

Con la participación de:



# LOS CIUDADANOS Y LA ECONOMÍA CIRCULAR

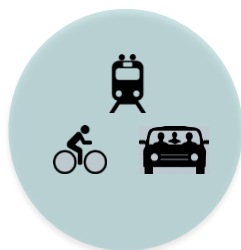
SITUACIÓN ACTUAL Y  
PERSPECTIVAS DE FUTURO

3 de Julio de 2018

# Sobre Creafutur

Creafutur es una fundación privada sin ánimo de lucro promovida por la Generalidad de Catalunya y ESADE para fomentar la innovación con impacto social o medioambiental positivo.

Sostenibilidad y  
economía  
circular



Movilidad y  
Transporte

## ENTENDER

Producir y difundir conocimiento sobre la innovación con impacto social y medioambiental



Estudio de las tendencias, de los comportamientos de los consumidores y ciudadanos y de las organizaciones en relación a la sostenibilidad

## SENSIBILIZAR

Vía técnicas de *business game*, sensibilizar sobre la economía circular



Explicar los mecanismos y beneficios de la innovación social y medioambiental

## ACTUAR

Proyectos ad hoc para clústeres, empresas y proyectos europeos

# Entidades participantes



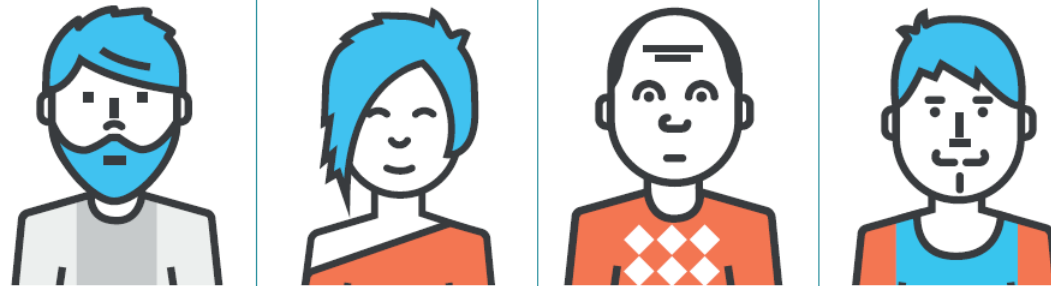


# OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

# OBJETIVOS

- Analizar los comportamientos, actitudes, percepciones y motivaciones de los ciudadanos españoles en relación a la sostenibilidad y a la **adopción de prácticas de economía circular.**

Foco de la presentación



- Identificar buenas prácticas locales e internacionales encaminadas a acelerar la implementación de la economía circular.

# Metodología



# Escocia: La economía circular como estrategia de país

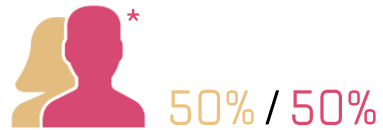
**Circular Economy Investment Fund (CEIF):** 18 millones de libras para financiar proyectos empresariales de economía circular.



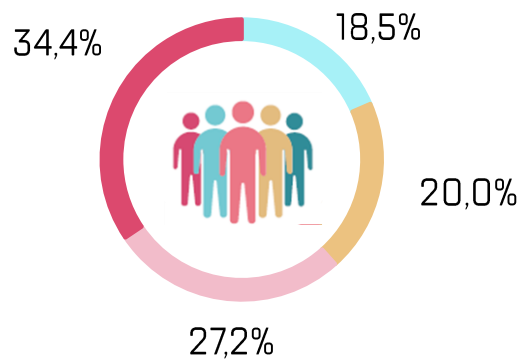
- **Presupuesto anual:** 25 millones de libras
  - Financiación empresas
  - Consultoría gratuita
- **120 trabajadores**

# Metodología – perfil del entrevistado

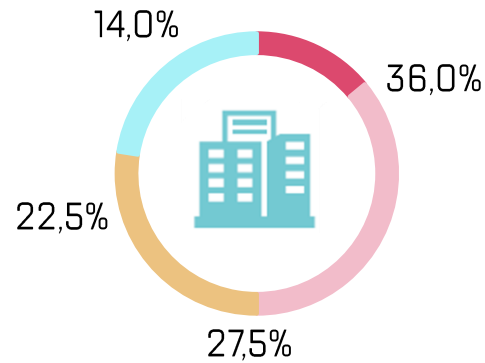
## ESPAÑA



EDAD\*



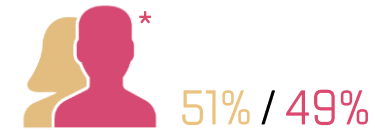
TIPO DE HÁBITAT



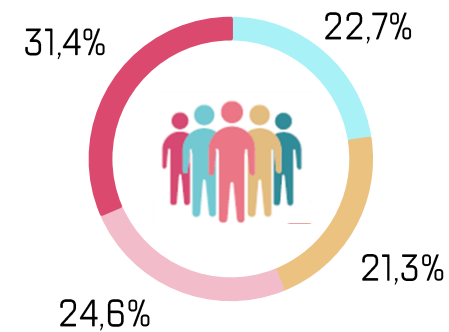
18-29 años 30-44 años  
45-55 años 56-65 años

Urbano Semi urbano  
Semi rural Rural

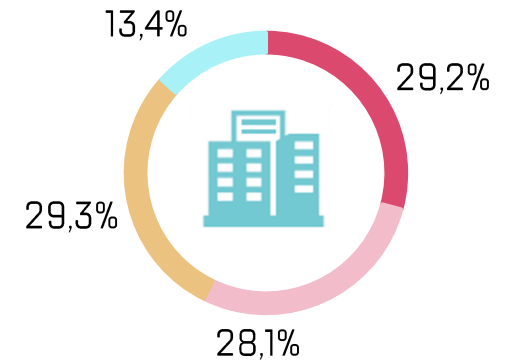
## ESCOCIA



EDAD\*



TIPO DE HÁBITAT



18-29 años 30-44 años  
45-55 años 56-65 años

Urbano Semi urbano  
Semi rural Rural

Base España: 1502 Escocia: 1032 // \*Cuota predefinida





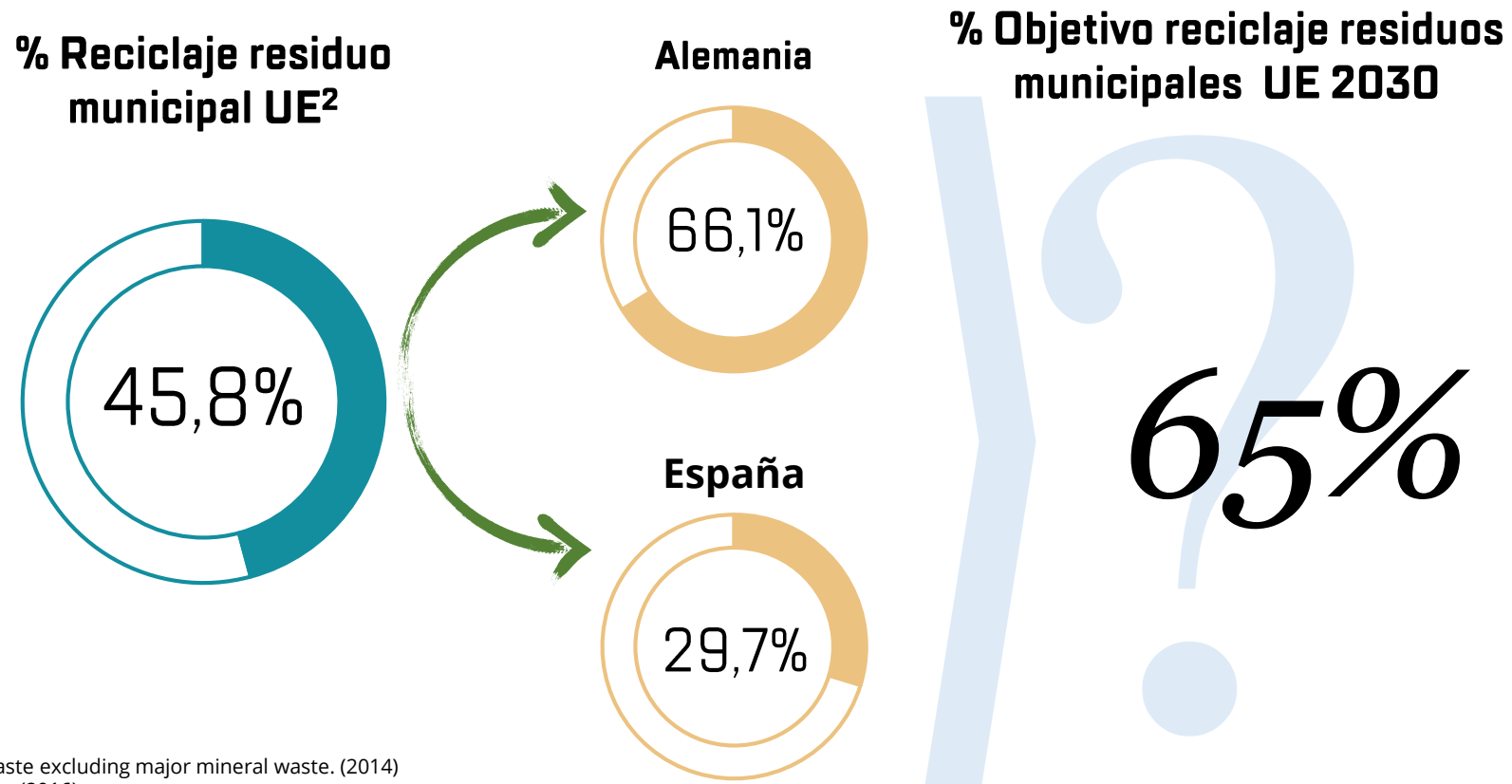
# RESULTADOS DEL ESTUDIO



# SITUACIÓN ACTUAL

# Reciclaje de residuos municipales

- El reciclaje de residuos municipales en España se sitúa muy lejos del objetivo 2030.

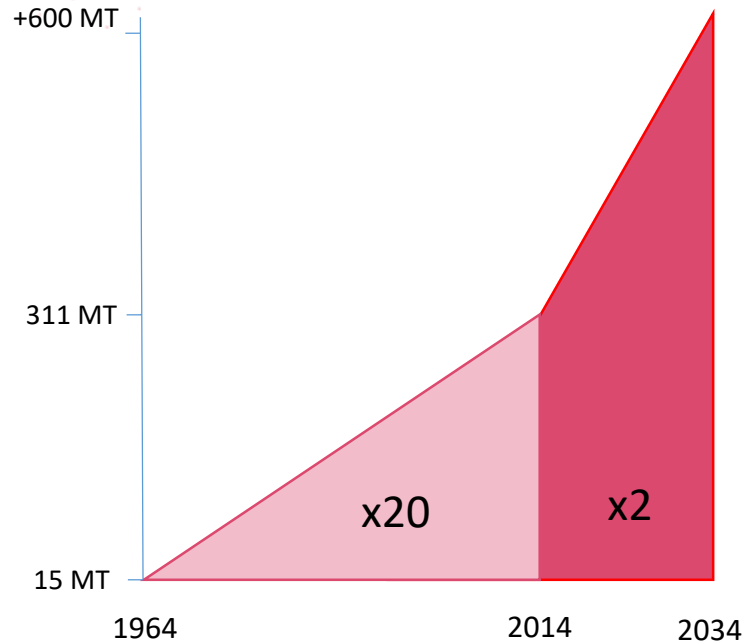


(1) Eurostat. Recycling rate of all waste excluding major mineral waste. (2014)

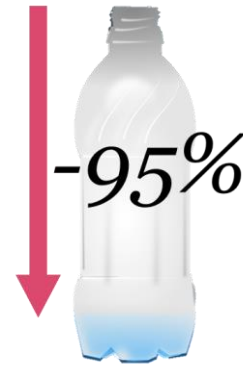
(2) Eurostat, Recycling rate of Municipal Waste (2016)

# Reciclaje de plásticos

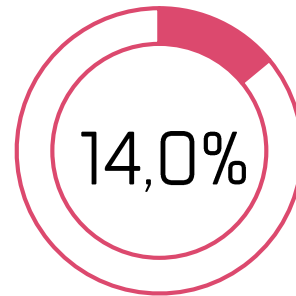
## Producción de plástico a escala global<sup>3</sup>



## Pérdida de valor de plásticos de un solo uso



% Reciclaje envases de plástico



## % Objetivo reciclaje total de plástico UE 2030

55%

(3) Ellen McArthur Foundation, The New Plastics Economy (2017)

# Otros productos

## Residuo Electrónico<sup>4</sup>

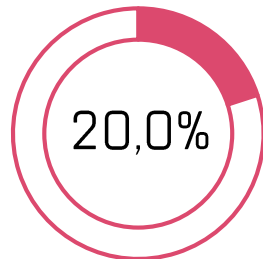
Residuos electrónicos globales (2016):

**44,7 M toneladas**

**1%**



% de reciclaje e-waste:

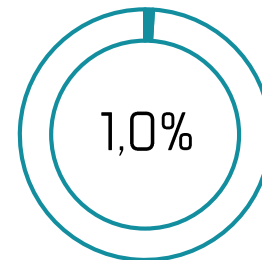


## Ropa

El grado de utilización de la ropa<sup>5</sup> ha descendido un



% material reciclado utilizado para nuevas prendas<sup>6</sup>:



## Alimentación<sup>7</sup>

Desperdicio de comida en la UE (2016):

**87,6 millones de toneladas**

Costes económicos estimados:

**143.000 millones de euros**

(4) The Global E-waste Monitor 2017

(5) Euromonitor International Apparel & Footwear (2016)

(6) Ellen McArthur Foundation, A New Textiles Economy (2017)

(7) Fusions EU project (2016)

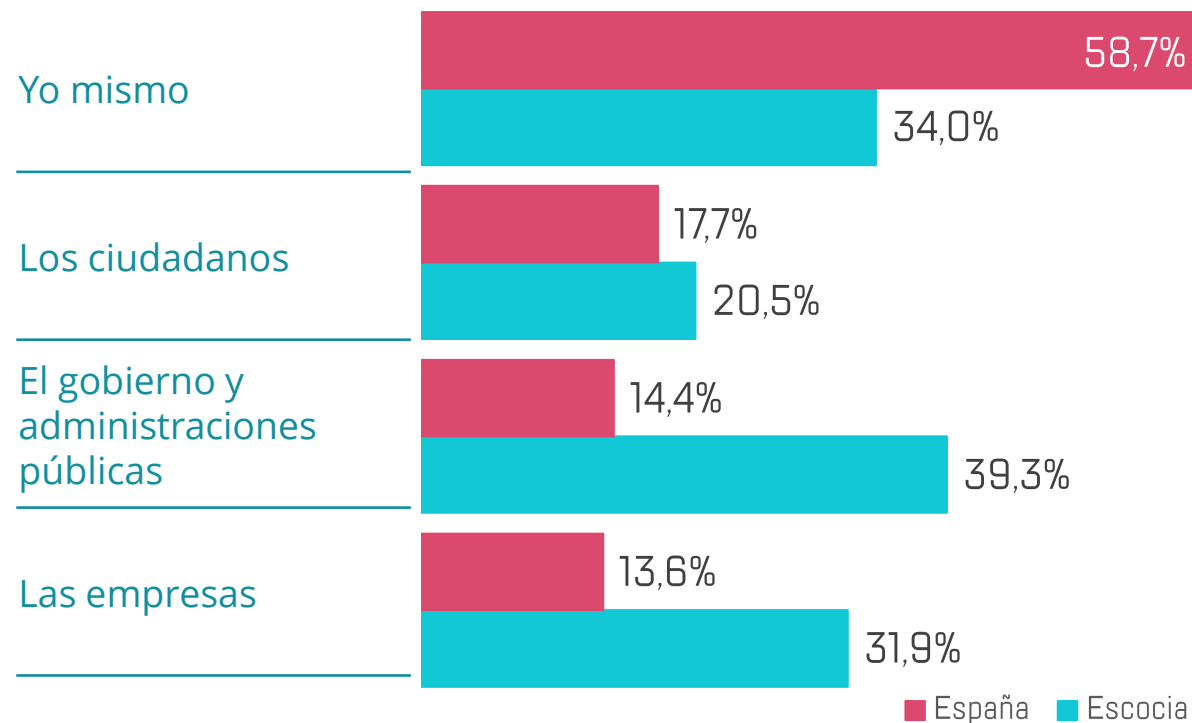


¿QUÉ OPINA EL CIUDADANO?

# Valoración del nivel de conciencia sostenible

- Los ciudadanos españoles son poco críticos consigo mismos y se consideran más concienciados que los escoceses.

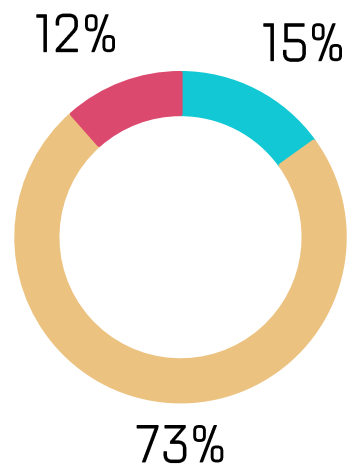
## % están muy o bastante concienciados



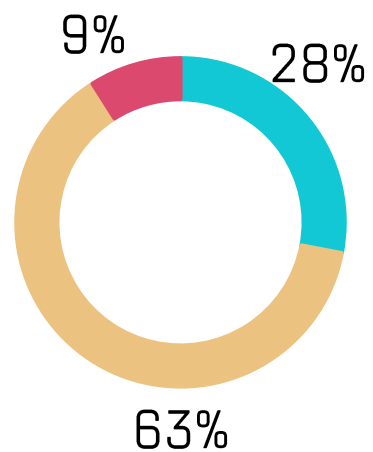
%TTB (Muy concienciados+Bastante concienciados)  
Base España: 1502 Escocia: 1032

# Valoración de la actitud de sus conciudadanos: ¿actúan o no actúan?

**España**



**Escocia**



- Tener una conciencia sostenible no implica que actúen en consecuencia y quieran cambiar sus hábitos.
- En España sólo un 15% considera que sus conciudadanos están preocupados por el medio ambiente y actúa consecuentemente.

- Están preocupados y actúan consecuentemente
- Están preocupados pero no cambian hábitos
- No están preocupados por el medio ambiente









# EL PERFIL DE LOS CIUDADANOS

# Perfil de los ciudadanos

- El estudio ha identificado cuatro perfiles de ciudadanos, a partir de sus comportamientos y actitudes relacionados con la economía circular y la sostenibilidad.



# Perfil de los ciudadanos

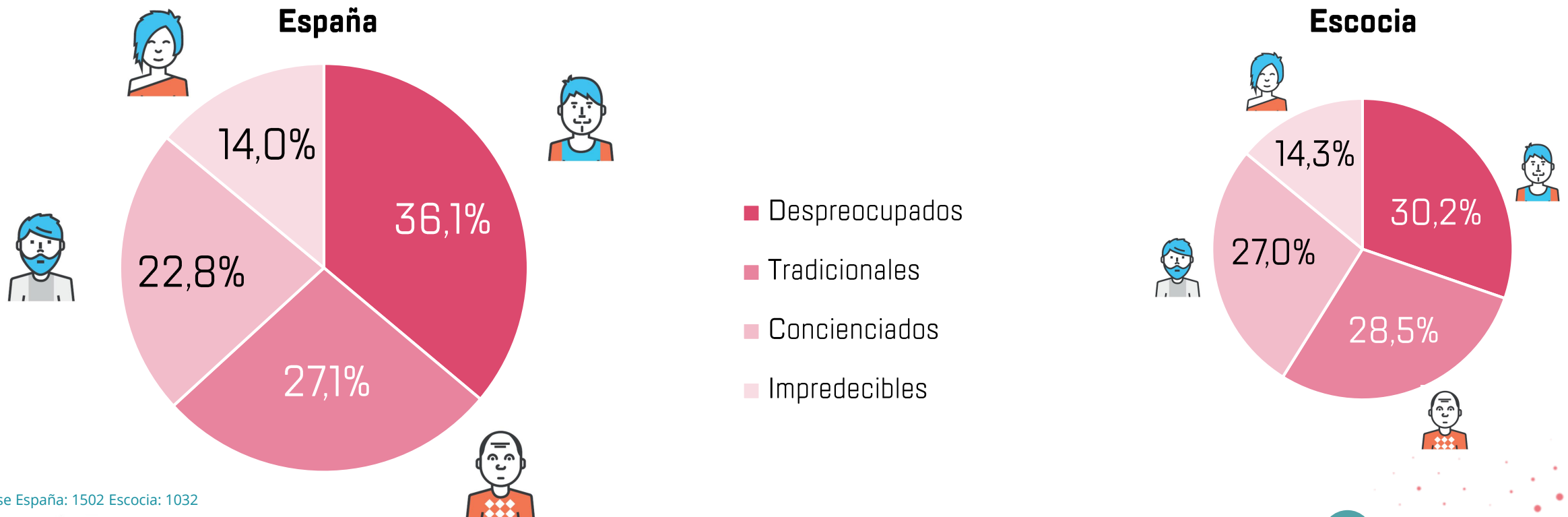
%TTB*	TOTAL				
		Concienciados	Impredecibles	Tradicionales	Despreocupados
Separo la basura doméstica según el tipo de desecho (orgánico, plástico, papel, vidrio)	65,6%	92,9%	82,3%	87,7%	25,3%
Utilizo los puntos limpios (puntos verdes) de mi zona para deshacerme de electrodomésticos, aparatos electrónicos, aceite u otros productos.	61,9%	87,8%	81,5%	82,9%	22,2%
Cuando voy de viaje, no me comporto de forma tan sostenible	23,1%	17,5%	71,9%	9,1%	18,3%
Antes de comprar algo nuevo, busco si lo puedo comprar de segunda mano	25,2%	40,3%	72,1%	7,2%	10,9%
Suelo llevar productos a reparar para alargar su vida útil	54,4%	86,4%	87,1%	61,2%	16,6%
En muchas ocasiones las frutas y las verduras se me pasan de tiempo y las tiro	20,0%	8,3%	74,7%	5,3%	17,1%
Cuando escojo un medio de transporte, intento que sea el menos contaminante posible	33,3%	49,0%	80,0%	24,8%	11,7%
Me parece bien que la administración pública limite o prohíba ciertos comportamientos de movilidad	51,6%	81,3%	85,2%	49,1%	21,7%

(\*) %TTB (Totalmente + Bastante de acuerdo)

Base: 1502 343 210 543 407

# Perfil de los ciudadanos

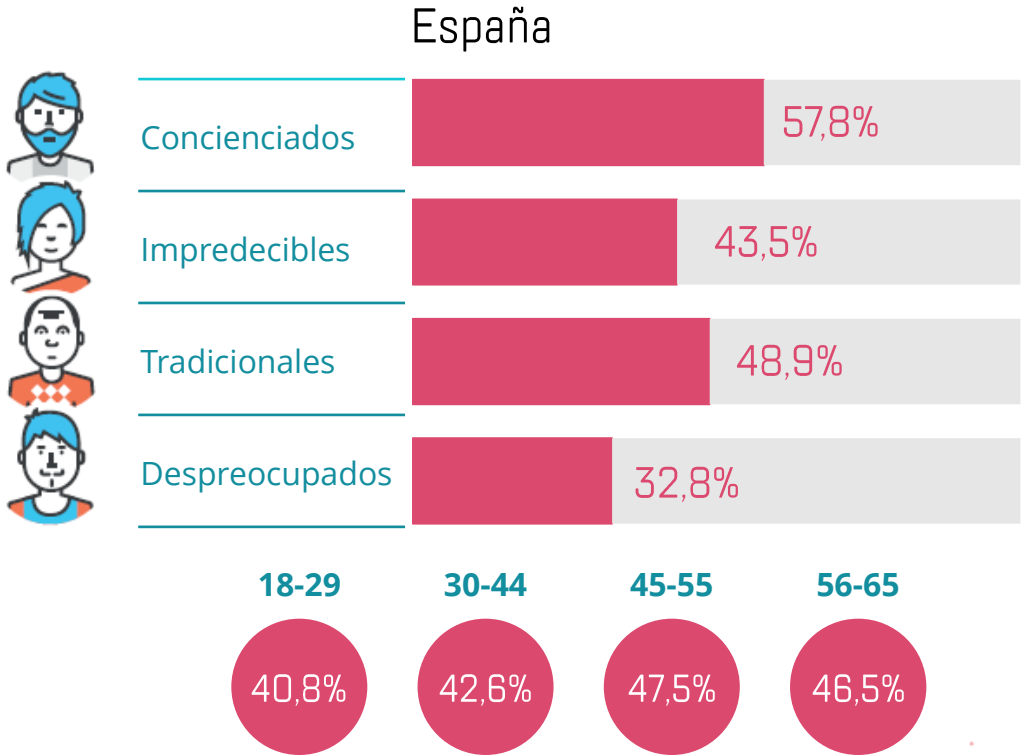
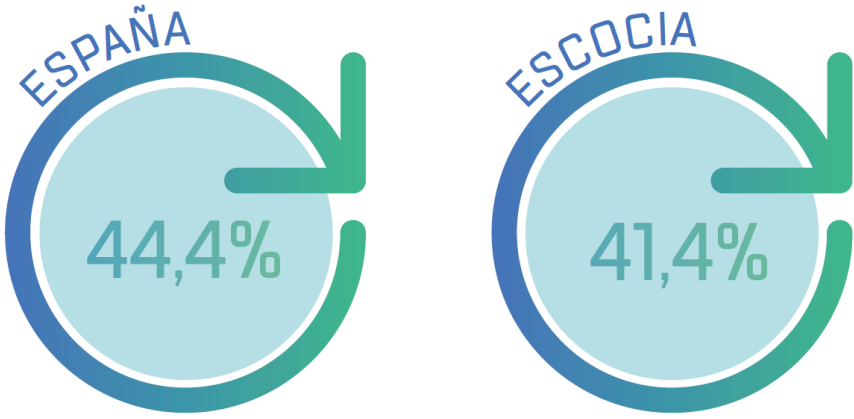
- Los *Concienciados* sólo representan un 22,8% de la población española.
- Todavía existen un alto % de *Despreocupados*.



Base España: 1502 Escocia: 1032

# CIRCULAR INDEX\*

- Los ciudadanos presentan un Circular Index bajo. Mucho camino por recorrer para mejorar sus hábitos y comportamientos.



(\*) Índice elaborado a partir de la percepción que tienen los ciudadanos sobre sus actitudes, entre otros: si separan la basura doméstica, si intentan alargar la vida útil de los productos, si compran productos de 2a mano, qué residuos reciclan o qué residuos separan.

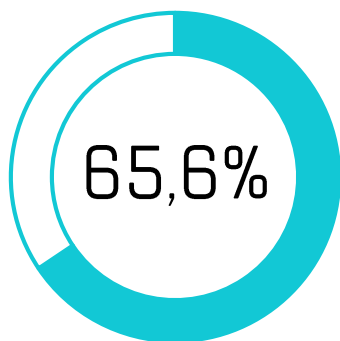
Base España: 1502 Escocia: 1032



# RECICLAJE, REPARACIÓN Y REUTILIZACIÓN

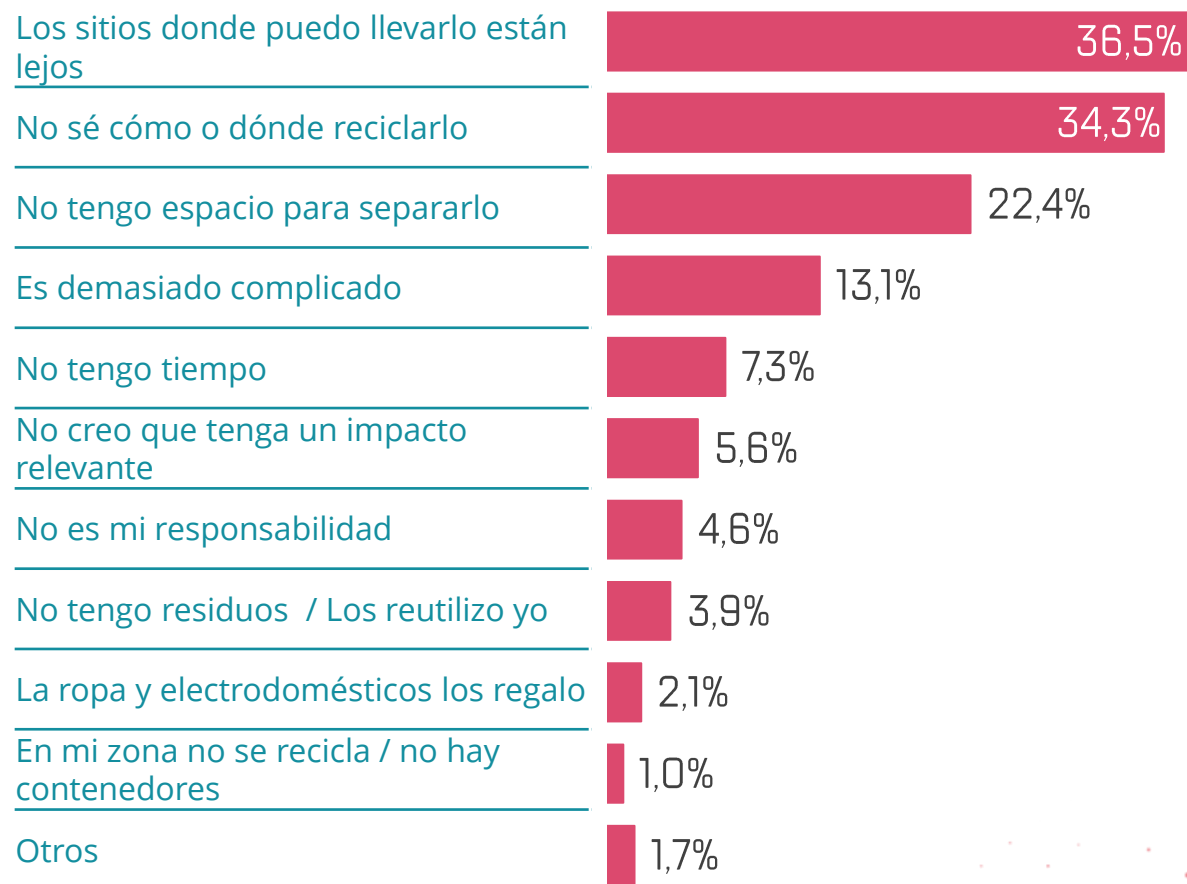
# ¿Reciclan? ¿Por qué no reciclan más?

## “Separo la basura doméstica según el tipo de desecho”



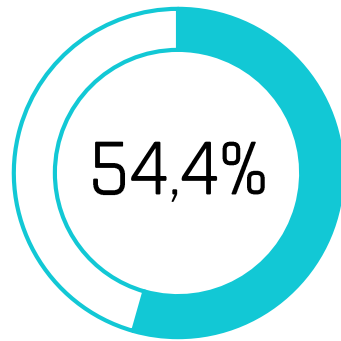
- Demandan mayor proximidad de los puntos de reciclaje y una mayor información sobre dónde depositar cada residuo.

## Motivos para no reciclar residuos domésticos



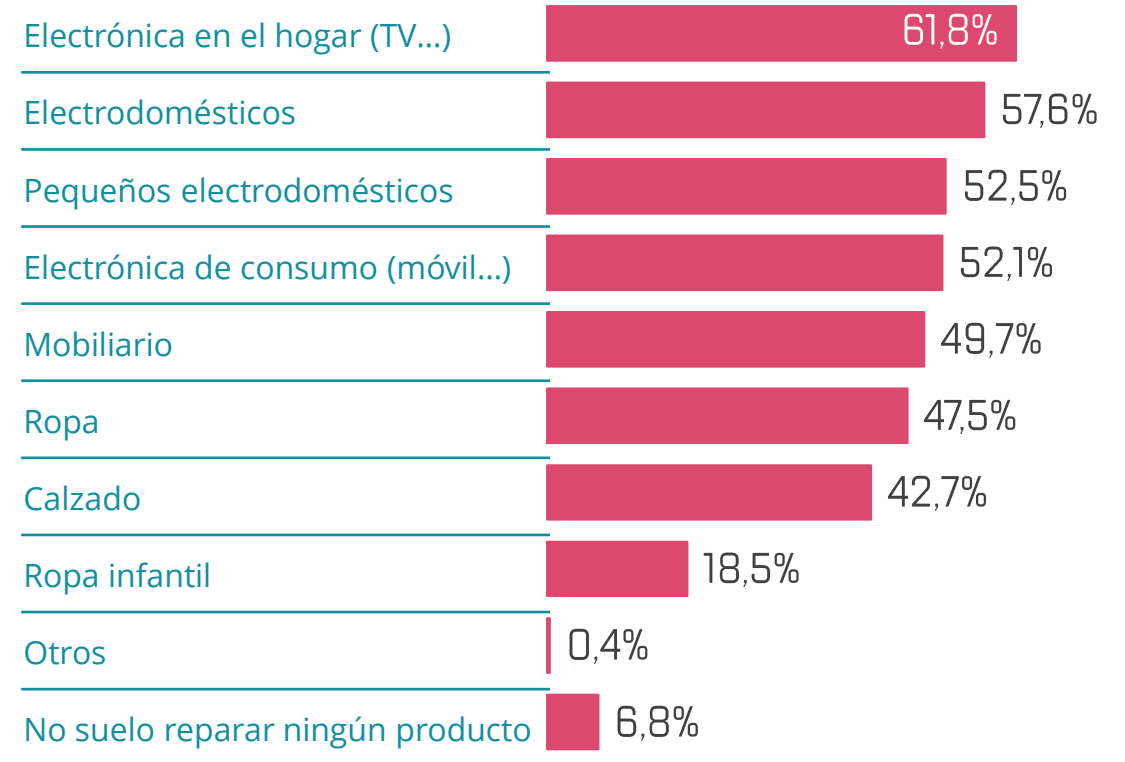
# ¿Reparan los productos que se estropean?

**“Suelo llevar productos a reparar para alargar su vida útil”**



- Principalmente reparan productos electrónicos.

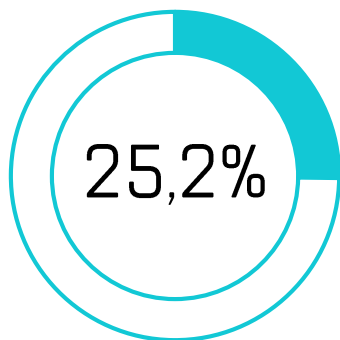
## ¿Qué reparan?





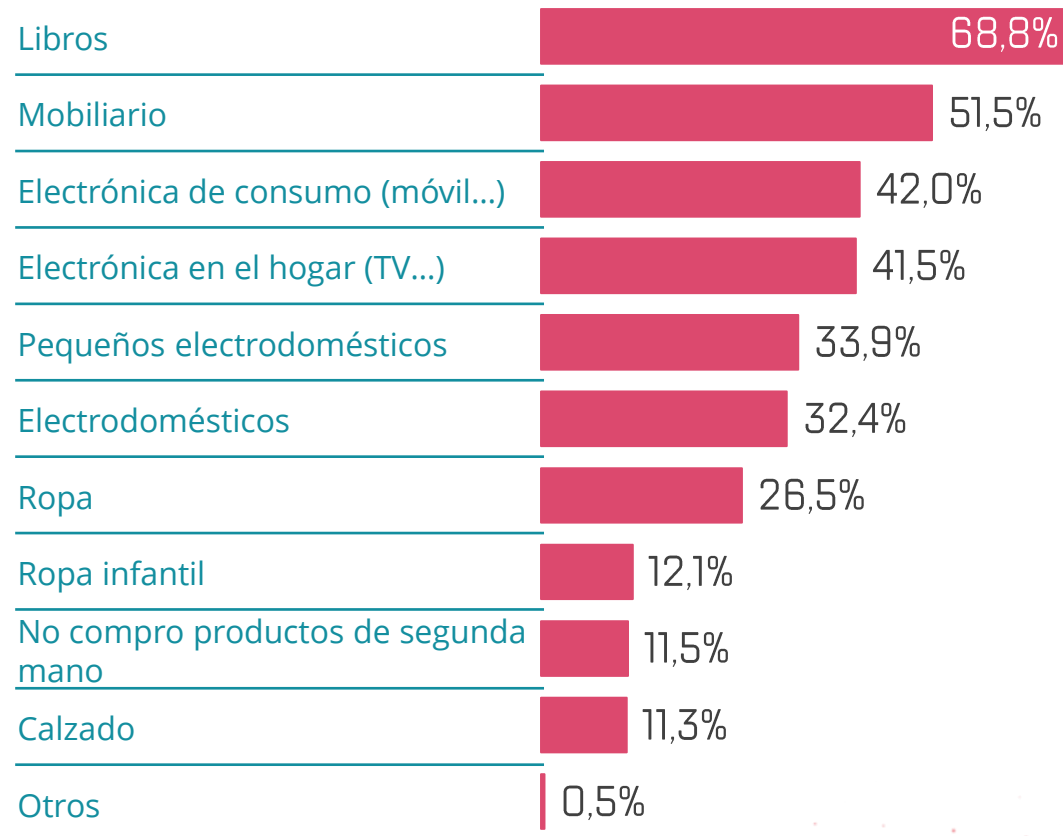
# ¿Nuevo o de segunda mano?

“Antes de comprar algo nuevo, busco si lo puedo comprar de segunda mano”



- Además de los libros, destaca su predisposición por mobiliario de segunda mano y productos electrónicos, aunque en menor medida.

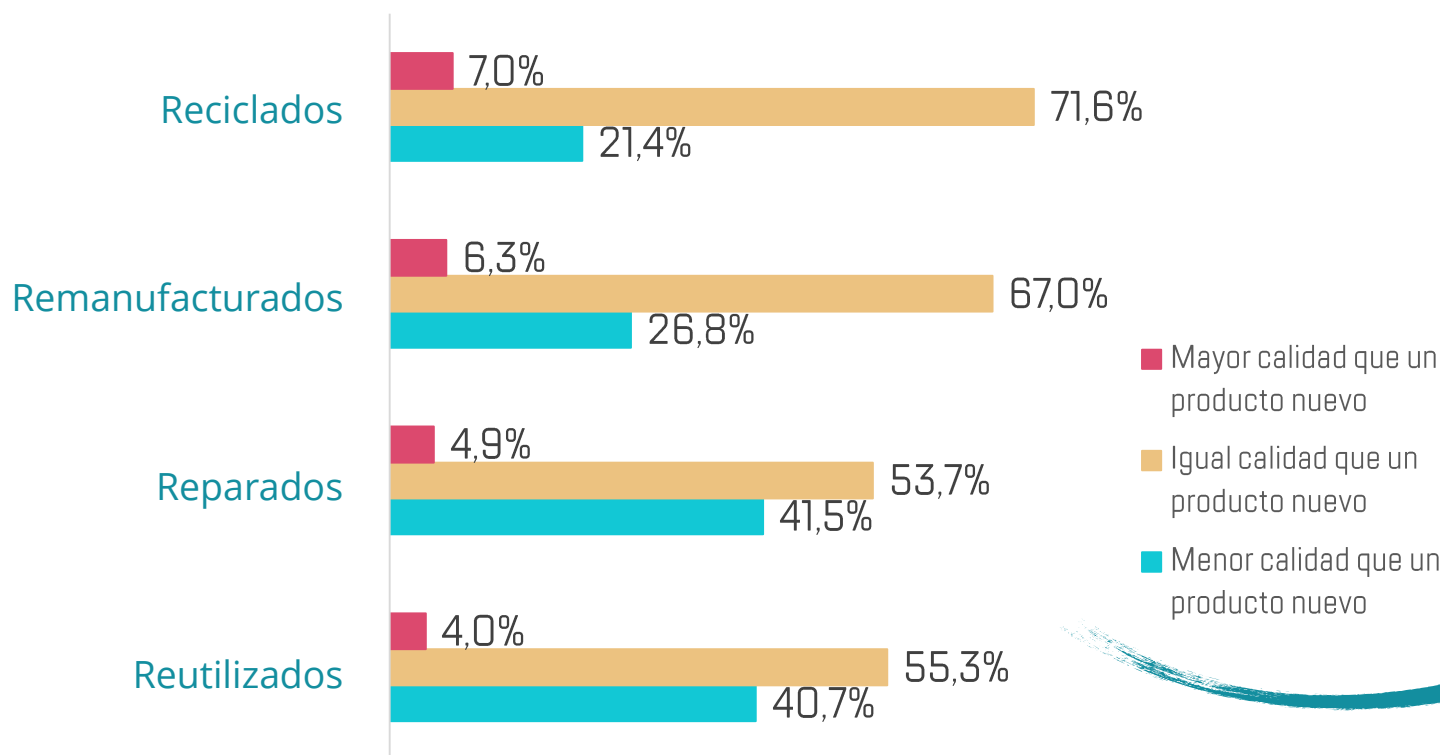
¿Qué categorías se compran y se utilizan más de segunda mano?



# ¿Creen que este tipo de productos son de calidad?

- Mayor calidad percibida de aquellos productos que han sufrido algún proceso transformativo.

## Percepción de calidad según el tipo de producto



39%

**“Compraría productos de segunda mano si estuviesen certificados”**



DRIVING UP STANDARDS IN RE-USE

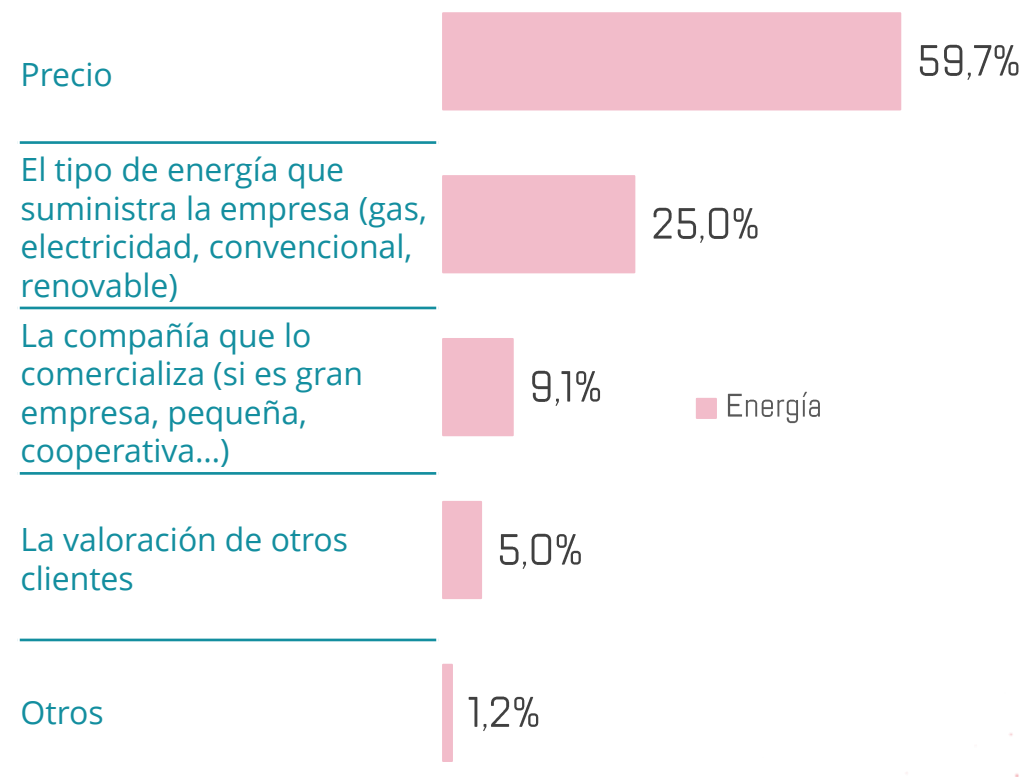
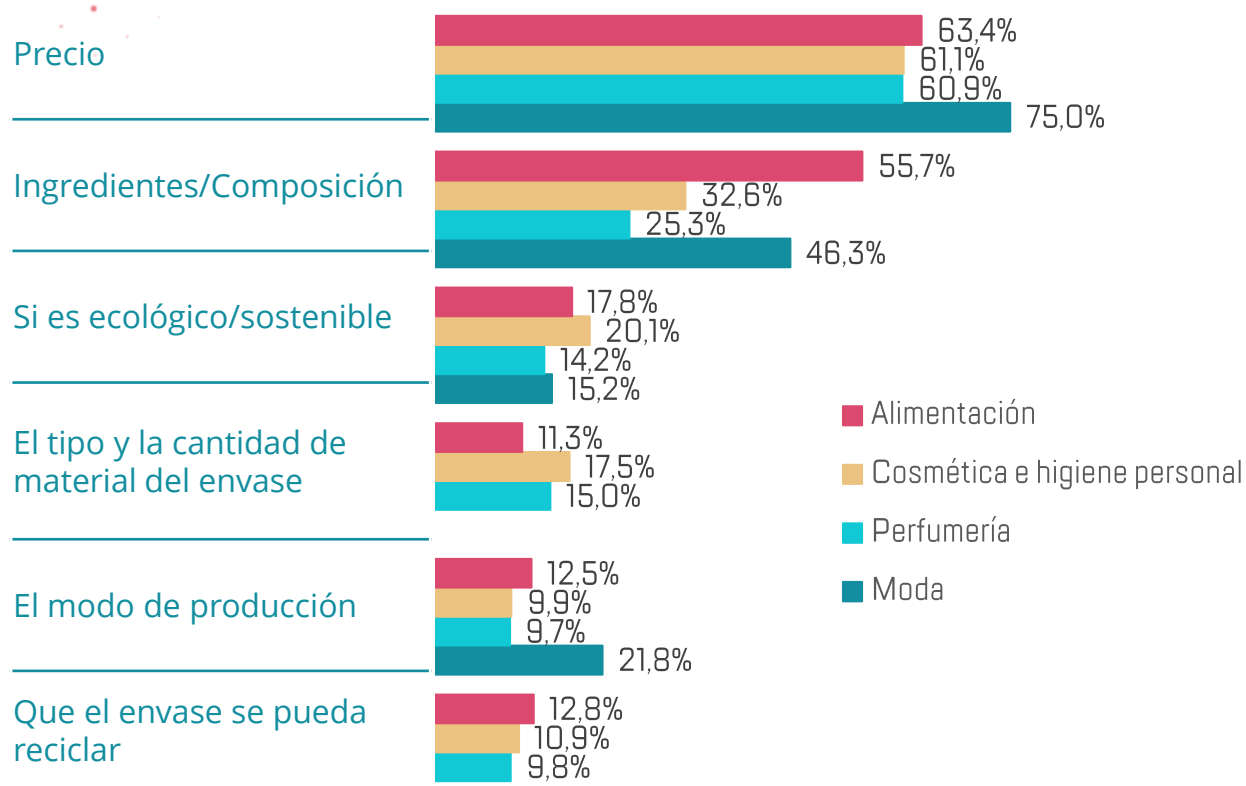


SECTORES

# ¿Tienen en cuenta criterios de sostenibilidad en su elección?

- Los criterios basados en la sostenibilidad no son prioritarios.

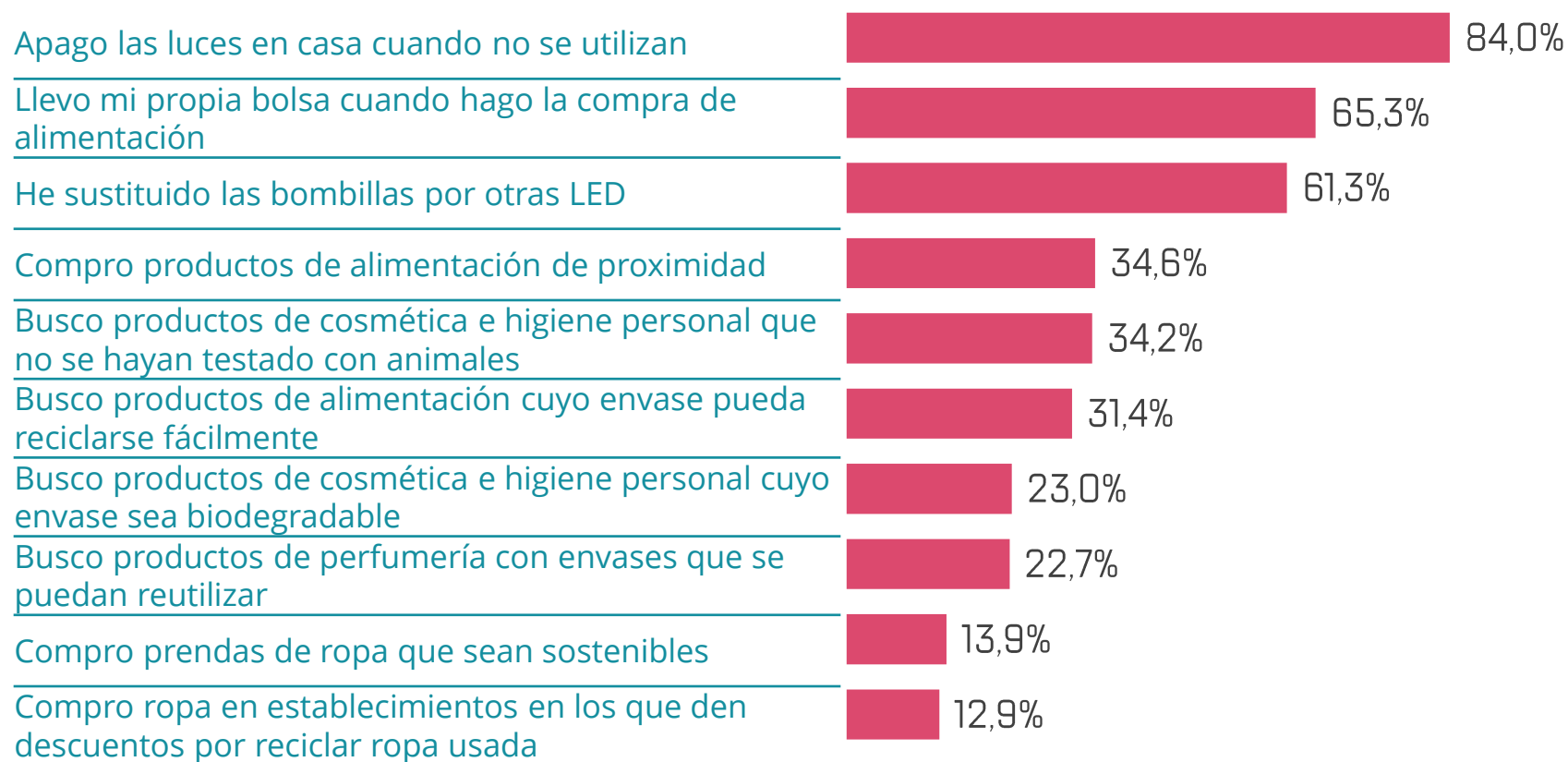
## Criterios de elección de producto por sectores



# ¿Qué acciones sostenibles realizan?

- Se enfocan en aquellas acciones más sencillas, en las que se ha hecho más énfasis comunicativo y las que pueden motivar un ahorro.

## Acciones sostenibles que realizan





# PERSPECTIVAS DE FUTURO

# ¿Optimistas o Pesimistas?

- Muchas dudas sobre cómo evolucionarán las condiciones en los próximos años.

## Percepción de la evolución de las condiciones medioambientales en los próximos 10 años



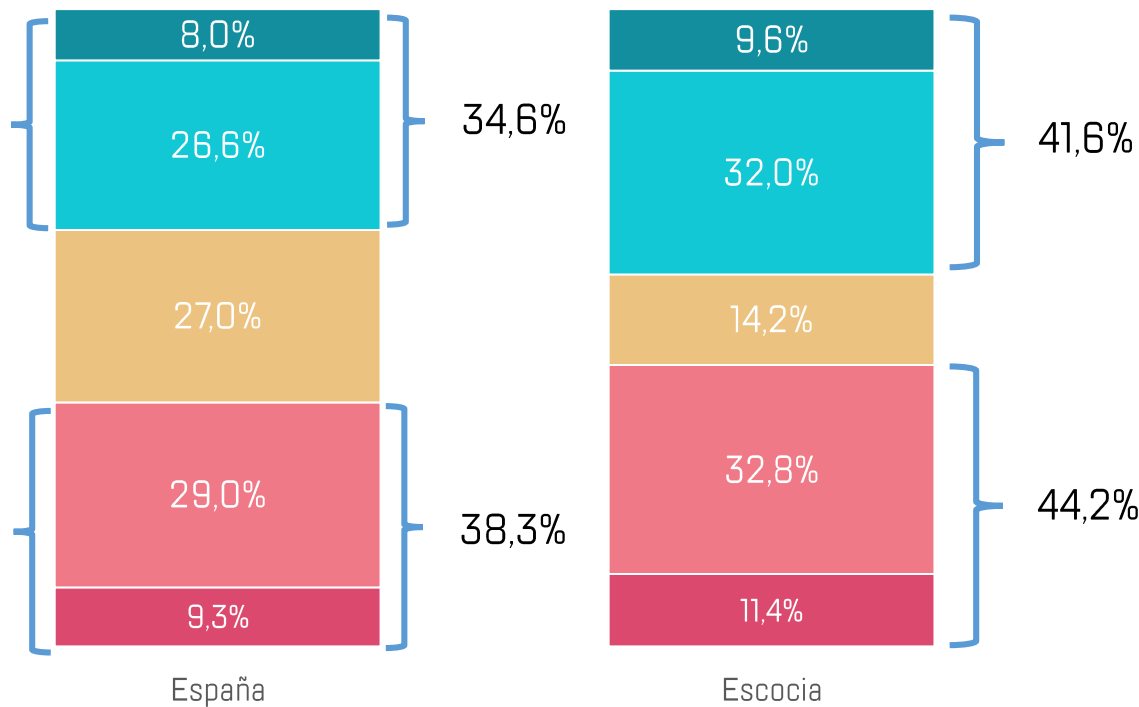
Impredecibles 54,9%



Concienciados 50,2%



Tradicionales 43,5%



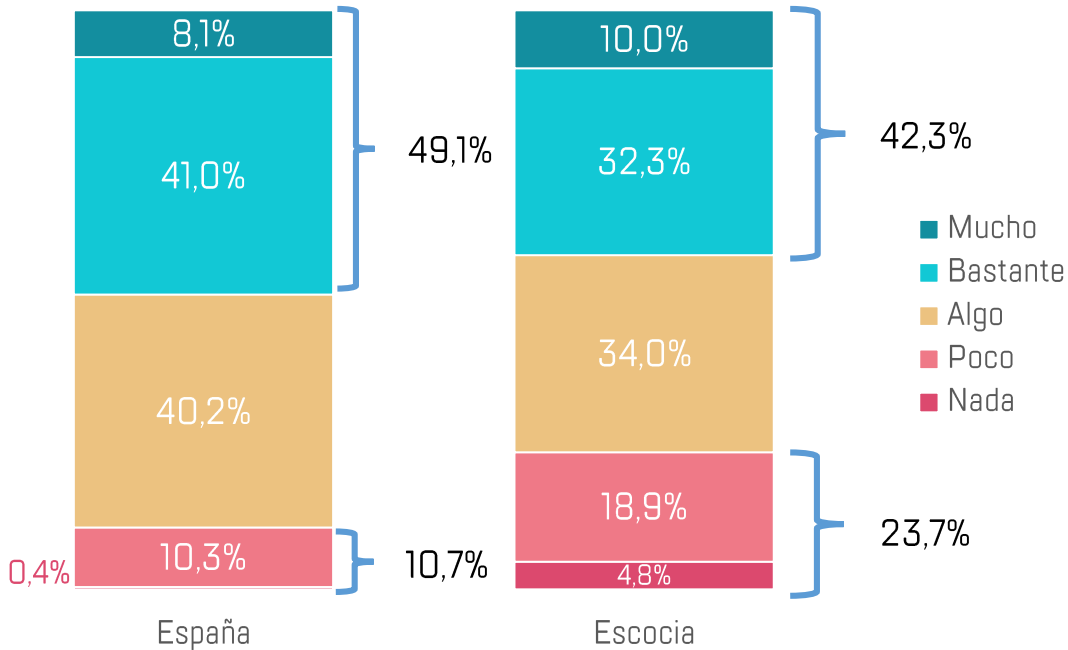
- Mejorarán mucho
- Mejorarán bastante
- No cambiarán
- Empeorarán bastante
- Empeorarán mucho

Base España: 1502 Escocia: 1032

# ¿Qué nivel de información tienen?

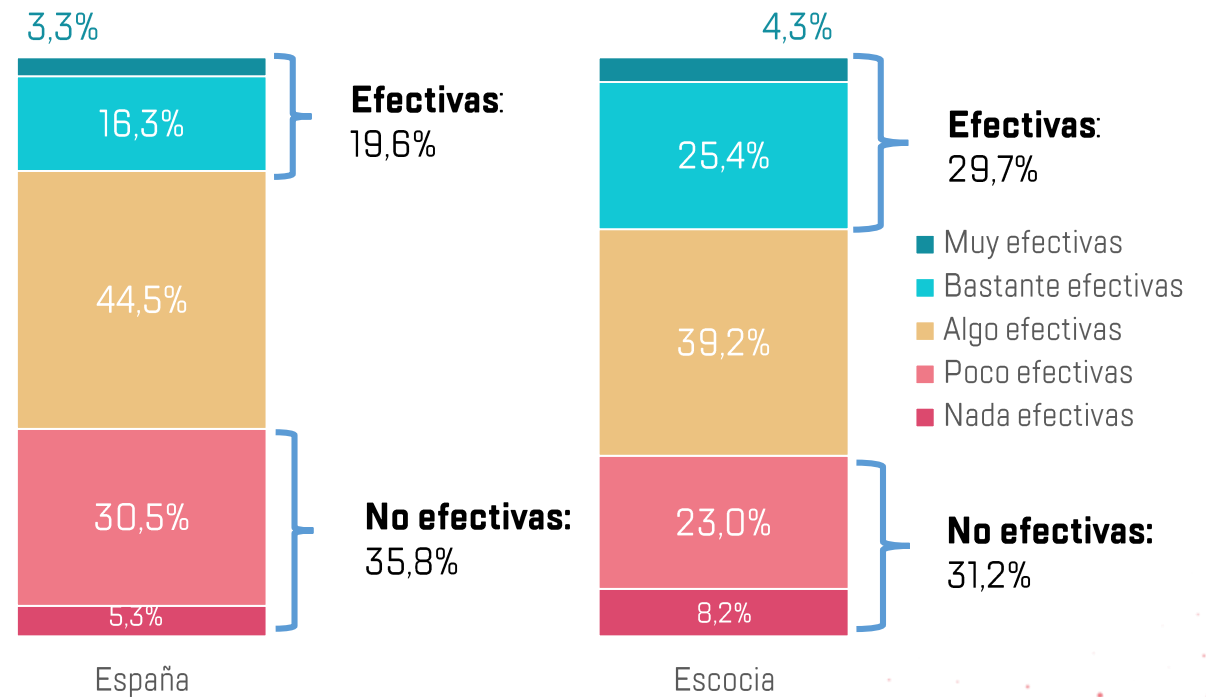
- Menos de la mitad se consideran informados, con campañas muy poco efectivas.

**Nivel de información sobre sostenibilidad y medioambiente que los ciudadanos consideran tener**



Base España: 1502 Escocia: 1032

**Percepción ciudadana del nivel de efectividad de las campañas relacionadas con la sostenibilidad**





## ¿Les impacta la información?

---

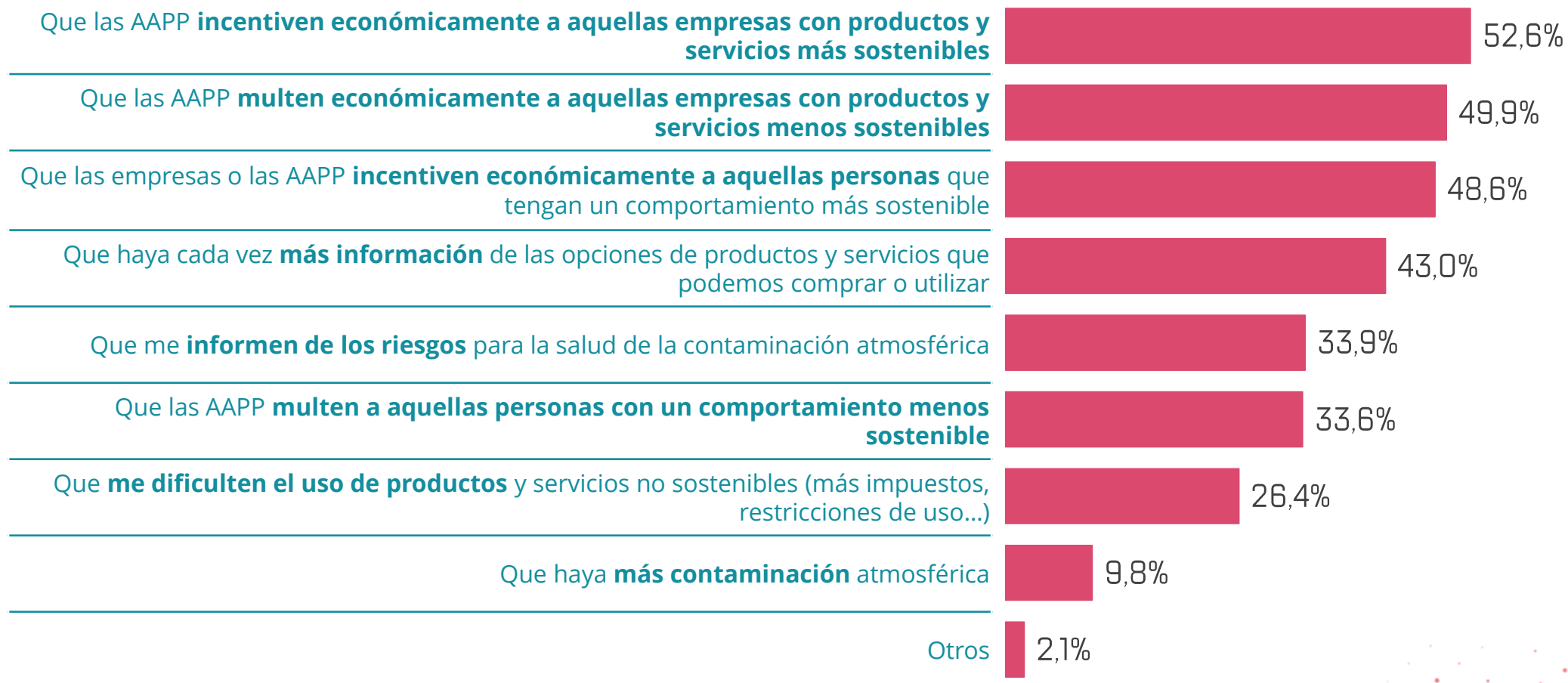
“El mar me queda demasiado lejos” [Joven, BCN]

“Sé que fabrican en condiciones malas, pero a veces miro para otro lado” [Adulto, BCN]

“Me gustaría saber si se recicla todo de verdad” [Joven, BCN]

# ¿Qué demandan los ciudadanos?

## Factores que motivarían a los ciudadanos a comportarse de forma más sostenible



# ¿Qué demandan a las empresas?

## GRAN CONSUMO

- 1 Ofertas para la compra de productos sostenibles
- 2 Facilidades e incentivos para la devolución del envase
- 3 Descuentos para la devolución de prendas

+70%

## SECTOR ENERGÉTICO

- 1 AAPP: potenciar el uso de renovables
- 2 Más responsabilidad sobre el impacto en el medio ambiente
- 3 Aprovechar agua y energía solar en hogares

+75%

%TTB (Totalmente de acuerdo + Muy de acuerdo)  
Base España: 1502



# KEY LEARNINGS

## Key Learnings

---

- Sólo un 23% de los ciudadanos están *concienciados* y un 36% están *despreocupados*. El ciudadano está lejos de tener un comportamiento “circular” (CI<50%).
  - Se demandan incentivos tanto a las AAPP como a las empresas (descuentos por devolución de envases, incentivos por tener un comportamiento más sostenible...).
  - Se demanda una información más adecuada: mensajes claros y directos, tanto de empresas como de AAPP.

# Key Learnings

- El cambio en el modelo **productivo y de consumo** debe ser promovido por las administraciones públicas.
  - Hoja de ruta clara
  - Colaboración público-privada, diálogo constante con empresas
  - Implicación de otros actores a las mesas de trabajo, incluyendo a ciudadanos.
  - Incentivar y penalizar a las compañías según su comportamiento sostenible. Desarrollar herramientas como el “circular public procurement”.



## Key Learnings

---

- El óptimo desarrollo de la economía circular debe basarse en una visión sistémica de la actividad económica, que implique a:
  - Gobierno y Administraciones Públicas
  - Empresas
  - Ciudadanos



MUCHAS GRACIAS!



Con la participación de:



# LOS CIUDADANOS Y LA ECONOMÍA CIRCULAR

SITUACIÓN ACTUAL Y  
PERSPECTIVAS DE FUTURO

3 de Julio de 2018