



Estudio sociológico sobre la producción excesiva de residuos de envases

Resumen ejecutivo - Enero de 2009



Financiado por:



Estudio coordinado por Amigos de la Tierra. Sede central y grupos locales de Orense, Mallorca, Ibiza y Madrid.

Sociólogo: Enrique Madrid Montoya

Socióloga colaboradora: Matilde Fernández (Universidad Complutense de Madrid)

Maquetación: Jesús Cabezas Martín - www.vanberet.es

Estudio sociológico sobre la producción excesiva de residuos de envases
Resumen ejecutivo - Enero 2009

Índice	Pág.
1. ¿Por qué conocer la percepción sobre los residuos de envases?	4
2. Metodología	5
3. Los grupos de discusión	5
4. La observación de hábitos	7
5. La encuesta	8
6. En conclusión	10
7. Recomendaciones	10



1. ¿POR QUÉ CONOCER LA PERCEPCIÓN SOBRE LOS RESIDUOS DE ENVASES?

En 1997, lo que es hoy el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, aprobó la Ley 11/1997 de Envases y Residuos de Envases. El artículo 1 de esta ley indica que su objeto es prevenir y reducir el impacto sobre el medio ambiente de los envases y residuos de envases a lo largo de todo su ciclo de vida. En el artículo 3, dicha ley recoge que la Administración General del Estado y las Comunidades Autónomas, dentro de sus respectivos ámbitos de competencias, adoptarán medidas para minimizar y prevenir en origen la producción de residuos de envases, entre las que se pueden incluir actuaciones de investigación y desarrollo tendente a fomentar la prevención.

Sin embargo, desde la entrada en vigor de la Ley, la generación de residuos de envases ha aumentado pasando de 5.834.671 toneladas en 1997 a 7.798.421 toneladas en 2005. Desde el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino se considera que para realizar una política adecuada de prevención, es necesario comprender cuáles han sido los motivos que han conducido a los resultados anteriores. La evaluación de estas causas permitiría elegir las medidas más factibles a aplicar para contribuir a la reducción del consumo de envases, y por ende, de los residuos originados por éstos.

Amigos de la Tierra aceptó el reto de llevar a cabo un estudio que permitiera conocer esas causas. Por eso, a lo largo del año 2008, desde el Área de Residuos se ha realizado un gran esfuerzo en plantear y ejecutar este estudio. La experiencia en educación ambiental de esta área, sobre todo a través de programas de compostaje doméstico, la colaboración de expertos sociólogos implicados en el estudio y la inestimable ayuda de los voluntarios y voluntarias, han permitido llegar a las conclusiones que se muestran en este documento. Con él se aportan por primera vez en España datos estadísticos rigurosos sobre las percepciones, opiniones e impresiones de la ciudadanía frente a la producción de residuos, especialmente de los envases plásticos.



OBJETIVO GENERAL

– Conocer las razones por las que la ciudadanía consume tantos productos envasados.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer los hábitos de la población objeto de estudio con respecto a los productos envasados.
- Conocer la percepción de la ciudadanía sobre los residuos de envases.

2. METODOLOGÍA

Para realizar el estudio se ha utilizado una metodología mixta que nos ha ofrecido dos formas distintas de observar la realidad. Esta metodología se compone de un procedimiento de estudio cualitativo, mediante grupos de discusión y observación de hábitos; y de un procedimiento de estudio cuantitativo, a través de encuestas. De esta manera se ha podido tanto analizar los matices de las opiniones, reflexiones y conductas de hábito, como su representatividad estadística.

3. LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN

El trabajo con grupos de discusión consiste en dirigir una conversación en torno a un tema, en este caso las distintas situaciones de elección en la compra. Se pretende captar el discurso de un estrato de la sociedad a través de la producción de textos obtenidos de reuniones entre personas seleccionadas intencionalmente (se busca que reflejen a un grupo social de referencia).

	GRUPO 1	GRUPO 2	GRUPO 3 (1)
PERFIL	Jóvenes independientes que toman decisiones en la compra	Familia con hijos, padres y madres, que toman decisiones en la compra	Familia sin hijos, o con hijos fuera del hogar, que toman decisiones en la compra
EDAD	25-35	35-45	50-60
SITUACION PERSONAL	Sin hijos, viviendo en pareja o en piso compartido	Con trabajo estable, residiendo en vivienda en alquiler o hipoteca	Con trabajo estable, viviendo en casa en propiedad

(1) Aunque el género podría ser relevante en este grupo de población, no se ha tenido en cuenta en este estudio.

Para llevar a cabo estos grupos de discusión, se ha ocultado entre los participantes el origen del estudio, así como el tema a tratar, para evitar sesgos originados por tratarse de una asociación ecologista la que llevaba a cabo el estudio. Se ha realizado un grupo de discusión en cada una de las ciudades objeto de estudio: Orense, Ibiza, Palma de Mallorca, San Sebastián de los Reyes y Madrid.

RESULTADOS DE LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN

- El concepto *Medio Ambiente* se ha percibido en los grupos de discusión como un “discurso muy general y superficial”, detectándose la creencia por parte de los participantes en los grupos de discusión, de que este concepto está vacío y de que es usado de una manera superficial, sin ser interiorizado. En general, se piensa que la conciencia medioambiental de *los demás* está vacía, sin embargo, esto no suele desembocar en una reflexión personal acerca de la conciencia medioambiental propia.
- En relación con lo anterior, se ha mencionado en la mayoría de los grupos la incoherencia entre la conciencia ambiental propia (que tiende a considerarse apropiada) y los hábitos (que son considerados *irrespetuosos* con el medio ambiente). De hecho, en la mayoría de los grupos ha surgido una comparación con el “pasado” (nuestros padres y abuelos), en el que a pesar de que la conciencia medioambiental no era un concepto familiar, los hábitos eran más respetuosos con el medio ambiente.
- En todos los grupos de discusión se ha reclamado mayor información y educación ambiental, aunque se consideraban más efectivas las medidas impositivas y/o sancionadoras.
- Con respecto al concepto de *Reciclaje*:
 - Aparece fuertemente asociado al concepto de *Medio Ambiente* (sobre todo en el ámbito urbano). Es de destacar que el concepto de *Reciclaje* ha surgido en todas las discusiones antes de ser mencionado por el coordinador del grupo de discusión.



- La información existente sobre reciclaje se relaciona con la información medioambiental global.
- La única información accesible a la ciudadanía acerca del reciclaje es la que proporcionan los medios de comunicación, detectándose falta de información sobre residuos “menos mediáticos”, como puede ser el aceite o los residuos eléctricos y electrónicos.
- Tras profundas reflexiones relativas al exceso en el consumo de envases, se ha observado que la responsabilidad queda totalmente reducida a un “*lo importante es depositar el envase en el contenedor adecuado*”. De esta manera, la separación para el reciclaje, inhibe la reflexión y acción en otras actuaciones como la de reducir y reutilizar.

- Se ha detectado en todos los grupos de discusión realizados, la percepción del exceso de envases. Aunque este exceso es considerado como un problema, se tiene totalmente asumido, percibiéndose el cambio como algo muy complicado.
- Cuando se han comentado aspectos relativos a la *reducción y reutilización*, se ha detectado que son conceptos que no se entienden fácilmente y es necesaria una explicación adicional a los mismos.

4. LA OBSERVACIÓN DE HÁBITOS

La obtención de datos por observación se ha realizado en establecimientos de comestibles, seleccionados por ser el lugar donde el consumidor/a elige directamente los productos que quiere consumir.

Para la toma de datos se han utilizado unas fichas estandarizadas, a fin de que facilitaran la recogida de información y la unificación de estos datos. Se han considerado tres tipos de establecimientos (pequeño, mediano y grande) y tres momentos del día relevantes a observar (mañana y tarde de lunes a jueves, y fines de semana). Se estudiaron, entre otros la disponibilidad, precio y elección prioritaria de distintos productos a granel o envasados, la existencia de productos de diferentes tamaños, y los principales medios de transporte de la compra realizada, del establecimiento a casa.



RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN DE HÁBITOS

En el análisis de las observaciones realizadas, no se han obtenido resultados homogéneos ni generalizables (seleccionando cualquiera de las variables que se han utilizado). Aunque es una situación esperable, debido al número de observaciones y a la dispersión en la recogida de información se puede concluir lo siguiente:

- No se puede determinar el precio como elemento fundamental a la hora de elegir entre los productos envasados o a granel, debido a que la elección mayoritaria no se relaciona con el producto más económico, ya sea envasado o a granel.
- Con respecto a las bolsas de plástico, sólo se ve disminuido su uso en el caso de aplicarles un coste.

5. LA ENCUESTA

La encuesta que se ha diseñado no pretende tener carácter representativo de toda la población residente en España, sino que se trata de un *acercamiento estratégico* al objeto de estudio. En este sentido se ha propuesto un *muestreo por cuotas* para lograr un acercamiento a la realidad del problema a estudiar. Se han elegido a los sujetos siguiendo cuotas de edad, sexo y lugar de realización del cuestionario. La representatividad de la encuesta, por tanto, se dará para aquellos territorios que han participado en ella: Ibiza, Madrid, San Sebastián de los Reyes, Palma de Mallorca y Orense.



RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Los principales resultados obtenidos en la encuesta son los siguientes:

- La mayoría de las compras se realizan 1, 2 o 3 veces a la semana, en supermercados medianos.
- Con respecto a los productos considerados en la encuesta (manzanas, plátanos, lechugas, carne, pescado), predomina el consumo a granel frente al envasado, con la excepción del embutido, para el que la gente dice consumir la misma cantidad en envases que a granel. Las principales razones para la elección a granel, son la disponibilidad, la co-

modidad y la calidad, esta última, aunque no estaba reseñada como opción en la encuesta, ha aparecido de manera recurrente. Al igual que en la observación de hábitos, el precio no aparece entre las justificaciones para la forma de compra de los productos.



- En las encuestas realizadas, más de un 70% de los entrevistados han manifestado usar la bolsa de plástico como medio de transporte principal de la compra, ya sea de manera individual o en el interior de carros de la compra y otros sistemas de transporte.
- Se ha observado que la bolsa de plástico es reutilizada como bolsa de basura por una gran proporción de las personas encuestadas.
- Al igual que en los grupos de discusión, se ha detectado que la *Reutilización* es un concepto difícil de entender por la ciudadanía.
- En lo que respecta a la *responsabilidad* sobre la reducción de residuos de envases, la mayoría de las personas encuestadas asigna a los sectores planteados dicha responsabilidad a niveles elevados, siendo la máxima responsabilidad para las administraciones, en segundo lugar para las empresas, y en tercero para la ciudadanía y sus colectivos.

- La mayoría de las personas encuestadas requiere de la administración medidas encaminadas a la información y educación ambiental para lograr reducción de residuos, a diferencia de lo comentado en los grupos de discusión, en los que se consideraban más efectivas medidas impositivas y sancionadoras.
- Por otra parte, en lo que se refiere a las acciones individuales para la reducción de residuos, se consideran más efectivas aquellas encaminadas al cambio de hábitos.

6. EN CONCLUSIÓN

Cruzando los resultados obtenidos de los grupos de discusión, de la observación de hábitos y de la encuesta aparecen algunas conclusiones destacables en relación a los objetivos propuestos en esta investigación:

- El *Reciclaje* aparece en el discurso medioambiental de gran parte de la ciudadanía como la única solución posible a los residuos que se producen, siendo la *Reutilización* y la *Reducción* conceptos prácticamente desconocidos o no tomados en cuenta.
- Además, el reciclaje es la única relación de gran parte de la población con la protección del medio ambiente. Existe una tendencia a considerar que implementada esta práctica, no es necesario reflexionar acerca del modelo de consumo ni en la repercusión en el medio ambiente de los envases, una vez se convierten en residuos.
- Se ha observado que es común la descarga de responsabilidad de la ciudadanía en la administración pública, colectivos de ciudadanos, centros educativos, etc., siendo ésta causa y efecto de una conciencia medioambiental "vacía". Esta conciencia se ve reflejada en el conocimiento de *algunos* impactos de nuestros hábitos de consumo, pero sin verse acompañado por una implicación individual en la acción, más allá de lo impuesto por las leyes o, en su caso, por la publicidad.
- A pesar de que existe una percepción general de un exceso de envases en los productos que se consumen, no hay una reflexión acerca de las soluciones para evitarlos, debido al desconocimiento de la gravedad de los impactos ambientales de los residuos de envases, reflejado en el hecho de que los posibles daños no han sido mencionados en ninguna de las técnicas de investigación del presente estudio.

7. RECOMENDACIONES

A la luz de los resultados de su *Estudio sociológico sobre la producción excesiva de residuos de envases*, Amigos de la Tierra hace las siguientes recomendaciones para seguir avanzando en la consecución de una constatable reducción de los residuos de envases:

- Es necesaria la clarificación, transparencia y homogeneización de los mensajes. Los términos de *reducción* y *reutilización* deben ser fácilmente entendidos por la ciudadanía, para que los incorporen a sus hábitos diarios.
- El *reciclaje* no se puede transmitir como acción “única” y “suficiente” de protección ambiental, ni como “apaciguador de culpa”. También es importante que se entienda la diferencia entre separar y reciclar.
- La información y educación ambiental de calidad relativas a los residuos de envases debe incrementarse.
- Se debe valorar el establecimiento de medidas impositivas y sancionadoras, ya que la población las considera las más efectivas.
- Es necesario establecer medidas que faciliten a la ciudadanía un cambio de hábitos, como mayor disponibilidad de productos a granel, oferta de alternativas a la bolsa de plástico, etc.
- Se debe informar a la ciudadanía de los impactos ambientales de los envases de los productos: composición de los materiales que los forman, consumo de recursos naturales en su fabricación, duración, posibilidad de reutilización, reciclabilidad, etc.





Amigos de la Tierra

C/Cadarso, 16 Bajo E. Madrid - 91-306-99-00.

Web: www.tierra.org - Correo electrónico: tierra@tierra.org