementos característicos del consumo desde una conciencia ambiental. Dicho de otro modo, el comprador no es el agente de lo ecológico o de la sostenibilidad en el campo del consumo.

Por el contrario, **el reciclaje viene a ser la manera en que nuestra sociedad aborda la gestión de los desechos**, sin intervenir para nada

en su producción. El reciclaje viene a representar un confinamiento de la conciencia ambientalista del individuo al terreno específico de la gestión de los residuos, lo que supone un **desdoblamiento sociológico** del individuo moderno, que **puede comportarse simultáneamente como consumidor, bajo las exigencias de la lógica del consumo, y como “ecologista”, como la persona preocupada por el medio ambiente, en un momento posterior.**

Nos comportamos como si el reciclaje fuese indiferente del modo en que se consume, siempre que nos aprestemos a colaborar en los procesos de reciclaje de los residuos o desechos generados. Consecuentemente, **el reciclaje se ha convertido en esa especie de apéndice del consumo al que presta su carácter racionalizador.** El reciclaje se presenta como una convicción social con alto grado de consenso. Se recicla porque hay que hacerlo, porque hay una conciencia más o menos de que los efectos de la actividad humana se nos han ido de las manos.

Por lo que se refiere a los **envases**, estos son elementos característicos de las formas de consumo actual. Nacieron en un momento determinado como un **elemento de progreso, una conquista de valores** (higiene, calidad, individualización o separación, etc.). Sin embargo, **su proliferación empieza a ser concebido como un exceso, pero no existen alternativas posibles, ya que su anulación supondría un retroceso.** Pero para el consumidor, la proliferación de los envases no adquiere dimensión de problema en la esfera de la compra o del consumo, tan sólo en un momento posterior cuando se considera residuo. Y el reciclaje viene a ocuparse de envases, pero convertidos en residuos.

Mencionar que el envase no es, naturalmente, el único desecho que se produce en los hogares, sin embargo, es el único que parece inevitable. Los restos de alimentos y bebidas no aparecen en relación con ninguna lógica del despilfarro. Del análisis realizado, se muestra como **hay una clara tendencia a cuidar los alimentos para que no se desperdicien.** Se observa un cambio en la cultura tradicional de la gestión de los alimentos y de su preparación, comenzando por su compra. Tirar la comida ha sido algo tradicionalmente proscrito en los hogares españoles en épocas pasadas, y que con la crisis se ha visto más de cerca el problema, volviendo a prestar atención y cuidar este aspecto. **Ello no quiere decir que no se desperdicien alimentos, pero tal cosa tiene que ver tanto con las dificultades para la conservación como con el ajetreo de la vida actual en los hogares.**



Por lo general, a la hora de comprar **hay un ajuste de los artículos comprados y sus cantidades al posterior consumo para evitar el desperdicio alimentario.** Además, **se tiende a considerar más los criterios relacionados con las características de los alimentos dejando en un segundo plano los que tienen que ver con las características de los envases o los criterios medioambientales.** Así, el consumidor otorga más importancia a las propias características de los productos envasados frente los criterios medioambientales que pudieran presentar los envases. En cierta manera, son los más jóvenes y las familias jóvenes los que parecen necesitar más de la compra de envasados. Concretamente **se prioriza la funcionalidad y la calidad de los alimentos frescos envasados por encima de otros aspectos, aunque sin duda la comodidad y la rapidez constituye la principal ventaja.**





En cuanto a los **hábitos de gestión y consumo de los alimentos**, hay una clara disposición a cocinar y guardar lo cocinado para momentos posteriores, lo que lleva consigo preparar mayores cantidades de comida, evitando su congelación fundamentalmente porque se piensa que la congelación cambia el sabor del alimento ya cocinado. Nuevamente el grupo de los consumidores más jóvenes son los que tienen más dificultades para no acabar tirando la comida, embarcándose en una especie de lucha constante contra el desperdicio.

El estudio, igualmente, revela que **donde menos se estropean alimentos es en los hogares con un estatus social inferior y con pocos ingresos**, situando a los hogares de las ciudades de Madrid y Barcelona en los que con mayor frecuencia se estropean los alimentos.

El olvido o despiste, el exceso de tiempo, el no saber aprovechar las sobras y la mala conservación siguen siendo los motivos fundamentales por el que se estropean los alimentos que se conservan en el hogar.

En definitiva, el desperdicio de alimentos se percibe como defecto, fallo o error, que se intenta corregir en la medida de lo posible sin que, tampoco en este caso, se vislumbren soluciones colectivas, y apenas individuales.

En cuanto a la **gestión de los residuos en el ámbito doméstico**, la mitad de los ciudadanos parece tener claro el hecho de cómo se recicla según el tipo de basura. Sin embargo, en la práctica, hay dificultades claras y, en ocasiones, se hace de manera un tanto más negligente, o simplemente confusa. Pese a que ya lleva implantado un modelo de reciclaje o sistema de gestión de los residuos en los hogares, sigue habiendo dudas considerables acerca de qué productos deben acabar en qué tipo de contenedores.

Lo cierto es que en todos los hogares se recicla, pero el espacio constituye una de las principales dificultades. Del estudio se observa que la acumulación de contenedores en los hogares supone un problema a la hora de separar y reciclar los residuos. Así la **“barrera de la incomodidad” se sitúa en cuatro contenedores**.

A la hora de reciclar y separar también se perciben otras dificultades como la falta de adecuación entre el residuo y los contenedores; la tendencia a depositar los desechos en uno u otro tipo de contenedor, evitando llevarlo al punto limpio; la falta de proximidad de los contenedores o de un destino perfectamente identificado; o el desconocimiento sobre lo que corresponde a cada contenedor.

En general, del estudio podemos resaltar que **el hábito de separar o reciclar está clara y positivamente asociado a las grandes ciudades, y en algunos casos al estatus y renta**. Por tanto, aquellos hogares con menos ingresos y de clase social baja existe una tendencia a reciclar menos frente al resto de clases sociales y de ingresos de los hogares. Eso contrasta con un hecho destacable del análisis realizado es que **las dudas sobre cómo reciclar aumentan entre los jóvenes y en la comunidad de Madrid**, mientras que los consumidores más mayores y los de clase social baja son los que plantean tener menos dudas a la hora de reciclar en los contenedores correspondientes.

Con respecto a los **sistemas de gestión de los residuos** generados en el ámbito doméstico, el actual **Sistema Colectivo de Responsabilidad Ampliada del Productor (SCRAP)**, antes denominado **Sistema Integrado de Gestión de Residuos (SIG)** se sostiene sobre una **lógica de la colaboración ciudadana necesariamente basada en una cierta conciencia ambientalista**. Este sistema se sostiene sobre esa idea que hemos repetido de conciencia ambiental del individuo. Es una

cuestión de educación, cuyo sentido reside precisamente en que constituye una manera de ver las cosas.

Por el contrario, el **Sistema de Depósito, Devolución y Retorno (SDDR)** se sostendría en la **lógica de la coerción, es decir, el de basar el comportamiento individual en una motivación dineraria**. El **SDDR vendría a romper con la lógica de la conciencia o sensibilización ambiental para introducir otra de tipo coercitivo**. Lo paradójico del asunto es que, a la vez que rompe con esa lógica, la requiere para dotarse de legitimidad, pues la coerción sólo puede sostenerse si el fin buscado es compartido.

Este cambio de lógica supone cuestionar también el modelo y podría afectar a sus propias bases (la conciencia ambiental), lo que podría dejar de promoverse. Por tanto, el abandono de esa perspectiva más educativa y de conciencia ambiental podría abrir el camino de otras vías igualmente coercitivas, implicando incluso que quien resulta verdaderamente penalizado es el que hasta el momento reciclaba voluntariamente. Por consiguiente, el SDDR viene a penalizar a quien ya reciclaba, más que a introducir en la cadena de reciclaje a quien se encontraba fuera de ella.

En este contexto, **mientras que el sistema actual SCRAP se encuentra completamente separado de los actos de compra, el SDDR vendría a vincularse a ellos, en cierto modo como si de una vuelta al pasado se tratase, de manera que para los individuos, lo que ahora son defectos de funcionamiento del SCRAP** (por ejemplo, tener que desplazarse cargado de residuos cuando los contenedores no están próximos a la vivienda) **se convertirían en meras características constitutivas del sistema SDDR** (tener que desplazarse al punto de venta cargado de residuos para reciclar y recuperar el depósito). Además la introducción del elemento del dinero abre dudas acerca de los intereses que puede haber en juego.

En cuanto a la coexistencia de ambos modelos, SCRAP y SDDR, plantea ciertas dudas el SDDR, ya que el destino final del producto recogido es el mismo que el del sistema actual, y no la reutilización. Por tanto, el SDDR nace con un déficit importante, y como modelo restringido a la recuperación del envase, que no mejora ni sustitución al sistema actual. Así, la coexistencia de ambos sistemas podría producir todo tipo de efectos secundarios indeseados y no buscados, al dotar de un valor visible y cuantificable, para todos, a una parte de los residuos, que podrían acabar, también, en el SDDR. Con el SDDR no se garantiza que los que no reciclan, por carecer de conciencia ambiental, se incorporen al reciclaje de envases bajo el SDDR.

En definitiva, del análisis del estudio se revela los **tres elementos negativos que implican el funcionamiento del SDDR que son: el incremento del número de contenedores necesarios en el ámbito doméstico**, su volumen y, por tanto, la dificultad de gestión casera de los desechos; **el vincular a los momentos de la compra la práctica de deshacerse de los residuos** que entrarían a formar parte del SDDR, exigiendo una doble planificación y, por consiguiente, obligando a rehacer los actuales hábitos de compra y reciclaje (que actualmente están por completo separados con el sistema actual); y el hecho de **transportar los residuos que entrarían a formar parte del SDDR hasta su punto de venta** con independencia de la distancia, no como defecto sino como condición del sistema.

Del análisis de las percepciones de los consumidores sobre el SDDR, no podemos encontrar una cierta aceptación de este nuevo sistema, ya que hay clara división de opiniones al respecto. Pese a los inconvenientes del nuevo sistema, SDDR, e, incluso, lo que tiene de “perverso” en cierto modo (su lógica es la de la penalización previa), **se acepta (cuando se acepta) precisamente desde una clara conciencia ambiental, con el objetivo de incrementar la recogida de envases. Dicho de otro modo: quien lo acepta es siempre alguien que ya cumple con el actual sistema de reciclaje o las medidas implantadas para la recogida selectiva**. Por tanto, el SDDR no convence, aunque parte de los consumidores estuviesen dispuestos a aceptarlo en aras de un bien supuestamente mayor, como sería el incremento del reciclaje.

5. Resultados

Los resultados del estudio se han centrado en estos bloques temáticos que pasamos a detallar a continuación:

- En un momento antes de la compra de alimentos y bebidas, y la funcionalidad de los envases. **Hábitos de compra.**
- En el momento del consumo de alimentos y bebidas en los hogares y la gestión doméstica de los mismos. **Consumo en el hogar.**
- En el momento de gestión de los residuos generados en el hogar, tanto de los alimentos como sus envases. **Gestión de los residuos.**

5.1. Hábitos de compra

5.1.1. Los envases

Los envases son parte característica de la compra en el mundo del consumo. El tema de los envases se ha extendido tanto hacia el ámbito de lo alimentario, hasta el punto de que ha llegado a ocupar, incluso, la esfera de los productos a granel, los cuales, una vez comprados, sufren un proceso de envasado.

La proliferación de los envases es un elemento característico de las formas de consumo actual, considerado para los más jóvenes, como un verdadero problema, para lo cual no se tiene respuesta, ni siquiera alternativas posibles. Por tanto, la proliferación de los envases empieza a ser concebida como un exceso, pero su anulación supondría el regreso a situaciones pretéritas, algo que es imposible de imaginar en la sociedad actual.

Sin embargo, el modo en que podría evitarse tal proliferación de envases es algo que no aparece en el horizonte del discurso, precisamente porque los envases nacieron en un momento determinado como un elemento de progreso, una conquista de valores de higiene, calidad, individualización o separación, etc. El envasado cuando nace en el mundo del consumo lo hace como conquista, y se incorpora perfectamente a los hábitos de vida cotidiana.

Según el estudio, hoy día resulta prácticamente impensable volver a un tiempo en el que todo se comprase a granel, incluyendo los líquidos, ya que hay que hacer viable el comportamiento en el seno de una cierta normalidad. Por consiguiente, es prácticamente imposible evitar la compra de alimentos envasados. Incluso los productos a granel o los artículos comprados al peso se embalan después.

Por otro lado, cabe destacar que en el estudio se observa una característica que tiene gran interés para comprender la problemática de lo envasado, el desperdicio y el reciclaje. Nos referimos a la evidente presencia en el discurso social general de la conciencia ecológica o de desarrollo de una economía ecológica o ambiental.

El estudio revela la diferente manera en que lo “ecológico” se construye en las posiciones de los distintos grupos de edad. En efecto, todos los grupos de edad reconocen la importancia de una cierta conciencia ambiental en el reciclaje. Es una cuestión de sensibilidad y de conciencia en todos los grupos de edad y formación, y, además, se transmite generacionalmente. Esa conciencia y comportamientos se han integrado en la práctica cotidiana, no sin dificultades y contradicciones pero, en cualquier caso, sin constituir una

problemática conscientemente contradictoria entre la convicción y el modo de vida.

Lo cierto es que las convicciones ambientalistas o ecologistas se detectan más entre los más jóvenes, y, en especial, los que poseen estudios universitarios. Son conscientes de que sus preocupaciones ecológicas o ambientales se encuentran completamente ausentes de su comportamiento como consumidor. En el momento del consumo se comportan como meros consumidores y los criterios que guían sus actos de compra son los de los consumidores. Esto es igualmente cierto en todos los casos; la diferencia interesante es que, en el caso de los más jóvenes, constituye una fuente de cierto conflicto, que se ven escindidos entre sus convicciones ideológicas y sus modos de vida y consumo.

Por tanto, a la hora de la comprar alimentos y bebidas, se percibe con claridad entre los consumidores lo que ha supuesto el trabajo de los discursos ambientalistas sobre el consumo, pero éstos han cristalizado más en la dimensión de la salud y de lo saludable que en la de la sostenibilidad ambiental.

Consiguientemente, el consumidor no es un agente activo que presione a favor o en contra de elementos característicos del consumo desde una conciencia ambiental. Dicho de otro modo, el comprador no es el agente de lo ecológico o de la sostenibilidad en el campo del consumo. Otra cosa distinta es que, dada una serie de alternativas, el consumidor pueda elegir entre unas u otras, teniendo en cuenta alguna de estas consideraciones. Pero las consideraciones derivadas de los modos o estilos de vida tienen siempre mayor peso, sobre todo por la tendencia, de que hoy en día todo viene envasado. Así, el envasado no es un elemento aislado, sino que se encuentra vinculado a modos de vida, a situaciones sociales difícilmente reversibles.

Esta proliferación de los envases no adquiere dimensión de problema en la esfera de la compra o del consumo, tan sólo empieza a serlo cuando se considera residuo. Y, en este caso, corresponde al reciclaje abordar este problema a través de la gestión de los residuos. Por ende, el reciclaje de tales residuos actúa, generalmente, como un elemento normalizador aparentemente suficiente en los modos de organización social. Dicho de otro modo: incluso si la proliferación del envasado se percibe como un exceso, el reciclaje viene a actuar generalmente como respuesta, como práctica adecuada tendente a acotarlo y mantenerlo dentro de unos límites.

5.1.2. La compra

La compra se encuentra engarzada en los modos de vida de los consumidores.

En el estudio se ha detectado que cualesquiera que sean los criterios utilizados a la hora de comprar para hacer las diferentes elecciones, poco tienen que ver con lo ambiental. Como hemos ya adelantado, el reciclaje viene a ocupar de los envases, pero convertidos en desechos o residuos en el ámbito doméstico. El reciclaje viene a ser la manera en la que nuestra sociedad aborda la gestión de los residuos, sin intervenir para nada en las elecciones que hacen los consumidores de unos u otros productos.



Frecuencia de algunos criterios a la hora de comprar alimentos

En términos generales, **hoy día se tiende a hacer la compra semanal, lo que no evita tener que intercalar algunas compras más frecuentes**, sobre todo para la compra de productos frescos, por el motivo de la dificultad de su conservación en el hogar. En cualquier caso, la compra en períodos más cortos empieza a ser un lujo inaccesible para la mayor parte de las familias o personas que trabajan.

Encontramos, también, **un tipo de compra no muy planificada, que aprovecha los desplazamientos con otros propósitos para surtir de algunos productos, necesarios o no**. La compra se ajusta, entonces, al ritmo y a los modos de vida, del mismo modo en que lo hace el individuo. Se compra como se vive, podríamos decir, lo que da lugar a interesantes comportamientos culinarios posteriores que suponen una ruptura con los patrones de gestión de los alimentos y de los platos con respecto a las generaciones posteriores.

En el momento de la compra, **sí que se produce un ajuste de los artículos comprados y sus cantidades al posterior consumo, de manera que no se generen desperdicios de alimentos**. Hay una clara tendencia a cuidar los alimentos que compramos para que no se desperdicien, y de adecuar nuestra compra a nuestras necesidades, tratando de evitar que sean desechados.

La compra de **productos preparados o precocinados** también tiende a ser de manera puntual y para salir del paso ante la falta de previsión. Esto parece que es relativamente frecuente entre los más jóvenes, particularmente entre quienes vivían en pisos compartidos o no habían producido todavía relaciones de familia más estables y organizadas. También es más frecuente entre los más jóvenes la compra de **productos congelados**, aunque no es algo habitual.

En cuanto a **la compra de productos envasados**, es prácticamente imposible no comprar los productos en algún tipo de envase, aunque sea como elemento de transporte del producto fresco. Evidentemente, comprar o no envasado no es una opción más que para el caso de las frutas, verduras, carnes y pescados. Incluso en la compra a granel se suele producir una especie de envasado que, en algunos casos, es idéntico al equivalente de la compra del producto fresco pero ya envasado.

Por lo general, **son los más jóvenes y las familias jóvenes (incluso con niños pequeños) los que parecen necesitar más de la compra de envasados**. La percepción es que la comida envasada se ajusta mejor a nuestro ritmo de vida. Supone lo rápido, lo inmediato en el sentido temporal, pero también la relación inmediata entre comprador y artículo comprado, sin otra mediación, como pueda ser la mantenida en las compras o en pequeños comercios o mercados.

Del estudio se percibe que la elección entre envasado o a granel en el producto fresco tiene otras implicaciones. **La compra a granel puede representar una opción de calidad**, cuando el producto se compra por elección de cualidades visibles o por consideración de mayor calidad de un establecimiento especializado. Además, **implica una medida para reducir el desperdicio de alimentos**, frente a los alimentos frescos envasados que contienen más unidades, aunque esto dependerá del tipo de producto, de la frecuencia de su consumo y del número de personas que habitan en el hogar.

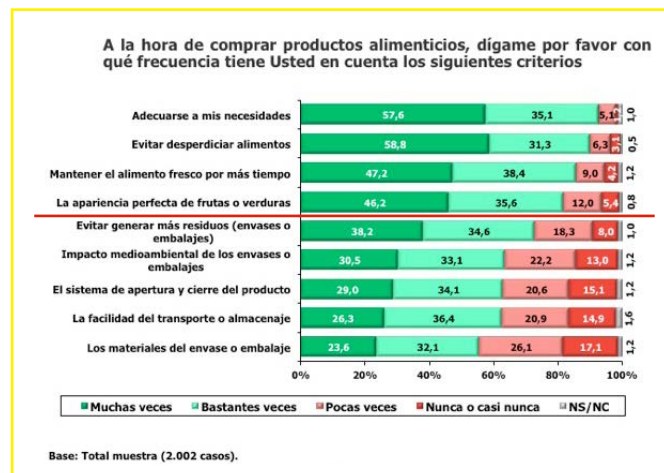
En cuanto al **tamaño de los envases de alimentos**, se ha detectado que los más grandes se consumen frecuentemente en las casas en las que hay un mayor número de personas, implicando un ahorro. Por el contrario, el tamaño del envase se reduce en la medida en que el consumo es menor o el número de personas del hogar es inferior. Por otra parte, los envases mono-dosis o envases "listos para su consumo" tienen otro cometido, bien sea por comodidad en su transporte, por la facilidad de manipulación; o por el destinatario final del mismo (consumo infantil, entre otros). Sin duda cuando el consumo de un producto es ocasional se suele tender a comprar tamaños reducidos.

Uno de los aspectos relacionados con los hábitos de compra fue la frecuencia con la que se utilizan determinados criterios a la hora de comprar los alimentos y sus envases.

Así, según los datos extraídos, como ya adelantábamos, **a la hora de comprar productos alimenticios, se tienen en cuenta con mayor frecuencia los criterios directamente relacionados con las características de los alimentos, dejando en un segundo plano aquellos que tienen que ver con las características de los envases o los criterios medioambientales**.

Nueve de cada diez consumidores tienen en cuenta **a la hora de comprar alimentos muy frecuentemente que se adecúen a sus necesidades (92,7%) y que eviten desperdiciar alimentos (90,1%)**. El 85,6% tienen en cuenta **mantener el alimento fresco por más tiempo** bastantes o muchas veces y el 81,8% tienen en cuenta **la apariencia perfecta de frutas o verduras**.

Con menor frecuencia se tienen en cuenta el resto de criterios (**evitar generar más residuos; impacto medioambiental de los envases o embalajes; el sistema de apertura y cierre del producto; la facilidad del transporte o almacenaje; y los materiales del envase o embalaje**), aunque es, en todos los casos, mayoritario el porcentaje agregado de quienes los tienen en cuenta bastante o muchas veces. Esto quiere decir, que en general todos los criterios son tenidos en cuenta con frecuencia por buena parte de los consumidores en España.



En este sentido, **apreciamos el desdoblamiento sociológico del individuo moderno, puesto que, en el momento de la compra, se comporta como consumidor atendiendo fundamentalmente a las exigencias propias del consumo de los productos sin que intervenga la lógica medioambiental en sus decisiones de compra de unos productos frente a otros**.

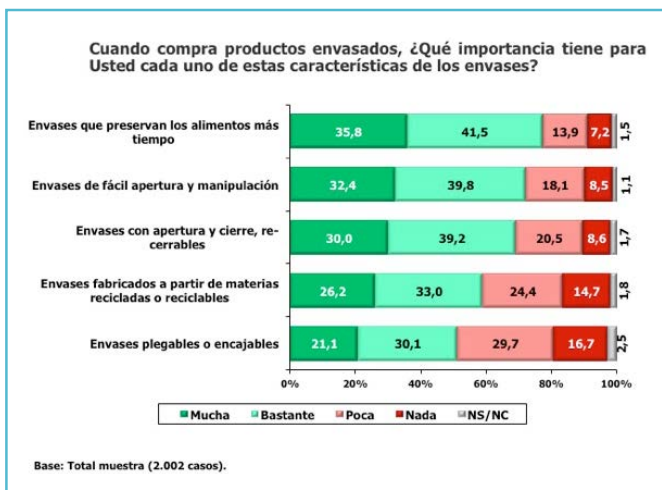


Importancia de las características de los envases

Preguntamos a los consumidores sobre **la importancia que podían conceder a diversas características de los envases a la hora de comprar productos envasados**. En concreto, planteamos cinco aspectos fueron los siguientes: que preservasen los alimentos más tiempo; que sean de fácil apertura y manipulación; que tengan apertura y cierre, o sean recerrables; que sean fabricados a partir de materias recicladas o reciclables; o que sean plegables o encajables. El resultado fue que **los cinco aspectos propuestos son valorados como bastante o muy importante para más de la mitad de los consumidores españoles**.

Nuevamente volvemos a apreciar aquí ese desdoblamiento del comportamiento del individuo (consumidor y ecologista), puesto que a la hora de comprar, **el consumidor otorga más importancia a las propias características de los productos envasados frente los criterios medioambientales que pudieran presentar los envases**.

Así, encabezan el ranking **envases que preservan los alimentos más tiempo y envases de fácil apertura y manipulación**. En tercer lugar aparecen **los envases con apertura y cierre**. Finalmente, las características que menos importancia conceden los ciudadanos son a **los envases fabricados a partir de materias recicladas o reciclables y a los envases plegables o encajables**.



Por tanto, **se otorga más importancia a los envases que preservan los alimentos más tiempo y que sean de fácil apertura y manipulación, seguido de los envases con apertura y cierre**. Sin embargo, **menos importancia conceden los consumidores a los envases fabricados a partir de materias recicladas o reciclables y a los envases plegables o encajables**.

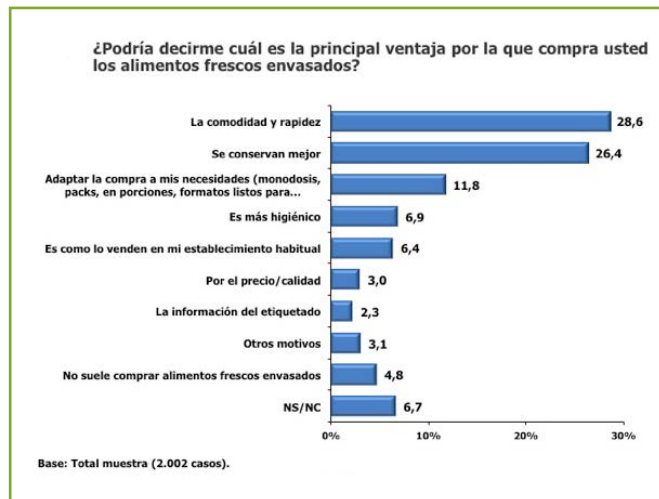
En función del sexo, **la importancia de todas las características es sistemáticamente superior entre las mujeres frente a la de los hombres**. Y además, **la edad y la clase social también influyen en algunas de ellas**, aunque en ninguno de los dos casos se produce una tendencia directa, sino que **se refleja una mayor importancia en los valores medios y menor en los segmentos más opuestos**.

Principales ventajas de la compra de alimentos frescos envasados

Otro aspecto a indagar relacionado con los hábitos de consumo tenía que ver con las ventajas que los consumidores perciben al comprar alimentos frescos envasados. Para ello se invitó a los informantes a señalar la principal ventaja que veían en esta compra, de una relación con seis opciones diferentes y un campo abierto de "otras" para quien espontáneamente quisiera señalar una opción no contemplada en la relación.

Así, a la hora de comprar alimentos frescos envasados, las ventajas más señaladas por los consumidores fueron en **la comodidad y la rapidez** por un lado (28,6%) y **el hecho de que se conserven mejor los alimentos de este modo** por otro (26,4%). Esto implica que se está priorizando la funcionalidad y la calidad de los alimentos frescos envasados por encima de otros aspectos. En tercer lugar se sitúa otra ventaja de carácter funcional, que es **adaptar la compra a las necesidades** del consumidor (11,8%) y, en menor medida, son mencionadas otras ventajas como que **es más higiénico** (6,9%), que **es como lo venden en su establecimiento habitual** (6,4%), **por el precio o la calidad** (3,0%), esto último mencionado espontáneamente en la opción de otros, y la **información del etiquetado** (2,3%).

Por consiguiente, **se prioriza la funcionalidad y la calidad de los alimentos frescos envasados por encima de otros aspectos, aunque sin duda la comodidad y la rapidez constituye la principal ventaja**.

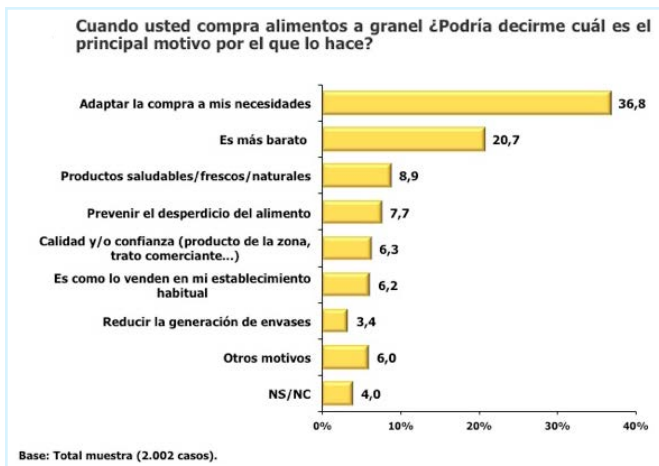


Principales motivos para comprar a granel

Se abordó el asunto de la compra a granel, pidiendo a los informantes que nos indicaran el principal motivo por el que compran de esta manera, cuando lo hacen. Para ello se sugirieron cinco opciones cerradas de respuesta y una abierta, para que espontáneamente se refirieran a otro motivo aquellos que no lo encontraran entre nuestras sugerencias.

El resultado fue que **la adaptación de la compra a las necesidades y el precio** son los principales motores de la compra a granel. Casi cuatro de cada diez consumidores cuando **compra a granel lo hace para adaptar la compra a sus necesidades** (36,8%), y dos de cada diez consumidores lo hace porque **comprar a granel es más barato** (20,7%). Cabe destacar también el 8,9% de ciudadanos que **señalaron espontáneamente**, como principal motivo, menciones que se referían a que **comprando así los alimentos son más frescos, saludables o naturales**; y, también espontáneamente el 6,3% se refirieron a **aspectos relacionados con la calidad y la confianza**, tales como la identificación de la zona del producto, el trato con el comerciante, etc. Por último, el 7,7% señaló como principal motivo **prevenir el desperdicio del alimento**, el 6,2% que **es como lo venden en su establecimiento habitual** y el 6,0% a otros motivos de diversa índole.





En definitiva, **los principales motivos de comprar a granel son la adaptación a las necesidades del consumidor y el precio, que es más barato, aunque, para muchos consumidores es sinónimo de adquirir productos más frescos, saludables y naturales, como de calidad.**

5.2. Consumo en el hogar

Nos interesa la **gestión doméstica de los alimentos y bebidas** fundamentalmente para entender el modo en que se produce **el desperdicio de alimentos en los hogares**, que no obedece nunca a un solo factor y para cuya comprensión cabal hay que entender también lo que han supuesto los cambios en los papeles de los hombres y mujeres en relación con lo público y lo doméstico.

Por ello, el segundo bloque temático del estudio tiene que ver con el consumo en el hogar y su relación con los envases, los alimentos y sus características, más concretamente con el **comportamiento del consumidor en relación con las condiciones de conservación y almacenaje de los alimentos y el papel de los envases en este proceso.**

Los actuales modos de vida han alterado profundamente la relación con lo doméstico. **La cultura tradicional de la gestión de los alimentos y de su preparación se ha visto parcialmente modificada. El cambio puede observarse en todos los órdenes de la gestión de los alimentos, comenzando por su compra.** Esa ruptura también tiene que ver, naturalmente, con la mayor presencia de productos envasados en la compra; y se vea reflejada en la incorporación de preparaciones culinarias foráneas. La cuestión es que desde el punto de vista de la compra y la gestión de los alimentos en el ámbito doméstico, se han producido ciertas discontinuidades con respecto a tiempos anteriores, que tienen interés en lo que atañe a la producción de desperdicios.

Se detecta una evidente continuidad de la cultura culinaria (la transmisión intergeneracional en el interior de la familia) y, por otro lado, la proliferación de programas de cocina, libros, etc., todo ello formando parte de la cultura en la que se han educado buena parte de los encuestados, incluidos los de más edad.

Sin embargo, en la práctica cotidiana, **ahora hay una menor dedicación a la compra y la cocina, implicando el incremento de aquellos elementos que pueden conllevar algún tipo de ventaja, facilidad o "comodidad" para el consumidor.** Es decir, que se compra más semipreparado para el día a día (aunque no se trate de precocinados), a la vez que se tiende a preparar comidas en casa que requieran menor intervención o menor tiempo. Si bien es cierto que las cantidades de comida compradas se gestionan con arreglo a las necesidades del consumo familiar.

De igual forma, **hay una tendencia a cocinar y guardar lo cocinado para momentos posteriores, lo que lleva consigo preparar mayores cantidades de comida**, de manera que se puede consumir el mismo plato en diferentes momentos cercanos en el tiempo. Esto se produce en parte porque no se tiende a congelar demasiado, sobre todo cuando se trata de productos ya cocinados, y porque, en opinión de los encuestados, la conservación en el hogar es relativamente complicada.

Por lo que respecta a **las prácticas de gestión doméstica de los alimentos**, y en especial a la conservación de los alimentos, **los consumidores tienden a evitar la producción de desperdicios de los productos frescos, pero también de los ya cocinados.** Sin embargo, para los más jóvenes, todo esto supone siempre diversas dificultades, llegando a darse una cierta disociación entre la compra y la cocina: se compraría de acuerdo con las exigencias de una alimentación saludable (productos frescos, incorporación de verduras, etc.), pero en la práctica no se sabría muy bien cómo cocinar todo eso sin incurrir en el desperdicio.

Por tanto, **los consumidores tienden a evitar los desperdicios de los productos frescos y de los ya cocinados, no sin grandes dificultades en la práctica.** A nivel práctico, las mayores dificultades surgen siempre con la conservación de las frutas y las verduras, que son los más perecederos.

En cuanto a **los productos cocinados en el hogar**, una práctica extendida entre los consumidores, que no es exclusiva ni estrictamente juvenil, es la de **conservar la comida cocinada.** Y no se trataría como sobrantes, sino de cantidades preparadas en exceso. **Se tiende, con mayor frecuencia, a guardar los alimentos cocinados para un posterior consumo, pero se evita congelarlo, fundamentalmente porque se piensa que la congelación cambia el sabor del alimento ya cocinado.**

Esto plantea también algunas rupturas con los usos tradicionales, ya que supone, en muchas ocasiones, repetir la misma comida en días sucesivos, para no tirarla y evitar su congelación.

Nuevamente, **los consumidores más jóvenes son los que tienen más dificultades para no acabar tirando la comida, embarcándose en una especie de lucha constante contra el desperdicio.**

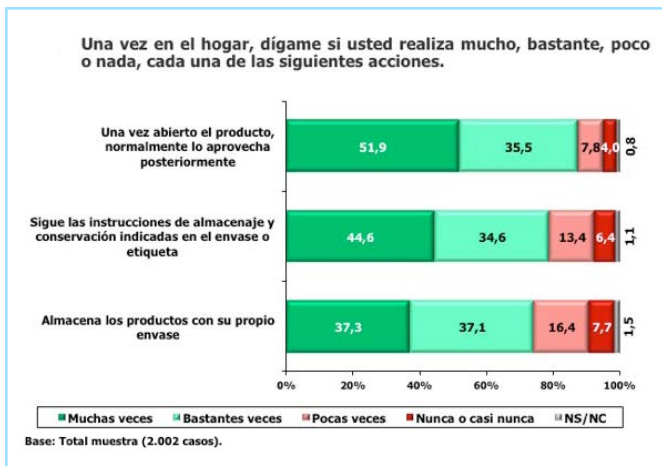
Parece claro que los desperdicios de alimentos producidos en los hogares españoles pueden ser importantes desde un punto de vista absoluto, pero no es el resultado de prácticas culturales en uso.

A continuación se presentan algunos de los resultados en la gestión doméstica de los alimentos y bebidas atendiendo al comportamiento llevado a cabo en el hogar, no por la persona. Para ello, los resultados analizados atendieron a las variables de los comportamientos de los hogares (clase social, ingresos del hogar, tamaño de hábitat y CCAA) excluyendo las propias del individuo (sexo y edad).

Almacenaje y conservación de los alimentos en los hogares

Otra cuestión consultada fue la frecuencia con la que los consumidores siguen las instrucciones indicadas en el envase o la etiqueta, si almacenan los productos con su propio envase y si aprovechan los productos una vez abiertos.





El resultado es que **más de la mitad de los consumidores aprovechan posteriormente el producto una vez abierto** muchas veces (51,9%) y el 44,6% de los consumidores **siguen las instrucciones de almacenaje y conservación indicadas en el envase o etiqueta** también muchas veces. De las tres acciones, la que menos se lleva a cabo por los consumidores es el **almacenaje de los productos en su propio envase**, aunque puede observarse que también es realizada frecuentemente por buena parte de la población.

Por tanto, **es menos frecuente que los consumidores almacenen los productos en su propio envase, lo que conlleva al comportamiento de desechar el envase originario del producto comprado** y, en caso necesario, conservarlo en otro recipiente, envase o material para conservar.

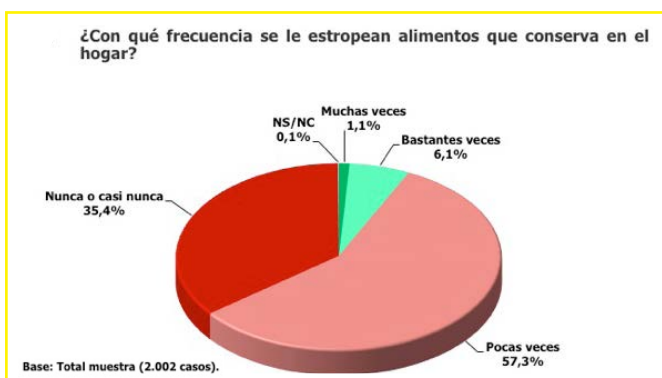
Cabe destacar que seguir las instrucciones de conservación indicadas en el envase o etiqueta es más frecuente entre aquellos que residen en hogares con más ingresos y, en cambio, es menos frecuente entre los más jóvenes y los de clase baja.

En cuanto a la frecuencia con la que se almacenan los productos con su propio envase es mayor en los hogares de clase media y los residentes en hogares con más ingresos. Mientras que la frecuencia es menor en los de clase baja, los residentes en hogares con menos ingresos y en las comunidades de Cataluña, Madrid y Galicia.

En cuanto al aprovechamiento posterior del producto una vez abierto, cabe indicar que **con menor frecuencia, los andaluces aprovechan posteriormente los productos una vez abierto su envase**.

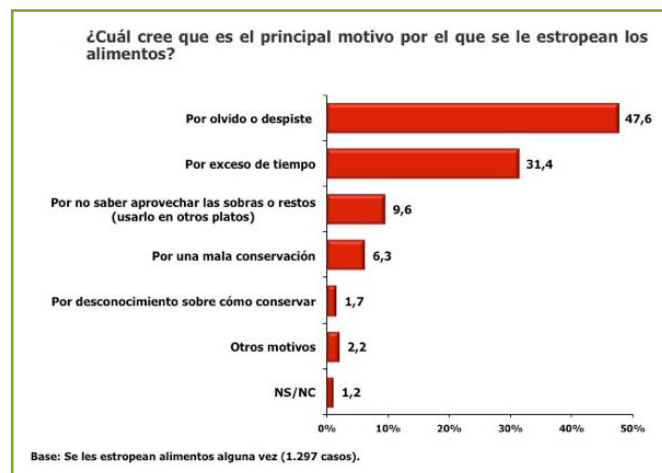
Frecuencia y motivos por los cuales se estropean los alimentos en los hogares

Con relación a la frecuencia con la que se estropean los alimentos que se conservan en los hogares, se utilizó para ello la misma escala utilizada en las preguntas anteriores: muchas veces, bastantes veces, pocas veces y nunca o casi nunca.



Así, un 35,4% de la población afirma que nunca o casi nunca se estropean alimentos que conserva en el hogar, mientras que más de la mitad señalan que esto les ocurre pocas veces (57,3%). Si bien, representa un 7,2% aquellos ciudadanos que reconocen que se les estropean alimentos bastantes (6,1%) o muchas veces (1,1%).

Los hogares donde, con menor frecuencia, se estropean alimentos destacan aquellos hogares con un estatus social inferior y aquellos con pocos ingresos. Mientras que en las dos grandes urbes, Madrid y Barcelona, destacan aquí los hogares en los que, con mayor frecuencia, se estropean los alimentos.



Para indagar en **los motivos por los que se estropean los alimentos conservados en los hogares**, se procedió a consultar a todos aquellos que habían reconocido que se les estropeaban alimentos con alguna frecuencia (pocas, bastantes o muchas veces) sobre el principal motivo por el que creen que esto ocurre. Para ello, se sugirieron cinco posibles motivos y una opción abierta para que todos los informantes pudieran identificar el principal.

Casi la mitad de los consumidores a los que se les estropean alimentos en alguna ocasión aseguran que el principal motivo es **por olvido o despiste** (47,6%), y tres de cada diez señalan **el exceso de tiempo transcurrido hasta el posible consumo**, habiendo así periculado o caducado el producto (31,4%). Este motivo no es excluyente con respecto al primero, sino más bien complementario.

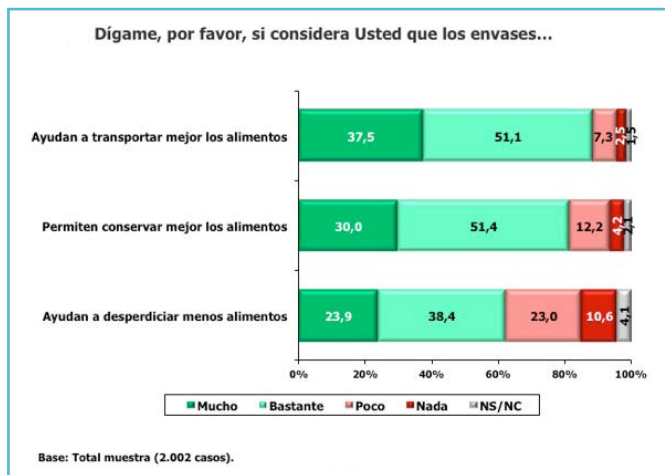
También, uno de cada diez consumidores señala **no saber aprovechar las sobras o restos para aprovecharlos posteriormente o en otros platos** (9,6%). Además, el 6,3% señala que el motivo por el que se le estropeaban los alimentos era **por una mala conservación**, el 1,7% **por desconocimiento sobre cómo conservar** y el 2,2% aludió a otros motivos.

Efectivamente, **los alimentos conservados en el hogar se estropean, fundamentalmente, por olvido o despiste, por exceso de tiempo, por no saber cómo aprovechar las sobras, y por una mala conservación**.



Contribución de los envases a la gestión de los alimentos

Otro aspecto a medir fue la consideración de los consumidores con respecto a **algunas contribuciones de los envases para la gestión de alimentos en el hogar**. En concreto se preguntó al conjunto de los ciudadanos en qué medida consideraban que los envases ayudan a desperdiciar menos alimentos, a conservar mejor los alimentos y a transportar mejor los alimentos.



Nueve de cada diez ciudadanos (88,6%) afirman que **los envases ayudan bastante (51,1%) o mucho (37,5%) a transportar mejor los alimentos**. Ocho de cada diez (81,4%) señalan que **los envases permiten bastante (51,4%) o mucho (30,0%) conservar mejor los alimentos**. Y, por último, representan seis de cada diez (62,3%) **los consumidores que declaran que los envases ayudan bastante (38,4%) o mucho (23,9%) a desperdiciar menos alimentos**.

De manera que en **dos de las tres funciones propuestas los ciudadanos se muestran mayoritariamente de acuerdo con una amplia contribución de los envases, coincidiendo en señalar que los envases ayudan a transportar y a conservar mejor los alimentos**. Sin embargo, **se percibe una menor incidencia al referirse a que los envases ayudan a desperdiciar menos alimentos**, cuya función es reconocida por buena parte de los consumidores, pero en menor medida que las dos anteriores.

Como se ha apuntado anteriormente en el estudio, en el momento de la compra o del consumo, los envases no suponen un problema para el consumidor, ya que contribuyen a transportar los alimentos (incluso aquellos comprados a granel o al peso, ya que se embalan posteriormente) y a conservar mejor los alimentos. Sin embargo, el problema con los envases surge cuando estos se convierten en residuos, que hay que gestionar en el hogar.

Por otra parte, sorprende la percepción que tienen los consumidores de la funcionalidad de los envases, ya que no perciben que éstos puedan ser un elemento fundamental para evitar el desperdicio de alimentos envasados, bien a través de alargar la vida útil o mantenerlos frescos por más tiempo.

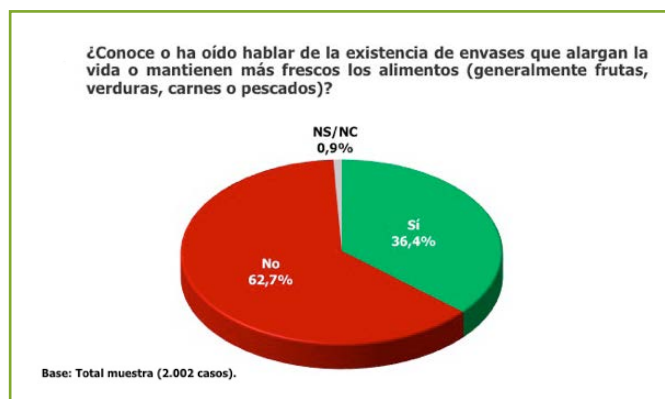
La consideración de que los envases ayudan desperdiciar menos alimentos es mayor entre los hombres y los que viven en hogares con menos ingresos, frente a una menor consideración entre quienes tienen menos de 55 años, en hogares con más ingresos y en las comunidades de Madrid y Valencia.

Que los envases permiten conservar los alimentos es una afirmación que destaca entre quienes tienen de 35 a 44 años, mientras que esta consideración tiene una menor incidencia entre las mujeres, entre los que tienen una clase social baja y en Cataluña.

Finalmente, destacar que entre los menores de 65 años y los ciudadanos de clase media tiene una mayor incidencia la idea de que los envases ayudan a transportar mejor los alimentos, observándose una incidencia menor entre los de clase baja.

Conocimiento e interés por determinados envases

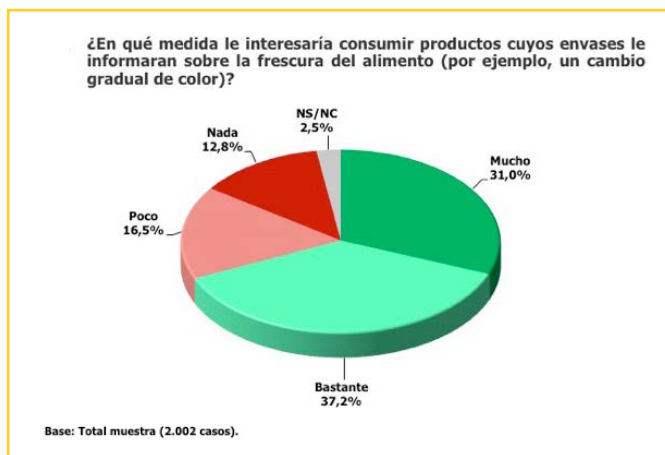
Se quiso también comprobar en qué medida los consumidores conocen la existencia de envases que alargan la vida o mantienen más frescos los alimentos, lo cual se consultó directamente mediante una pregunta dicotómica. El resultado es que **uno de cada tres ciudadanos afirma que conoce o ha oído hablar de envases que alargan la vida de los alimentos (36,4%)** mientras que los otros dos (62,7%) aseguran que no.



El perfil de los ciudadanos con un mayor conocimiento de envases que alargan la vida o mantienen más frescos los alimentos se corresponde en mayor medida con los hombres, con edades intermedias, de clase media alta, los residentes en hogares con más ingresos y en la comunidad Autónoma de Galicia.

Otro aspecto analizado en relación con los envases fue el interés que suscita consumir productos cuyos envases informaran al consumidor sobre la frescura del alimento, por ejemplo, a través de un cambio gradual de color del envase o semejante.

El resultado fue que **siete de cada diez consumidores (68,2%) señalan tener bastante (37,2%) o mucho (31,0%) interés en consumir productos cuyos envases informaran al consumidor sobre la frescura del alimento**, por ejemplo, con un cambio gradual de color en el envase, reflejando así una buena predisposición general en el conjunto de la población. Por su parte, representan un 16,5% quienes muestran poco interés y un 12,8% los que no muestran ninguno.

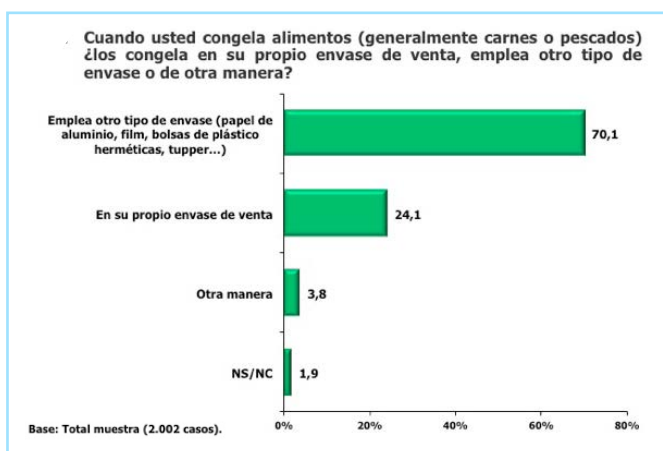


Así, siete de cada diez consumidores muestran interés en consumir productos cuyos envases informaran sobre la frescura del alimento.

Además, se percibe un mayor interés entre los hombres, en los consumidores con menos de 65 años, de clase media alta y en la comunidad Autónoma de Andalucía. Mientras que el interés es menor entre las mujeres, en los mayores de 65 años, quienes son de clase media baja o baja y en la comunidad Valenciana.

Envase de almacenaje

Otro de los temas que se consultó a los informantes fue sobre la forma en la que congelan los alimentos, para diferenciar la medida en la que se utiliza el propio envase de venta frente a otro tipo de envoltorios como el papel de aluminio, el film, las bolsas de plástico herméticas, "tupper", etc.



Siete de cada diez consumidores emplean otro tipo de envase diferente del propio de venta para congelar los alimentos en el hogar (70,1%), mientras que el 24,1% sí lo hacen en su propio envase de venta.

Como mencionamos al inicio de este bloque, es una práctica habitual entre los consumidores el hecho de comprar alimentos frescos (carne o pescado, fundamentalmente la carne), redistribuirlo, y congelarlo posteriormente, bien en bolsas de congelar o en láminas de plástico. Por el contrario, la práctica de congelar en su propio envase de venta es menos frecuente, ya que muchos consumidores conciben que el envase solo sirve para almacenar el alimento y exponerlo en el comercio, y para su transporte hasta casa. En ningún caso para la conservación del alimento a través del proceso de congelación.

La congelación en su propio envase de venta destaca entre los hombres, los jóvenes y los ciudadanos de clase alta, mientras que el uso de otro tipo de envoltorios es más común sólo entre mujeres.



5.3. Gestión de los residuos

El estudio se completa con un bloque relacionado con una serie de aspectos referentes a la gestión de los residuos en el hogar por parte de los ciudadanos, enfocados fundamentalmente al reciclaje.

Este bloque recoge los resultados de las cuestiones plantadas a los consumidores concernientes a la gestión de los residuos orgánicos y no orgánicos en el ámbito doméstico. Además, se indaga en los hábitos que sigue el consumidor a la hora de la recogida selectiva de residuos, y qué inconvenientes le plantea los sistemas de recogida de residuos.

Finalmente, se indaga sobre las posibles condiciones y posibles confusiones que pueden darse en el actual sistema de gestión de envases y residuos de envases (Sistema Colectivo de Responsabilidad Ampliada del Productor - SCRAP), frente a otro sistema alternativo de gestión (Sistema de Depósito, Devolución y Retorno - SDDR), así como sobre el grado de conocimiento y valoración por parte de los consumidores de este último sistema.

Si bien antes vamos a abordar:

- Los residuos domésticos y su reciclaje.
- Los sistemas de gestión de los residuos domésticos.

5.3.1. Los residuos domésticos y su reciclaje

El reciclaje comienza en el hogar a través de la correcta separación de los residuos domésticos generados. Constituye una práctica generalizada e incorporada ya a la rutina de los hábitos sociales cotidianos (socialmente instaurada), aunque no por ello deja de plantear algunos problemas y por toda la población por igual. El reciclaje no sería ya tan sólo un asunto de los residuos domésticos, sino de cualquier actividad.

Como ya adelantamos inicialmente, el reciclaje viene a ser la manera en la que nuestra sociedad aborda la gestión de los desechos o residuos generados.

El reciclaje viene a representar un confinamiento de la conciencia ambientalista del individuo al terreno específico de la gestión del residuo, lo que supone un desdoblamiento sociológico del individuo moderno, que puede comportarse simultáneamente como consumidor, bajo las exigencias de la lógica del consumo, y como "ecologista", como la persona preocupada por el medio ambiente, en un momento posterior.

El estudio revela que el reciclaje se ha convertido en esa especie de apéndice del consumo al que presta su carácter racionalizador. Dicho de manera, nos comportamos como si el reciclaje fuese indiferente del modo en que se consume, siempre que nos aprestemos a colaborar en los procesos de reciclaje de los residuos o desechos generados.

Así, la presencia de lo ecológico o de cierta conciencia ecológica parece haber cristalizado en determinadas prácticas, como el reciclaje, sin haberse convertido en un discurso explícito que pueda sostener la totalidad de la población y guiar sus comportamientos en todo momento.

El estudio revela que el reciclaje se ha convertido en esa especie de apéndice del consumo al que presta su carácter racionalizador. Dicho de manera, nos comportamos como si el reciclaje fuese indi-

ferente del modo en que se consume, siempre que nos aprestemos a colaborar en los procesos de reciclaje de los residuos o desechos generados.

Todos los consumidores reconocen la importancia de la conciencia medioambiental en el reciclaje. El reciclaje, por tanto, se presenta como una convicción social con alto grado de consenso, que el hablante hace suya desde su convicción individual, que la incorpora como deber subjetivo. Esta conciencia se sostiene sobre la base de una responsabilidad individual para con la sociedad y para con el planeta. Se recicla porque se cree que se debe reciclar. Pero nadie sabe fehacientemente si sus esfuerzos individuales adquieren algún tipo de relevancia, si el conjunto de tales comportamientos obtiene finalmente fines prácticos significativos y, en suma, si el reciclaje mismo se lleva a cabo o sirve para algo.

Se recicla porque hay que hacerlo, porque hay una conciencia más o menos de que los efectos de la actividad humana se nos han ido de las manos. En términos generales, es la convicción de que algún tipo de freno hay que poner a la proliferación de envases y que para ello es absolutamente necesario proceder al reciclaje de los mismos. Esta lógica se articula con una conciencia cada vez más amplia de la finitud del entorno humano en términos generales y no sólo en lo relativo a los envases.

Esa colaboración ciudadana se ha ido construyendo con los años y transmitiéndose intergeneracionalmente. Así, el reciclaje se ha convertido en objeto de transmisión intergeneracional (en educación de padres a hijos – abuelos a nietos a través de la educación familiar). En todos los sectores sociales, en todas las edades y en todos los niveles de estudio, se ha observado que quien no participa en algunas de las tareas que se han convertido en obligaciones sociales, como el reciclaje, tiene que explicarse y excusarse.

A pesar de todo, el valor socialmente normativo del reciclaje continúa abriéndose camino, incluso pese a las informaciones contradictorias que han surgido o los rumores o bulos contrarios a los sistemas de reciclaje, sobre las cuales se han amparados aquellos que no reciclan. En definitiva, se mantiene el sentido de la acción, incluso más allá de las dificultades que pueda presentar en la práctica, o de los propios defectos del sistema, y a pesar de que la información no ha crecido en la misma manera en que lo ha hecho su carácter normativo.

Sin embargo, la gestión de los residuos domésticos se hace, en ocasiones, de manera un tanto más negligente, o simplemente confusa. Pese a que ya lleva implantado un modelo de reciclaje o sistema de gestión de los residuos en el ámbito doméstico, sigue habiendo dudas considerables acerca de qué productos deben acabar en qué tipo de contenedores. Y todo ello siempre en la perspectiva de buscar una adecuación entre productos y contenedores en el espacio doméstico.

En la práctica, hay dificultades claras para la gestión de los residuos. En todos los hogares se recicla, no sin dificultades, de acuerdo a las exigencias de cada una de las zonas consideradas para ello. Por tanto, el espacio es una de las principales dificultades, aunque, en mayor o menor medida, todos los hogares tienen asignados espacios para la ubicación de bolsas o cubos en los que separar los distintos tipos de residuos que se generan.

Otras dificultades que se plantean a la hora de reciclar y separar correctamente vienen generadas por:

- La falta de adecuación entre el residuo y los contenedores; ya que hay objetos compuestos de diferentes tipos de materiales, lo que dificulta su correcta separación en sus respectivos depósitos.
- La tendencia de depositar los desechos en uno u otro tipo de contenedor, evitando tener que llevar al punto limpio la

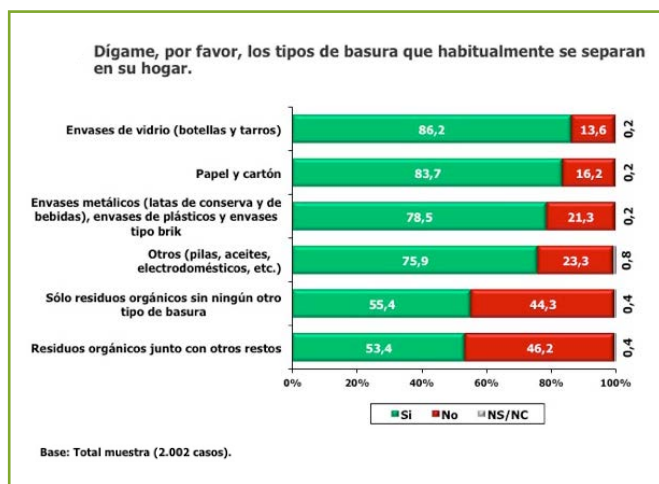
menor cantidad de residuos posible.

- La falta de proximidad de los contenedores.
- La carencia de un destino perfectamente identificado (como es el caso del aceite).

Pero sin duda una de las mayores dificultades para reciclar correctamente deviene por la falta de conocimiento sobre lo que corresponde a cada contenedor. Incluso, muchas dudas vienen provocadas por las informaciones contradictorias o mal coordinadas de los propios medios de comunicación. El resultado de todo ello suele ser, de forma acumulativamente y no alternativamente, que van demasados desechos al “cubo de la basura” (contenedor gris o de restos), junto con los desperdicios orgánicos; y, que el resto de contenedores se llenan de objetos inadecuados o impropios.

Gestión de los residuos: separación de basuras en el hogar

Con relación a la gestión de residuos en el ámbito doméstico, se planteó una cuestión referente al comportamiento que se sigue en el conjunto del hogar del consumidor encuestado en la separación de basuras, según los tipos de contenedores del actual sistema de gestión de residuos domésticos: papel y cartón; vidrio; envases metálicos, plásticos y briks; residuos orgánicos exclusivamente; residuos orgánicos junto con otros restos; u otros tipos de desechos susceptibles de reciclar en los puntos limpios como las pilas, aceites, electrodomésticos, etc.



Más de ocho de cada diez consumidores separan en sus domicilios los envases de vidrio (86,2%) (“contenedor verde”) y el papel y cartón (83,7%) (“contenedor azul”), siendo estos los dos tipos de basuras que más se separan de los seis propuestos.

Los envases y residuos de envases –latas, plásticos, briks, etc.– (“contenedor amarillo”) son reciclados también por un porcentaje relevante de ciudadanos (78,5%). Y, en cuarto lugar, tres de cada cuatro consumidores (75,9%) aseguran que separan pilas, aceites, electrodomésticos y otros desechos reciclables (en el punto limpio).

En cuanto a los residuos orgánicos, la incidencia de quienes los separan de forma independiente (55,4%) o junto con el resto de residuos (53,4%) entre el conjunto de la población es menor, lo cual se produce por el hecho de que el sistema de recogida selectiva de materia orgánica (contenedor marrón) no está implantado en todas las comunidades Autónomas.

Mayoritariamente los consumidores declaran separar en sus domicilios los envases de vidrio; seguido del papel y cartón; los envases y residuos de envases metálicos, de plástico y de tipo brik; y otros materiales correspondientes al punto limpio.

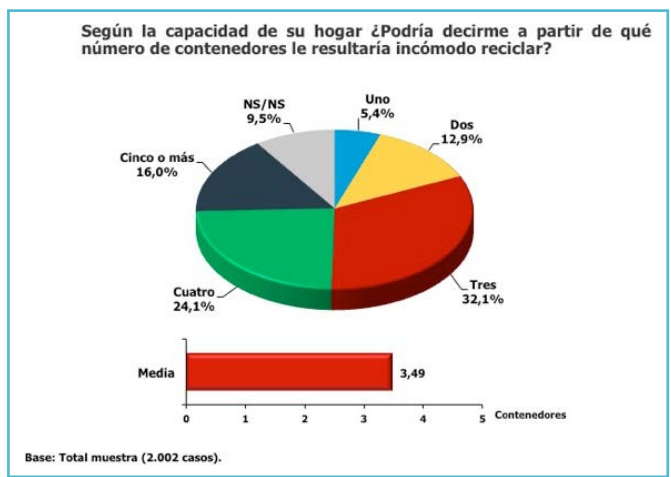
En general, del estudio se observa que el hábito de separar o reciclar está clara y positivamente asociado a las grandes ciudades, y en algunos casos al estatus y renta.

Por tanto, aquellos hogares con menos ingresos y de clase social baja existe una tendencia a reciclar menos frente al resto de clases sociales y de ingresos de los hogares.

Cabe destacar que en la comunidad Valenciana existe un comportamiento contrario a separar o reciclar de forma generalizada en todos los tipos del sistema de contenedores de basura.

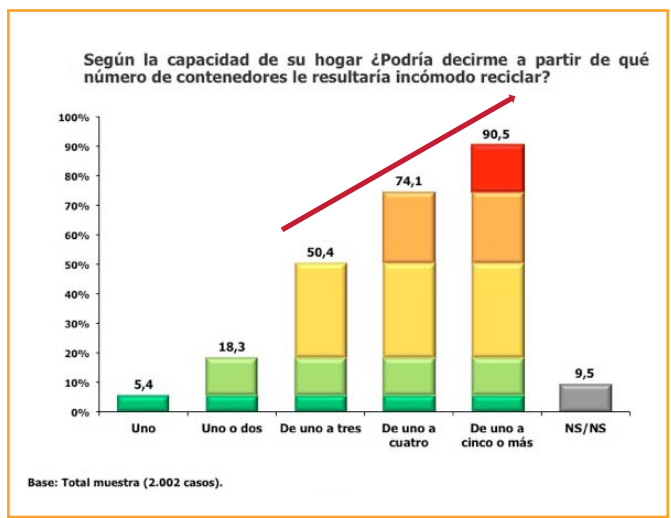
Número de contenedores en el hogar

Otro de los aspectos que fue consultado fue la incomodidad para reciclar por parte de los hogares de los consumidores según la capacidad de sus hogares y en función del número de contenedores.



El estudio muestra que existe una relación directa según la cual el aumento de los contenedores en los hogares aumenta la incomodidad que estos suponen.

Así, el número medio de contenedores que resulta incómodo entre la población española es de $X=3,5$, o sea, entre tres y cuatro cubos o contenedores.



Comprobamos que un 50,4% de los consumidores indica la barrera de la incomodidad en tres contenedores, a diferencia del 74,1% de los consumidores que sitúa la barrera de la incomodidad en cuatro contenedores.

Así, se puede comprobar claramente cómo la mitad de la población señala de uno a tres consumidores, representando un mayoritario y relevante porcentaje de ciudadanos para los cuales la acumulación de contenedores en su hogar supone un problema a la hora de separar y reciclar los residuos.

Como se indicaba anteriormente, las dificultades prácticas a la hora de reciclar o gestionar los residuos en el hogar son evidentes. Si bien, en todos los hogares, en mayor o menor medida se disponen de espacios para separar los distintos tipos de residuos, aunque la falta de espacio en el tipo de viviendas en España evidencia el problema a la hora de acumular contenedores. Por ello, se impone una práctica habitual ante la falta de espacio, que es la de aprovechar huecos o espacios muertos, o, incluso, terrazas y balcones.

El hecho de tener que disponer de varios contenedores para separar los diversos residuos generados ha llevado a que muchos hogares hayan optado entre reciclar unos u otros residuos, basándose en criterios medioambientales y de espacio. Así, se puso de manifiesto que algunos hogares tienden a reciclar, por ejemplo, el vidrio, aunque siempre ocupe más que los envases de plástico o latas, por considerarlo que es perfectamente reciclable y por su impacto medioambiental nulo. En otros casos, y de forma negligente, se fuerza a la similitud entre materiales, utilizando los contenedores domésticos como destino final para cualquier objeto que correspondería depositarlo, por el contrario, en un Punto limpio.

No obstante, la consecuencia de elegir entre uno u otro tipo de contenedor a la hora de depositar los residuos generados en el hogar, es que el resto de contenedores acoga más materiales de los que deberían, dificultado así su tratamiento posterior. Es el claro ejemplo del contenedor de fracción resto, que se ha convertido en un verdadero cajón de sastre.

Por tanto, la gestión que se hace de los residuos, un tanto negligente o simplemente confusa, se hace siempre desde la perspectiva de buscar una adecuación entre los productos y los contenedores en el marco del espacio doméstico.

Referente a la clase social, la media de contenedores señalados como barrera para considerarlo incómodo entre quienes son de clase alta, media alta y media ($X \geq 3,5$) es significativamente superior a la registrada entre los de clase baja ($X = 3,0$).

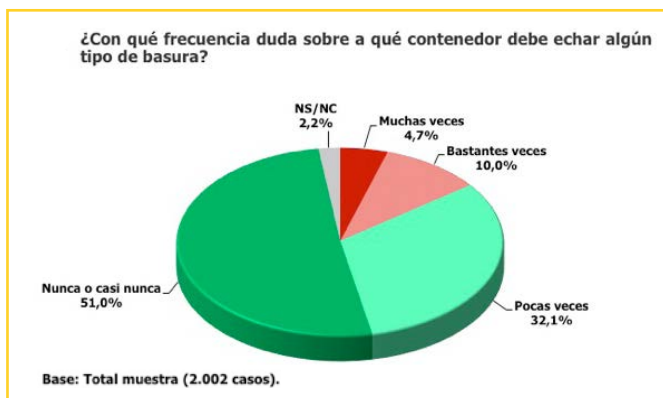
Si atendemos a los ingresos del hogar, entre quienes viven en hogares que ingresan más de 2.000 euros al mes la media registrada es de $X = 3,7$, significativamente superior a la registrada entre los que ingresan entre 751 y 2.000 ($X \leq 3,5$). En el ámbito rural se registra una media ($X = 3,7$) significativamente superior a la registrada entre los municipios más grandes ($X \leq 3,5$).

Y por comunidades Autónomas, tanto en Cataluña como en Galicia, el número medio de contenedores señalados es de 3,7, mientras que en Andalucía es de 3,3 y en Madrid de 3,4, medias que son significativamente inferiores a la anterior.

Los ciudadanos que residen en hogares de clase alta, con más ingresos, en el ámbito rural, así como los que residen en las comunidades Autónomas de Cataluña y Galicia declaran un número de contenedores mayor que los de clase baja, con ingresos intermedios, en las ciudades y en las comunidades de Andalucía y Madrid.

Frecuencia de la duda sobre el separado por contenedores

Planteamos una cuestión sobre la frecuencia con la que los consumidores dudan a la hora de reciclar los residuos generados en su hogar según los correspondientes contenedores.



El resultado fue que **la mitad de los ciudadanos parece tener claro el hecho de cómo se recicla según el tipo de basura**. Así se refleja que el **51,0% de los consumidores afirman que nunca o casi nunca dudan a la hora de reciclar el tipo de basura que se genera en el hogar o a qué contenedor corresponde cada cosa**.

Si bien, **representan tres de cada diez los que afirman que pocas veces dudan sobre a qué contenedor deben echar los tipos de basura en su hogar (32,1%)**. Lo cual indica que buena parte de la población tiene asumido de forma bastante completa el actual sistema para reciclar residuos generados en el hogar.

Por su parte, **representan un 10,0% quienes declaran tener bastantes dudas y solo un 4,7% los que afirman que tienen muchas dudas a la hora de seleccionar el contenedor para echar algún tipo de basura**.

Un hecho es destacable y es que **las dudas sobre cómo reciclar aumentan entre los jóvenes y en la comunidad de Madrid, mientras que se señalan menos dudas a la hora de reciclar en los contenedores correspondientes entre los consumidores más mayores y los de clase social baja**.

En virtud de los resultados, **hay una clara diferenciación entre la percepción que tienen los consumidores en torno a la ausencia de dudas a la hora de qué depositar en uno u otro contenedor, frente a la práctica habitual**. Como ya mencionamos, la gestión de los residuos en el hogar presenta muchas dificultades prácticas (el espacio fundamentalmente pero también la falta de adecuación entre el residuo y los contenedores; la falta de proximidad de los contenedores, etc.). Sin embargo, una de las mayores dificultades para reciclar es **la falta de conocimiento sobre lo que corresponde a cada contenedor, lo que conlleva a que los contenedores disponibles en el hogar se llenan de objetos inadecuados o impropios que corresponderían a otros contenedores**.

Por consiguiente, esto denota que hay un margen de mejora en los sistemas actuales de separación y reciclaje de los residuos de alimentos producidos en el ámbito doméstico. Habrá que incidir en estos puntos a través de las correspondientes actuaciones de informar, formación y educación a la población.

5.3.2. Los sistemas de gestión de los residuos domésticos

La parte final de este estudio se centra en profundizar en los comportamientos y las percepciones que tienen los consumidores sobre el sistema actual de gestión de los residuos, la posible coexistencia con otro sistema distinto y los efectos en los cambios de comportamiento en torno al reciclaje.

5.3.2.1. Sistema Colectivo de Responsabilidad Ampliada del Productor (SCRAP)

En este apartado nos centraremos en el sistema actual de gestión de envases y residuos de envases en el ámbito doméstico.

El Sistema Colectivo de Responsabilidad Ampliada del Productor (SCRAP), antes conocido como Sistema Integrado de Gestión de Residuos (SIG), **se sostiene sobre una lógica de la colaboración ciudadana necesariamente basada en una cierta conciencia ambientalista**.

Con todas sus limitaciones, este sistema se sostiene sobre esa idea que hemos repetido de conciencia ambiental del individuo. Es una cuestión de educación, cuyo sentido reside precisamente en que constituye una manera de ver las cosas.

Y, bajo esa conciencia ambientalista del individuo, como ya mencionábamos, el reciclaje viene a ocuparse de los residuos generados en el hogar. El reciclaje actúa como respuesta a la gran proliferación de envases, que solo suponen un problema para el consumidor cuando se convierten en desechos o residuos. Por tanto, el reciclaje viene a ocuparse de ellos.

El Sistema Colectivo de Responsabilidad Ampliada del Productor (SCRAP) es bien conocido por todos. Pero a pesar de que este modelo de gestión de los residuos ya lleva tiempo implando, todavía sigue habiendo muchas dudas, sobre todo en lo que concierne a la vinculación de los residuos con sus correspondientes contenedores.

Lo usual es que no se conozcan los agentes que intervienen en el proceso ni tampoco cuál es la relación que mantienen entre ellos, de manera que finalmente no se tiene claro si la Administración recibe algún tipo de beneficio del reciclaje o bien es pagadora neta.

Tampoco se conoce bien cuál es el ciclo (tan solo a grandes rasgos) y, cual es la eficacia real de todos los esfuerzos individuales y de la organización de ese sistema. Cumplen con su parte en la medida que entienden que tiene un sentido colectivo y que apunta a esa finalidad razonable o a la conciencia ambiental. Sin embargo, el sentido de la acción individual responsable y de su significado colectivo se tambalea cuando se introduce la idea de beneficio privado. Surgen así en el discurso esas demandas de “compensación” o de “retribución” de ese esfuerzo individual, porque, en última instancia, **se desconoce de qué manera concreta se benefician los ciudadanos de su propio esfuerzo por reciclar**.

Por lo que respecta a su **funcionamiento**, se entiende de modo vago que todavía queda mucho por hacer hasta llegar a una situación ideal de reciclaje del 100% de los residuos domésticos. Quien recicla, no sin dificultades prácticas, lo hace bajo esa conciencia ambientalista. Se recicla porque hay que hacerlo, porque hay una conciencia más o menos difusa de los efectos causados por el individuo como consumidor.





Sin embargo, consideran que el sistema actual adolece fallos. Algunos de ellos están relacionados con la desigual e incompleta distribución de contenedores en las distintas zonas de una misma ciudad, lo cual constituye el principal límite para la cooperación ciudadana. Resaltan que el esfuerzo individual llega hasta donde el sistema lo permite, de manera que los fallos de ese sistema producen el correspondiente fallo humano: nadie vuelve a llevarse a casa sus basuras sólo porque los contenedores estén llenos.

Una mejor comprensión de todo el ciclo, de los agentes que intervienen y de cómo se producen los intercambios entre ellos, así como de los beneficios obtenidos de toda índole, podría ayudar al reciclaje en la medida en que la conciencia ambiental no tropezaría, como sucede en ocasiones, con una especie de opacidad de funcionamiento del sistema que puede hacer que el impulso de reciclar flojee o retroceda.

Lo cierto es que, con todas las limitaciones del sistema actual, todavía es necesario continuar con la labor didáctica que permita ampliar el número total de residuos reciclados. El proceso podría ser más o menos lento, pero avanzaría en una dirección segura.

5.3.2.2. Sistema de Depósito, Devolución y Retorno (SDDR)

En cuanto al Sistema de Depósito, Devolución y Retorno (SDDR), para proceder al análisis de las percepciones de los consumidores, y partiendo de una previa perspectiva del conocimiento espontáneo del mismo, se introdujeron unas breves pinceladas del funcionamiento y características previsible de este nuevo sistema con la intención de contextualizarlo y enmarcarlo en la gestión de los residuos en el hogar, sin las cuales hubiera resultado muy difícil relanzar el discurso sobre la puesta en escena del sistema.

Por tanto, el discurso no nace de la experiencia sino que es visto desde la óptica del desconocimiento. Es por ello que pese a las nociones dadas para ver el estado de situación del sistema, se palpa la dificultad de dimensionar los cambios que este nuevo sistema produciría en la vida cotidiana de los hogares, y por ende, generar una opinión consciente ante la nueva situación.

En general, los consumidores tienen referencias difusas sobre este sistema, como un modelo de gestión de residuos implantado en algunos otros países y que recuerda, en parte, al sistema de devolución de envases de vidrio que existía en la segunda mitad del siglo pasado.

A diferencia del sistema actual basado en el criterio medioambientalista, **el Sistema de Depósito, Devolución y Retorno (SDDR) se sostendría en la lógica de la coerción**, es decir, el de **basar el comportamiento individual en una motivación dineraria**.

El Sistema de Depósito, Devolución y Retorno (SDDR) **vendría a romper con la lógica de la conciencia o sensibilización ambiental para introducir otra de tipo coercitivo**. Lo paradójico del asunto es que, a la vez que rompe con esa lógica, **la requiere para dotarse de legitimidad, pues la coerción sólo puede sostenerse si el fin buscado es compartido**.

El cambio de lógica podría afectar a sus propias bases (la conciencia ambiental), que podría dejar de promoverse. Lo cierto es que **ese cambio de criterio implica que quien resulta verdaderamente penalizado es el que hasta el momento reciclaba voluntariamente**.

Este cambio de lógica supone cuestionar también el modelo, ya que una vez que se puede prescindir de la conciencia ambiental, como fundamento del reciclaje, cabrían otras soluciones como las directamente punitivas dirigidas exclusivamente contra aquellos que no colaboran, o, incluso, el planteamiento de otras formas de coerción que no implicase el pago previo por parte del usuario. **El abandono de esa otra perspectiva más educativa y de conciencia ambiental podría abrir el camino de otras vías igualmente coercitivas**.

El SDDR podría ser aceptado exclusivamente desde la previa aceptación de su finalidad, que sería la de la perentoria necesidad de incrementar el número de envases reciclados. Sin embargo, se percibe que tal aceptación sólo es posible precisamente desde el momento en que ya existe una cierta conciencia ambiental, lo que en última instancia **el SDDR viene a penalizar a quien ya reciclaba, más que a introducir en la cadena de reciclaje a quien se encontraba fuera de ella**.

No se duda de la eficacia del procedimiento, en términos generales. Consideran que el reciclaje de envases comprendidos en el modelo sería seguramente mayor. Pero la idea de volver a la reutilización, en sentido estricto, retornando el envase al comprar el producto envasado, podría verse como un paso atrás, una pérdida de valor ya conquistado, una especie de vuelta atrás en una línea de progreso. En nuestra situación actual, la posibilidad de tener que desplazarse cargado de envases hasta un establecimiento comercial aparecía como una enojosa vuelta al pasado.

Otro de los aspectos que apreciamos del estudio **es la vinculación del SDDR con los actos de compra**. Señalábamos que actualmente se produce ese desdoblamiento sociológico del individuo actuando como consumidor, en la compra y el consumo, y como ecologista en un momento posterior, en su reciclaje. Por tanto, nos comportamos como si fuese indiferente el modo en que se consume, siempre que nos aprestemos a colaborar en los procesos de reciclaje de los productos y sus envases.

En este contexto, **mientras que el sistema actual SCRAP se encuentra completamente separado de los actos de compra, el SDDR vendría a vincularse a ellos, en cierto modo como si de una vuelta al pasado se tratase, de manera que para los individuos, lo que ahora son defectos de funcionamiento del SCRAP (por ejemplo, tener que desplazarse cargado de residuos cuando los contenedores no están próximos a la vivienda) se convertirían en meras características constitutivas del sistema SDDR (tener que desplazarse al punto de venta cargado de residuos para reciclar y recuperar el depósito)**.

Por otro lado, la **introducción del elemento del dinero** de una manera tan central al funcionamiento de este sistema, **abre preguntas y dudas entre los consumidores acerca de los intereses que puede haber en juego, y sitúa el circuito del dinero y la legitimidad de todos los intervinientes** en un primer plano (cosa que no sucede de manera tan marcada en el caso del SCRAP), como pregunta y cuestionamiento.

En cuanto a la **coexistencia de ambos modelos, SCRAP y SDDR**, surge un interesante debate en los encuestados, puesto que, en opinión de los consumidores, **el destino final del producto recogido es el mismo que el del sistema actual, y no la reutilización**. Esto hace pensar, según los encuestados, que **este nuevo sistema nace con un déficit importante**, replanteando así su sentido de varias maneras.

Por una parte, en opinión de los consumidores, este sistema **nace como un modelo restringido a la recuperación de envases**, pero que no plantea ninguna medida destinada a la reducción de los mis-

mos. **Tampoco creen que mejora el sistema actual**, y se convierte, como éste, en un apéndice del consumo. **Según los consumidores, es un modelo limitado, puesto que no nace para sustituir radicalmente al vigente.** Por tanto, **tienden a creer que el SDDR no supone ninguna mejora del sistema actual, ni plantea medidas destinadas a la reducción de los residuos.**

Por otro lado, **el previsible incremento en el reciclaje podría reducirse sólo al de aquellos tipos de envases que integraría dentro de este nuevo modelo, y por la posible incorporación a ese proceso -pero sólo para esos envases-, de quienes ahora no se molestan en reciclar. Nada garantizaría que estos individuos que no reciclan ahora, porque carecen de sensibilidad o conciencia ambiental, se incorporasen también al reciclado de los envases que no entrasen en el modelo SDDR.**

Además, **la coexistencia de ambos podría producir todo tipo de efectos secundarios indeseados y no buscados, al dotar de un valor visible y cuantificable, para todos, a una parte de los residuos,** que podrían acabar, también, en el SDDR. Si ya en la actualidad algunos residuos tienen valor económico, con este nuevo sistema se podría exacerbar esa situación y convertir el paisaje de los contenedores rotos y la basura esparcida a su alrededor en un elemento cotidiano de los paisajes urbanos.

Por último, del estudio se ha detectado **tres elementos de índole completamente negativa del funcionamiento normal que implica el SDDR, que son:**

- **Incrementar el número de contenedores necesarios en el ámbito doméstico,** su volumen y, por tanto, la dificultad de gestión casera de todos estos desechos.
- **Vincular a los momentos de la compra la práctica de deshacerse de los residuos que entrarían a formar parte del SDDR,** exigiendo de esa manera una doble planificación y, por consiguiente, obligando a rehacer los actuales hábitos de compra y reciclaje (que están por completo separados con el sistema actual).
- **Transportar los residuos que entrarían a formar parte del SDDR hasta su destino con independencia de la distancia** (y esto no es un defecto sino una condición del sistema).

Conocimiento del Sistema de Depósito, Devolución y Retorno (SDDR)

Entrando en los sistemas de gestión de residuos generados en el ámbito doméstico, sobre los envases y residuos de envases, planteamos una cuestión a los consumidores sobre un sistema alternativo al sistema actual de recogida de envases y residuos de envases mediante el **“contenedor amarillo”**.

A este respecto, y como paso previo, se explicó a los consumidores encuestados, que hasta ahora había implantado un sistema de reciclaje de envases y residuos de envases a través de la recogida en el contenedor amarillo, y que nos íbamos a referir a un sistema distinto al tratamiento de envases. La explicación de este nuevo modelo giró en torno a que, con el SDDR, en el momento de la compra se cobraría al consumidor una cantidad adicional (depósito) por cada envase, y que solo en el caso de que el consumidor devuelva el residuo de envase al punto de venta en perfectas condiciones (sin aplastar, vacío y con la etiqueta intacta) podrá recuperar dicho importe. Además, se le mencionó que no todos los envases serían susceptibles de funcionar bajo este sistema, ya que para el resto de envases y residuos de envases que no entrasen dentro del SDDR deberían seguir siendo gestionados por el actual SCRAP.

El siguiente paso fue plantear a los consumidores en qué medida este sistema es conocido.

El resultado es que **cuatro de cada diez ciudadanos declaraban que conocían, aunque sólo fuera de oídas, este sistema alternativo de recogida y tratamiento de los residuos de envases (39,3%),** los seis restantes afirman que no (60,3%).

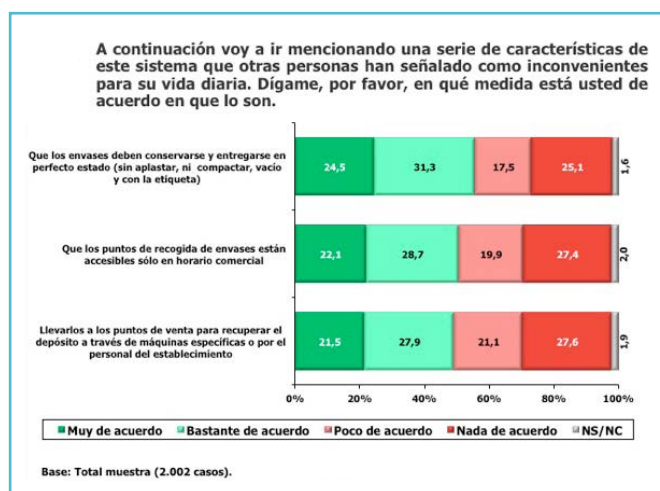


Este sistema que pretende sumarse al sistema actual de tratamiento de envases y residuos de envases, el SDDR, es más conocido entre los hombres, entre los consumidores de 55 a 64 años, entre aquellos que tienen un mayor estatus social y entre los miembros de hogares con más ingresos.

Posicionamiento frente a algunas características del SDDR

Indagando sobre el comportamiento o posicionamiento de los consumidores sobre este sistema que se estudia sumarse al sistema actual de tratamiento de envases y residuos de envases, se plantearon una serie de cuestiones a los consumidores acerca una serie de características de este sistema.

A este respecto, con las diversas cuestiones previstas, se trataba de averiguar en qué medida cada una de las características señaladas de este sistema SDDR suponía un inconveniente en la vida diaria de los consumidores encuestados.



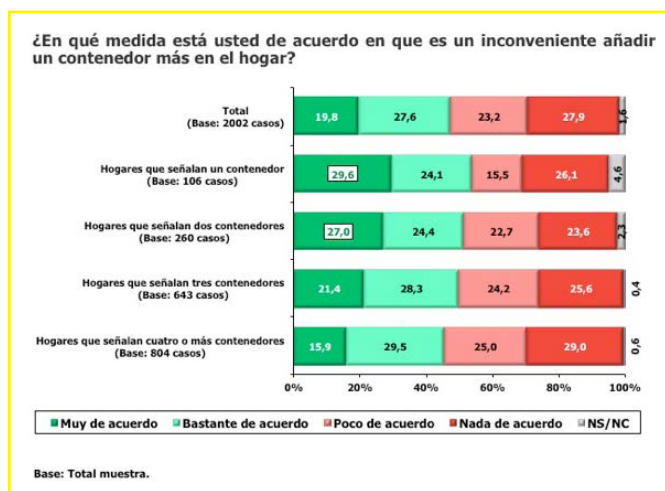
Los resultados muestran una clara división en la opinión pública con respecto al posicionamiento en el que se sitúan los ciudadanos ante la hipotética implantación de este sistema SDDR, reflejado en la medida en la que consideran un inconveniente para su vida cada una de las características por las que se les preguntó. Por tanto es preciso señalar que, a priori, se trata de un sistema cuya implantación precisaría un pormenorizado debate, pues no existe entre la población unanimidad a favor, ni tampoco en contra.

Pero entrando más en detalle sobre las diversas características que pueden suponer inconvenientes o no a los ciudadanos destacamos lo siguiente, planteamos diversas características sobre el SDDR y sobre si se consideraban un inconveniente o no al consumidor.

En primer lugar, la característica con las que más ciudadanos se muestran de acuerdo en que es un inconveniente para su vida cotidiana es que los envases deben conservarse y entregarse en perfecto estado. El 55,8% de los ciudadanos está bastante (31,3%) o muy de acuerdo (24,5%) en considerar esta característica como un inconveniente.

En segundo lugar, destacaría el inconveniente de que los puntos de recogida de envases están accesibles sólo en horario comercial; y en la tercera característica que supone un inconveniente para el consumidor es que se tienen que llevar los envases a los puntos de venta para recuperar el depósito a través de máquinas específicas o por el persona del establecimiento. En cuarto y quinto lugar estarían las características de tener que añadir un contenedor más en el hogar y el incremento en el precio del producto que supone el depósito.

La cuestión es que, en aquellos hogares en los que existe una menor capacidad para albergar contenedores y por ende, una mayor dificultad para gestionar los residuos, se observa un significativo aumento del porcentaje de quienes están muy de acuerdo en considerar un inconveniente a dos de las características analizadas:



Así, observando los resultados en función del número de contenedores señalados en la pregunta sobre la incomodidad que suponen, el porcentaje de quienes están muy de acuerdo con que añadir un contenedor es un inconveniente entre los que señalaron que a partir de uno (29,7%) y dos (27,0%) es significativamente superior al registrado entre el total (19,8%) y también entre los que señalaros cuatro y más (15,9%).

Por tanto, añadir un contenedor más es considerado especialmente un inconveniente entre quienes habitan en hogares con una menor capacidad para albergar y gestionar los contenedores de los residuos.

Asimismo, quienes señalaron que a partir de un contenedor sería incómodo reciclar representan un segmento que identifica en mayor medida el cambiar la forma de separar en el hogar del nuevo sistema como inconveniente.

Atendiendo a la edad, el segmento de ciudadanos más jóvenes (<25 años) es el que se considera, en mayor medida, el conjunto de características como inconvenientes para su vida cotidiana.

También en algún caso los hogares que no son de clase alta, las mujeres y la comunidad Valenciana destacan significativamente frente al resto por considerar, en mayor medida, como inconvenientes las características de este sistema alternativo a la hora de reciclar.

En conclusión, del análisis de las percepciones que tienen los consumidores sobre la posible implantación de este sistema que recoge el estudio, no podemos encontrar una cierta aceptación de este nuevo sistema, ya que hay clara división de opiniones al respecto.

Es por ello que este sistema solo podría ser aceptado por una parte de la población a pesar de las evidentes desventajas y, sobre todo, de la similitud con un sistema ya pasado que se creía haber abandonado para siempre.

Pese a los inconvenientes del nuevo sistema, SDDR, e, incluso, pese a lo que tiene de "perverso" en cierto modo (su lógica es la de la penalización previa), se acepta (cuando se acepta) precisamente desde una clara conciencia ambiental, con el objetivo de incrementar la recogida de envases. Dicho de otro modo: quien aceptaría este sistema es siempre alguien que ya cumple con el actual sistema de reciclar o las medidas implantadas para la recogida selectiva.

En definitiva, el sistema SDDR no convence, aunque parte de los consumidores estuviesen dispuestos a aceptarlo en aras de un bien supuestamente mayor, como sería el incremento del reciclaje.





Confederación Española
de Cooperativas
de Consumidores
y Usuarios



**HISPA
COOP**

HISPACOOP

C/ Quintana nº 1, 2º B - 28008, Madrid

Tel.: 91 593 09 35 – Fax: 91 593 18 14

www.hispacoop.es

www.hispacoop.org/desperdicios



@Hispacoop



facebook.com/hispacoop