



HÁBITOS DE CONSUMO

Perspectiva comparada y estudio
específico en el municipio de Vigo

Dirección: Luis Espada Recarey



Actuaciones de Oficio
VALEDOR DO CIDADÁN



Concello de Vigo

HÁBITOS DE CONSUMO

Perspectiva comparada y estudio
específico en el municipio de Vigo



VALEDOR DO CIDADÁN

Actuaciones de Oficio

Dirección: Luis Espada Recarey

STAFF

Dirección

Luis Espada Recarey

Coordinador general

Victor Manuel Martínez Cacharrón

Coordinador informático

Guillermo Rey González

Coordinador temático y bibliográfico

Javier Iradiel Sánchez

Colaboradores

Ramon Castro Gonzalez

Damián Cuadrado Rodríguez

Francisco J. García González

Unai González Suárez

Estefania Ordoñez Lopez

Judit Ordoñez Lopez

Irasema Ordoñez Lopez

Elías José Outes Rey

Iago Pozo Antonio

María Teira Rivas

Diseño y maquetación

Diego Durán

Imprime

Roel Artes Gráficas

ISBN

978-84-695-7342-6

Dep. Legal

VG 204-2013

Oficina do Valedor do Cidadán

R. Policarpo Sáenz, 15 4º

Casa das Artes - 36202 VIGO

Tel: 986 430 047

Fax: 986 227 774

e-mail: valedordocidadan@vigo.org

web: <http://hoxe.vigo.org/oconcello/valedor>

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	7
PARTE I - EL CONSUMO Y LA PRODUCCIÓN SOSTENIBLE EN EUROPA	9
1. INTRODUCCIÓN	9
2. CONSUMO DE ENERGÍA	13
3. CONSUMO DE AGUA	17
4. GENERACIÓN DE RESIDUOS	20
4.1 La política comunitaria europea de gestión de residuos	20
4.2 El enfoque del ciclo de vida	21
4.3 Jerarquía de residuos	22
4.4 Consejos para producir menos residuos	27
5. CONSUMO RESPONSABLE	29
5.1 Medidas de actuación	30
PARTE II - ENCUESTA EUROBARÓMETRO 256: ACTITUD DE LOS EUROPEOS FRENTE AL CONSUMO Y LA PRODUCCIÓN SOSTENIBLE	33
1. PRINCIPALES RESULTADOS GLOBALES	34
2. RESULTADOS POR TEMÁTICAS	34
2.1 Etiqueta ecológica. Percepciones generales.	34
2.2 La etiqueta ecológica de la UE	35
2.3 Afirmaciones por parte de las empresas y productores sobre el comportamiento medioambiental de sus productos	35
2.4 Promoción de productos respetuosos con el medioambiente	35
2.5 Relación entre el impacto medioambiental y los hábitos de consumo	35
2.6 El impacto ambiental de los productos comprados o utilizados	37
2.7 Compra de productos de alta eficiencia energética	42
2.8 El etiquetado ecológico. Percepciones generales	43
2.9 Informaciones suministradas en las etiquetas medioambientales	45
2.10 La Etiqueta Ecológica de la UE	48
2.11 Consideraciones finales	49
3. REFLEXIONES GENERALES UNIÓN EUROPEA - ESPAÑA	49

PARTE III - HÁBITOS DE CONSUMO EN EUROPA.....	53
1. INTRODUCCIÓN.....	53
2. ENERGÍA.....	53
3. AGUA.....	56
4. RESIDUOS.....	58
4.1 El enfoque de la UE con respecto a los residuos	59
4.2 El enfoque del ciclo de vida.....	60
5. PRODUCTOS QUE FOMENTAN LA SOSTENIBILIDAD	63
PARTE IV - ENCUESTA SOBRE BUENAS PRÁCTICAS MEDIOAMBIENTALES A LA CIUDADANÍA VIGUESA	66
1. METODOLOGÍA	66
1.1 Método de recopilación de datos y fuentes	66
1.2 Escala de valoración.....	66
1.3 Ficha técnica.....	67
2. INFORME DE RESULTADOS	68
2.1 Caracterización de los sujetos	68
2.2 Resultados globales.....	70
2.3 Resultados por zonas.....	79
2.4 Comparación encuesta 2007 y 2012.....	84
2.5 Comparación entre Vigo, la UE y España	87
3. TENDENCIAS OBSERVADAS.....	88
3.1 Caracterización de los sujetos	88
3.2 Análisis de los resultados de la encuesta	89
3.3 Comparación encuesta 2012-2007	116
3.4 Comparación entre Vigo, la UE y España	119
CONCLUSIONES	122
1. SOBRE LAS ENCUESTAS DEL EUROBARÓMETRO	122
2. SOBRE LA OPINIÓN DE LA CIUDADANÍA VIGUESA	125
2.1 Encuesta sobre hábitos de consumo 2012	125
2.2 Comparación encuesta hábitos de consumo 2012 - 2007	129
2.3 Comparación Vigo - España	131
ANEXOS.....	133
A1. Cuestionario aplicado	133
A2. División del municipio de Vigo por distritos y zonas	136
BIBLIOGRAFÍA	138

INTRODUCCIÓN

La encuesta de Hogares y Medio Ambiente publicada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) representa una herramienta muy útil a la hora de comprender los hábitos de consumo de la sociedad española.

Esta encuesta demuestra que el consumo de agua es una de las preocupaciones de los españoles y que se intenta tomar medidas al respecto. El 96,9% de los hogares toma alguna medida para ahorrar agua como demuestran los datos que indican que en 8 de cada 10 se usan las lavadoras y lavavajillas a plena carga (81,9%) o que el 86,6% de las familias descongela con antelación la comida para evitar hacerlo utilizando agua. Otras medidas que se toman en las viviendas españolas y que reducen el uso del agua corriente son, por ejemplo, colocar una botella de agua en la nevera para tenerla siempre fresca (64,2%), colocar una papelera en el cuarto de baño para no utilizar el inodoro como cubo de basura (54,7%), llenar el fregadero antes de lavar los platos (38,8%), disminuir el caudal de los grifos (30,8%) y reciclar el agua (22,9%).

Existen diferencias en lo relativo al uso del agua como demuestra el hecho de que en las Comunidades Autónomas con déficit de agua se tiene más en cuenta el reciclado de la misma y que en los hogares de mayor tamaño se dedican más esfuerzos por reducir el consumo. Los datos indican que el 73,1% de los hogares cuenta con un dispositivo economizador de agua, el 65,6% cuenta con algún grifo monomando o termostático, el 34% dispone de limitadores de descarga de la cisterna y el 17% tiene instalado otros tipos de dispositivos.

En España, las fuentes de energía más utilizadas son la energía eléctrica, disponible en prácticamente todos los hogares, y después los gases licuados del petróleo (butano, propano...), disponibles en el 42,1% de las viviendas, el gas canalizado (40,5%) y los combustibles líquidos como el gasóleo (12,5%). La principal fuente de energía en capitales de provincia y municipios con más de 100.000 habitantes es el gas canalizado (56,8%).

El gas utilizado en el 32,3% de las viviendas españolas, sobre todo en las regiones más frías y húmedas, mientras que el 18,6% utiliza sistemas de refrigeración es también el responsable de gran parte del consumo general de energía y, en concreto, el aire acondicionado está presente en el 35,5% de los hogares de España, siendo la zona mediterránea y otras zonas de mayor calor en verano donde estos sistemas están en funcionamiento con más frecuencia. La encuesta de Hogares revela que el 15,3% de los hogares no apaga la calefacción durante la noche y el 8,7% no la apaga a pesar de ausentarse más de un día del domicilio. Otros datos indican que el 43,9% de los hogares usa la calefacción de 3 a menos de 6 meses, el 37,2% de uno a menos de 3 meses, el 8,9% menos de un mes al año y el 8,5% la utiliza durante más de 6 meses. La temperatura media

de la calefacción en los hogares es de 21,3 grados durante el día y la temperatura media del aire acondicionado es de 22,3 grados.

En lo que se refiere a la iluminación, el 85,5% de los hogares cuenta con algún tipo de luz bajo consumo, el 66,1% de ellos tiene al menos un tubo o luz fluorescente y un 67,1% cuenta con alguna bombilla de bajo consumo, incluidas las halógenas. Sólo el 16,1% de estos hogares tiene todas las luces de las habitaciones de bajo consumo y, el 52,8% únicamente en una parte. Otro dato interesante es que el 41,5% de las viviendas hace uso del modo Stand By, que es el consumo en espera de diferentes aparatos electrónicos y que es también el responsable del consumo no necesario de energía.

Asimismo, se ha analizado en esta encuesta la eficiencia energética de los electrodomésticos más comunes, teniendo en cuenta que prácticamente todos los hogares cuentan con frigorífico y lavadora, el 88,3% dispone de horno, el 43,5% lavavajillas y el 21,6% secadora independiente. El 45% de las personas que tienen horno afirma no conocer su calificación energética y más del 35% reconoce no saber el nivel de eficiencia del resto de electrodomésticos.

Según los datos, 3 de cada 4 hogares separa vidrio, papel y envases de plástico y metálicos para depositarlos en un punto específico de recogida. Otros productos que se reciclan y que se eliminan en un punto específico son las pilas y baterías pequeñas (el 72,3% de los hogares), los medicamentos (69,5%), los productos químicos (21,1%), los aparatos eléctricos, electrodomésticos y ordenadores (65,9%), los teléfonos móviles (35,6%), los muebles y enseres domésticos (65,2%), los escombros y restos de obras (43,7%), los aceites de cocina (24,0%), los tubos fluorescentes (19,9%), y la ropa y calzado (56,0%).

Por último, el transporte es también objeto de análisis ya que las emisiones que producen los coches son muy contaminantes para el medioambiente. Sólo el 21,7% de los ciudadanos afirma usarlo frente al 45,3% que se desplaza en su coche o moto. El 30,3% va a pie y el 1,3% en bicicleta. El transporte público más usado es el autobús (14,7%) y en el transporte privado es el coche (43,2%).

Esta introducción a modo de prólogo sirve para enfocar el tema objeto de este estudio que se relaciona con el consumo sostenible, esto es, hábitos de la ciudadanía sobre el consumo de energía, agua, generación de residuos y consumo responsable (comercio justo, agricultura y ganadería ecológica,...).

Se analizan separadamente estos hábitos a nivel europeo y con especial incidencia en el ámbito de España a modo de una perspectiva comparada para, finalmente, analizar de forma específica el comportamiento de la ciudadanía viguesa mediante una encuesta y su evolución en los últimos años.

PARTE I

EL CONSUMO Y LA PRODUCCIÓN SOSTENIBLE EN EUROPA

1. INTRODUCCIÓN

El comportamiento de los consumidores, en general, está influenciado por multitud de elementos como factores demográficos, salarios y precios, tecnología, la industria, políticas e infraestructuras así como por factores sociales, culturales y psicológicos.

Las actividades de producción que tienen lugar en los sectores económicos como el sector energético, la agricultura, el transporte y la industria son responsables directos de la mayoría de los impactos medioambientales causados por la economía.

El consumo provoca las principales agresiones medioambientales que tienen lugar a raíz del uso de productos y servicios como, por ejemplo, conducir un coche o calentar una vivienda con combustibles fósiles. Por otro lado, también son significativos los impactos medioambientales creados a lo largo de la cadena de producción de los bienes o servicios que se consumen y que incluyen, entre otros, la comida, la ropa, el mobiliario o la electricidad. Estos efectos, tanto directos como indirectos, son los responsables conjuntamente de las agresiones medioambientales que provocan el calentamiento global, la pérdida de la biodiversidad, el sellado y deslizamiento de tierras y la contaminación atmosférica y del agua. En Europa, el aumento de la proporción de bienes consumidos que son importados ha hecho aumentar la proporción de impactos medioambientales que se producen en otras partes del mundo y esto provoca que el consumo en Europa esté ligado a los ecosistemas del resto del mundo.

La cuarta área sería el turismo que tiene un gran índice de impacto medioambiental tanto en la Unión Europea como en el resto del mundo. La principal razón que provoca que el consumo afecte de una manera tan directa y negativa al medio ambiente y que produzca la sobreexplotación de los recursos naturales reside en el hecho de que los costes para la sociedad que provoca la degradación medioambiental y la explotación de los recursos no se ve reflejada en el precio de los productos y servicios y, por lo tanto, muchos productos son relativamente baratos a pesar de que suponen un efecto nocivo importante para el medio ambiente, los ecosistemas y la salud humana.

Esto se ha convertido en un motivo de preocupación a nivel mundial y son varios los países y las organizaciones que están promoviendo la concienciación ciudadana y están

desarrollando políticas encaminadas a minimizar estos impactos generados por el consumo privado de los hogares.

Resulta muy indicativo que si el resto del mundo adoptara el modo de vida europeo, serían necesarios los recursos de dos planetas para soportar ese ritmo, aunque hay que decir que durante la última década se han producido varias tendencias alentadoras en el medio ambiente: las emisiones de gas de efecto invernadero se han reducido, ha aumentado el porcentaje de uso de energías renovables y los indicadores de la contaminación del aire y del agua muestran mejoras a lo largo de toda Europa, aunque esto no se ha traducido todavía en una mejora de la calidad del aire y del agua. Se ha reducido el uso de materiales y la generación de residuos y aunque sigue aumentando el consumo de materiales y de electricidad, así como la generación de residuos peligrosos, al menos no lo hace al mismo ritmo que el crecimiento económico. También ha disminuido el consumo de energía final y ha aumentado la cantidad de residuos que se reciclan. Se han reducido las emisiones contaminantes y se han mejorado las pautas de producción de las empresas, ligadas a la responsabilidad social empresarial, y la producción agrícola ha avanzado hacia prácticas más sostenibles. Durante el periodo 2000-2007 aumentó el consumo interno de materiales debido, entre otros motivos, al aumento de la extracción de recursos nacionales y de las importaciones. La capacidad adquisitiva de los ciudadanos aumentó en el mismo período aunque se redujo en 2008 y 2009 debido a la crisis económica. Parece existir una tendencia hacia la reducción progresiva del tamaño de los hogares y esto ha contribuido a aumentar el consumo de electricidad en las casas. Por último, tampoco ha disminuido el volumen de coches por cada 1000 habitantes sino que ha ido creciendo aunque no tan rápido como en el periodo 1990-2000.

Teniendo estos datos en cuenta, la Comisión Europea presentó en 2008 el Plan de Acción sobre Consumo y Producción Sostenibles y una Política Industrial Sostenible con el objetivo de contribuir a la mejora ambiental en el desarrollo de productos y aumentar la demanda de bienes y tecnologías de producción más sostenibles. Este plan también estaba dirigido a promover la posibilidad de innovar por parte de la Industria Europea.

Como hemos comentado anteriormente, otros organismos internacionales también han publicado estudios para promover el consumo sostenible en diferentes países. La OCDE ha publicado dos informes que tienen como tema principal el consumo sostenible:

- *Household behaviour and the Environment - reviewing the evidence.*
- *Promoting Sustainable Consumption: good practices in OECD countries.*

Las Naciones Unidas también se han hecho eco de este problema y han publicado diversos documentos como:

- *Assessing the Environmental Impacts of Consumption and Production: Priority Products and Materials.*
- *Trends in sustainable development: Towards Sustainable Consumption and Production.*
- *Paving the way to Sustainable Consumption and Production.*

Plan de Acción sobre Consumo y Producción Sostenibles y una Política Industrial Sostenible

Con el propósito de conseguir un aumento de la demanda de mercancías y tecnologías de producción más sostenibles, la Comisión Europea propone un conjunto de medidas destinadas a respaldar la aplicación, en la Unión Europea y a escala internacional, de una política dirigida a promover la producción y el consumo de productos respetuosos con el medio ambiente. Se propone la implantación de una serie de normas dirigidas a mejorar el comportamiento energético y medioambiental de los productos a lo largo de su vida útil, y a fomentar la demanda y el consumo de productos de mejor calidad.

Estos objetivos se pueden lograr mediante:

- la ampliación del campo de aplicación de la Directiva sobre diseño ecológico de los productos que consumen energía para que incluya todos los productos relacionados con la energía; es decir, todos aquellos que tengan una incidencia sobre el consumo de energía durante su uso (marcos de las ventanas, grifería, etc.);
- la ampliación del campo de aplicación de la Directiva sobre etiquetado energético para que comprenda una gama de productos más amplia;
- la revisión del Reglamento sobre la etiqueta ecológica para simplificar y racionalizar su proceso de obtención y aumentar el número de productos a los que se aplica;
- la promoción de la contratación pública ecológica, ofreciendo orientación a las autoridades públicas y proporcionándoles herramientas para que sus prácticas en este ámbito sean más respetuosas con el medio ambiente;
- medidas de fomento para reducir la huella ecológica del sector de la distribución y de su cadena de abastecimiento y para promover la fabricación de productos más sostenibles e informar mejor al consumidor.

Una producción que consuma menos recursos

Pese a que ya existe un marco normativo que rige los procesos de producción, sobre todo en lo que respecta a las emisiones industriales y al régimen de comercio de derechos de emisión de gases de efecto invernadero, la Comisión considera que los procesos de producción respetuosos con el medio ambiente y energéticamente eficientes necesitan un nuevo impulso. Para ello, actuará en estos tres campos:

- mejorar la eficiencia del uso de recursos (generar más valor con menos recursos);
- favorecer la innovación ecológica;
- reforzar el potencial medioambiental de la industria con la revisión del Reglamento EMAS (sistema comunitario de gestión y auditoría medioambientales), elaborando políticas industriales que favorezcan a las industrias medioambientales y ayudando a las pequeñas y medianas empresas (pymes) a aprovechar las oportunidades comerciales en el ámbito del medio ambiente y de la energía.

Actuación a escala mundial

También se emprenderán acciones a escala mundial:

- fomentar las buenas prácticas de producción y consumo sostenibles en el ámbito internacional;
- favorecer el comercio internacional de productos y servicios respetuosos con el medio ambiente;
- promover planteamientos sectoriales en negociaciones internacionales sobre el cambio climático.

Contexto

El Plan de Acción se inscribe dentro de la estrategia de la Unión en favor del desarrollo sostenible y del programa comunitario de Lisboa para 2008-2010 en el que la promoción de una política industrial orientada a un consumo y una producción más sostenibles constituye uno de sus principales ejes. La Comisión evaluará los progresos realizados e informará sobre la aplicación de las iniciativas propuestas en 2012.

Con el propósito de conocer de forma directa las pautas de comportamiento de los consumidores y analizar la actitud de los europeos respecto a este tema, la Comisión Europea ha llevado a cabo distintas encuestas Eurobarómetro que sirven para recopilar información respecto al grado de conocimiento de los ciudadanos sobre el consumo sostenible y la disposición de los consumidores a adoptar pautas de consumo responsable. En concreto, la Encuesta Eurobarómetro 256 "Actitud de los europeos respecto al consumo y la producción sostenibles" realizada en 2009 resulta muy interesante ya que aporta información muy valiosa sobre los agentes que influyen en los parámetros de consumo actuales de los europeos y la repercusión en el medio ambiente de los productos que compramos.

Otras encuestas más recientes y de igual interés, publicadas durante el año 2011, son la encuesta Eurobarómetro 365 "Actitud de los ciudadanos europeos hacia el medio ambiente" y la encuesta Eurobarómetro 316 "Actitud de los europeos respecto a la eficiencia de recursos" cuya información se convierte en una herramienta imprescindible en la planificación de políticas dirigidas a promover las buenas prácticas medioambientales y los hábitos de consumo sostenibles en el conjunto de la sociedad europea.

2. CONSUMO DE ENERGÍA

En Europa, según el estudio "Medio Ambiente y Consumo" publicado durante el año 2012 por la Agencia Europea del Medio Ambiente, las emisiones de CO₂ provocados por el uso de energía en edificio representa aproximadamente el 25% de las emisiones de gas de efecto invernadero derivado del consumo de energía en la UE-27 en 2009. Aproximadamente la mitad de estas emisiones es emitida directamente por las viviendas debido a la quema de combustible y el resto es emitido directamente por el uso de la electricidad y la calefacción centralizada. La calefacción de las distintas estancias supone el 68% del consumo de energía total de las viviendas en la UE-27, seguida por la energía dedicada al calentamiento de agua, a los electrodomésticos y a la iluminación.

Existen grandes diferencias en lo que se refiere al consumo total de energía por persona y espacio en las viviendas europeas. Estas diferencias están causadas por distintos factores como patrones de consumo, clima, eficiencia energética de los edificios, tipos de sistemas de calefacción y precio de la energía.

Algunos de los datos de este estudio indican que el consumo final de energía en las viviendas por persona en los Estados miembros de la UE-27 se redujo en un 0,6% entre los años 2005 y 2010. Sin embargo, el consumo de electricidad por persona en las viviendas aumentó un 2,5% entre los años 2005 y 2010, con incrementos de más del 20% en Bulgaria, Estonia, Letonia, Lituania, Rumanía y Turquía.

El consumo total de energía dedicada al calentamiento de las distintas estancias aumentó de forma general entre los años 1990 y 2000, aunque, desde entonces, ha ido disminuyendo. También la eficiencia energética de las viviendas ha mejorado considerablemente desde el año 2000 pero este efecto ha sido contrarrestado por el aumento del espacio para la persona en la vivienda.

Como resultado, se ha producido un incremento del consumo global de electricidad por vivienda dedicada principalmente a la iluminación y a los electrodomésticos. Los principales motivos que han provocado este aumento en el consumo de electricidad se deben al mayor número de electrodomésticos que se encuentran en las casas actualmente y que incluyen equipos de televisión, lavavajillas, equipos electrónicos de información y comunicación y una creciente demanda de aparatos tecnológicos de aire acondicionado y refrigeración, especialmente en los países mediterráneos. Este incremento se debe, en parte, al aumento de viviendas y al aumento de la capacidad adquisitiva de los europeos. Además, los aparatos eléctricos y los equipos de información y comunicación suelen tener un nivel mayor de energía consumida en modo Standby que es el responsable de alrededor del 6% del consumo total de la electricidad en los hogares. A pesar de que existen diferentes opiniones sobre el impacto medioambiental de los hogares, la verdad es que existe un consenso general en que esta área de consumo, el uso de la energía, es uno de los mayores contribuyentes a los impactos medioambientales globales en la Unión Europea. La mayor parte de las agresiones al medio ambiente se producen por la energía utilizada mientras la vivienda está en uso y alrededor de una quinta parte durante la construcción de la vivienda. Más de un tercio del material que se utiliza en la Unión Europea está dedicado a la vivienda, lo cual tiene consecuencias negativas en la tierra y en la biodiversidad, sobre todo en lo que se refiere a la actividad minera y a la eliminación de desechos. A pesar de que cada vez más se reciclan los residuos generados por la construcción, la cantidad reciclada sólo substituye a una pequeña fracción del material necesario para la construcción. A modo de ejemplo, un estudio realizado en Dinamarca demuestra que aunque el 90% de los materiales de construcción son reciclados, esto solo contribuye alrededor del 6% de los materiales que son usados en las nuevas construcciones.

El tipo de vivienda tiene consecuencias importantes en lo relativo al uso de energía, al consumo de materiales y al suelo. Incluso, la viabilidad económica de este tipo de viviendas unifamiliares se ve reducida así como la eficiencia técnica de los sistemas de calefacción urbana y de transporte público. A pesar de estos hechos, de acuerdo con los datos proporcionados gracias al proyecto europeo sobre eficiencia energética Odyssee de 2009.

Esta tendencia hacia menos personas en las viviendas europeas se prevé que continúe hasta 2020, lo que implicaría un aumento de la demanda del espacio habitable por persona. Además, junto al relativo aumento de la población previsto para el futuro en

Europa, estos factores hacen pensar que aumentará el área total destinada a la vivienda y con ello, el incremento de la demanda de energía asociada a los sistemas de calefacción y refrigeración así como el uso de materiales, a no ser que la eficiencia en los sistemas de energía y de materiales contrarreste estos efectos. De todos modos, la recesión económica en el territorio europeo provoca cierta inestabilidad en este planteamiento ya que el mercado de la vivienda se ha visto duramente afectado y si los salarios no crecen con tanta rapidez o incluso sufren reducciones, la capacidad de compra de la vivienda se verá significativamente afectada.

De todos modos, la Agencia Europea del Medio Ambiente anunció durante el año 2009 que en Europa se espera un rápido aumento en el número de adquisiciones y uso de aparatos eléctricos, incluyendo televisiones y sistemas de comunicación e información. Los equipos de recepción, decodificación, y procesamiento interactivo de la radiodifusión digital aumentarán a medida que se vayan implantando este tipo de tecnologías. Como resultado, se espera un importante aumento en el consumo de electricidad de los hogares a no ser que se establezcan medidas significativas que promuevan la eficiencia energética.

Las viviendas y otros edificios tienen un enorme potencial para conseguir un importante ahorro de energía. También se han desarrollado campañas como la Campaña Europea de Energía Sostenible que empezó en 2005 y ha finalizado el 31 de diciembre de 2011. La UE y otros Estados miembros han implantado una serie de medidas para explorar esta potencial capacidad de ahorro energético. En conjunto, estas medidas son:

- Plan de acción para la eficiencia energética (EC, 2006)
- Directiva sobre Diseño Ecológico para los aparatos que utilizan energía (2009/125/EC)
- Directiva sobre la eficiencia energética de los edificios (2010/31/EU)
- Directiva sobre la eficiencia del uso final de la energía y los servicios energéticos (2006/32/CE)
- Directiva de etiquetado energético (2010/30/EU)
- Acuerdo renovado para la aprobación del reglamento sobre el uso de la etiqueta Energy Star en Europa.

A pesar de que estas directivas recogen otros aspectos, además de la eficiencia energética, en la práctica se ha utilizado principalmente para establecer criterios de rendimiento eficiente

de la energía. Por tanto, parece existir una oportunidad de programar, en el futuro, el diseño de los productos hacia una dirección más sostenible como, por ejemplo, estableciendo criterios sobre su reparación o mejora para prevenir la generación de residuos.

Esta Directiva se ve complementada por la recientemente revisada Directiva de etiquetado energético y por el reglamento sobre la Etiqueta Ecológica. Sin embargo, actualmente las mejoras conseguidas en la eficiencia energética de los aparatos se contrarrestan con el aumento en la adquisición de estos productos y su uso.

Países como Finlandia, Italia y Suecia ya han introducido ampliamente los contadores inteligentes para la electricidad. Otras experiencias derivadas de estudios piloto realizados en Estados Unidos revelan que los contadores inteligentes pueden ser más efectivos si se combinan con sistemas de comunicación inteligentes, esto es, aparatos que miden la eficiencia de los hogares en relación a sus vecinos en casas similares y que se acompañan con recomendaciones personalizadas sobre el uso de energía. También la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) se ha hecho eco de esta problemática y ha desarrollado encuestas y estudios con el objetivo, entre otros, de aumentar el conocimiento del comportamiento de los consumidores respecto al uso de la energía en el ámbito residencial, ya que esto resulta esencial para diseñar políticas que promuevan el uso eficiente de la energía y el uso de energías renovables.

El aumento mundial de la energía, incluyendo la dedicada al sector residencial, está incrementando la presión social sobre el medioambiente y es un aspecto clave en la lucha contra el cambio climático. Los resultados que se extraen de la encuesta *Greening Household Behaviour: The Role of Public Policy* (OECD, 2011) han demostrado el impacto que tienen las medidas de carácter económico en el comportamiento de los consumidores.

También la sensibilización con los problemas medioambientales parece tener un efecto positivo, lo que subraya la importancia de la información al ciudadano. Los sistemas de medición de energía o contadores de energía inducen, además, a una mayor instalación de equipos de ahorro energético y los resultados muestran que los propietarios de las casas se interesan más que los inquilinos en invertir en sistemas de aislamiento térmico y en electrodomésticos de alta eficiencia energética. Por último, la encuesta demuestra que la actitud general respecto al medio ambiente influye en gran medida la demanda de energía renovable aunque los resultados de estudios anteriores confirman que los propietarios de los hogares no están dispuestos a pagar demasiado por el uso de energía renovable.

Como hemos comentado anteriormente, la movilidad y el transporte constituyen otro de los campos en los que la actividad humana afecta de forma negativa al medio ambiente y es un hecho demostrado que los europeos nos movemos rápido y con más frecuencia que

nunca. Aunque existen variaciones entre países, lo cierto es que hay previsiones de que esta tendencia creciente se mantenga en el futuro. No todos los medios de transporte han experimentado una evolución similar. El transporte en coche persiste como el principal medio de transporte con un 72% de kilómetros viajados por pasajero en 2008 en la UE-27. Otro factor que explica estos datos es la mejora en las infraestructuras y, en particular, las autopistas. De acuerdo con datos proporcionados por Eurostat, durante el periodo 1995 - 2005 la red total de transporte en la UE-27 creció un 3% mientras que la longitud de las autopistas aumentó un 47%. Otro factor que explica esta situación es el precio de los diferentes modos de transporte. La implantación de tasas y otras cuotas puede ser una herramienta muy útil para promover el cambio a medios de transporte más sostenibles. Mientras que el coste de la mayoría de los medios de transporte ha aumentado considerablemente en la última década, los precios en el transporte aéreo y en la compra de vehículos han sufrido incrementos menores. El problema es que el transporte genera impactos medioambientales como son la contaminación del aire, generación de residuos, cambio climático, contaminación acústica, deterioro de ecosistemas y sellado del suelo como resultado de la construcción de carreteras, aeropuertos, etc. A pesar de que la eficiencia en los combustibles para la mayoría de los coches se ha ido mejorando progresivamente durante las últimas décadas, estas mejoras han sido contrarrestadas por el aumento de la demanda de viajes en coche privado en la UE -27.

Se han implantado una serie de políticas que tienen como objetivo reducir los impactos medioambientales como regulaciones sobre los límites de velocidad, normas de eficiencia de combustible, instrumentos económicos como pago de tasas en coches y carburantes, gravámenes por congestión o aumento del precio por aparcamiento e instrumentos relativos a la información sobre el consumo de carburante y las emisiones de CO₂ de vehículos nuevos y también campañas de educación como cursos de conducción ecológica. Estas medidas son más efectivas cuando se aplican con una combinación adecuada y de forma que se complementen unas a otras en lugar de ser utilizadas de forma individual.

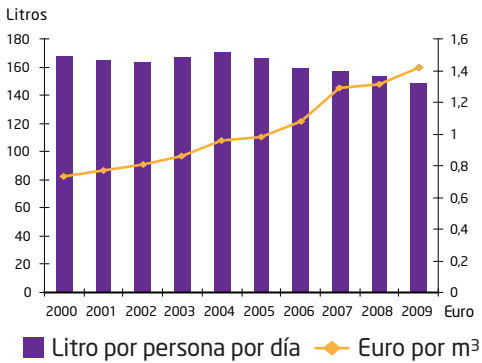
3. CONSUMO DE AGUA

El estudio *Consumption and the environment-2012 update*, que forma parte y constituye la actualización del Informe "El medio ambiente en Europa: Estado y perspectivas 2010" publicado por la Agencia Europea del Medio Ambiente, proporciona datos muy interesantes sobre el consumo de agua en Europa. De acuerdo con este informe, la media de litros de agua corriente que utiliza una persona por día en la mayoría de países europeos es de alrededor de 100-200 litros. Además, si se suma la cantidad de agua que se encuentra en productos como la comida, el papel, la ropa de algodón, esta cifra es a menudo entre 10 y 20 veces superior.

El consumo de agua en los hogares puede verse influenciado de forma muy efectiva por el precio y por los dispositivos contadores de agua. En este sentido, según datos de 2009, la instalación de este tipo de contadores ha alcanzado niveles muy altos en los Estados miembros de la Unión tal y como requiere la Directiva Marco del Agua (2010).

En el siguiente gráfico se puede observar cómo se ha ido reduciendo el consumo de agua en los hogares a medida que aumentaba el precio.

Tarifificación del agua y consumo de agua en los hogares de España.



Fuente: Agencia Europea de Medio Ambiente.

Es un hecho indiscutible que la cantidad y la calidad del agua disponible en Europa es un tema importante que preocupa a la sociedad. En los últimos años han habido mejoras sustanciales como la disminución de los niveles de fósforo y contaminación orgánica en el agua así como la mejora significativa de las agua de baño. Sin embargo, a pesar de estos progresos, la calidad y cantidad de agua todavía resulta un problema debido a que en algunos países los niveles de nitratos en aguas subterráneas son superiores a los límites recomendados y los cálculos indican que una gran proporción de los sistemas de agua de dulce europeos están en riesgo de no poder proporcionar agua de buena calidad para el año 2015.

Esta encuesta también confirma que los principales problemas ecológicos que preocupan en mayor medida a los ciudadanos son, en primer lugar, los desastres naturales causados por el hombre (42%), y en segundo lugar, la contaminación del agua con un porcentaje del 41% de respuestas recogidas.

En general, la opinión más extendida es que en los últimos diez años la calidad del agua subterránea, ríos, lagos y aguas costeras ha mejorado (opinión reflejada por un 23%) o se

mantiene igual (25%), mientras que casi la mitad de los encuestados (el 44%) piensa que se ha deteriorado.

También se analizó el impacto de varios factores sobre el estado del agua. El 90% de los entrevistados considera que el uso de pesticidas y fertilizantes en la agricultura y el consumo de agua en los hogares y las aguas residuales generan un impacto tanto en la calidad como en la cantidad del agua. En comparación con los datos de 2009, hay una mayor tendencia a pensar que el consumo de agua en los hogares provoca un impacto y más personas creen ahora que el turismo tiene consecuencias en las condiciones del agua en su país. En 2009, el porcentaje de personas que pensaban que el consumo de agua en las casas tenía repercusiones en el estado del agua en general era del 85%. En 2012, este porcentaje había aumentado en 5 puntos. Lo mismo ocurre con el porcentaje de personas que piensan lo mismo sobre los efectos del turismo en el agua de su país, que en 2009 registraba un porcentaje del 55% y en 2012 alcanza el 62%.

Existe una preocupación global sobre el riesgo potencial en la salud humana y los impactos medioambientales provocados por sustancias químicas en los productos dirigidos a los consumidores, en particular los compuestos orgánicos bioacumulativos, sustancias químicas que provocan alteraciones endocrinas, y los metales pesados utilizados en plásticos, lubricantes, textiles, cosméticos, colorantes, productos ignífugos, productos protectores de la madera, artículos electrónicos o en algunos envases alimentarios. Se estima que la exposición a estos productos químicos podría estar asociada con problemas como deficiencias en el desarrollo neuronal y en el comportamiento sexual, deformidades de los órganos reproductores, obesidad y cáncer. Muchas de estas sustancias químicas que contienen estos productos pueden filtrarse fácilmente y aparecer en el ambiente, por ejemplo en el aire de las zonas urbanas, polvo en espacios interiores, aguas residuales, sedimentos, etc., y, en algunos casos, con niveles suficientemente elevados como para representar un problema de salud.

Al menos 8 de cada 10 europeos (84%) piensa que la contaminación por sustancias químicas representa una amenaza para el medioambiente acuático y 4 de cada 10 consideran también las inundaciones (46%), la escasez de agua (45%) y la proliferación de las algas como una amenaza para el agua en general. En comparación con el estudio de 2009 se han producido algunos cambios en las opiniones reflejadas como, por ejemplo, el aumento de la proporción de personas que percibe la contaminación química como una amenaza en casi todos los países. Esta proporción ha aumentado de forma considerable en Chipre (hasta 30 puntos), la República Checa (25 puntos), Portugal y los Países Bajos (20 puntos) y ha disminuido en Hungría (5 puntos) e Irlanda (3 puntos), permaneciendo igual en Estonia. En casi todos los países la contaminación química es la amenaza más percibida para el medioambiente acuático aunque con diferentes proporciones.

Como se ha mencionado anteriormente, la mayoría de los europeos no se considera bien informado acerca de los problemas que tienen que ver con el estado de las aguas subterráneas, lagos, ríos y aguas costeras en sus países y alrededor de 3 cuartas partes de los encuestados (73%) piensa que la Unión Europea debería proponer medidas adicionales para abordar los problemas relacionados con el agua. Sin embargo, existe un nivel de conocimiento bajo sobre iniciativas como el “Proyecto para salvaguardar los recursos hídricos de la UE” (Blueprint to Safeguard Europe’s Water Resources) y los Planes de Gestión de Cuenca Fluvial.

Los encuestados fueron preguntados si conocían las acciones que estaba llevando a cabo la Unión Europea con vistas a publicar una nueva estrategia a finales de 2012 sobre la política del agua, como el “Proyecto para salvaguardar los recursos hídricos de la UE”. La mayoría (93%) afirmó no conocer esta iniciativa y el 7% restante sí. Los Planes de Gestión de Cuenca Fluvial han sido adoptados por una gran cantidad de países europeos aunque en 4 Estados miembros todavía se encuentra en proceso (Portugal, España, Bélgica y Grecia).

4. GENERACIÓN DE RESIDUOS

A medida que la sociedad europea ha continuado su desarrollo económico y social, al mismo tiempo se ha ido incrementando cada vez más la cantidad de residuos y basura generada. Por esto, resulta fácil entender que la gestión de todo este material sin dañar el medio ambiente se haya convertido en uno de los mayores problemas de la sociedad actual. Los vertederos no sólo ocupan un espacio natural cada vez más valioso sino que producen contaminación del suelo, del aire y del agua, descargando dióxido de carbono y metano a la atmósfera y depositando residuos químicos y pesticidas en el suelo y en las aguas subterráneas. Esto tiene como consecuencia efectos nocivos para la salud de las personas así como para los animales y las plantas.

El Sexto Programa de Acción Comunitario en Materia de Medio Ambiente, denominado «Medio ambiente 2010: el futuro está en nuestras manos», que cubre el período comprendido entre el 22 de julio de 2001 y el 21 de julio de 2012, ya identificaba la prevención y gestión de residuos como una de las 4 acciones prioritarias más importantes a abordar. El objetivo prioritario es separar la generación de residuos y el crecimiento económico con el fin de evitar que el desarrollo de la Unión Europea conlleve la creación de más y más residuos, y hay indicios de que esto está empezando a ocurrir.

4.1 La política comunitaria europea de gestión de residuos

La directiva que agrupa estos principios fundamentales es la Política Comunitaria de la UE de Gestión de Residuos. Las políticas medioambientales europeas han ido evolucionando

desde los años 70 proporcionando a los ciudadanos europeos una mejor calidad del aire y del agua a través de una serie de planes de acción medioambiental y unos marcos legislativos con el objetivo de reducir los impactos medioambientales negativos en la naturaleza y en la salud de las personas, creando de este modo una economía más eficiente en términos de energía y utilización de recursos.

En diciembre de 2005, la Comisión hizo pública la Estrategia sobre la prevención y el reciclado de los residuos que establece las orientaciones para la actuación de la Unión Europea y describe los medios que permiten mejorar la gestión de los residuos. Esta estrategia constituye una de las 7 directrices temáticas que están programadas en el Sexto Programa de Acción Comunitario en Materia de Medio Ambiente.

En enero de 2011 esta estrategia ha sido revisada por la Comisión Europea para examinar el progreso en los objetivos establecidos inicialmente y en esta revisión ha incluido nuevos datos actualizados y nuevas iniciativas y acciones futuras así como recomendaciones con el fin de convertir la sociedad europea en una sociedad del reciclado que persigue la reducción de los residuos y su reutilización. Esta revisión aporta un enfoque actual sobre la gestión de residuos adaptado a la nueva realidad europea y creando un cambio entre la manera de concebir los residuos como una carga indeseable a entenderlos como un recurso valioso. La Directiva centra la atención en la prevención de generación de residuos y establece nuevos objetivos que fomentarán el cambio de la sociedad europea hacia una sociedad del reciclado. Establece objetivos de reducción del 50% de los residuos urbanos y del 70% de los residuos de la construcción a los Estados miembros para el 2020.

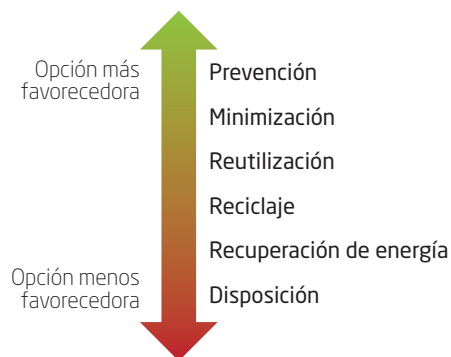
También introduce un sistema de jerarquía de residuos en cinco etapas donde la prevención es la mejor opción, seguida del reciclado y otras formas de recuperación de materiales, estableciendo como última opción la utilización de los vertederos.

4.2 El enfoque del ciclo de vida.

Este enfoque del ciclo de vida permite observar todas las etapas durante la vida del producto para averiguar dónde se pueden realizar mejoras para reducir los impactos medioambientales y usar menos recursos. Un objetivo clave es evitar las acciones que conllevan impactos negativos entre las distintas etapas.

La reciente Directiva marco sobre residuos incluye este enfoque del ciclo de vida en las políticas de residuos, proporciona una visión más amplia de los distintos aspectos medioambientales y asegura que una determinada acción tiene mayores beneficios en comparación con el resto de otras acciones.

4.3 Jerarquía de residuos



Prevención

Una buena gestión de residuos comienza, en primer lugar, con la prevención para que no se produzcan residuos. Al fin y al cabo, lo que no se fabrica no genera residuos y por tanto no tiene que ser eliminado. La prevención de residuos se está convirtiendo en una medida cada vez más importante conforme crece la población global y se van acabando nuestros recursos naturales no renovables.

Una de las herramientas fundamentales utilizadas a la hora de promover la prevención de residuos es la Directiva sobre Ecodiseño, que fue aprobada por la UE en 2005 y que se centra en los aspectos medioambientales durante la fase de concepción y diseño del producto. Durante el pasado año 2012 estudiaba extender esta directiva a productos no relacionados con la energía y medios de transporte.

Los productos respetuosos con el medioambiente deberían ser fabricados con materias primas secundarias recicladas y evitar el uso de sustancias peligrosas. Estos productos también deberían consumir menos energía durante su uso y deberían poderse reciclar una vez que son desechados.

La prevención de residuos está estrechamente ligada a la mejora de los métodos de producción y a la concienciación de los consumidores para que demanden más productos ecológicos y con menos embalaje. Muchos Estados miembros están llevando a cabo campañas de difusión para educar a la sociedad y promover entre los consumidores la demanda de productos que producen menos residuos y crear de este modo un mercado más eficiente en el uso de los recursos.

Reutilización

La reutilización conlleva el uso repetido de los productos y sus componentes para el mismo fin con el que fueron creados. Las neveras, los cartuchos de tinta y las impresoras, por ejemplo, pueden ser restauradas o reparadas para ser usadas de nuevo.

La reutilización de productos y materiales, como ropa y mobiliario que de otro modo se convertiría en basura, tiene importantes beneficios sociales, económicos y medioambientales al crear puestos de trabajo y hacer accesibles productos a personas que quizás no hubieran podido comprarlos nuevos. Muchos Estados miembros están implantando medidas que promueven el comercio de bienes de segunda mano.

Reciclaje

La mayor parte de la basura que tiramos puede ser reciclada. El reciclaje reduce la cantidad de residuos que terminan en los vertederos a la vez que reduce la cantidad de materiales que se necesitan y que se extraen de fuentes naturales. Esto resulta importante debido a que Europa depende de las importaciones de “materias primas escasas” y el reciclaje proporciona a las industrias europeas los suministros esenciales recuperados a partir de residuos como, por ejemplo, papel, vidrio, plástico y metales así como metales preciosos recuperados a partir electrodomésticos usados. La política europea sobre residuos tiene entre sus objetivos el de asegurar que los residuos son utilizados en la medida de lo posible como “materia prima” para fabricar nuevos productos.

El reciclaje también ahorra energía: reciclar una lata de aluminio, por ejemplo, ahorra alrededor del 95% de la energía que se necesita para fabricar una nueva a partir de materias primas. La UE ha impuesto objetivos de reciclaje para los distintos tipos de residuos, incluyendo coches viejos, equipos electrónicos, pilas y embalajes, residuos urbanos y los derivados de actividades de construcción y demolición.

Los Estados miembros están trabajando intensamente para introducir sistemas que aseguren la consecución de estos objetivos. Estos sistemas incluyen la Responsabilidad Ampliada del Fabricante, que hace a los fabricantes responsables de todo el ciclo de vida de los productos y embalajes que producen, incluyendo hasta la última etapa de la vida del producto cuando se convierte en residuo.

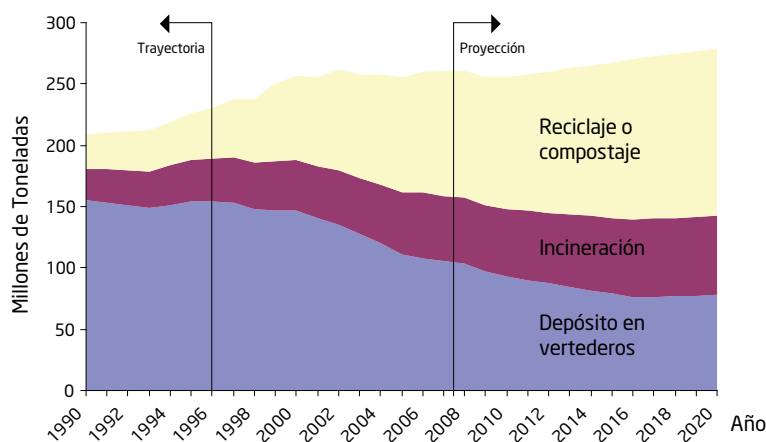
Dirigiéndonos hacia la sociedad del reciclaje

En algunos Estados miembros, el reciclaje y la recuperación de los materiales son las opciones predominantes en la gestión de residuos, reduciendo al mínimo el uso de los

vertederos. En otros Estados, en cambio, todavía hacen uso de los vertederos para eliminar la mayor parte de sus residuos. Sería una tarea importantísima en el futuro dirigir a estos Estados hacia estadios más altos en la escala de la jerarquía de residuos para lograr el objetivo europeo de convertirnos en una sociedad del reciclaje.

Esto supone también una gran oportunidad económica. Según datos del 2010, la gestión de los residuos sólidos, junto con las industrias del reciclado, tienen un volumen de negocio de alrededor de 137 billones de euros, lo cual significa un 1,1% más que el Producto Interior Bruto de Europa. Estas dos áreas podrían crear de forma conjunta alrededor de 2 millones de puestos de trabajo.

Tendencias y proyección futura en el tratamiento de residuos urbanos en la Unión Europea UE-27 más Noruega y Suiza (a excepción de Chipre por falta de datos).



Fonte: Axencia Europea do Ambiente.

Recuperación de la energía

Las plantas incineradoras modernas pueden ser utilizadas para producir electricidad, vapor y calefacción para los edificios y los residuos también pueden ser usados como combustible en algunos procesos industriales. Una mala o incompleta incineración de los residuos puede provocar daños en la salud y en el medioambiente por la liberación de sustancias químicas peligrosas que incluyen dioxinas y gases ácidos. Para asegurar que las sustancias peligrosas sean completamente destruidas, las plantas incineradoras deben quemar los residuos de forma controlada y a temperaturas muy elevadas. En caso de que no se pueda evitar la emisión de sustancias peligrosas, se deberán tomar medidas adicionales para reducir su liberación en la atmósfera.

Por estos motivos, la Unión Europea ha establecido unos estándares para las plantas de incineración y co-incineración. Esta legislación sirve para asegurar que se minimizan los costes medioambientales de la incineración de residuos a la vez que se maximizan los beneficios, estableciendo límites en las emisiones que producen las plantas y las obliga a llevar un seguimiento. La recuperación de la energía mediante la incineración a menudo no es la forma más eficiente de gestionar los materiales usados, en particular los que resultan difíciles de quemar o que liberan sustancias químicas a altas temperaturas. Por tanto, se insta a los Estados miembros a emplear el enfoque del ciclo de vida para evaluar los posibles beneficios e inconvenientes a la hora de decidir sobre la incineración de residuos. La producción de energía primaria a partir de la incineración de residuos urbanos se ha incrementado más del doble desde 1995.

Por otro lado, los biorresiduos (residuos del jardín, cocina y alimentos) suponen alrededor de un tercio de la basura que tiramos en casa, lo que representa aproximadamente 88 millones de toneladas en toda Europa cada año. De media, el 40% de los biorresiduos en la Unión Europea termina en los vertederos. Sin embargo, estos residuos tienen un futuro prometedor como fuente renovable de energía y compost reciclado. La energía recuperada en forma de biogás o energía térmica puede contribuir a la lucha contra el cambio climático. Según los cálculos, alrededor de un tercio de los objetivos de energía renovable marcados para 2020 en la UE en el transporte se podrían conseguir utilizando el biogás producido a partir de los biorresiduos, mientras que cerca del 2% del objetivo conjunto para la UE de energía renovable podría cumplirse si todos los biorresiduos fueran convertidos en energía.

El compost producido a partir de los biorresiduos podría ayudar a mejorar la calidad de nuestros suelos al reemplazar los fertilizantes no renovables. En 1995, más de 13 millones de toneladas de residuos urbanos fueron convertidos en abono en los Estados miembros, alcanzando en 2008 una cifra estimada de 43,5 millones de toneladas, lo que representa el 17% de los residuos urbanos.

Uso de vertederos

La eliminación de productos en vertederos es la forma más antigua de tratamiento de residuos y también la opción menos deseable debido a los muchos impactos potencialmente negativos que puede conllevar su uso. De acuerdo con el informe de la UE *Being wise with waste: the EU's approach to waste Management*, el más serio de estos impactos es la producción y liberación en el aire de metano, un poderoso gas de efecto invernadero que es 25 veces más potente que el dióxido de carbono. El metano se puede producir entre la masa de residuos y causar explosiones. Aparte del metano, la descomposición de residuos biodegradables en los vertederos puede liberar metales pesados que pueden contaminar las aguas subterráneas locales, las aguas superficiales y la tierra, lo cual sería un riesgo para la salud pública y para la naturaleza.

El conocimiento de estos riesgos ha tenido como consecuencia el desarrollo de herramientas legislativas en el plano europeo mediante las cuales las autoridades medioambientales se responsabilizan al asegurar que se llevan a cabo inspecciones y se cumplen con los estándares exigidos. La Directiva sobre vertidos obliga a los estados miembros a limitar para el año 2016 la cantidad de residuos biodegradables a un 35% de los niveles generados en 1995, lo cual reduciría significativamente el problema de la producción de metano. Además, este gas debe ser recogido en los vertederos y utilizado, si es posible, para producir energía.

Es un hecho demostrado que las condiciones específicas de los vertederos provocan que los materiales, en particular los residuos biodegradables, no se puedan descomponer totalmente y que en ausencia de oxígeno se produzca el metano, que es un gas peligroso de efecto invernadero. El metano producido por un vertedero de basura municipal de una ciudad media, si fuera convertido en energía, podría proporcionar electricidad a aproximadamente 20.000 hogares por año. Un vertedero así puede producir también hasta 150m³ de residuo líquido lixiviado¹ contaminante al día, que es igual a la cantidad de agua fresca que se consume de media en un hogar al año. También se ha estimado que los materiales que se envían a los vertederos podrían tener un valor comercial anual de alrededor de 5,25 billones de euros.

Los residuos electrónicos "E-waste"

Los residuos electrónicos también contienen cantidades importantes de materias primas valiosas como oro, plata y platino.

Las leyes europeas restringen la cantidad de sustancias peligrosas que deben contener los aparatos eléctricos y electrónicos haciendo de este modo más fácil su reciclado y la protección de la salud humana. La UE, además, propone objetivos a los Países miembros sobre la cantidad de residuos de este tipo que deben recoger y reciclar.

La legislación sobre este tema está siendo revisada actualmente con el fin de convertirla en más efectiva y exigible y donde también se establezcan más claramente los objetivos que aseguren el desarrollo adecuado de mercados de reciclaje apropiados. La UE no impone a los Países la consecución de esos objetivos sino que es cada País quien debe diseñar un sistema que se adecue a sus propias circunstancias. En el futuro se podrá llevar a cabo un mejor uso de los recursos si los Estados miembros y sus ciudadanos realizan mayores esfuerzos para separar los residuos electrónicos que, hasta el momento, se han estado desperdiciando al depositarlos en vertederos. Las reglas de gestión europea sobre

¹) Cualquier líquido que se filtre a través de los residuos depositados y que proceda de una instalación de residuos o esté contenido en ella.

los residuos electrónicos promueven además la responsabilidad por parte del productor y los fabricantes son responsables de las posibilidades de su posterior reutilización, recuperación o una posible eliminación del producto.

En resumen, en Europa la cantidad de residuos que está siendo reciclada está aumentando mientras que se reduce el uso de los vertederos. El impacto de las instalaciones de tratamiento de residuos en las zonas donde se encuentran se ha reducido al máximo y no sólo se está recuperando una gran parte de energía mediante la incineración sino que también se realiza un mayor control de los vertidos ilegales y de las sustancias peligrosas. Aunque se han alcanzado muchos objetivos, todavía queda mucho por hacer y la cantidad de residuos que se producen en la UE todavía sigue en aumento. Cálculos recientes muestran que, si no se implantan políticas de prevención de residuos, la producción de basura aumentará un 7% desde el 2008 hasta el 2020.

Es importante asegurar el uso responsable de los recursos del planeta teniendo en consideración las necesidades de las futuras generaciones así como desarrollar productos ecológicos y fomentar el comportamiento medioambiental responsable en los consumidores para reducir la cantidad de residuos que producimos. Asimismo, se debe mejorar nuestra capacidad de reciclaje para aumentar el suministro de materias primas en el tejido industrial europeo.

Muchos Estados miembros están dando pasos importantes en esta dirección aunque es evidente que todavía queda mucho por hacer en este aspecto para que todos los Países de la Unión consigan llegar a los altos estándares que actualmente solo han conseguido un número reducido de países.

Para finalizar, cabe decir que todos tenemos una gran responsabilidad en asegurar que sacamos el mayor partido de nuestros residuos. Las personas en las casas pueden reducir la cantidad de basura que generan y separar los distintos residuos para producir material reciclable de alta calidad. Los Estados miembros deben continuar trabajando para diseñar programas apropiados con metas ambiciosas que fomenten estas prácticas en las empresas y en los hogares y la Unión Europea debe asegurar que los Países tienen el apoyo necesario para cumplir con la legislación establecida.

4.4 Consejos para producir menos residuos

Existe la posibilidad de reducir los impactos medioambientales causados en Europa y en otras partes del mundo si se consiguen realizar los cambios convenientes en los patrones de consumo tanto públicos como privados. Dado que el consumo, y por tanto el consumo de recursos, es algo imposible de evitar ya que esto se produce por el mero acto de comer

o beber, resulta esencial perseguir la eficiencia en el consumo que puede conseguirse a través de mejoras ecológicas en los productos y mediante el cambio de los patrones de consumo de la población.

El consumo sostenible es, por naturaleza, un área muy amplia donde se relacionan distintas políticas comunitarias como el medio ambiente, cambio climático, energía, economía, industria, agricultura, transporte, educación y salud. Por lo tanto es necesaria la cooperación entre las distintas áreas para abordar el desarrollo de políticas eficientes sobre el consumo sostenible.

En este sentido, el Plan de Acción sobre Consumo y Producción Sostenibles y una Política Industrial Sostenible se ha visto reforzado recientemente con la denominada Iniciativa Emblemática de la Estrategia Europa 2020, donde el consumo y la producción sostenibles representan un eje fundamental de actuación en el camino a la eficiencia de los recursos. Esta iniciativa se enmarca en la Estrategia Europa 2020 y respalda el cambio a una economía eficiente para lograr el crecimiento sostenible.

Además, se está incrementando a escala nacional y local el uso de instrumentos económicos destinados a influir en los patrones de consumo de agua, energía, transporte y generación de residuos y se espera que la utilización conjunta de distintos tipos de instrumentos aumente la efectividad de las medidas implantadas en el ámbito del consumo y de la producción sostenible. El etiquetado, por ejemplo, ha demostrado su eficacia en el caso de aparatos eléctricos donde las etiquetas de eficiencia energética han significado mejoras importantes. En otros ámbitos existen diferencias de opinión. En comparación con el año 2007, cuando el 52% dijo que les resultaba fácil identificar los productos respetuosos con el medio ambiente, se ha producido un descenso del 5% en la encuesta actual.

En Finlandia se alcanzaron los valores más altos, con un 67% de personas que respondió que los productos están correctamente etiquetados. Dinamarca fue el segundo país con mayor porcentaje con un 63%, seguido de Italia y Austria (ambos 60%) y Suecia (58%), lo que indica que hay una tendencia positiva entre los países nórdicos respecto al resto de Estados miembros. La situación es muy distinta en Bulgaria con un porcentaje del 22% y en Rumanía y Lituania (ambos 28%).

Por otra parte, campañas bien diseñadas y dirigidas a los consumidores pueden contribuir a aumentar el conocimiento sobre las buenas prácticas ambientales y ayudar a introducir cambios en su comportamiento, especialmente si las campañas están ligadas a otros instrumentos y a áreas donde los niveles de sensibilización son bajos. En comparación con la última vez que se llevó a cabo esta encuesta en 2007, ha aumentado el porcentaje de personas que se siente informada en un 5%. A pesar de que hay una mayoría de europeos

que se siente bien informada, un porcentaje significativo de ellos piensa que se podía hacer más por difundir la información. Internet parece ser una fuente de información bastante efectiva ya que el 66% de los usuarios habituales afirmaron estar bien informados sobre los problemas en el medio ambiente frente al 49% de las personas que no usan Internet.

Parte del sector empresarial confirma la necesidad de avanzar hacia un consumo más sostenible y, por ejemplo, el Foro Económico Mundial ha lanzado una iniciativa en la que participan expertos en desarrollo sostenible y un grupo de empresas del sector industrial para desarrollar ideas prácticas y nuevas formas de colaboración que planteen la sostenibilidad como parte integrante de su modelo de negocio.

En algunos países europeos incluso se utilizan instrumentos, hasta cierto punto económicos, para crear incentivos que promuevan los cambios de comportamiento hacia patrones de consumo más sostenibles. Los instrumentos dirigidos a la prestación de servicios como tasas por uso de agua o residuos así como congestión en zonas urbanas o por el uso de combustibles, son usados ya en muchos países. Sin embargo, pocos países han desarrollado iniciativas más ambiciosas que incentiven los cambios en el estilo de vida como una reforma fiscal en el ámbito del medio ambiente que sirva de estímulo para la ecoinnovación y que incluya beneficios medioambientales. Es por este motivo que se hace hincapié en el papel fundamental de los gobiernos en la provisión de un marco que permita el cambio hacia un consumo más sostenible.

5. CONSUMO RESPONSABLE

En relación con el consumo responsable de alimentos, cabe decir que, en el conjunto europeo, los gastos relacionados con la compra de alimentos y bebidas, junto con los relacionados con el alojamiento, suponen el mayor gasto que se produce en la sociedad en general y, especialmente, en los hogares con rentas más bajas. No obstante, en los países europeos más desarrollados y con tendencia al aumento de las rentas, el gasto absoluto dedicado a este aspecto tiende a permanecer estable y representa una escasa proporción del salario.

Estas tendencias observadas tienen diferentes consecuencias en lo que se refiere a los impactos medioambientales provocados por el consumo de alimentos y bebidas. Por otro lado, la energía y las emisiones provocadas por la agricultura y producción de determinados productos de temporada puede ser menor, como en el caso de tomates importados provenientes de países mediterráneos, ya que en el norte de Europa estos productos serían producidos en invernaderos. La importación de productos supone, por otra parte, beneficios para los países productores.

Las agresiones medioambientales son causadas durante los diferentes estadios de la cadena de producción de alimentos, pero los procesos en la agricultura y, en menor medida, los procesos industriales son responsables de los impactos más importantes causados por el consumo de alimentos y bebidas. Estos impactos responden al uso de la energía y al consumo de agua, utilización de fertilizantes y pesticidas, emisiones del ganado, uso del suelo y transporte, contaminación de ríos y pérdida de biodiversidad derivada de la eliminación de ecosistemas para la producción de alimentos y tratamiento del ganado.

A modo de ejemplo, un estudio reciente llevado a cabo en el Reino Unido demostró que 137 kg por persona o el 25% de la comida comprada en los hogares terminaba en la basura, de la cual casi dos tercios se podrían haber aprovechado.

Otro aspecto relacionado con el consumo de alimentos y analizado con detenimiento por parte de las autoridades de la Unión Europea tiene que ver con la sobreexplotación de las reservas pesqueras. En conjunto, el 88% de las reservas pesqueras europeas está explotado por encima de su máximo rendimiento sostenible y, en algunos casos como el bacalao del Norte, la inmensa mayoría de ejemplares son capturados antes de que se hayan reproducido. Es reseñable el hecho de que, durante el periodo del 2000 al 2007, las importaciones de pescado y productos del mar crecieron de media un 4% por año².

5.1 Medidas de actuación

Se espera que el crecimiento de la productividad agrícola disminuya si no se producen inversiones sustanciales. Los precios de los alimentos básicos fueron muy inestables durante los pasados 5 años pero, a medida que aumentan el coste de la energía y los piensos alimentarios, se espera que se incremente la media del precio de los alimentos básicos en comparación con la última década. Además, la Comisión Europea ha previsto un aumento del consumo de carne en Europa hasta 2020 y se espera que una gran proporción de esa carne sea importada de fuera de Europa.

Por todos estos motivos, la reducción de los impactos medioambientales asociados al consumo de alimentos y bebidas constituye un reto que debe ser afrontado y requiere esfuerzos en todas las fases de la cadena alimentaria. Las políticas destinadas a la reducción de impactos medioambientales tienen como principales campos de actuación los sectores de la agricultura y de la pesca, dado que el origen de muchas agresiones medioambientales se produce en estos sectores.

Actualmente en la Unión Europea existen dos documentos legislativos específicos referidos a los sectores de la producción agrícola alimentaria y al sector pesquero.

²) Base de datos Eurostat 2008

La denominada Política Agrícola Común fue introducida en 1962 y en octubre de 2011 la Comisión Europea introdujo una serie de medidas para el periodo 2013-2020 encaminadas a la reducción del impacto medioambiental producido por el sector agrícola, entre otros.

Por otra parte, en el año 2012 estaba prevista una reforma de la Política Pesquera Común (PPC) debido a que las políticas actuales no habían resultado efectivas a la hora de asegurar la sostenibilidad de los recursos pesqueros europeos y de las poblaciones de peces así como para evitar la sobrepesca y detener el declive de la biodiversidad marina. Se espera que se adopten estas reformas durante el año 2013.

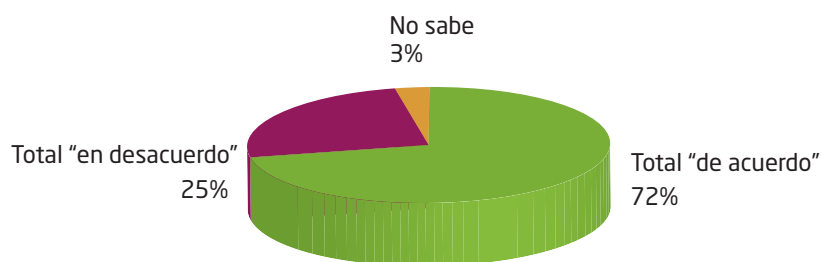
Por último, las reformas y políticas europeas se dirigen también a reducir a la mitad el desperdicio evitable de alimentos para el 2020. En este sentido, las autoridades europeas inciden en la necesidad de que los Estados miembros enfoquen este problema durante el 2013. Son ya varios los países europeos que están investigando la manera de solucionar este desperdicio y también las Naciones Unidas han realizado una llamada a los países para que en 2025 se haya reducido a la mitad el desperdicio global de alimentos. Los investigadores sugieren que este objetivo se cumpliría más rápidamente si las empresas, los gobiernos y la sociedad en general actuaran de forma conjunta. Existen indicios que apuntan a las campañas de marketing basadas en la estrategia de “compra uno y llévate otro gratis” como un posible desencadenante del desperdicio de comida y es por este motivo que la responsabilidad se asocia también a los comerciantes para buscar soluciones voluntarias y a la sociedad civil en general para promover las iniciativas sostenibles con el compromiso de los comerciantes y de los consumidores. Aunque existen diferencias en los porcentajes, se observa que el desperdicio de comida registra niveles muy elevados.

En muchos países, además, se está promoviendo el consumo de alimentos ecológicos ya que tienen beneficios en lo que se refiere a la biodiversidad debido al menor empleo de fertilizantes artificiales y al uso reducido de pesticidas, además de preservar el suelo a largo plazo, a pesar de que este tipo de agricultura ecológica puede resultar a corto plazo menos productiva. También se incide en los beneficios del consumo de alimentos de temporada como frutas y verduras, ya que reducen significativamente los impactos medioambientales asociados al transporte y a la energía dedicada a su mantenimiento en neveras y congeladores.

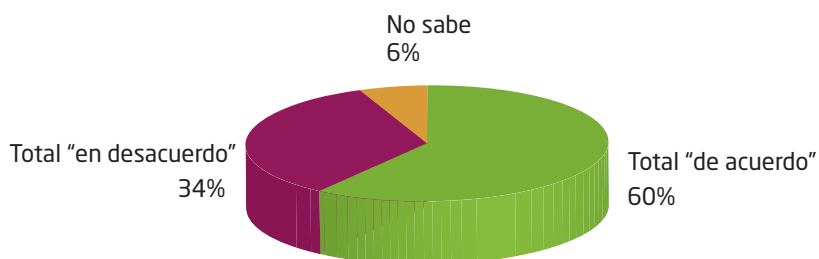
Sobre el consumo de alimentos o productos ecológicos, el 34% de los españoles afirmó estar en desacuerdo con esta opción de comprar estos productos a un precio más elevado. El porcentaje medio de europeos que también estuvo en desacuerdo con esta cuestión fue del 25%. Los porcentajes de acuerdo más altos que se registraron sobre esta pregunta fueron en Suecia (89%), Luxemburgo (84%), Malta y Chipre (ambos 82%), lo que indica un patrón de intención positivo en estas áreas. Los europeos que estuvieron menos de

acuerdo fueron los de Portugal (59%), España (60%), Hungría y Eslovaquia (ambos 62%), Bulgaria y Estonia (ambos 63%).

Europa



España



Fuente: Special Eurobarometer 365 – Actitudes de la ciudadanía europea respecto al Medio Ambiente.

PARTE II

ENCUESTA EUROBARÓMETRO 256: ACTITUD DE LOS EUROPEOS RESPECTO AL CONSUMO Y LA PRODUCCIÓN SOSTENIBLE

La Encuesta Eurobarómetro sobre la actitud de los europeos frente al consumo y la producción sostenibles se realizó con el propósito de averiguar el grado de conocimiento de los ciudadanos europeos respecto a este tema y, en concreto, se analizaron los siguientes aspectos:

- Sensibilización de los ciudadanos sobre el impacto medioambiental de los productos adquiridos o utilizados.
- Impacto medioambiental y eficiencia energética como factores determinantes a la hora de comprar un producto.
- La importancia de la etiqueta ecológica en las decisiones de compra.
- Preferencia de los ciudadanos respecto a la información proporcionada en las etiquetas medioambientales, incluyendo la huella de carbono del producto.
- Concienciación ciudadana sobre la Etiqueta Ecológica de la Unión Europea y su logotipo en forma de flor.
- El grado de confianza en las alegaciones realizadas por los productores sobre la actuación medioambiental de sus productos y en los informes que presentan las compañías sobre su desempeño social y medioambiental.
- Apoyo de la ciudadanía sobre un "código de conducta" medioambiental y voluntario por parte de los comerciantes.
- Las mejores formas de promocionar el uso de productos respetuosos con el medio ambiente, el papel de los comerciantes y los sistemas fiscales.

Esta encuesta se desarrolló durante el 2009 con una muestra de 26.500 individuos encuestados en los 27 Estados miembros de la UE y Croacia.

1. PRINCIPALES RESULTADOS GLOBALES

Una proporción del 30% de los ciudadanos europeos encuestados elige reducir al mínimo la generación de residuos y el reciclado como las acciones clave a la hora de solucionar los problemas medioambientales. Por otro lado, se mostraron menos propicios a elegir la compra de productos fabricados con métodos respetuosos con el medio ambiente (elegido por un 21%) o la compra de electrodomésticos energéticamente eficientes (elegido por un 19%) como las opciones más eficaces para reducir los problemas medioambientales.

Un 55% afirmó que, al menos de forma general, a la hora de comprar o utilizar los productos es totalmente consciente o conoce los impactos más importantes de estos productos en el medio ambiente. Sin embargo, en Chipre, Lituania y Bulgaria alrededor de 6 de cada 10 encuestados afirmaron conocer poco o nada sobre dichos impactos.

Algo más de 8 de cada 10 ciudadanos encuestados llegó a la conclusión de que el impacto causado en el medio ambiente es un factor importante a tener en cuenta a la hora de decidir qué productos comprar (34% "muy importante" y el 49% "bastante importante"); únicamente el 4% afirmó que no era en absoluto un factor importante.

La mayoría de los encuestados afirmaron que el impacto medioambiental del producto es importante en sus decisiones de compra y muy importante para Grecia (58%), Chipre (57%) e Italia (54%).

A la hora de decidir qué producto comprar, aproximadamente 6 de cada 10 encuestados valoró como más importante el impacto medioambiental que la marca del producto.

Una amplia mayoría de los encuestados en todos los países afirmaron que a menudo, o siempre, tienen en consideración la eficiencia energética a la hora de comprar productos que utilicen electricidad o combustible, con variaciones entre un porcentaje del 59% en Chipre hasta un 85% en Alemania.

2. RESULTADO POR TEMÁTICAS

2.1 Etiqueta ecológica - percepciones generales

Casi la mitad de los ciudadanos europeos afirmó que el etiquetado ecológico juega un papel importante en sus decisiones de compra, con diferencias desde el 22% registrado en la República Checa hasta el 64% registrado en Grecia.

Los ciudadanos europeos afirmaron en mayor medida que la información más importante que se puede encontrar en las etiquetas ecológicas es sobre si un producto puede ser reciclado o reutilizado.

2.2 La etiqueta ecológica de la UE

Aproximadamente 4 de cada 10 ciudadanos que participaron en la encuesta afirmaron haber visto u oído hablar acerca de la etiqueta ecológica europea. Sin embargo, sólo alrededor de una quinta parte (el 19%), confirmó haber comprado productos que presentaban dicha etiqueta.

2.3 Afirmaciones por parte de las empresas y productores sobre el comportamiento ambiental de sus productos

Mientras que 3 de cada 10 ciudadanos europeos confía en los informes sobre el comportamiento medioambiental y social propio de las empresas, una proporción considerablemente más alta (un 47%) afirmó no dar crédito a dichos informes por parte de las empresas.

2.4 Promoción de productos respetuosos con el medio ambiente

Alrededor de 3 de cada 10 ciudadanos europeos afirmó que la mejor manera que tienen los minoristas de promover el uso de productos respetuosos con el medio ambiente es proporcionando mejor información a los consumidores.

El mejor sistema para promover el uso de productos respetuosos con el medioambiente sería reducir los impuestos sobre esos productos y, al mismo tiempo, aumentar las tasas que se aplican a los productos más dañinos para la naturaleza. Los encuestados británicos irlandeses y eslovenos fueron los que más apoyaron esta respuesta (65%, 59% y 58% respectivamente).

2.5 Relación entre el impacto medioambiental y los hábitos de consumo

Acciones con mayor impacto en la resolución de problemas medioambientales

Sobre esta cuestión, una amplia proporción de ciudadanos (30%) eligieron el reciclaje y la minimización de residuos como las acciones con un mayor impacto. Aproximadamente una quinta parte de los encuestados (21%) eligió la compra de artículos producidos con métodos ecológicos y una proporción similar (19%) eligió la compra de productos energéticamente eficientes.

Sólo el 15% respondió que adoptar modos de transporte sostenibles y viajar menos frecuentemente constituyen las acciones más efectivas para solucionar los problemas medioambientales. El 11% eligió hacer más esfuerzos por utilizar menos agua como la acción más efectiva.

Diferencias entre países

Los encuestados de casi todos los Estados miembros de la EU y Croacia fueron más propensos a elegir la opción de reciclar y minimizar los residuos como la más importante en la resolución de problemas medioambientales.

La proporción de ciudadanos que eligieron esta respuesta varió entre menos de un cuarto en Italia y Alemania (20% y 22% respectivamente) hasta casi la mitad de las respuestas en Hungría (51%) y Finlandia (49%).

Porcentaje de personas que eligió el reciclaje y minimización de residuos como la acción con mayor impacto en la resolución de problemas medioambientales.

Media UE-27: 30

España: 38

Un tercio de los ciudadanos encuestados en Lituania (32%) y aproximadamente 3 de cada 10 encuestados en Letonia (29%) y Dinamarca (28%) pensaron que tiene un mayor impacto la opción de comprar productos fabricados con métodos ecológicos. Algo más de una décima parte de portugueses y finlandeses (el 12%) compartió esta opinión.

Porcentaje de personas que eligió la compra de productos fabricados con métodos ecológicos como la acción con mayor impacto en la resolución de problemas medioambientales.

Media UE-27: 21

España: 19

La proporción de personas que respondieron que la compra de electrodomésticos de alta eficiencia energética tiene una mayor importancia a la hora de resolver los problemas del medio ambiente registró distintos resultados desde menos de un 10% en Suecia, Chipre, Grecia y Portugal (8%-9%) hasta un poco más de una cuarta parte en Eslovaquia y Polonia, ambos con un porcentaje de 27%.

Porcentaje de personas que eligió la compra de electrodomésticos energéticamente eficientes como la acción con mayor impacto en la resolución de problemas medioambientales.

España: 12

Media UE-27: 19

A excepción de Suecia, en todos los países que participaron en la encuesta no más de una quinta parte de los encuestados pensó que la opción viajar menos y adoptar métodos de transporte sostenibles es la más importante para combatir los problemas medioambientales. Las opiniones varían desde un porcentaje de respuestas del 3% en Polonia hasta el 20% en Finlandia. En Suecia, el 31% de los encuestados pensó que esta opción tiene el mayor impacto.

Porcentaje de personas que eligió viajar menos y adoptar métodos de transporte sostenibles como la acción con mayor impacto en la resolución de problemas medioambientales.

Media UE-27: 15

España: 12

La utilización de menos agua fue la opción menos escogida en casi todos los países con un porcentaje de respuestas que varía del 2%-3% en Lituania, Letonia y Suecia hasta el 17% y 19% en Francia, España y Portugal.

Porcentaje de personas que eligió el menor uso del agua como la acción con mayor impacto en la resolución de problemas medioambientales.

Media UE-27: 11

España: 18

Consideraciones sociodemográficas

Los participantes menores de 25 años, a diferencia del resto, se inclinaron más por pensar que las acciones con mayor impacto son la compra de electrodomésticos energéticamente eficientes (22% frente al 17%-20% en grupos de otras edades) o viajar menos y con métodos más sostenibles (18% frente al 14%-15%).

Mientras que los participantes con un mayor nivel educativo eligieron más veces el reciclaje y minimizar residuos como la opción más importante, los encuestados con un menor nivel de estudios fueron ligeramente más propensos a pensar que la utilización de menos agua supone el mayor impacto (14% frente al 10% de los participantes con mayor nivel educativo).

2.6 El impacto medioambiental de los productos comprados o utilizados

Conocimiento del impacto medioambiental de productos comprados o utilizados

El 41%, es decir, casi 4 de cada 10 ciudadanos europeos encuestados afirmó ser generalmente consciente a la hora de comprar o usar estos productos de los impactos

más importantes que tienen en el medio ambiente. Sólo el 14% contestó ser totalmente consciente del impacto total que tienen en la naturaleza.

Diferencias entre países

Lo encuestados franceses fueron los más propensos a afirmar que son generalmente conscientes del impacto que provoca en el medio ambiente los productos que compran o utilizan: el 32% afirmó ser plenamente consciente y el 46% confirmó ser conocedor de los impactos más significativos. Otros países en la parte más alta de la lista fueron Eslovenia, Malta, Austria y Luxemburgo, con aproximadamente dos tercios de los encuestados que afirmaron ser al menos conocedores de los impactos más importantes que provocan los productos que compran o utilizan (entre 65% y 66%).

Conocimiento del impacto medioambiental de productos comprados o utilizados (%)

	Media UE-27	España
Soy totalmente consciente	14	15
Conozco los impactos más generales	42	30
Se poco sobre este tema	34	43
No se nada	9	12
Ns/Nc	1	-

Consideraciones sociodemográficas

Los encuestados entre 15 y 24 años, los que se encuentran todavía en proceso educativo, aquellos con menores niveles de formación, los trabajadores manuales, los participantes en situación de desempleo y los residentes en zonas rurales fueron los más propensos a admitir no conocer nada, o muy poco, sobre los impactos en la naturaleza de los productos que compran o usan.

A modo de ejemplo, el 17% de aquellas personas con los niveles más altos de educación afirmaron ser plenamente conscientes y el 50% dijeron ser conocedores de los impactos más significativos de estos productos.

El impacto medioambiental como factor decisivo en la compra de productos

Algo más de 8 de cada 10 encuestados europeos contestó que el impacto de un producto en la naturaleza es un elemento importante a la hora de decidir qué productos comprar (49% "bastante importante" y 34% "muy importante"); sólo el 4% dijo que esto no era un factor importante en absoluto.

Sólo el 39% de los ciudadanos europeos contestó que la marca del producto es un elemento importante en el proceso de compra de un producto (25% “bastante importante” y 14% “muy importante”).

El impacto medioambiental, sin embargo, parece ser de alguna forma menos importante para el ciudadano que la calidad del producto o el precio: prácticamente todos los encuestados (97%) admitieron que la calidad del producto es un elemento importante a la hora de realizar la compra y el 89% afirmó lo mismo respecto al precio del producto.

Comparación de las respuestas de los participantes

Mientras que el 44% de los ciudadanos europeos calificó el impacto medioambiental como menos importante que la calidad del producto en lo que se refiere a la influencia en sus decisiones de compra, esta proporción se redujo al 12% en lo relativo a la marca del producto. En lo que se refiere al precio del producto esta proporción fue del 33%.

Además, mientras que menos de una décima parte de los encuestados europeos (7%) calificó el impacto en la naturaleza como un elemento más importante que la calidad del producto en el proceso de compra, casi una quinta parte (19%) valoró el impacto medioambiental como más importante que el precio del producto. Finalmente, una mayoría de los encuestados (59%) valoró el impacto del producto en la naturaleza como más importante que la marca.

Diferencias entre países

Prácticamente todos los encuestados de cada país participante respondieron que la calidad del producto es “muy” o “bastante” importante en sus decisiones de compra. La mayoría de encuestados en todos los Estados miembros afirmó que este aspecto es “muy” importante, con porcentajes que varían desde el 56% en España hasta el 82% en Grecia.

Importancia de la calidad del producto (%):

	Media UE-27	España
Muy importante	68	57
Bastante importante	30	40
Poco/Nada importante	2	3
Ns/Nc	-	-

Una amplia mayoría de los encuestados de todos los Estados miembros de la EU y Croacia calificaron el precio del producto como “muy” o “bastante” importante en sus decisiones de compra, con variaciones del 79% en Dinamarca hasta el 96% en Lituania y Portugal.

Importancia del precio del producto (%):

	Media UE-27	España
Muy importante	47	47
Bastante importante	43	44
Poco/Nada importante	8	8
Ns/Nc	2	1

En todos los países de este estudio, menos de 7 de cada 10 encuestados respondió que la marca de un producto o el nombre comercial es muy o bastante importante a la hora de decidir qué productos comprar.

En Dinamarca, los encuestados fueron más propensos a decir que la marca de un producto no es importante en absoluto para decidir qué productos comprar (40%), seguido de los entrevistados suecos, belgas, franceses y austriacos (entre 31% y 33%).

Importancia de la marca o el nombre comercial (%):

	Media UE-27	España
Muy importante	14	7
Bastante importante	26	21
Poco importante	38	60
Nada importante	22	22
Ns/Nc	-	-

Una amplia mayoría de los entrevistados en todos los Estados miembros de la UE y Croacia también dijeron que el impacto de un producto en el medio ambiente es un factor importante a la hora de decidir qué productos comprar: la proporción de respuestas “muy” y “bastante importante” varió desde el 62% en la República Checa hasta el 91% en Grecia. De todos modos, únicamente en tres Estados miembros más de la mitad de los encuestados reconoció que este es un aspecto muy importante en sus decisiones de compra: Grecia (58%), Chipre (57%) e Italia (54%).

Importancia del impacto del producto en el medioambiente (%):

	Media UE-27	España
Muy importante	35	35
Bastante importante	47	50
Poco importante	13	10
Nada importante	1	1
Ns/Nc	4	4

Relación entre el conocimiento sobre el impacto medioambiental y las decisiones de compra

El impacto de un producto en el medio ambiente es percibido como más importante en las decisiones de compra por las personas encuestadas que son generalmente más conscientes de las consecuencias que provocan los productos que compran o usan. Por ejemplo, del mismo modo que el 55% de las personas que respondieron que son totalmente conscientes del impacto que provocan los productos que compran o utilizan, también dijeron que éste resulta un aspecto importante en sus decisiones de compra, esta proporción disminuye al 27% para las personas que admitieron no saber nada sobre el impacto de los productos que compran o usan.

Importancia del impacto medioambiental en las decisiones de compra					
(%) Conocimiento sobre el impacto ambiental del producto	Mucho	Bastante	Poco	Nada	NS/NC
Los conozco totalmente	55	38	4	2	0
Conozco los impactos más importantes	33	56	9	1	1
Sé poco acerca de esto	28	48	18	5	2
Lo desconozco totalmente	27	32	18	16	7

Consideraciones sociodemográficas

Las mujeres fueron más propensas a decir que el impacto medioambiental del producto es un elemento importante en sus decisiones de compra (37% frente a 31% de los hombres). En lo relativo a las otras características (precio, calidad y marca) no se observaron diferencias remarcables entre sexos.

Cuanto más mayores son los participantes, más propensos son a decir que el impacto medioambiental, el precio o la marca son muy importantes en sus decisiones de compra; por ejemplo, mientras que el 42% de las personas mayores de 54 años afirmaron que el impacto medioambiental del producto es muy importante, esta proporción se redujo a un 24% en las personas comprendidas entre los 15 y los 24 años.

Distintas categorías profesionales no variaron mucho en términos de la importancia total otorgada al impacto medioambiental del producto, precio y calidad a la hora de realizar sus compras. De todas maneras, los trabajadores por cuenta propia fueron más propensos a decir que el impacto medioambiental del producto es muy importante (38% frente a la media europea de 34%) o que la calidad es muy importante (73% frente a la media europea de 67%), y los trabajadores manuales fueron más propensos a contestar que el precio del producto es muy importante (60% frente a la media europea del 47%).

2.7 Compra de productos de alta eficiencia energética

Casi 4 de cada 10 encuestados (37%) afirmó que a la hora de comprar productos que usan combustible o electricidad sí que tienen a menudo en cuenta cómo son de eficientes energéticamente estos productos y un ligero porcentaje mayor (40%) contestó que siempre tiene en cuenta la eficiencia energética. (9% "casi nunca" y 13% "raramente").

Diferencias entre países

Una amplia mayoría de encuestados en todos los países del estudio contestó que a menudo - o siempre- tiene en cuenta la eficiencia energética a la hora de comprar productos que utilizan combustible o electricidad

Influencia de la eficiencia energética en las decisiones de compra (%):

	Media UE-27	España
Siempre	40	38
Casi siempre	35	32
Pocas veces	15	14
Casi nunca	3	3
Ns/Nc	7	13

Relación entre el grado de conocimiento sobre el impacto medioambiental y la influencia de la eficiencia energética en las decisiones de compra

El 55% de los entrevistados que afirmó ser totalmente consciente del impacto medioambiental de los productos que utilizan o compran y el 44% de aquellos que conocen los impactos más importantes respondieron que siempre tienen en cuenta la eficiencia energética en sus decisiones de compra. Los porcentajes correspondientes para aquellos que reconocieron conocer poco o nada en absoluto sobre dichos impactos fueron el 33% y el 30% respectivamente.

Consideraciones sociodemográficas

La atención prestada a la eficiencia energética, durante la compra de productos que usan electricidad o combustible, aumenta con la edad, el nivel educativo y el estatus ocupacional de los entrevistados. Más de 4 de cada 10 (45%) de los que tienen nivel educativo más alto afirmaron que siempre tiene en cuenta la eficiencia energética y un 39% más dijo que a menudo tiene este aspecto en cuenta. El porcentaje correspondiente para las personas con menores niveles formativos fue de un 39% y un 33% respectivamente.

2.8 El etiquetado ecológico - Percepciones generales

Importancia del etiquetado ecológico en las decisiones de compra

En términos generales, un producto con etiqueta ecológica (o servicio) le da derecho a llevar un logo que certifica que el producto (o servicio) es de una buena calidad medioambiental.

Casi la mitad de los ciudadanos europeos (47%) dijo que el etiquetado ecológico juega un papel importante en sus decisiones de compra. Una cuarta parte de los encuestados respondió que estas etiquetas no son importantes a la hora de decidir qué productos comprar y una proporción similar (26%) afirmó que nunca presta atención a estas etiquetas.

Diferencias entre países

Al menos 6 de cada 10 encuestados griegos y malteses (64% y 60% respectivamente) respondieron que el etiquetado ecológico juega un papel importante en sus decisiones de compra. Por otro lado, en la República Checa los encuestados fueron tres veces menos propensos a elegir esta respuesta: solo el 22% afirmó que las etiquetas ecológicas son importantes en sus decisiones de compra.

Importancia de las ecoetiquetas en las decisiones de compra (%):

	Media UE-27	España
El etiquetado ecológico es importante en mis decisiones de compra	47	49
El etiquetado ecológico no es importante en mis decisiones de compra	25	18
Nunca leo las etiquetas	28	33
NS/NC	2	-

Relación entre las decisiones de compra y el ecoetiquetado

El ecoetiquetado parece jugar un papel más importante en las decisiones de compra de los siguientes encuestados:

- Los que cuentan con un nivel mayor de conocimiento sobre el impacto medioambiental de los productos que utilizan o compran.
- Aquellos que dijeron que el impacto medioambiental del producto es importante en sus decisiones de compra.

- Quienes siempre, o al menos a menudo, tienen en cuenta la eficiencia energética en sus decisiones de compra.

Importancia de las ecoetiquetas en las decisiones de compra				
(%) Conocimiento sobre el impacto medioambiental del producto	El etiquetado ecológico es importante en mis decisiones de compra	El etiquetado ecológico no es importante en mis decisiones de compra	Nunca leo las etiquetas	NS/NC
Los conozco totalmente	65	19	15	1
Conozco los impactos más importantes	54	27	18	1
Sé poco acerca de esto	38	28	33	1
Lo desconozco totalmente	29	19	50	2
(%) Importancia del impacto medioambiental del producto				
Muy importante	66	15	18	1
Bastante importante	46	27	25	1
Poco importante	15	41	43	1
Nada importante	10	33	57	1
(%) Influencia de la eficiencia energética				
Los conozco totalmente	57	22	19	1
Conozco los impactos más importantes	48	27	24	1
Sé poco acerca de esto	33	27	38	2
Lo desconozco totalmente	23	27	49	1

Consideraciones sociodemográficas

El ecoetiquetado juega un papel más importante en las decisiones de compra de las mujeres, los mayores de 39 años, los que tienen un mayor nivel de educación y los trabajadores por cuenta propia. Por ejemplo, mientras que el 55% de los trabajadores por cuenta propia dijo que las ecoetiquetas son importantes a la hora de decidir qué productos comprar, sólo el 43% de los trabajadores por cuenta ajena compartió esta opinión.

Por el contrario, los hombres y las personas más jóvenes respondieron más frecuentemente que las ecoetiquetas no son importantes en sus decisiones o que nunca prestan atención a dichas etiquetas. Por ejemplo, el 28% de los hombres afirmó que nunca presta atención a las ecoetiquetas y una proporción similar dijo que no lee ningún tipo de etiqueta. Por otra parte, el 31% de los encuestados con el nivel educativo más bajo dijeron que nunca prestan atención a ningún tipo de etiqueta, en cambio sólo el 19% de los encuestados con el nivel educativo más alto dijo lo mismo.

2.9 Información proporcionada en las etiquetas medioambientales

Casi 4 de cada 10 ciudadanos europeos (el 38%) era de la opinión que la mejor información que una etiqueta debe tener es sobre si un producto puede ser reciclado o reutilizado. El segundo tipo de información más importante en las etiquetas es, de acuerdo con la opinión de los ciudadanos europeos encuestados, la confirmación de que un producto proviene de fuentes más respetuosas del medio ambiente (opción elegida por el 32% de los encuestados).

Diferencias entre países

Una gran parte de los encuestados finlandeses (57%), británicos, portugueses e irlandeses (todos con un 52%) respondieron que la información más importante que una ecoetiqueta debería contener es si un producto puede ser reciclado o reutilizado.

Porcentaje de personas que eligió la respuesta de si un producto puede ser reciclado o reutilizado como la información más importante en las ecoetiquetas.

Media UE-27: 38

España: 38

Letonia fue el único país donde una ligera mayoría de los encuestados (53%) confirmó que la información más importante contenida en las ecoetiquetas es sobre si un producto proviene de fuentes ecológicas.

Los encuestados en Portugal fueron los que menos afirmaron que la información más importante de las ecoetiquetas es si un producto proviene de fuentes ecológicas (15%).

Porcentaje de personas que eligió la confirmación de que un producto proviene de fuentes ecológicas como la información más importante en las ecoetiquetas.

Media UE-27: 32

España: 22

Lituania fue el país donde una relativa mayoría (32%) afirmó que el contenido más importante en las ecoetiquetas era sobre si el embalaje del producto es ecológico.

Porcentaje de personas que eligió la confirmación de que el embalaje es ecológico como la información más importante en las ecoetiquetas.

Media UE-27: 16

España: 24

La proporción de personas que eligió como información más importante en estas etiquetas la relativa a la cantidad de emisiones de gas invernadero producidos por el producto, por ejemplo la huella de carbono, fue la más baja de todas las alternativas posibles del listado. El país donde se dieron los porcentajes más altos sobre la importancia de informar sobre la huella de carbono en las ecoetiquetas fue Portugal (19%) y los más bajos en Letonia y Polonia (3% y 4% respectivamente).

Porcentaje de personas que eligió la respuesta relativa a la cantidad total de emisiones de gas de efecto invernadero producidas por el producto como la información más importante en las ecoetiquetas.

Media UE-27: 10

España: 15

Relación entre la importancia de las ecoetiquetas y la información preferida en dichas etiquetas

Los encuestados que dieron más importancia a las ecoetiquetas en sus decisiones de compra fueron los menos propensos a decir que la información más importante en estas etiquetas es la relativa a si un producto puede ser reutilizado o reciclado.

Información más importante en las etiquetas medioambientales					
(%) Importancia de las ecoetiquetas en las decisiones de compra	Si el producto puede ser reciclado/reutilizado	Confirmación de las fuentes ecológicas	Confirmación de que el embalaje es ecológico	Cantidad de emisiones de gas de efecto invernadero	NS/NC
El etiquetado ecológico es importante en mis decisiones de compra	35	37	15	11	2
El etiquetado ecológico no es importante en mis decisiones de compra	41	29	17	10	4
Nunca leo las etiquetas	40	25	17	9	9

Consideraciones sociodemográficas

Las mujeres y los participantes de mayor edad fueron ligeramente menos propensos que los hombres y participantes más jóvenes a elegir la información sobre la reutilización o reciclaje de un producto como la más importante que deberían contener las ecoetiquetas, aunque también fueron los que escogieron más veces la respuesta sobre si un producto proviene de fuentes respetuosas con el medio ambiente. Por ejemplo, el 41% de las personas entre 15 y 24 años eligió la primera respuesta y el

30% la segunda. Los porcentajes correspondientes para las personas mayores de 54 años fueron 36% y 33% respectivamente.

Los encuestados con mayores niveles educativos mencionaron con más frecuencia la respuesta sobre la cantidad total de gases de efecto invernadero producidas por un producto como información más importante en estas etiquetas. Esta opción fue elegida por el 12% de las personas con mayor formación frente al 7% de aquellos con menor nivel educativo.

Respaldo el etiquetado obligatorio de la huella de carbono

Más de 7 de cada 10 europeos (72%) pensó que en el futuro debería ser obligatoria una etiqueta que indicara la huella de carbono de un producto.

Sólo el 15% de los entrevistados pensó que dicha etiqueta debería ser de carácter voluntario y el 8% dijo que no está interesado en la huella de carbono. Para finalizar, 1 de cada 20 encuestados o bien no tenía una opinión al respecto, o bien no sabía qué responder.

Diferencias entre países

El apoyo a la medida de introducir una etiqueta obligatoria indicando la huella de carbono del producto varió desde un 47% en la República Checa, el único país donde menos de la mitad de los entrevistados estaba a favor de dicha etiqueta, hasta 9 de cada 10 encuestados en Grecia y Croacia.

	Media UE-27	España
Si	70	90
No, debería ser de carácter voluntario	19	7
La huella de carbono no me interesa	7	1
Ns/Nc	4	2

Consideraciones sociodemográficas

Entre todos los grupos sociodemográficos, al menos 7 de cada 10 entrevistados estuvo de acuerdo con que en el futuro debería ser obligatoria una etiqueta que indicara la huella de carbono del producto, siendo las mujeres, los trabajadores empleados y los residentes urbanos los que más expresaron esta opinión (entre todos un 75%).



2.10 La Etiqueta Ecológica de la UE

La flor es el símbolo de esta etiqueta y es un programa voluntario diseñado para estimular a las empresas a introducir en el mercado productos y servicios que sean más respetuosos con el medio ambiente y ayudar a los consumidores europeos, incluyendo compradores públicos y privados, a elegir opciones más ecológicas a la hora de adquirir un producto o servicio.

El 61% de los encuestados admitió no haber visto u oído nada acerca de la Etiqueta Ecológica Europea y un 19% sí que afirmó haber visto esta etiqueta u oído información acerca de ella.

Diferencias entre países

Únicamente en dos países la mitad de los participantes afirmaron conocer esta etiqueta, en Estonia (51%) y Dinamarca (50%). En el Reino Unido, Suecia e Italia, por otro lado, al menos dos tercios de los participantes dijo no conocer en absoluto este distintivo (73%, 67% y 66% respectivamente). En otros países como Dinamarca (33%), España (29%), Malta (28%), Lituania y Francia (ambos 26%) al menos una cuarta parte de los participantes dijo conocer esta etiqueta e incluso haber comprado productos que la contenían.

	Media UE-27	España
Conocía la existencia de la Etiqueta Ecológica Europea y he comprado productos con esta etiqueta	18	28
No conocía la existencia de la Etiqueta Ecológica Europea y no he comprado productos con esta etiqueta	19	19
Nunca he visto ni oído nada acerca de esta etiqueta	61	52
NS/NC	2	1

Relación entre las decisiones ecológicas de compra y el conocimiento de la Etiqueta Ecológica Europea

Sólo cerca de la mitad (49%) de los encuestados que habían declarado ser totalmente conocedores del impacto medioambiental que causan los productos que compran o utilizan no conocían nada sobre la Etiqueta Ecológica europea, esta proporción aumentó hasta el 77% para aquellos que admitieron no conocer "nada" sobre las consecuencias que provocan en la naturaleza los productos que usan o compran.

Consideraciones sociodemográficas

Las personas con un menor nivel educativo fueron las que menos conocían la existencia de la Etiqueta Ecológica Europea, las cuales registraron un porcentaje de un 69%, mientras que el porcentaje de personas que tenían niveles educativos más altos y que conocían esta etiqueta fue de un 56%.

2.11 Consideraciones finales

Para finalizar ya con las conclusiones extraídas de esta encuesta cabe decir que los datos analizados muestran una tendencia positiva de cara a conseguir los objetivos ambientales y de sostenibilidad planteados por en la Unión Europea. El fomento de los productos respetuosos con el medioambiente se presenta como un aspecto fundamental en el camino hacia uno de los objetivos de la UE como es la reducción del 20% de las emisiones de CO para el año 2020.

A la hora de fomentar el consumo de productos respetuosos con el medioambiente, resulta interesante analizar las diferencias sociodemográficas que presentan los grupos encuestados en lo que se refiere a la posible implantación de un código medioambiental voluntario dirigido a los comerciantes. En términos generales, existe un fuerte respaldo a que los comerciantes minoristas fomenten los productos respetuosos con el medio ambiente. En particular, las personas que en mayor medida estuvieron de acuerdo con esta medida fueron las mujeres, los participantes más jóvenes y aquellos que aún se encontraban en proceso educativo y los trabajadores manuales. Alrededor de la mitad (40%) de las personas entre 15 y 24 años apoyaron esta idea y el 38% de los mayores de 54 años también lo hizo. Por otro lado, los hombres, las personas entre los 40 y 54 años, los participantes con mayor nivel educativo, los trabajadores por cuenta propia, los empleados y las personas que viven en la ciudad pensaban en mayor medida que sería más efectiva una medida legislativa de carácter obligatorio. La mitad de los encuestados con mayor formación apostaba por una legislación obligatoria mientras que este porcentaje fue menor (38%) en el grupo de personas con menor nivel educativo.

A modo de conclusión, se observa que en términos generales, los resultados demuestran que los ciudadanos europeos siguen respaldando medidas más sostenibles y estarían dispuestos a cambiar sus costumbres para potenciarlas.

3. REFLEXIONES GENERALES UNIÓN EUROPEA - ESPAÑA

El consumo en los hogares de bienes y servicios es uno de los mayores desencadenantes

globales del uso de recursos y está directamente relacionado con los impactos negativos en el medio ambiente. En este sentido, la realización de estudios que sirvan para entender el comportamiento de los consumidores se convierte en algo imprescindible para conseguir reducir las presiones medioambientales derivadas de los patrones de consumo públicos y privados.

Esta encuesta se centra en el análisis de los hábitos de consumo de los ciudadanos en relación con distintos aspectos medioambientales así como el equipamiento en los hogares y las buenas prácticas en las viviendas. Se analizan aspectos como el uso del agua, la energía, los residuos o la movilidad urbana.

Según este estudio, los españoles estamos cada vez más concienciados con el medio ambiente y adoptamos pautas de consumo y actitudes más sostenibles. Continuar con los patrones de consumo tradicionales no es una opción a estas alturas y, por este motivo, se están desarrollando nuevos modelos que no comprometan las necesidades de las futuras generaciones ni dañen la naturaleza.

Esta encuesta demuestra que el consumo de agua es una de las preocupaciones de los españoles y que se intenta tomar medidas al respecto. El 96,9% de los hogares toma alguna medida para ahorrar agua como demuestran los datos que indican que en 8 de cada 10 se usan las lavadoras y lavavajillas a plena carga (81,9%) o que el 86,6% de las familias descongela con antelación la comida para evitar hacerlo utilizando agua. Otras medidas que se toman en las viviendas españolas y que reducen el uso del agua corriente son, por ejemplo, colocar una botella de agua en la nevera para tenerla siempre fresca (64,2%), colocar una papelerera en el cuarto de baño para no utilizar el inodoro como cubo de basura (54,7%), llenar el fregadero antes de lavar los platos (38,8%), disminuir el caudal de los grifos (30,8%) y reciclar el agua (22,9%).

Existen diferencias en lo relativo al uso del agua como demuestra el hecho de que en las Comunidades Autónomas con déficit de agua se tiene más en cuenta el reciclado de la misma y que en los hogares de mayor tamaño se dedican más esfuerzos por reducir el consumo. Los datos indican que el 73,1% de los hogares cuenta con un dispositivo economizador de agua, el 65,6% cuenta con algún grifo monomando o termostático, el 34% dispone de limitadores de descarga de la cisterna y el 17% tiene instalado otros tipos de dispositivos.

La energía es otro de los ámbitos donde durante los últimos años se han producido un mayor consumo y donde el aumento de los hogares y la mayor demanda derivada de los cambios de comportamiento ha provocado que la mejora en la eficiencia energética de los productos se vea prácticamente anulada. En España, las fuentes de energía más utilizadas

son la energía eléctrica, disponible en prácticamente todos los hogares, y después los gases licuados del petróleo (butano, propano....), disponibles en el 42,1% de las viviendas, el gas canalizado (40,5%) y los combustibles líquidos como el gasóleo (12,5%). La principal fuente de energía en capitales de provincia y municipios con más de 100.000 habitantes es el gas canalizado (56,8%).

La energía dedicada a la calefacción es uno de los ámbitos donde se produce mayor gasto, junto con la iluminación y los aparatos eléctricos, y distintos estudios indican que gran parte de la reducción del gasto de energía en el ámbito residencial se debe a las mejoras en los sistemas de climatización en las viviendas.

En el plano europeo, la calefacción en los hogares representó el 68% del total de energía en 2009. En España el 70,3% de los hogares tiene calefacción aunque su distribución varía entre las distintas comunidades. Gran parte de los impactos directos en el medio ambiente pueden ser reducidos mediante la modificación de los patrones de consumo de los consumidores haciendo reducir el consumo de energía, de ahí la importancia de tener en cuenta aspectos como, por ejemplo, apagar la calefacción en estancias que no se utilicen o mejorar la eficiencia térmica de las casas. En Europa, el crecimiento económico experimentado en los años anteriores a la crisis económica, ha provocado que, en ocasiones, los hábitos de consumo fueran más allá de la mera necesidad y, en este sentido, la Declaración de Kiev hace hincapié en la importancia de modificar los patrones de consumo de los consumidores hacia prácticas más sostenibles. Parece existir una relación entre el nivel de ingresos y el uso de la calefacción, cuanto menos ingresos menos uso y viceversa.

El grado de implantación de electrodomésticos eficientes (con calificación energética A, A+ o A++) resulta ser bajo y puede deberse, por un lado, a la elección personal, o, por otro, al desconocimiento.

Otro aspecto muy importante que analiza esta encuesta es el reciclaje, con datos bastante positivos que indican que las familias españolas son conscientes de la necesidad de reciclar. El comportamiento de los ciudadanos con mayor disposición al reciclaje se registra en las capitales de provincia y los municipios de más de 100.000 habitantes de España y se recicla más en las viviendas numerosas y con mayor nivel de renta.

Porcentaje de viviendas cuyos residentes depositan residuos en su punto específico de recogida.

	%
Papel y cartón	74,5

Vidrio	75,3
Envases de plásticos, metálicos	71,8
Productos químicos, pinturas y productos de limpieza	21,1
Medicamentos	69,5
Pilas y pequeñas baterías	72,3
Aceites de cocina	24,0
Tubos fluorescentes	9,9

Sobre el transporte la conclusión que se extrae es que el privado sigue siendo el medio preferido de desplazamiento para los españoles. El uso del transporte público es distinto según la CC.AA que se trate y respecto a la media nacional se usa más en la Comunidad de Madrid, Canarias, Cataluña y País Vasco y menos en Galicia. Otras conclusiones sociodemográficas que se derivan de la encuesta es que las mujeres y las personas más jóvenes y las de mayor edad utilizan más el transporte público. Por último, los hombres tienden más a desplazarse en transporte privado y tres de cada cuatro hogares dispone de vehículo para su uso personal. Los motivos para usar el transporte privado son la comodidad, la mala combinación del servicio público y las necesidades laborales.

Para finalizar cabe decir que esta encuesta proporciona una visión general del consumo sostenible y las buenas prácticas ambientales en los hogares de España ayudando, de este modo, a aumentar el conocimiento entre los ciudadanos y a concienciar a la sociedad de la importancia de adoptar modos de vida más sostenibles.

PARTE III

HÁBITOS DE CONSUMO EN EUROPA

1. INTRODUCCIÓN

El gran reto al que se enfrentan las economías actualmente reside en la necesidad de integrar la sostenibilidad medioambiental con el desarrollo económico y el bienestar, lo que significa separar la degradación medioambiental que ha estado tradicionalmente unida al crecimiento económico. Este es uno de los objetivos clave de la Unión Europea. Sin embargo, los efectos del cambio climático y la creciente demanda de energía y recursos ponen en peligro la consecución de este fin. Por este motivo, los esfuerzos se dirigen hacia una economía más eficiente en términos de energía y consumo de recursos.

Un análisis realizado por la Agencia Europea del Medio Ambiente sobre los 27 Estados miembros³ ha revelado que la mayoría de los impactos medioambientales más importantes causados por el consumo privado de los hogares se encuentran principalmente en los ámbitos de consumo de comida y bebida, vivienda e infraestructura y movilidad. Esto se debe a que constituyen las tres áreas en las que los europeos gastamos más dinero y las que suponen un mayor impacto por euro gastado.

El consumo sostenible y el comportamiento del consumidor son aspectos esenciales que se tendrán en cuenta en esta revisión y, en este sentido, la Comisión Europea publicó en 2011 el estudio titulado "Políticas para promover un consumo sostenible".

2. ENERGÍA

No cabe duda de que el consumo⁴ energético de las viviendas es una fuente importante de impactos medioambientales, en particular, la energía utilizada para calentar las habitaciones, calentar el agua y la dedicada al uso de aparatos eléctricos.

La media de espacio en la vivienda aumentó de 86 a 92 m² en la UE-15 entre los años 1995 y 2007, mientras que el número de personas por vivienda se redujo de 2.8 a 2.4⁵

3) AEMA, 2010. El medio ambiente en Europa: Estado y perspectivas 2010-Síntesis. Agencia Europea de Medio Ambiente. Copenhaga

4) El consumo hace referencia tanto al consumo privado y público de bienes y servicios de producción nacional o importados como a las inversiones en infraestructuras.

5) ODYSEE, 2012. Indicadores de Eficiencia Energética en Europa

dando lugar a un aumento de 20% en el espacio de suelo por persona y además se produjo un aumento del número de viviendas. En los países que forman la UE-12, la media de suelo por vivienda aumentó incluso de forma más rápida pasando de 62 m² a 71 m².

A pesar de que la eficiencia energética de algunos tipos de electrodomésticos ha mejorado de forma muy significativa en las dos últimas décadas, las mejoras en estos productos no han sido suficientes para contrarrestar el aumento de la venta de productos eléctricos y electrodomésticos. Este aumento puede ser atribuido a distintos factores que incluyen cambios en los patrones de consumo debido a la reducción del tamaño de las viviendas y el creciente número de viviendas, lo que produce el denominado “efecto rebote” que ocurre cuando a pesar de haber conseguido mejoras como la eficiencia energética, ésta se ve contrarrestada por cambios de comportamiento que hacen aumentar la demanda y, por tanto, el consumo.

El tipo de vivienda tiene consecuencias importantes en lo relativo al uso de energía, el consumo de materiales y al suelo. Un ejemplo lo constituyen las viviendas de tipo unifamiliar que utilizan aproximadamente un 1,5 o 2 veces más de energía por m² que los edificios multifamiliares y conllevan una demanda mayor de suelo y uso de material respecto a las viviendas multifamiliares y a los edificios de varias alturas. el número de viviendas unifamiliares constituye el 57% del total de las viviendas en 19 Estados miembros de la Unión Europea de los que se disponen datos.

De acuerdo con las estimaciones de la Unión Europea que tienen en cuenta las políticas de eficiencia energética implantadas durante el 2009, se espera un aumento final de la demanda de energía anual dedicada a los aparatos eléctricos y a la iluminación de los hogares de 2,2% en el periodo 2010-2020, mientras que, por el contrario, se estima que la demanda final de energía destinada a los sistemas de calefacción y refrigeración se mantendrá estable durante el mismo periodo.

La Directiva sobre Diseño Ecológico para los aparatos que utilizan energía (Directiva de Ecodiseño) establece un marco de requisitos de ecodiseño y los requerimientos de eficiencia energética aplicables a los productos relacionados con la energía, con nuevos estándares recientemente adoptados para la aplicación en aires acondicionados y sistemas de ventilación, lavavajillas, lavadoras y en la iluminación. Esta Directiva fue ampliada en 2009 y se aplicará en el etiquetado energético a productos relacionados con la energía – tales como las ventanas– que tienen un potencial importante de ahorro energético cuando se instalan o utilizan.

La Directiva sobre la eficiencia energética de los edificios obliga a los Estados miembros a aplicar unos requisitos mínimos en el rendimiento energético de los edificios nuevos y de

los edificios antiguos en los que se hagan reformas importantes así como en los sistemas técnicos de construcción. Todos los edificios nuevos deben cumplir, de forma aproximada, con los estándares de energía cero para el final de año 2020 y los edificios públicos para el final de 2018. Con esta Directiva se pretende conseguir reducciones de 160/210Mt/año de CO₂ en la Unión Europea para 2020, lo que supondría el 4-5% de las emisiones totales de CO₂ en Europa.

Otras iniciativas enfocadas a la mejora en el consumo de energía están relacionadas con la implantación de dispositivos de medición inteligente o contadores inteligentes que, aplicados al consumo de electricidad o gas y al ámbito de la calefacción, pueden ayudar a los ciudadanos a controlar mejor el consumo de energía en los hogares. Un contador inteligente muestra de una forma más accesible la energía utilizada en la vivienda ayudando de este modo a los ciudadanos a identificar más fácilmente los aparatos que consumen más electricidad. Además, se muestran las consecuencias que tiene el comportamiento humano en lo que se refiere a la energía y aumenta de este modo la concienciación de las personas hacia sus patrones de consumo energético.

El paquete de liberalización del mercado europeo de la energía requiere que el 80% de las viviendas estén equipadas con contadores inteligentes para el 2020. A este respecto, cabe decir que la Comisión Europea ha adoptado recientemente las recomendaciones sobre la provisión de contadores inteligentes.

Un estudio realizado en 10.000 hogares demuestra que las personas que se encargan de pagar por el uso de la energía que consumen sus hogares son más proclives a desarrollar hábitos de ahorro como apagar las luces.

En los siguientes cuadros se detalla la distribución del uso de energía en los hogares según los distintos usos en España.

Distribución del consumo de energía según uso en los hogares en España (%):

Calefacción	47
Aparatos eléctricos	22
Calentar agua	19
Cocinar	7
Iluminación	4
Aire Acondicionado	1

Distribución del uso de energía de los aparatos eléctricos en España (%):

Refrigeradores	31
----------------	----

Congeladores	6
Lavadoras	12
Lavavajillas	6
Secadoras de ropa	3
Horno	8
Televisión	12
Ordenadores	8
Modo Stand By	11
Otros equipamientos	3

La Agencia Europea del Medio Ambiente sobre la situación del transporte en el conjunto de 32 países, los 27 países que forman la Unión Europea más Noruega, Suiza, Islandia, Liechtenstein y Turquía, el número de kilómetros recorridos por los ciudadanos aumentó en un 20% entre los años 1995 y 2007, aproximadamente un incremento del 1,5% por año. Un dato interesante es que por primera vez en 13 años la demanda de transporte de pasajeros disminuyó entre los años 2007 y 2008, posiblemente debido a los efectos de la crisis económica, aunque esto no supone ningún cambio en la tendencia general. Los medios de transporte por carretera y el transporte aéreo han aumentado su demanda significativamente mientras que en los autobuses y trenes ha aumentado a un ritmo mucho más lento. El número de coches particulares que durante el periodo entre 1990 y 2008 aumentó un 36% alcanzando una media de 419 coches por cada 1000 habitantes en los países que se integran en la Agencia Europea de Medio Ambiente.

Algunos instrumentos utilizados para desincentivar el uso del coche son de tipo económico y, por lo tanto, su implantación debe estar combinada con inversiones en alternativas viables como un sistema de transporte público efectivo o carriles bici que hagan atractivas al público las alternativas sostenibles que eviten las numerosas situaciones de congestión del tráfico que sufren las ciudades. Con alrededor del 80% de los ciudadanos europeos viviendo en áreas urbanas y una densidad de 470 coches por cada 1000 habitantes de la Europa occidental en 2008, el simple hecho de trasladarse de un sitio a otro se está convirtiendo muchas veces en un suplicio por la congestión. Esto provoca una pérdida de tiempo y retrasos en el puesto de trabajo, reuniones y en actividades educativas, entre otras, lo que supone unas pérdidas que se estima que son equivalentes al 2% del Producto Interior Bruto de la UE.

3. AGUA

La tarificación del agua y el cargo por volumen ha demostrado su eficacia a la hora de influir en el comportamiento consumista de los hogares. También otros factores, como el acceso a dispositivos de ahorro de agua y una mayor sensibilización ciudadana, pueden jugar un

papel importante. En los países del este de Europa la demanda de agua se ha reducido en un 40% desde principios de los años 90 debido, entre otros motivos, al aumento del precio del agua. En los países situados en el oeste de Europa también se ha reducido el consumo aunque a un ritmo más bajo.

En el caso de España, la reducción del consumo de agua ha ido acompañada por cambios legislativos en lo relativo al riego de jardines o el llenado de piscinas privadas. Esto significa que existe la posibilidad potencial de mejorar el panorama de consumo de agua en los hogares mediante la revisión y adopción de las políticas existentes complementándolas con mejoras en el diseño urbano y la ordenación territorial. Con estas acciones se pueden producir una serie de mejoras muy beneficiosas que reducirían las agresiones medioambientales provocadas por las viviendas en lo que se refiere a la pérdida de la biodiversidad, uso del suelo, utilización de materiales y consumo de energía y agua, lo que revertiría en el bienestar conjunto de la sociedad.

En el año 2009, el eurobarómetro llevó a cabo un estudio, Flash Eurobarometer on water, que pretendía analizar el grado de conocimiento de los ciudadanos sobre la problemática del agua y reveló que muchos europeos no estaban bien informados sobre los problemas que amenazan las aguas subterráneas, lagos, ríos y aguas costeras.

Otro estudio publicado en junio de 2011, la Encuesta Especial del Eurobarómetro 365 sobre las "Actitudes de los europeos hacia el medio ambiente", ya revelaba que cada vez más se tiene en consideración el consumo de agua en las buenas prácticas medioambientales de los ciudadanos. El 43 % afirmó haber reducido el consumo de agua con acciones como no dejar el grifo abierto mientras se lavan los platos o al tomar una ducha, siendo la acción en tercer lugar más señalada después de "separar residuos para reciclar" con un 66% y reducir el consumo de luz (apagando luces, calefacción, etc.) con un 53%.

Debido a la importancia que cobra progresivamente el agua en nuestras vidas, en mayo del pasado año 2012 se publicó el estudio Flash Eurobarómetro 344 sobre la actitud de los europeos respecto a las cuestiones relacionadas con el agua, para averiguar si la concienciación ciudadana sobre los problemas con el agua había mejorado durante el tiempo. La encuesta a 25.524 ciudadanos europeos ha puesto de manifiesto la necesidad de informar mejor a la ciudadanía, ya que, según los datos, los europeos se sienten peor informados sobre los problemas de agua en sus países en comparación con el año 2009. Los porcentajes de la población que dice estar bien informada varían desde el 62% de Dinamarca hasta el 16% de Letonia. En España sólo el 18% dice estar informado. Otra cuestión que analiza este Eurobarómetro es la percepción de la gravedad de los problemas relacionados con el agua y las conclusiones muestran que nueve de cada 10 ciudadanos en Rumanía (94%), Italia (91%) y Francia (89%) consideran que la calidad del agua representa

un grave problema. En España el 72% también comparte esta opinión. En cambio, en Finlandia (59%), Austria (58%), Alemania y Países Bajos (ambos 52%) no consideran que la calidad del agua sea un problema.

Nueve de cada diez encuestados piensa que las sustancias químicas usadas en la agricultura, como pesticidas y fertilizantes, tienen repercusiones en el estado del agua en su país y 7 de cada 10 (71%) piensa que estas sustancias provocan un fuerte impacto. Esta opinión la comparten de forma general en Grecia (97%), Francia y Eslovenia (96%) aunque es menos extendida en Malta (76%) y en Estonia (66%) donde, además, el 22% piensa que los pesticidas y fertilizantes no suponen ningún problema para el estado del agua.

Otro aspecto importante que se extrae de este estudio en lo relativo al precio del agua es que la mayoría de los europeos estaría a favor de un sistema de pago por uso del agua y también, aunque en menor medida, que el coste reflejara el impacto medioambiental del uso de este agua (61%).

Para finalizar con las conclusiones que se derivan de este estudio Eurobarómetro, cabe señalar que dos tercios de los europeos encuestados piensa que la forma más efectiva de hacer frente a los problemas relacionados con el agua es proporcionar más información sobre las consecuencias que tiene el uso del agua.

El "Proyecto para salvaguardar los recursos hídricos de la UE", es una iniciativa que la Comisión Europea ha puesto en marcha a finales del 2012 para proteger los recursos hídricos en Europa y constituye una estrategia que garantiza agua de buena calidad en cantidades suficientes para satisfacer las necesidades de las personas, la economía y el medio ambiente.

4. RESIDUOS

En la Unión Europea, cada año se producen 3 billones de toneladas de basura, de las cuales alrededor de 90 millones de toneladas son considerados residuos peligrosos. De acuerdo con las estadísticas de la oficina europea Eurostat, esto significa que cada hombre, mujer o niño es responsable de alrededor de 6 toneladas de residuos sólidos. Según datos de la OCDE, entre los años 1990 y 1995 la cantidad de residuos generados en la Unión Europea aumentó un 10%. La mayor parte de estos residuos que desechamos es incinerada o depositada en vertederos (67%).

Según cálculos de la OCDE, para el año 2020 el volumen de basura generada podría aumentar en un 45% respecto a los valores de 1995. Es necesario, por tanto, revertir esta tendencia si no queremos vivir rodeados de basura. Los estudios demuestran que cada

uno de los 500 millones de ciudadanos que vive en Europa produce una media de 524 kg de basura al año, menos que los ciudadanos de Estados Unidos (750 kg) y más que los japoneses (400 kg). La UE tiene como objetivo la reducción drástica de la cantidad de residuos generados mediante nuevas iniciativas que eviten la producción de residuos, mejor uso de los recursos y la promoción/fomento de patrones de consumo más sostenibles.

4.1 El enfoque de la UE respecto a los residuos:

1. **Prevención de residuos:** este es un factor clave en cualquier estrategia de gestión de residuos. Si se consigue reducir la cantidad de residuos generada y su peligrosidad disminuyendo la presencia de sustancias peligrosas en los productos, su eliminación será mucho más simple. La prevención en la generación de residuos está estrechamente ligada con la mejora en los métodos de producción y con la concienciación ciudadana para demandar productos más ecológicos y que utilicen menos embalaje.
2. **Reciclaje y reutilización:** si la generación de residuos no se puede impedir, entonces sería importante que la mayor parte de los componentes de los productos puedan ser recuperados, preferiblemente gracias al reciclaje. La Comisión Europea ha definido claramente unas corrientes de residuos específicos de atención prioritaria con el objetivo de reducir el impacto medioambiental global. Esto incluye los residuos de envases, los vehículos al final de su vida útil, las baterías y los residuos eléctricos y electrónicos. Ahora, las directivas europeas obligan a los Estados miembros a introducir leyes específicas sobre la recogida de residuos, la reutilización, el reciclaje y la gestión de estos flujos de residuos. Varios países europeos están logrando reciclar alrededor del 50% de los residuos de envases.
3. **Mejora en el control y la eliminación final:** cuando sea posible, la basura que no pueda ser reciclada o reutilizada deberá ser incinerada de forma segura, siendo el depósito en los vertederos la última opción a la que recurrir. Ambos métodos, sin embargo, necesitan un control exhaustivo debido a su potencial para causar un daño medioambiental severo. La UE ha aprobado una directiva que establece directrices estrictas sobre el uso de los vertederos y prohíbe ciertos tipos de residuos como neumáticos usados y establece objetivos para la reducción de la cantidad de residuos biodegradables. Otra reciente directiva establece estrictos límites sobre los niveles de emisiones que desprenden las incineradoras. También se pretende reducir las emisiones de dioxinas y gases ácidos como óxidos de nitrógeno (NOx), dióxidos de azufre (SO₂) y cloruro de hidrógeno (HCL) que pueden ser dañinos para la salud humana.

4.2 El enfoque del ciclo de vida

Todos los productos causan impactos medioambientales, desde la extracción de las materias primas para su fabricación hasta su distribución, uso y finalmente su eliminación. Esto incluye uso de energía y recursos y contaminación del suelo, aire y agua, además de la emisión de gases de efecto invernadero.

El análisis del ciclo de vida ha mostrado, por ejemplo, que a menudo es mejor para el medioambiente reemplazar una lavadora vieja, a pesar de los residuos que esto genera, en lugar de continuar usando un aparato antiguo que es menos eficiente en términos de energía. Esto es debido a que el mayor impacto medioambiental de una lavadora se produce durante su utilización. La compra de un electrodoméstico de alta eficiencia energética y la utilización de detergentes de baja temperatura ayudan a reducir los impactos medioambientales que contribuyen al cambio climático, a la acidificación y a la creación de ozono. La reciente Directiva marco sobre residuos incluye este enfoque del ciclo de vida en las políticas de residuos, proporciona una visión más amplia de los distintos aspectos medioambientales y asegura que una determinada acción tiene mayores beneficios en comparación con el resto de otras acciones.

El reciclaje también ahorra energía: reciclar una lata de aluminio, por ejemplo, ahorra alrededor del 95% de la energía que se necesita para fabricar una nueva a partir de materias primas.

Las personas juegan un papel muy importante. En muchos Estados miembros se pide a los responsables de los hogares que separen la basura según los distintos tipos de materiales (plástico, vidrio, papel, metal, residuos de jardín, etc.) lo cual sirve para asegurar la calidad del material producido al final del proceso de reciclaje. Esto aumenta tanto el valor de los materiales como la cantidad de productos que pueden ser fabricados a partir de ellos.

En general, el reciclaje de los residuos urbanos aumentó de un 19% a un 38% entre los años 1998 y 2007 y si todos los Estados miembros reciclaran el 70% de sus residuos se podrían crear al menos hasta medio millón de nuevos puestos de trabajo en todo el territorio europeo.

Los residuos eléctricos y electrónicos provenientes de aparatos electrónicos forman la corriente de residuos que más ha crecido en la Unión Europea en los últimos años y se espera que en el 2012 alcance los 12 millones de toneladas por año. La recogida y el tratamiento seguro de estos residuos resulta esencial ya que, a menudo, contienen sustancias peligrosas como metales pesados que pueden causar problemas de contaminación que afectan a la salud.

¡Piense antes de comprar!

1. ¿Es un producto reciclado o que se puede reciclar? Esto reduce el impacto medioambiental ya que el nuevo producto no tiene que ser fabricado de nuevo con materias primas.
2. Evite la basura proveniente del embalaje: la comida embasada en distintos compartimentos o que se presenta al consumidor como un “mini kit” no sólo resulta más cara sino que además produce más residuos.
3. Compre únicamente la cantidad de alimentos frescos que necesite y reutilice las sobras de los alimentos convirtiéndolas en nuevos y sabrosos platos.
4. Utilice pilas reutilizables y de alta calidad que duran más y producen menos residuos. No se deben tirar las pilas usadas a la basura de los hogares ya que contienen sustancias químicas dañinas que pueden contaminar la tierra y el agua. Guárdelas por separado para depositarlas en centros apropiados como supermercados, tiendas de electrónica o edificios públicos donde puedan ser eliminadas de forma adecuada.
5. Los productos reutilizables son mejores que los desechables como, por ejemplo, las servilletas de papel, maquinillas de afeitar y vasos de plástico, ya que éstos utilizan más recursos y energía que los reutilizables y acaban más rápidamente en los vertederos.

¡Piense antes de tirar!

1. La ropa vieja tiene una gran cantidad de usos innovadores. Del mismo modo que puede servir para recaudar dinero para organizaciones benéficas, la ropa que no usamos puede ser triturada y convertida en material para embalaje, aislamiento o en materia prima para la industria textil.
2. Los residuos de pintura y otras sustancias se pueden depositar en centros especializados de reciclaje. En caso de no tener acceso a estos centros deje que se seque la pintura y añada serrín o arena de gato para poder tirarla a la basura.
3. Los residuos domésticos no derivados de la carne pueden convertirse en abono fértil para la tierra. Instale un recipiente para preparar abono tanto en su jardín como, o incluso, uno más pequeño en su propia casa. Una buena “receta” consiste en poner capas de materiales compuestos de carbono (como hojas secas, papel

triturado o plantas muertas) junto con materiales con nitrógeno (hojas y hierbas verdes, residuos no derivados de la carne) en una proporción de 3 a 1.

4. El vidrio reciclable debe ser llevado a los contenedores de reciclaje de vidrio, pero no lo deje en su coche hasta su próximo viaje a los contenedores ya que el peso añadido al coche hace aumentar tanto el consumo de gasolina como las emisiones.
5. Si no puede deshacerse de sus muebles viejos, recíclelos. Compruebe si la autoridad local de su zona tiene un servicio de recogida de muebles para reciclaje y si no, quizás haya organizaciones benéficas en su área que estarán encantados de recogerlos.

La encuesta Eurobarómetro 365 ya mencionada sobre la actitud de los europeos respecto al medio ambiente, donde sólo el 47% de los europeos contestaron que las etiquetas sí que les ayudan a identificar los productos que son verdaderamente ecológicos. Por el contrario, el 48% respondió que los productos no están etiquetados de forma apropiada.

Los resultados para España muestran una situación bastante similar a la media europea, con un 48% de personas que respondió que las etiquetas no les servían para identificar de forma correcta los productos realmente ecológicos. El 41% de los ciudadanos afirmó que el etiquetado ecológico de los productos es el adecuado y el 12% no tenía una opinión sobre esta cuestión.

La sociedad europea, en general, no se siente bien informada sobre los problemas medioambientales. Según los datos, el 60% de los europeos afirma estar bien informado y el 8% dice estar totalmente informado. Del 38% que afirmó no estar bien informado, el 7% se consideró además muy mal informado.

Existen grandes diferencias entre los distintos países. Suecia, Dinamarca y el Reino Unido afirmaron tener bastante información sobre el tema, con porcentajes del 81%, 80% y 76%, respectivamente. Los niveles más bajos se dieron en España y Portugal (ambos 46%), 47% en Rumanía, 48% en Bulgaria y la República Checa, el 52% en Grecia y el 54% en Eslovaquia. El nivel de información está ligado, además, con el nivel de formación de la persona. La mayoría de las personas que dejaron los estudios antes de los 15 años dijeron estar muy mal informados (51%) y, en comparación, el 70% de los encuestados con mayor nivel educativo opinaron que estaban bien informados.

El principal objetivo sería crear alternativas sostenibles y alcanzables, así como asequibles, que resulten atractivas al público y desarrollar normas y valores sociales que fomenten los

estilos de vida sostenibles. Las autoridades locales, que son responsables del 16% de todo el consumo total europeo, juegan un papel muy importante a través de la administración sostenible y pueden contribuir al aumento de la eficiencia de recursos y ser un gran ejemplo para consumidores y también para empresas. De cualquier modo, aunque los gobiernos puedan favorecer este cambio, el papel de los ciudadanos y las empresas es decisivo y su actuación es muy importante.

5. PRODUCTOS QUE FOMENTAN LA SOSTENIBILIDAD

En relación con el consumo responsable de alimentos, cabe decir que, en el conjunto europeo, los gastos relacionados con la compra de alimentos y bebidas, junto con los relacionados con el alojamiento, suponen el mayor gasto que se produce en la sociedad en general y, especialmente, en los hogares con rentas más bajas. No obstante, en los países europeos más desarrollados y con tendencia al aumento de las rentas, el gasto absoluto dedicado a este aspecto tiende a permanecer estable y representa una escasa proporción del salario.

Mientras que el consumo total de alimentos en Europa es relativamente independiente del nivel de los salarios, los tipos de alimentos que consumimos y la manera en que comemos y bebemos ha cambiado con el aumento del bienestar y se ha visto influenciada por la progresiva reducción del tamaño de los hogares, los efectos de la globalización en los mercados de alimentos, la homogeneización de los gustos y estilos y la reducción del tiempo dedicado a preparar la comida.

Las tendencias europeas más generales sobre el consumo de alimentos demuestran que:

- Se ha incrementado el consumo de fruta en un 11% en la EU-15, posiblemente debido a la disponibilidad y a la reducción de los precios de la fruta, normalmente importada.
- Ha aumentado la compra de alimentos precocinados y congelados debido a la reducción del tamaño de los hogares, al menor tiempo disponible dedicado a la preparación de la comida y a la mayor inserción de la mujer en el mercado laboral.
- Se ha producido un aumento de la frecuencia y del gasto dedicado al consumo de comida preparada para llevar y a los restaurantes de comida rápida.
- Ha aumentado la cantidad de comida importada de otros países. Entre 1990 y 2007, las importaciones de carne aumentaron en un 120%, la importación de cereales en un 83%, las verduras congeladas en un 174% y las bananas en un 92%.

- Se observa un marcado aumento del consumo de agua embotellada en muchos países europeos. El consumo en la Unión Europea suponía una media de 105 litros por persona en 2009, con valores que oscilaban entre los 16 litros en Finlandia y los 189 litros en Italia. Hay que destacar la energía dedicada a la fabricación y al transporte de estas botellas que, a menudo, están fabricadas a partir de recursos no renovables.

El aumento de la energía utilizada en el proceso de preparación, venta y distribución de alimentos congelados, así como la necesidad de conservar estos alimentos congelados en el hogar, puede provocar efectos globales negativos y de ahí la importancia de consumir alimentos de temporada.

El pastoreo del ganado a menudo tiene un papel importante en el mantenimiento y la protección de la biodiversidad y los pastizales bien gestionados son una fuente de absorción de carbono.

Es en este aspecto donde cobra importancia la agricultura ecológica que reduce los impactos medioambientales.

Otra cuestión importante es la relativa al desperdicio de comida. De acuerdo con datos extraídos de la Oficina Estadística de la Unión Europea Eurostat, se ha estimado que en 2006 en la Unión Europea (UE-27) se generaron alrededor de 85 millones de toneladas o 181 kg por persona de desperdicios de comida, de los cuales el 42/43% provenía de los hogares, el 39% de actividades industriales y el resto de otras fuentes que incluyen minoristas, mayoristas y el sector alimentario pero excluyendo los residuos agrícolas.

Un estudio de seguimiento a este respecto ha demostrado que entre los años 2007 y 2010 el desperdicio de comida se redujo en un 13% y se ha estimado que el 4% del impacto en el agua y 17 millones de toneladas de emisiones GEI pueden ser asociados con el desperdicio evitable de comida. De esto se deriva que cualquier reducción en el desperdicio evitable de comida supone una disminución equivalente en el impacto medioambiental ocasionado por el proceso de producción.

La solución para el cambio en los patrones de consumo alimentarios está relacionada con aspectos clave como el precio de los alimentos, la reforma de la Política Agrícola Común (PAC), las mejoras en los costes de transporte, el desarrollo de biocombustibles y las mejoras en la gestión de la demanda global de alimentos y las preferencias derivadas de cuestiones de salud o de cambios en la cultura alimentaria.

Durante el año 2011 se publicó la encuesta Eurobarómetro 316 sobre la actitud de los europeos respecto a la eficiencia de los recursos y los resultados mostraban que cerca del 11% de los europeos encuestados afirmó no haber desperdiciado nada de la comida que había comprado. En cambio, 7 de cada 10 encuestados (71%) calculó que alrededor del 15% de la comida que había comprado había terminado en la basura. Incluso, un 13% estimó que había tenido que tirar a la basura entre el 16% y el 30% de la comida comprada y, por último, un 4% de personas dijo que más del 30% de la comida comprada había terminado en la basura.

	España	Media europea
Ns/Nc	-	-
Más del 30%	5	3
16% a 30%	15	15
15% o menos	65	67
Ninguno	15	15

Sobre el consumo de alimentos o productos ecológicos, los resultados de la encuesta especial del Eurobarómetro 365 publicada en junio de 2011 sobre la actitud de los ciudadanos europeos respecto al medio ambiente muestran que, en el caso de España, el 60% de los ciudadanos está totalmente de acuerdo con la opción de comprar productos respetuosos con el medio ambiente a pesar de tener un precio más elevado. La media europea sobre esta cuestión registró un porcentaje del 72%.

PARTE IV

ENCUESTA SOBRE HÁBITOS DE CONSUMO A LA CIUDADANÍA VIGUESA

1. METODOLOGÍA

1.1 Método de recopilación de datos y fuentes

Los datos necesarios para llevar a cabo el estudio se obtuvieron a partir de una encuesta sobre un número representativo de ciudadanos/as del municipio.

Este método nos permitió conocer el grado de implicación y concienciación de la ciudadanía con el medio ambiente en lo relativo a:

- Consumo de energía
- Consumo de agua
- Generación de residuos
- Consumo responsable

En el anexo A1 se muestra el cuestionario aplicado.

1.2 Escala de valoración

La encuesta aplicada constó de 30 preguntas con 5 respuestas posibles (incluida la opción NS/NC). Cada respuesta tiene un valor ponderado del siguiente modo:

- Nunca: 0 puntos
- A veces: 2 puntos
- Casi siempre: 3 puntos
- Siempre: 5 puntos

Por lo tanto, el número total de puntos que puede obtener un ciudadano en la encuesta son 150 puntos.

Para poder determinar el grado de concienciación se establecieron unos tramos crecientes de la siguiente manera:

- Nada concienciado: 0 - 37,5 puntos
- Poco concienciado: 37,6 - 75 puntos
- Bastante concienciado: 75,1 - 112,5 puntos
- Muy concienciado: 112,6 - 150 puntos

1.3 Ficha técnica

Ámbito: Local (municipio de Vigo).

Universo: Residentes en el municipio de Vigo de ambos géneros y mayores de 15 años.

Procedimiento del muestreo: Estratificado aleatorio con afijación proporcional por distrito, género y grupo de edad.

Tamaño da muestra: 1302 individuos.

Puntos de muestreo: En la vía pública a través de entrevista personal con cuestionario.

Error muestral: Para un nivel de confianza del 95% con sucesos equiprobables $p = q$, el error es del $\pm 2,709\%$ en variables dicotómicas.

Fecha de realización: noviembre-diciembre de 2012

El análisis realizado de los datos consistió en la obtención de los porcentajes de ciudadanos que están en cada tramo para los distintos segmentos de la población:

- Global
- Por zona de residencia
- Por género
- Por Edad
- Por situación laboral

El anexo A2 muestra la división del municipio de Vigo en zonas y distritos.

2. INFORME DE RESULTADOS

2.1 CARACTERIZACIÓN DE LOS SUJETOS

Resultados expresados en %.

1. Género

	Hombres	Mujeres
Global	47,5	52,5
Edad		
15-34	51,2	48,8
35-54	47,6	52,4
55-74	46,8	53,2
≥75	36,4	63,6
Zona de residencia		
Rural	47,5	52,5
Semiurbana	48,1	51,9
Urbana	47,1	52,9
Situación laboral		
Estudiante	52,6	47,4
Desempleado	54,3	45,7
Trabajo no remunerado	1,0	99,0
Trabajo remunerado	56,8	43,2
Pensionista	56,8	43,2

2. Edad

	15-34	35-54	55-74	≥75
Global	30,9	35,5	24,3	9,3
Género				
Hombre	33,3	35,6	23,9	7,1
Mujer	28,7	35,4	24,6	11,3
Zona de residencia				
Rural	32,0	37,0	21,5	9,4
Semiurbana	31,8	35,8	23,2	9,3
Urbana	30,0	34,7	25,0	9,3
Situación laboral				
Estudiante	98,0	2,0	0,0	0,0
Desempleado	43,0	45,7	11,2	0,0
Trabajo no remunerado	7,2	37,1	39,7	16,1
Trabajo remunerado	27,2	55,0	17,8	0,0
Pensionista	1,7	7,5	53,5	37,3

3. Zona de Residencia

	Rural	Semiurbana	Urbana
Global	13,9	34,8	51,3
Género			
Hombre	13,9	35,3	50,8
Mujer	13,9	34,4	51,7
Edad			
15-34	14,4	35,8	49,8
35-54	14,5	35,1	50,4
55-74	12,3	33,2	54,4
≥75	14,0	34,7	51,2
Situación laboral			
Estudiante	15,1	28,9	55,9
Desempleado	13,6	39,1	47,3
Trabajo no remunerado	10,8	34,0	55,2
Trabajo remunerado	15,1	36,2	48,7
Pensionista	13,7	32,0	54,4

4. Situación laboral

	Estudiante	Desempleado	Trabajo no remunerado	Trabajo remunerado	Pensionista
Global	11,7	19,8	14,9	35,0	18,5
Género					
Hombre	12,9	22,7	0,3	41,9	22,2
Mujer	15,2	17,3	28,1	28,8	15,2
Edad					
15-34	37,1	27,6	3,5	30,8	1,0
35-54	0,6	25,5	15,6	54,3	3,9
55-74	0,0	9,2	24,4	25,6	40,8
≥75	0,0	0,0	25,6	0,0	74,4
Zona de residencia					
Rural	12,7	19,3	11,6	38,1	18,2
Semiurbana	9,7	22,3	14,6	36,4	17,0
Urbana	12,7	18,3	16,0	33,3	19,6

2.2 RESULTADOS GLOBALES

Resultados expresados en %.

A) GRADO DE CONCIENCIACIÓN

Grado de concienciación global

Nada	Poco	Bastante	Mucho
1,5	32,7	61,3	4,5

Comparación grado de concienciación por género

	Nada	Poco	Bastante	Mucho
Mujeres	1,2	30,5	63,4	5,0
Hombres	1,9	35,1	59,1	3,9

Comparación grado de concienciación por edades

	Nada	Poco	Bastante	Mucho
15-34 años	1,7	44,8	51,7	1,7
35-54 años	1,1	31,0	62,1	5,8
55-74 años	2,5	22,8	69,6	5,1
75-99 años	0,0	24,8	68,6	6,6

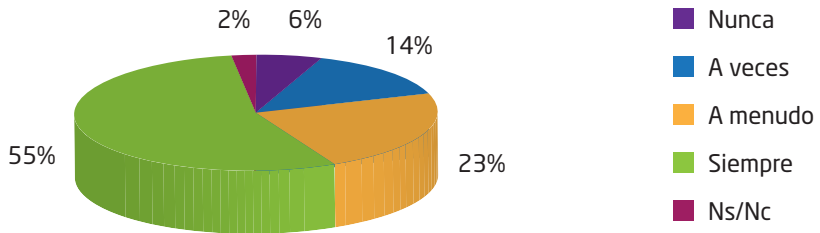
Comparación grado de concenciación por situación laboral

	Nada	Poco	Bastante	Mucho
Estudiantes	2,0	55,3	40,8	2,0
Desempleados	0,8	31,0	65,5	2,7
Trabajo no remunerado	1,5	21,6	70,1	6,7
Trabajador en activo	2,2	37,3	56,1	4,4
Pensionista	0,8	20,3	72,2	6,6

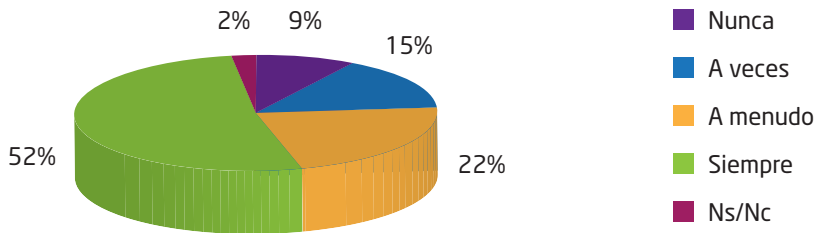
B) ESTUDIO DE FRECUENCIAS EN EL SEGUIMIENTO DE LAS PRÁCTICAS MEDIOAMBIENTALES

CONSUMO DE ENERGÍA

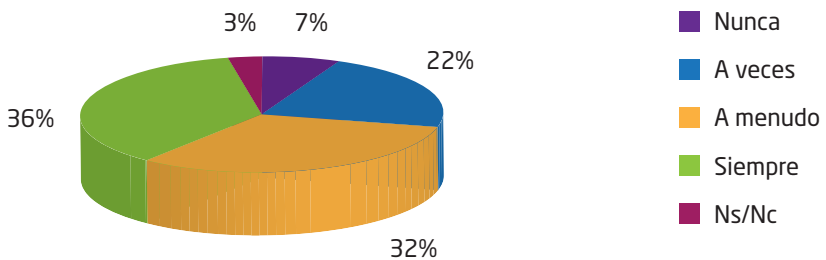
P1. ¿Cierra los radiadores de las habitaciones no utilizadas o que tienen demasiado calor?



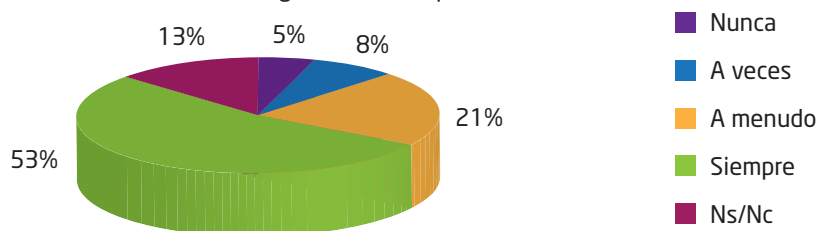
P2. ¿Controla, evalúa y compara el presupuesto de su hogar que dedica a energía (luz, gas,...)?



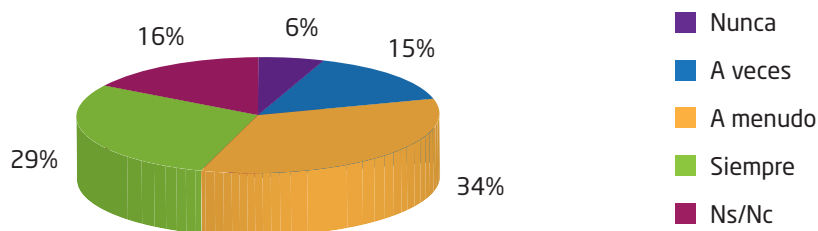
P3. ¿Utiliza luces de bajo consumo en su casa?



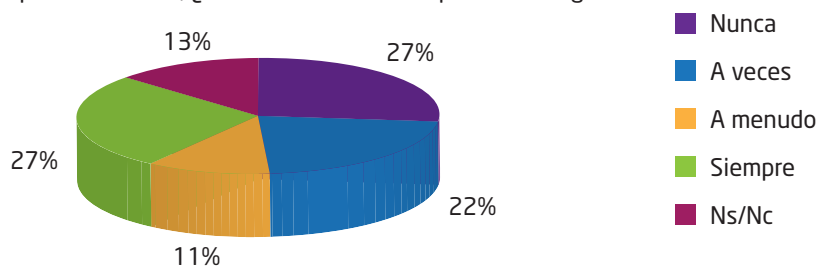
P4. Cuando tiene que poner una lavadora o un lavavajillas, ¿espera a tener suficiente ropa o vajilla para llenar o utiliza a media carga, si tiene la opción?



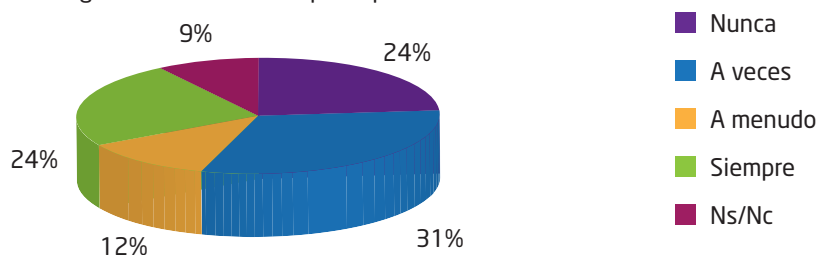
P5. En general, ¿suele lavar la ropa en agua fría?



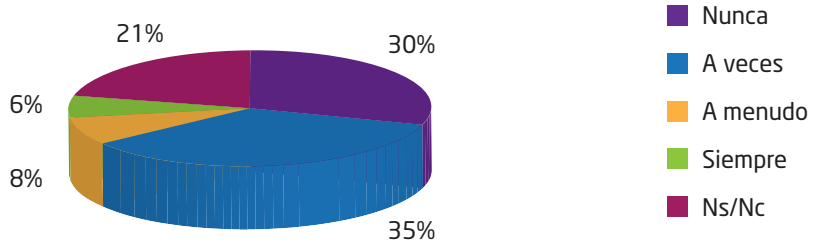
P6. A la hora de comprar un electrodoméstico, ¿tiene en cuenta el consumo de energía y agua para decidirse por un modelo?, ¿tiene en cuenta su etiquetado energético?



P7. En los desplazamientos diarios y urbanos que realizan los miembros de su casa por razones de trabajo, ¿utilizan generalmente el transporte público?

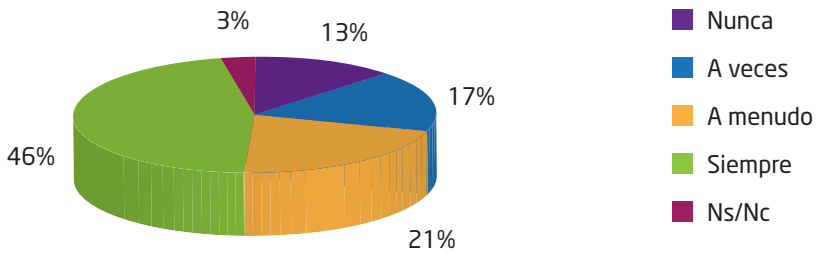


P8. En caso de realizar los desplazamientos laborales en vehículo privado, ¿lo comparte con otras personas?

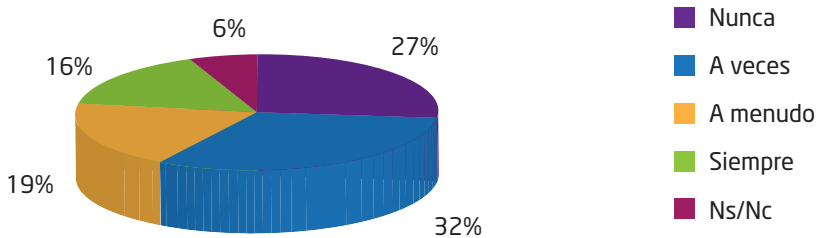


CONSUMO DE AGUA

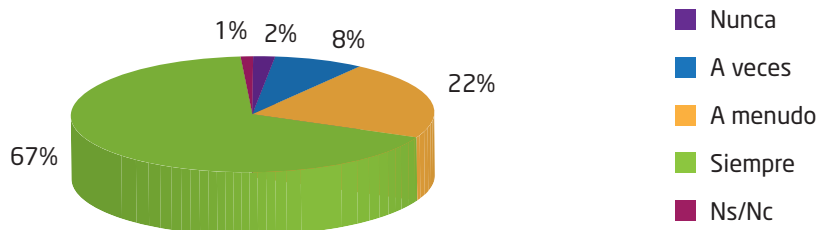
P9. ¿Lleva a cabo un seguimiento del consumo periódico de agua (en m³)?



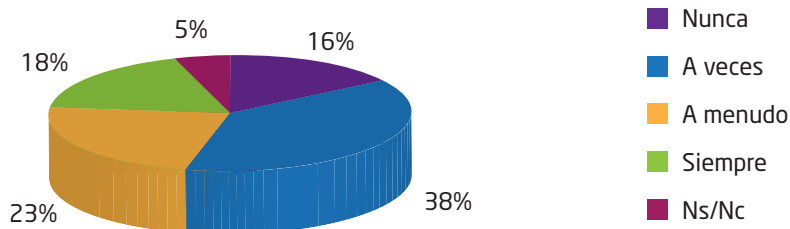
P10. ¿Realiza periódicamente una revisión y mantenimiento de la instalación de abastecimiento y desagüe de agua de su vivienda?



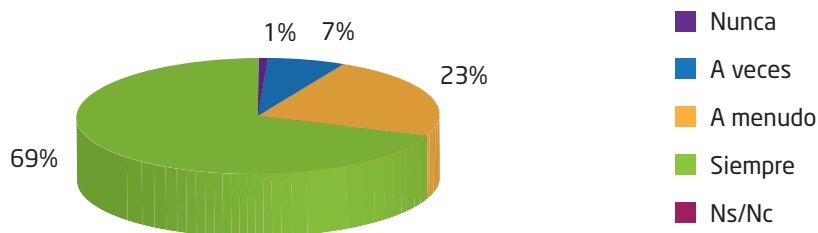
P11. ¿Cierra el grifo del agua mientras se cepilla los dientes y fomenta este hábito entre los miembros de su familia?



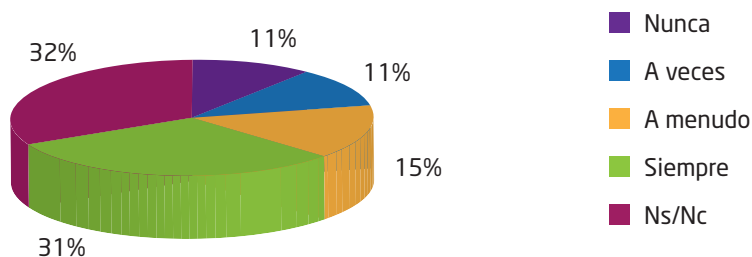
P12. ¿Elimina por el desagüe o inodoro productos que son tóxicos o irritantes como amoníaco o lejía?



P13. ¿Utiliza ducha en lugar de baño?

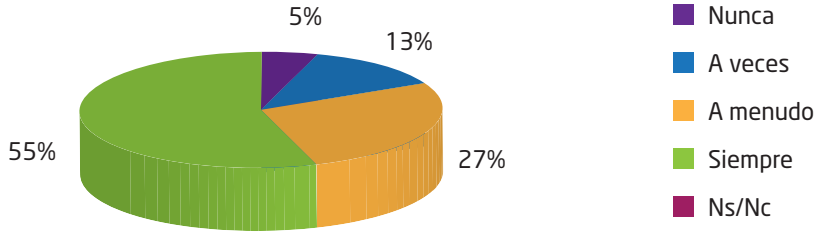


P14. ¿Riega las plantas y el jardín en las horas de menor intensidad de sol?

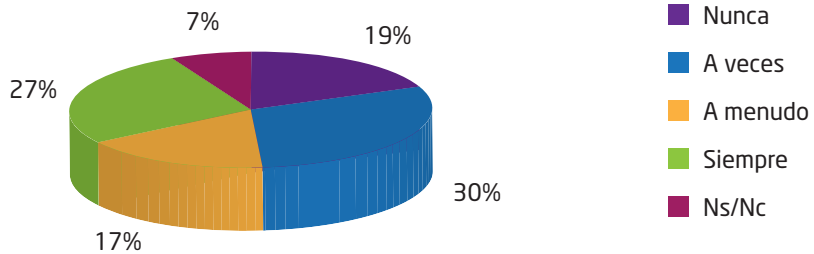


GENERACIÓN DE RESIDUOS

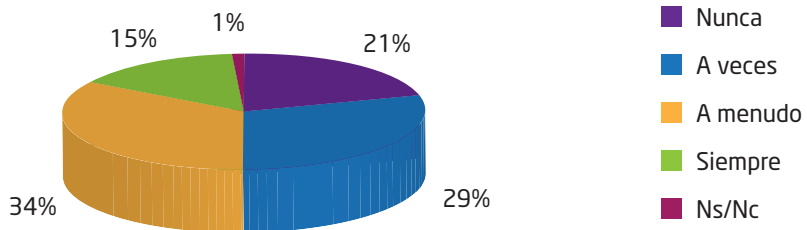
P15. ¿Separa los residuos en origen: papel-cartón; vidrio; envases y materia orgánica, y los deposita en los contenedores correspondientes?



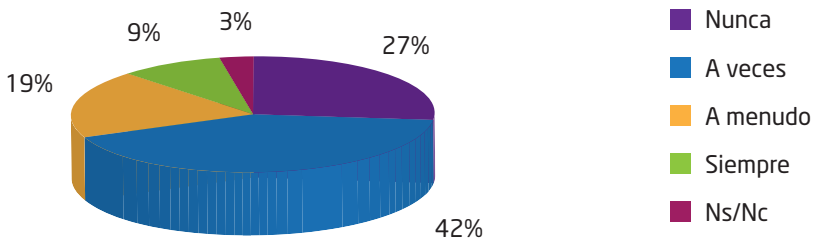
P16. ¿Utiliza el sistema de recogida selectiva municipal para los residuos voluminosos (colchones, muebles, electrodomésticos...)?



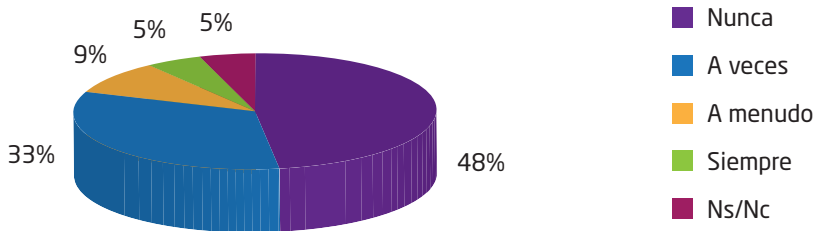
P17. ¿Utiliza pilas recargables?



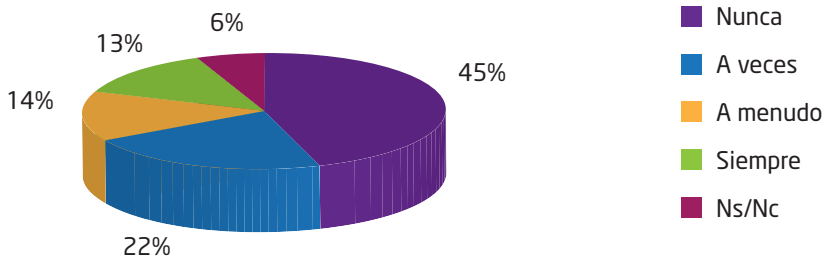
P18. ¿Evita, en la medida de lo posible, comprar productos que necesiten pilas para su funcionamiento?



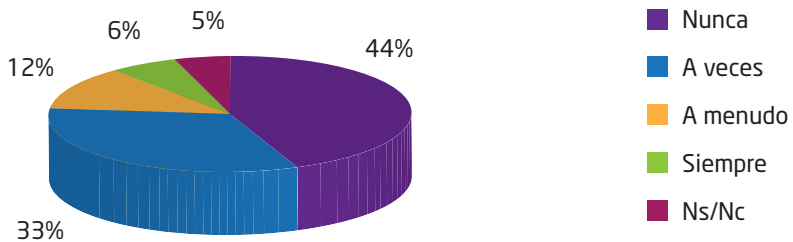
P19. A la hora de realizar la compra, ¿escoge aquellos productos menos embalados?



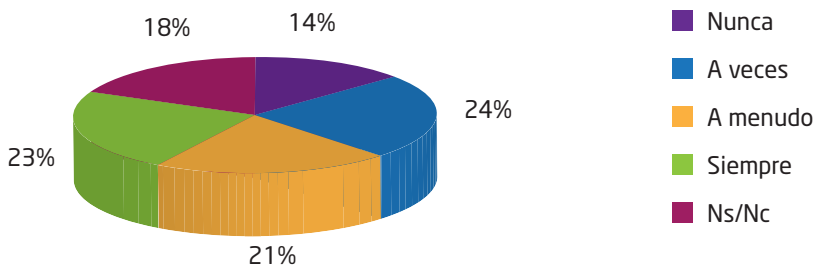
P20. ¿Entrega los aceites de cocina a empresas especializadas o los lleva a puntos limpios?



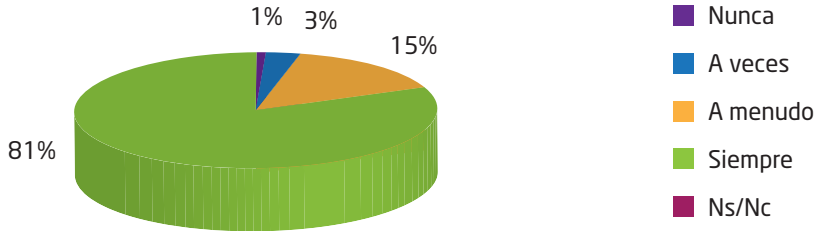
P21. ¿Evita comprar aerosoles?



P22. ¿Imprime por las dos caras a fin de ahorrar consumo de papel?

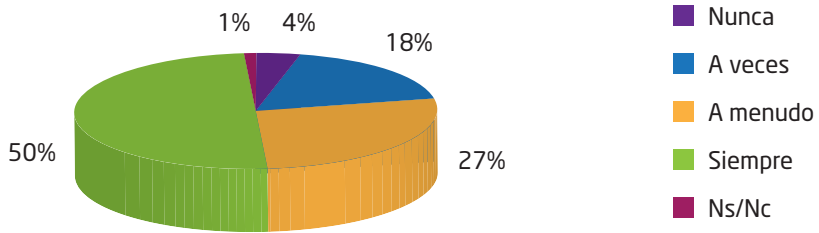


P23. ¿Reutiliza las bolsas de plástico que le dan en el supermercado, usándolas como bolsas de basura, por ejemplo?

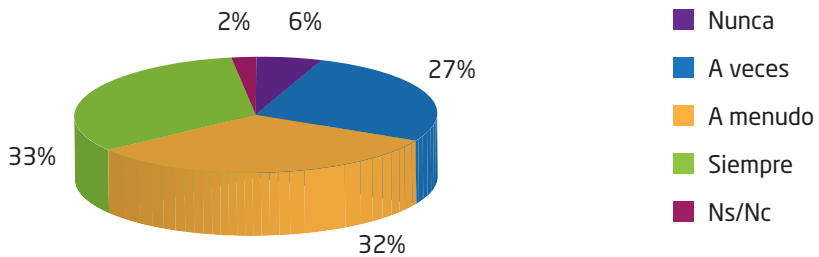


CONSUMO RESPONSABLE

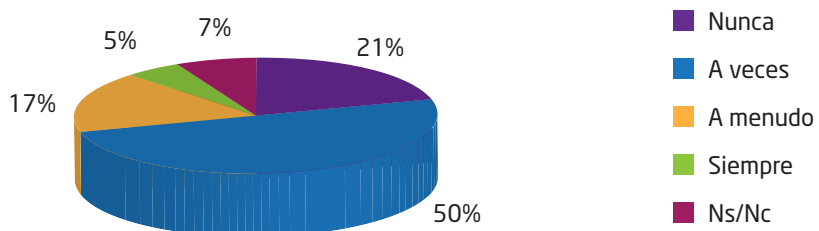
P24. ¿Controla la verdadera necesidad de los diferentes productos (alimentos, productos de limpieza, papel, ropa, cosméticos) que compra?



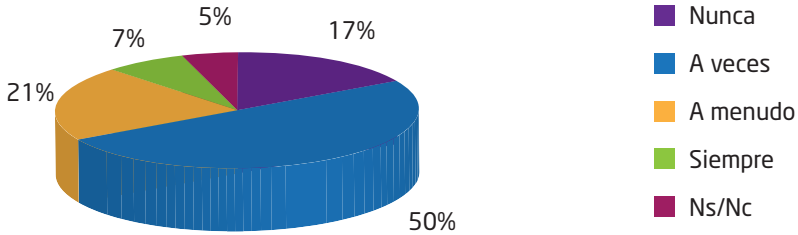
P25. ¿Intenta comprar los productos alimenticios (verdura, pescado, frutas) de temporada?



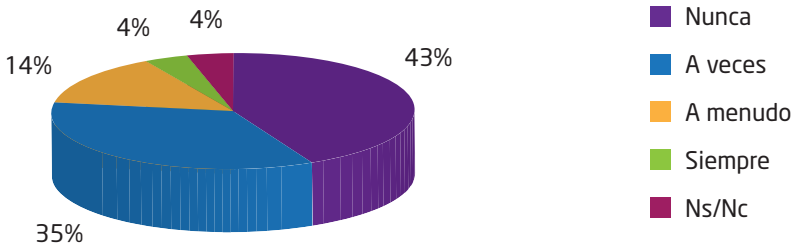
P26. ¿Consumes productos que exhiben algún tipo de etiqueta ecológica?



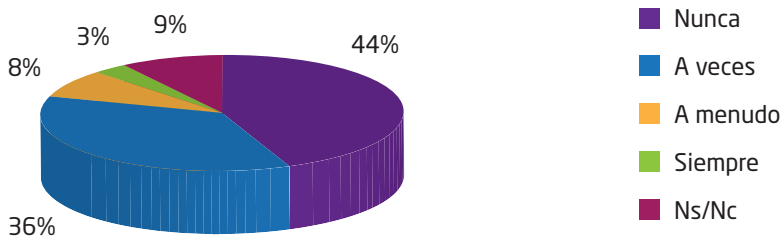
P27. ¿Utiliza productos reciclados?



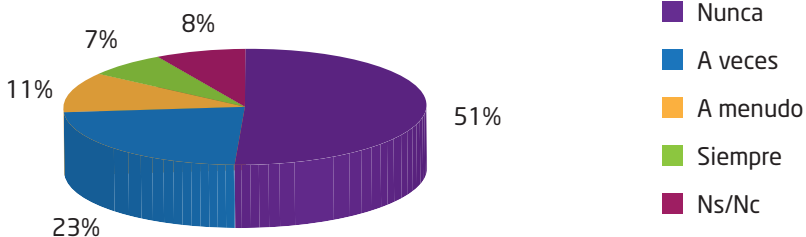
P28. ¿Compra preferentemente productos procedentes de agricultura y ganadería ecológicas?



P29. ¿Intenta comprar productos certificados con la marca de comercio justo?



P30. ¿A la hora de comprar productos de limpieza, examina el producto teniendo en cuenta los símbolos naranja que exhibe (tóxico, inflamable, nocivo,...)?



2.3 RESULTADOS POR ZONAS

Resultados expresados en %

A) GRADO DE CONCIENCIACIÓN

	Nada	Poco	Bastante	Mucho
Urbana	0,9	26,7	65,2	7,2
Semiurbana	2,0	41,3	55,8	0,9
Rural	2,8	33,1	60,8	3,3

B) ESTUDIO DE FRECUENCIAS

CONSUMO DE ENERGÍA

¿Cierra los radiadores de las habitaciones no utilizadas o que tienen demasiado calor?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	5	17	25	47	6
Semiurbana	4	6	21	67	1
Urbana	7	18	24	49	2

¿Controla, evalúa y compara el presupuesto de su hogar que dedica a energía (luz, gas,...)?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	13	20	22	40	4
Semiurbana	12	12	23	50	3
Urbana	5	15	22	56	2

¿Utiliza luces de bajo consumo en su casa?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	6	31	29	30	3
Semiurbana	9	18	27	44	2
Urbana	6	22	35	34	3

Cuando tiene que poner una lavadora o un lavavajillas, ¿espera a tener suficiente ropa o loza para llenar o utiliza a media carga, si tiene la opción?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	1	10	33	49	7
Semiurbana	11	8	18	44	18
Urbana	2	8	19	60	11

En general, ¿suele lavar la ropa en agua fría?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	1	7	39	46	7
Semiurbana	11	19	33	17	19
Urbana	5	14	34	32	16

A la hora de comprar un electrodoméstico, ¿tiene en cuenta el consumo de energía y agua para decidirse por un modelo?, ¿Tiene en cuenta su etiquetado energético?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	14	25	22	28	10
Semiurbana	40	25	7	15	13
Urbana	22	18	11	35	14

En sus desplazamientos diarios y urbanos que realizan los miembros de su casa por razones de trabajo, ¿utilizan generalmente el transporte público?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	27	35	13	22	3
Semiurbana	18	17	15	38	12
Urbana	27	41	9	15	8

En caso de realizar los desplazamientos laborales en vehículo privado, ¿lo comparte con otras personas?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	29	36	10	8	16
Semiurbana	40	20	6	4	30
Urbana	23	44	9	7	17

CONSUMO DE AGUA**¿Lleva a cabo un seguimiento del consumo periódico de agua (en m³)?**

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	14	12	21	51	2
Semiurbana	11	21	25	39	5
Urbana	15	15	18	49	3

¿Realiza periódicamente una revisión y mantenimiento de la instalación de abastecimiento y desagüe de su vivienda?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	18	26	27	22	7
Semiurbana	29	38	18	11	4
Urbana	28	29	18	18	7

¿Cierra el grifo del agua mientras se cepilla los dientes y fomenta este hábito entre los miembros de su familia?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	1	9	23	66	1
Semiurbana	3	9	22	65	1
Urbana	2	7	22	69	0

¿Elimina por el desagüe o inodoro productos que son tóxicos o irritantes como amoníaco o lejía?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	15	29	35	19	2
Semiurbana	15	42	21	19	4
Urbana	17	38	22	18	6

¿Utiliza ducha en lugar de baño?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	1	7	20	71	1
Semiurbana	1	6	25	68	0
Urbana	1	7	23	68	0

¿Riega las plantas y el jardín en las horas de menor intensidad de sol?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	8	6	14	40	31
Semiurbana	8	13	13	34	32
Urbana	14	11	16	26	33

GENERACIÓN DE RESIDUOS

¿Separa los residuos en origen: papel-cartón; vidrio; envases y materia orgánica, y los deposita en los contenedores correspondientes?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	8	15	30	46	1
Semiurbana	5	12	27	56	0
Urbana	5	13	25	57	0

¿Utiliza el sistema de recogida selectiva municipal para los residuos voluminosos (colchones, muebles, electrodomésticos...)?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	18	24	22	27	9
Semiurbana	17	35	15	28	5
Urbana	21	28	17	26	7

¿Utiliza pilas recargables?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	34	30	23	10	3
Semiurbana	21	27	37	14	1
Urbana	18	31	33	17	1

¿Evita, en la medida de lo posible, comprar productos que necesiten pilas para su funcionamiento?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	31	41	21	4	3
Semiurbana	31	42	20	6	2
Urbana	24	42	18	12	3

A hora de realizar la compra, ¿escoje aquellos productos menos embalados?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	54	24	9	2	10
Semiurbana	47	34	12	4	4
Urbana	47	35	7	6	5

¿Entrega los aceites de cocina a empresas especializadas o los lleva a puntos limpios?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	31	26	18	14	10
Semiurbana	42	21	17	16	5
Urbana	51	21	11	12	6

¿Evita comprar aerosoles?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	45	30	12	3	9
Semiurbana	43	37	13	5	2
Urbana	43	31	12	8	6

¿Imprime por las dos caras a fin de ahorrar consumo de papel?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	16	24	18	15	27
Semiurbana	13	27	24	23	13
Urbana	13	23	20	25	19

¿Reutiliza las bolsas de plástico que le dan en el supermercado, usándolas como bolsas de basura, por ejemplo?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	1	2	11	85	1
Semiurbana	1	3	16	79	1
Urbana	1	3	15	81	0

CONSUMO RESPONSABLE**¿Controla la verdadera necesidad de los diferentes productos (alimentos, productos de limpieza, papel, ropa, cosméticos) que compra?**

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	6	13	27	55	1
Semiurbana	3	21	23	51	1
Urbana	5	17	30	49	0

¿Intenta comprar los productos alimenticios (verdura, pescado, frutas) de temporada?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	5	15	40	39	1
Semiurbana	5	24	36	33	3
Urbana	7	32	28	31	1

¿Consume productos que exhiben algún tipo de etiqueta ecológica?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	17	49	20	5	9
Semiurbana	19	50	18	5	8
Urbana	23	49	16	6	6

¿Utiliza productos reciclados?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	18	55	17	3	7
Semiurbana	14	52	22	7	5
Urbana	18	48	22	7	4

¿Compra preferentemente productos procedentes de agricultura y ganadería ecológicas?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	43	35	17	3	3
Semiurbana	41	34	17	4	4
Urbana	45	35	11	4	5

¿Intenta comprar productos certificados con la marca de comercio justo?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	35	47	8	2	9
Semiurbana	44	37	8	2	9
Urbana	47	33	8	4	9

¿A la hora de comprar productos de limpieza, examina el producto teniendo en cuenta los símbolos naranja que exhibe (tóxico, inflamable, nocivo,...)?

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Rural	57	18	8	9	8
Semiurbana	50	22	14	5	8
Urbana	53	24	9	7	8

2.4 COMPARACIÓN ENCUESTA 2007 - 2012

Resultados expresados en %.

A) GRADO DE CONCIENCIACIÓN

Global

	Nada	Poco	Bastante	Mucho
2012	1,5	32,7	61,3	4,5
2007	1,9	65,0	32,7	0,4

Zonas

	Nada	Poco	Bastante	Mucho
Urbana/2012	0,9	26,7	65,2	7,2
Urbana/2007	2,5	68,8	28,7	0,0
Semiurbana/2012	2,0	41,3	55,8	0,9
Semiurbana/2007	1,5	66,4	31,7	0,4
Rural/2012	2,8	33,1	60,8	3,3
Rural/2007	0,6	45,9	51,7	1,8

Por género

	Nada	Poco	Bastante	Mucho
Mujer 2012	1,2	30,5	63,4	5,0
Mujer 2007	1,2	65,8	32,6	0,4
Hombre 2012	1,9	35,1	59,1	3,9
Hombre 2007	2,7	64,1	32,9	0,3

Por edad

	Nada	Poco	Bastante	Mucho
15-34/ 2012	1,7	44,8	51,7	1,7
15-34/ 2007	1,1	61,4	37,3	0,2
35-54/2012	1,1	31,0	62,1	5,8
35-54/ 2007	1,6	61,2	36,7	0,5
55-74/ 2012	2,5	22,8	69,6	5,1
55-74/ 2007	1,3	74,2	23,8	0,7
≥75- /2012	0,0	24,8	68,6	6,6
≥75- /2007	8,8	69,6	21,6	0,0

B) ESTUDIO DE FRECUENCIAS

RESULTADOS OBTENIDOS EN LOS NIVELES “A MENUDO” Y “SIEMPRE” EN CADA UNA DE LAS PREGUNTAS FORMULADAS (eliminando el efecto NS/NC)

CONSUMO DE ENERGÍA

	2012	2007
¿Cierra los radiadores de las habitaciones no utilizadas o que tienen demasiado calor?	80	54
¿Controla, evalúa y compara el presupuesto de su hogar que dedica a energía (luz, gas,...)?	76	55
¿Utiliza luces de bajo consumo en su casa?	71	37
Cuando tiene que poner una lavadora o un lavavajillas, ¿espera a tener suficiente ropa o loza para llenar o utiliza a media carga, si tiene la opción?	85	75
En general, ¿suele lavar la ropa en agua fría?	75	70
A la hora de comprar un electrodoméstico, ¿tiene en cuenta el consumo de energía y agua para decidirse por un modelo?, ¿tiene en cuenta su etiquetado energético?	44	55
En sus desplazamientos diarios y urbanos que realizan los miembros de su casa por razones de trabajo, ¿utilizan generalmente el transporte público?	39	31
En caso de realizar los desplazamientos laborales en vehículo privado, ¿lo comparte con otras personas?	18	23

CONSUMO DE AGUA

	2012	2007
¿Lleva a cabo un seguimiento del consumo periódico de agua (en m ³)?	69	37
¿Realiza periódicamente una revisión y mantenimiento de la instalación de abastecimiento y desagüe de su vivienda?	38	25
¿Cierra el grifo del agua mientras se cepilla los dientes y fomenta este hábito entre los miembros de su familia?	90	65
¿Elimina por el desagüe o inodoro productos que son tóxicos o irritantes como amoníaco o lejía?	44	25
¿Utiliza ducha en lugar de baño?	92	66
¿Riega las plantas y el jardín en las horas de menor intensidad de sol?	68	65

GENERACIÓN DE RESIDUOS

	2012	2007
¿Separa los residuos en origen: papel-cartón; vidrio; envases y materia orgánica, y los deposita en los contenedores correspondientes?	82	55
¿Utiliza el sistema de recogida selectiva municipal para los residuos voluminosos (colchones, muebles, electrodomésticos...)?	47	64
¿Utiliza pilas recargables?	49	33
¿Evita, en la medida de lo posible, comprar productos que necesiten pilas para su funcionamiento?	29	30

A la hora de realizar la compra, ¿escoge aquellos productos menos embalados?	15	22
¿Entrega los aceites de cocina a empresas especializadas o los lleva a puntos limpios?	29	9
¿Evita comprar aerosoles?	20	39
¿Imprime por las dos caras a fin de ahorrar consumo de papel?	54	60
¿Reutiliza las bolsas de plástico que le dan en el supermercado, usándolas como bolsas de basura, por ejemplo?	96	86

CONSUMO RESPONSABLE

	2012	2007
¿Controla la verdadera necesidad de los diferentes productos (alimentos, productos de limpieza, papel, ropa, cosméticos) que compra?	78	63
¿Intenta comprar los productos alimenticios (verdura, pescado, frutas) de temporada?	67	59
¿Consume productos que exhiben algún tipo de etiqueta ecológica?	24	15
¿Utiliza productos reciclados?	29	18
¿Compra preferentemente productos procedentes de agricultura y ganadería ecológicas?	19	15
¿Intenta comprar productos certificados con la marca de comercio justo?	12	14
¿A la hora de comprar productos de limpieza, examina el producto teniendo en cuenta los símbolos naranja que exhibe (tóxico, inflamable, nocivo,...)?	19	46

2.5 COMPARACIÓN ENTRE VIGO, LA UE Y ESPAÑA

CONSUMO DE ENERGÍA

	VIGO	UE	ESPAÑA
Nunca cierra los radiadores de las estancias aunque no las utilice o se ausente de ellas	6	-	9
Utiliza siempre luces de bajo consumo en su casa	37	-	16
Utiliza a veces luces de bajo consumo en su casa	54	-	53
Uso de la lavadora o lavavajillas a plena carga	74	-	82
No considera la eficiencia energética (consumo de energía) a la hora de comprar un electrodoméstico	27	-	35
Considera siempre la eficiencia energética (consumo de energía) de los electrodomésticos que compra	27	19	12

CONSUMO DE AGUA

	VIGO	UE	ESPAÑA
Regula el caudal de los grifos en sus hábitos domésticos (por ejemplo, en el cepillado de los dientes)	67	-	31

GENERACIÓN DE RESIDUOS

	VIGO	UE	ESPAÑA	GALICIA
¿Separa los residuos en origen: papel-cartón; vidrio; envases y materia orgánica, y los deposita en los contenedores correspondientes?	82	-	75	60
Uso del sistema de recogida selectiva municipal para los residuos voluminosos (electrodomésticos, ordenadores, colchones,...)	44	-	66	-
Entrega de los aceites de cocina en empresas especializadas o en puntos limpios	27	-	24	14

CONSUMO RESPONSABLE

	VIGO	UE	ESPAÑA
Consumo de productos que exhiben algún tipo de etiqueta ecológica	22	-	19
Consumo de productos procedentes de la agricultura o ganadería ecológicas	53	72	60

3. TENDENCIAS OBSERVADAS

3.1 CARACTERIZACIÓN DE LOS SUJETOS

Género

Según el censo municipal, es mayor la proporción de mujeres (52,5%) que de hombres (47,5%), circunstancia común en todas las zonas y distritos, sin mostrar relaciones de significación estadística.

Por grupos de edad sólo existen más hombres en el tramo comprendido entre los 15-34 años (51,2%), frente al 48,8% de mujeres. La mayor proporción de mujeres se produce en el tramo mayor de 75 años, llegando a representar el 63,6% frente al 36,4% de hombres.

Sin diferencias significativas, en la zona rural residen más mujeres que hombres (52,9% frente al 47,1%). En cambio, es en la zona semiurbana donde más hombres residen (48,1%), frente al 51,9% de mujeres.

Edad

La mayoría de la población viguesa entrevistada (66,4%) se enmarca en los tramos de edad comprendidos entre los 15 y 54 años (30,9% entre los 15-34 y 35,5% entre 35-54 años). La franja de edad superior a los 75 años representa el 9,3% de la población entrevistada.

Por tramos de edad no existen relaciones de significación estadística por zonas.

Situación laboral

Un 35,0% de las personas entrevistadas se consideró trabajador activo que realiza trabajos remunerados. El restante se distribuye entre personas desempleadas (19,8%), pensionistas (18,5%), que realizan trabajos no remunerados (14,9%) y estudiantes (11,7%).

Las personas que realizan trabajos remunerados son en su mayoría hombres (56,8%) y de edades comprendidas entre 35-54 años (55,0%).

Más de la mitad de las personas pensionistas son hombres (56,8%), predominando en este grupo las personas de edades comprendidas entre 55-74 años (53,5%) y los mayores de 75 (37,5%).

Los hombres constituyen la mayoría (54,3%) de las personas paradas encuestadas. El colectivo de parados representa más de una cuarta parte tanto de las personas entre 35-74 años (25,5%) como de las comprendidas entre 15-34 (27,6%). En las personas comprendidas entre 55-74 años la tasa de desempleo detectada fue del 9,2%.

Casi la totalidad de las personas que realizan trabajos no remunerados son mujeres (99,0%), colectivo ocupacional integrado en más de tres cuartas partes (76,8%) por personas comprendidas entre 35-74 años. En este sentido, las que realizan este tipo de trabajos representan el 25,6% de las personas mayores de 75 años, el 24,4% de las comprendidas entre 55-74, el 15,6% de las comprendidas entre 35-54 y el 3,5% de menores de 35 años.

Más de la mitad de los estudiantes entrevistados son hombres (52,6%), en su inmensa mayoría menores de 35 años (98,0%). La de estudiante es la principal actividad del grupo de población menor de 35 años (37,1%), seguida por la de trabajador remunerado (30,8%).

En la muestra analizada están en situación de paro casi una cuarta parte de los habitantes de la zona semiurbana (22,3%) y casi uno de cada cinco de la rural (19,3%) y urbana (18,3%). En la zona urbana es donde se registra la mayor proporción de personas que realizan un trabajo no remunerado (16,0%), frente al 11,6% de la rural.

3.2 ANÁLISE DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

A) GRADO DE CONCIENCIACIÓN

Destaca, por su elevada proporción, el porcentaje bastante concienciado (61,3%) frente a poco concienciado (32,7%), muy concienciado (4,5%) y nada concienciado (1,5%).

Por género, el grado de concienciación de las mujeres (68,4%) es superior al de los hombres (64,0%). Tal como se puede comprobar en la siguiente tabla, las mujeres presentan un nivel de concienciación mayor tanto en el ítem bastante como muy concienciado.

	Nada	Poco	Bastante	Mucho
Mujeres	1,2	30,5	63,4	5,0
Hombres	1,9	35,1	59,0	4,0

Por edades, el nivel de concienciación es creciente con la edad, pasando del 53,4% de la franja comprendida entre 15-34 años, 67,9% entre 35-54, 74,7% entre 55-74 y del 75,2% en los mayores de 75 años.

	Nada	Poco	Bastante	Mucho
15-34	1,7	44,8	51,7	2,0
35-54	1,1	31,0	62,1	5,8
55-74	2,5	22,8	69,6	5,1
≥75	0,0	24,8	68,6	6,6

Como se puede comprobar, el tramo de edad más elevado es el que presentó un mayor nivel de "muy" concienciado.

Por situación socio-laboral, el mayor grado de concienciación se da en la población pensionista (78,8%) y en las personas que realizan trabajos no remunerados (76,8%), seguido por los parados (63,2%) y trabajadores en activo (60,5%). En último lugar se halla la población estudiantil (42,8%).

	Nada	Poco	Bastante	Mucho
Estudiantes	2,0	55,3	40,8	2,0
Desempleados	0,8	31,0	65,5	2,7
Trabajo no remunerado	1,5	21,6	70,1	6,7
Trabajador en activo	2,2	37,3	56,1	4,4
Pensionista	0,8	20,3	72,2	6,6

Por zonas, la urbana es la que se ha mostrado más concienciada (72,4%) frente a la semiurbana (56,7%) y rural (64,1%). La siguiente tabla muestra la distribución de respuestas.

	Nada	Poco	Bastante	Mucho
Urbana	0,9	26,7	65,2	7,2
Semiurbana	2,0	41,3	55,8	0,9
Rural	2,8	33,1	60,8	3,3

B) ESTUDIO DE FRECUENCIAS EN EL SEGUIMIENTO DE LAS PRÁCTICAS MEDIOAMBIENTALES

Análisis global

Como se puede comprobar en la siguiente tabla, el consumo de energía y de agua, con unas frecuencias de siempre y a menudo del 30,3% y 28,6%, respectivamente, presentan las prácticas más extendidas entre la población encuestada. En cambio, es inferior la proporción de seguimiento en los hábitos de consumo relativos a la generación de residuos y otros tipos de consumo (23,7% en ambos casos).

Distribución de frecuencias por tipos de consumo:

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Consumo de energía	14,1	20,3	20,4	35,3	9,9
Consumo de agua	11,6	18,6	20,6	41,2	7,9
Generación de residuos	24,8	25,5	18,6	26,0	5,1
Otros consumos	26,7	34,0	18,6	15,6	5,1

Dentro de la clasificación “otros consumos” están incluidos productos alimenticios, de limpieza, de reciclaje, de agricultura y ganadería ecológica, de comercio justo,... designadas igualmente como “consumo responsable”.

Análisis por zonas

Eliminando el efecto del NS/NC y teniendo en cuenta la suma de las frecuencias de “siempre” y “a menudo” en el seguimiento de las prácticas medioambientales, a continuación se muestra la distribución de las respuestas por zonas de residencia:

	Global	Urbano	Semiurbano	Rural
Consumo de energía	62	62	61	63
Consumo de agua	67	69	64	66
Generación de residuos	47	49	45	42
Otros consumos	36	42	28	33

Como se puede observar, la zona rural (63%) es la que presenta una proporción más elevada en el seguimiento de las buenas prácticas medioambientales en el consumo de energía y la más baja en los hábitos de generación de residuos (42%).

La zona urbana es la que manifiesta una mayor extensión de las prácticas medioambientales en el consumo de agua (69%), generación de residuos (49%) y consumo responsable (42%).

Finalmente, la zona semiurbana presenta el mínimo de seguimiento de las buenas prácticas medioambientales en el ámbito del consumo de energía (61%), de consumo de agua (64%) y de consumo responsable (28%).

Análisis por preguntas

Consumo de energía

Dentro de este apartado la práctica más extendida⁶ es el control de los radiadores en las estancias de la vivienda no utilizadas o que tienen demasiado calor (78%). A continuación se hallan tanto el control del presupuesto familiar dedicado a energía como el funcionamiento a plena carga de los electrodomésticos (lavavajillas, lavadora), con el 74% ambas. El uso de luces de bajo consumo en la casa y el lavado de ropa en agua fría presentan un seguimiento del 68% y 63%, respectivamente, en las personas entrevistadas.

Finalmente, otros aspectos como tener en cuenta el consumo de energía o el etiquetado energético de los electrodomésticos (38%), el uso del transporte público para los desplazamientos diarios urbanos (36%) y el uso del coche compartido (14%) registran un seguimiento más bajo.

Consumo de agua

Las prácticas medioambientales más extendidas son el uso de la ducha en vez del baño (92%) y el control del gasto de agua mientras se cepillan los dientes (89%). A continuación se halla el seguimiento del consumo periódico de agua (67%) y la no eliminación por el desagüe o inodoro de productos tóxicos/irritantes (54%).

Con una práctica no mayoritaria se halla el regado de las plantas/jardín en las horas de menor intensidad solar (46%) o la realización de revisiones y mantenimiento periódico de las instalaciones de abastecimiento y desagüe de agua de la vivienda (35%).

Generación de residuos

Las prácticas medioambientales más seguidas por los/las vigueses/as encuestados/as son la reutilización de las bolsas de plástico obtenidas en el supermercado (96%) y la separación de los residuos en origen y su depósito en los respectivos contenedores (82%).

A continuación, con una práctica notable aunque no mayoritaria, se halla el uso de pilas recargables (49%) y aspectos como la impresión por las dos caras para ahorrar consumo de

⁶) Suma de frecuencia "siempre" y "a menudo".

papel o el uso del sistema de recogida selectiva municipal de residuos voluminosos (44% ambas).

Finalmente, con una práctica minoritaria, se halla evitar el consumo de productos que necesiten pilas para su funcionamiento (28%), la entrega de los aceites de cocina a empresas especializadas o puntos limpios (27%), evitar la compra de aerosoles (18%) y la elección de productos menos embalados (14%).

Consumo responsable

Las prácticas de consumo responsable más extendidas entre la población encuestada fueron el control de la verdadera necesidad de los diferentes productos que se consumen (77%) y la compra preferente de productos alimenticios de temporada (65%).

El consumo de productos reciclados (28%), de productos que exhiben algún tipo de etiquetado ecológico (22%), la compra de productos procedentes de agricultura y ganadería ecológicas y considerar la presencia de símbolos naranja en los productos de limpieza (18% ambas) y la compra de productos certificados con la marca de comercio justo (11%) son prácticas con un seguimiento minoritario.

Más concretamente, a continuación se muestra un análisis detallado pregunta a pregunta en función del género, edad, situación socio-laboral y zona de residencia.

CONSUMO DE ENERGÍA

Uso racional de la calefacción

La mayoría de vigueses/as entrevistados/as (78%) manifestaron cerrar los radiadores de las estancias no utilizadas o que ya tengan demasiado calor (siempre en el 55% de los casos y a menudo en el 23%). Un 14% contestó que a veces y un 6% que nunca lo hace.

Tal como se muestra en la siguiente tabla, por género no existen diferencias significativas, siendo ligeramente mayor la extensión de esta práctica en las mujeres (79%) que en los hombres (77%). Por edad es significativo el aumento de la frecuencia de seguimiento de esta práctica con la edad, evolucionando del 67% en los menores de 35 años al 89% en los mayores de 75. Por situación laboral la concienciación es mayor en los pensionistas y parados (85% y 84%, respectivamente) que en los estudiantes (51%).

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	6	14	21	56	3
Mujer	5	14	25	54	1
Edad					
15-34	9	23	22	45	2
35-54	5	14	23	55	3
55-74	3	7	26	62	2
≥75	3	6	20	69	2
Situación laboral					
Estudiante	13	34	19	32	2
Desempleado	4	9	28	56	3
Trabajo no remunerado	3	6	24	66	1
Trabajador en activo	6	16	24	51	2
Pensionista	4	9	20	65	2

Por su mayor frecuencia, esta práctica está más extendida en la zona semiurbana (88%), seguida por la urbana (73%) y rural (72%).

Control del gasto energético

Casi tres cuartas partes de la muestra analizada (74%) ha reconocido controlar, evaluar y comparar el presupuesto doméstico dedicado a energía (luz, gas,...). Un 52% lo hace siempre, un 22% a menudo, un 15% a veces y el 6% nunca.

Si bien no existen diferencias significativas en las contestaciones obtenidas por hombres y mujeres (76% y 71%, respectivamente), por edades es significativa la mayor proporción de personas mayores de 75 años que siguen esta práctica (84%) frente al 58% de los menores de 34 años. Por situación laboral, los parados (84%) y pensionistas (83%) presentan un grado de concienciación superior al de los estudiantes (33%).

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	9	12	19	57	2
Mujer	8	18	25	46	3
Edad					
15-34	18	18	23	35	7
35-54	3	15	20	61	1
55-74	5	14	26	55	0
≥75	10	6	21	63	1
Situación laboral					
Estudiante	32	19	13	20	15

Desempleado	7	10	31	53	0
Trabajo no remunerado	7	16	20	57	1
Trabajador en activo	4	19	23	53	1
Pensionista	7	10	21	62	0

Esta práctica, de manera significativa ($p < 0,05$), está más extendida en la zona urbana (78%) y semiurbana (73%) que en la rural (63%).

Uso de iluminación de bajo consumo

El uso doméstico de luces de bajo consumo abarca el 68% de las personas entrevistadas (36% siempre, 32% a menudo). Un 7% reconoció no utilizarlas nunca e a veces el 22%.

Por género en este caso es significativo el mayor porcentaje de hombres (75%) que siguen esta práctica frente al 63% de mujeres. Esta práctica es seguida en mayor proporción por las personas de franjas de edad entre 35-54 (74%) y entre 55-74 (72%), así como por parados (77%) y trabajadores en activo (74%).

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	2	19	31	44	4
Mujer	11	24	32	31	2
Edad					
15-34	5	24	31	32	7
35-54	7	19	29	45	0
55-74	6	22	34	38	1
≥75	15	26	34	22	4
Situación laboral					
Estudiante	9	30	24	21	16
Desempleado	3	18	35	42	2
Trabajo no remunerado	16	24	30	30	0
Trabajador en activo	5	21	32	42	0
Pensionista	6	21	32	38	3

La observación de este hábito presenta niveles similares en la zona semiurbana y urbana (71% y 69%, respectivamente), siendo significativamente distinta en la rural, con el 59%.

Nivel de carga de electrodomésticos

En el uso de determinados electrodomésticos (particularmente lavadora o lavavajillas) un 74% das personas entrevistadas ha manifestado esperar a tener suficiente carga para operar (53% siempre, 21% a menudo). Un 5% nunca tiene en cuenta este aspecto y el 8% a veces. Un 13% de las personas entrevistadas no contestó a esta pregunta.

Por género existen diferencias significativas, siendo notable la mayor proporción de hombres que no contestó a esta pregunta (25%), posiblemente porque las tareas aludidas son actividades domésticas relegadas tradicionalmente a las mujeres. Así, un 92% de las mujeres encuestadas manifestó seguir esta práctica frente al 53% de los hombres. Existen relaciones de significación estadística por grupos de edad y situación laboral. El seguimiento de esta práctica se incrementa con la edad, pasando del 65% en los menores de 35 años al 84% de los mayores de 75. Por situación laboral, el seguimiento de este hábito medioambiental es superior en las personas que realizan trabajos no remunerados (95%) frente a los estudiantes (58%).

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	10	12	17	36	25
Mujer	1	5	24	68	2
Edad					
15-34	6	15	27	38	15
35-54	7	7	21	54	11
55-74	3	4	15	64	15
≥75	1	4	12	74	10
Situación laboral					
Estudiante	5	15	28	30	23
Desempleado	3	11	21	54	11
Trabajo no remunerado	1	4	13	82	1
Trabajador en activo	9	9	25	41	16
Pensionista	3	5	13	66	3

Por zonas, el uso de los electrodomésticos a plena carga es un hábito medioambiental que está más extendido en la zona rural (82%) y urbana (79%) que en la semiurbana (62%).

Lavado de ropa en frío

Con el fin de ahorrar energía, el 63% refirió lavar habitualmente la ropa en agua fría (34% a menudo, 29% siempre), frente al 6% que nunca lo hace y el 15% que lo hace a veces. Hasta un 16% no contestó a esta pregunta.

Por géneros, tal como se puede comprobar en la siguiente tabla, el seguimiento de esta buena práctica medioambiental es superior en las mujeres (79%) que en los hombres (45%). Cabe destacar que, como en el ítem anterior, la proporción de hombres que no contestaron a esta pregunta decuplica a la registrada en las mujeres, lo que evidencia que se trata de una actividad relegada tradicionalmente a las mujeres. La extensión de esta práctica aumenta con la edad, pasando del 62% en las personas comprendidas entre 15-54 años al 70% en las personas mayores de 75 años. Por situación socio-laboral, las personas

que realizan trabajos no remunerados, colectivo integrado mayoritariamente por mujeres, manifiestan la mayor proporción (83%) frente al 51% registrado en la población estudiantil.

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	10	14	23	22	30
Mujer	3	16	44	35	3
Edad					
15-34	5	15	33	29	18
35-54	8	18	36	26	13
55-74	5	12	35	29	19
≥75	7	12	30	40	12
Situación laboral					
Estudiante	7	14	31	20	28
Desempleado	2	16	36	33	13
Trabajo no remunerado	3	13	49	34	1
Trabajador en activo	9	18	28	26	19
Pensionista	7	10	34	32	17

Por zonas, esta práctica está más extendida en la rural (85%) que en la urbana (66%) y semiurbana (51%).

Etiquetado energético

A la hora de comprar electrodomésticos un 38% declaró tener en cuenta el consumo de energía y de agua para decidirse por el modelo, así como si éste posee etiqueta energética (27% siempre, 11% a menudo). Sin embargo, casi la mitad de las personas encuestadas (49%) manifestó no realizar esta práctica muy habitualmente (27% nunca y 22% a veces).

Por género es significativa la mayor proporción de hombres (43%) que refirieron tener en cuenta este aspecto, frente al 34% de mujeres. Por edades, las franjas extremas mostraron menor interés (30% de los mayores de 75 años y 31% de los menores de 35), además de registrar la mayor proporción de no respuesta (31% y 22%, respectivamente). En función de la situación laboral son significativos los bajos porcentajes tanto de la población estudiantil (19%) como de las personas que realizan trabajos no remunerados (33%).

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	28	19	14	29	10
Mujer	27	23	9	25	15
Edad					
15-34	24	22	15	16	22

35-54	31	23	10	34	3
55-74	28	20	9	34	9
≥75	22	17	11	19	31
Situación laboral					
Estudiante	27	10	10	9	44
Desempleado	23	29	14	28	5
Trabajo no remunerado	28	20	7	26	20
Trabajador en activo	28	24	13	30	4
Pensionista	29	17	9	31	13

Por zonas, la mitad de la población del rural (50%) y el 46% de la urbana ha manifestado tener en cuenta estos criterios, frente al 22% registrado en la semiurbana.

Uso del transporte público para ir al trabajo

La mayoría de las personas encuestadas (55%) declaró no utilizar generalmente el transporte público en los desplazamientos diarios y urbanos por razones de trabajo (24% nunca, 31% a veces). Casi una cuarta parte (24%) declaró utilizarlo siempre y un 12% a menudo.

Por género es mayor proporción de mujeres (37%) que usan el transporte público para ir a su lugar de trabajo frente al 34% de hombres. Por edades, se destaca la menor proporción registrada en la franja comprendida entre 55-74 años (32%). Paradójicamente son los trabajadores en activo los que manifiestan un menor uso del transporte público (25%) para ir a su lugar de trabajo.

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	24	30	13	21	12
Mujer	23	34	11	26	6
Edad					
15-34	21	40	12	25	2
35-54	26	30	16	20	8
55-74	25	28	7	25	16
≥75	22	23	8	29	18
Situación laboral					
Estudiante	11	45	11	30	3
Desempleado	18	32	16	28	6
Trabajo no remunerado	23	28	10	26	12
Trabajador en activo	35	34	11	14	6
Pensionista	17	23	10	31	18

Por zonas ($p < 0,05$) utilizan mayoritariamente el transporte público para este tipo de

desplazamientos, la mayoría de los entrevistados en la semiurbana (53%) frente al 24% de la urbana y 35% de la rural.

Uso del coche compartido

La práctica del coche privado compartido para los desplazamientos laborales está poco extendida, pues sólo un 14% ha referido utilizarla (6% siempre y 8% a menudo). Un 30% nunca la utiliza y un 35% a veces. Hasta un 21% no ha contestado a esta pregunta.

El uso del coche compartido para la realización de los desplazamientos sistemáticos es mayor en los hombres (17%), en las personas más jóvenes (20%) y, consecuentemente, en estudiantes (24%). La extensión de este hábito medioambiental en las personas que trabajan es del 16%.

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	29	36	10	7	17
Mujer	30	33	6	5	25
Edad					
15-34	23	42	12	8	15
35-54	34	35	9	5	17
55-74	32	31	2	7	28
≥75	31	18	5	4	42
Situación laboral					
Estudiante	13	41	13	11	23
Desempleado	27	34	10	5	24
Trabajo no remunerado	29	32	4	4	31
Trabajador en activo	38	41	10	6	6
Pensionista	29	21	4	7	39

Por zonas, el uso del vehículo privado compartido está más extendido en la rural (18%) y urbana (16%) que en la semiurbana (10%).

HÁBITOS SOBRE EL CONSUMO DE AGUA

Control periódico del consumo

La mayoría de personas encuestadas (67%) refirió llevar a cabo un seguimiento periódico del consumo de agua (46% siempre y 21% a menudo). En cambio, un 13% manifestó no realizarlo nunca y un 17% a veces.

Tal como se muestra en la siguiente tabla, no existen diferencias significativas en las respuestas de hombres y mujeres. Por edades destaca el mayor control ejercido sobre

su consumo por las personas situadas en la franja de 35-54 años (78%), frente al 53% registrado en los menores de 35. Igualmente, la población estudiantil es la que en menor grado se muestra interesada con este aspecto (46%) frente al 67-70% del resto de colectivos analizados.

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	14	13	21	47	3
Mujer	13	18	21	45	4
Edad					
15-34	19	24	14	39	5
35-54	8	11	24	54	3
55-74	14	14	24	46	3
≥75	13	21	26	36	4
Situación laboral					
Estudiante	28	23	11	35	4
Desempleado	13	15	21	48	3
Trabajo no remunerado	11	18	19	51	4
Trabajador en activo	9	16	21	47	3
Pensionista	14	15	28	39	5

Por zonas, aunque sin diferencias significativas ($p > 0,05$) los habitantes de la rural (72%) se mostraron más preocupados con el control de su consumo energético que los de la semiurbana (64%) y urbana (67%).

Revisión de las instalaciones de la vivienda

Las operaciones periódicas de revisión y mantenimiento de la instalación de abastecimiento y desagüe de la vivienda son realizadas siempre o a menudo por una minoría del 16% y 19%, respectivamente. Un 27% manifestó no realizarlas nunca y casi un tercio (32%) alguna vez.

Si bien no existen diferencias significativas por género, sí se dan por edad y situación laboral. Así, por edades, se trata de una práctica ambiental extendida sobre todo en las personas de menor edad (47% en los comprendidos entre 35-54 años y 43% en los menores de 35) frente al 9% de los mayores de 75 y el 14% de los comprendidos entre 55-74 años. Por situación laboral, destaca el menor seguimiento en los pensionistas (17%) y personas que realizan trabajos no remunerados (28%) que en los parados (44%).

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	27	31	19	17	7
Mujer	27	32	20	16	6

Edad					
15-34	21	27	23	23	7
35-54	22	26	25	22	5
55-74	36	40	12	4	9
≥75	41	48	4	5	2
Situación laboral					
Estudiante	32	22	18	22	5
Desempleado	21	30	27	17	4
Trabajo no remunerado	29	36	13	15	7
Trabajador en activo	21	32	22	20	5
Pensionista	39	35	12	5	9

Por zonas existen diferencias significativas, siendo mayor la preocupación registrada en la rural (49% siempre o a menudo) que en la semiurbana (29%) o urbana (36%).

Consumo racional

Casi nueve de cada diez personas entrevistadas (89%) manifestaron cerrar el grifo mientras se cepillan los dientes y fomentar este hábito entre los miembros de su familia. El 8% lo realiza a veces y un 2% nunca.

No existen diferencias significativas en las respuestas de hombres y mujeres (89-90%). Por edades, esta práctica alcanza casi la totalidad (99%) de las personas entre 55-74 años, registrando un 80% en los menores de 35. Por situación laboral destaca el 95% en las personas que realizan trabajos no remunerados frente al 76% de la población estudiantil analizada.

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	2	9	22	67	0
Mujer	2	8	23	67	1
Edad					
15-34	6	13	21	59	1
35-54	1	6	22	71	1
55-74	0	1	21	78	0
≥75	0	17	31	51	1
Situación laboral					
Estudiante	7	15	17	59	2
Desempleado	3	10	24	63	0
Trabajo no remunerado	1	5	23	72	0
Trabajador en activo	2	6	22	69	0
Pensionista	0	8	24	68	0

No existen diferencias significativas por zonas de residencia, situándose el seguimiento de esta práctica entre el 91% de la urbana, el 90% de la rural y el 87% de la semiurbana.

Eliminación de productos tóxicos/irritantes

De alguna manera, la mayoría de las personas entrevistadas (79%) elimina por el desagüe o inodoro productos que son tóxicos o irritantes, tales como amoníaco o lejía (38% a veces, 23% a menudo y 18% siempre). El porcentaje de encuestados que nunca lo hace es del 16%.

Si bien no existen diferencias significativas en las respuestas por género y situación laboral, sí se dan por grupos de edad. Así, no realizan esta práctica el 69% de las personas entre 55-74 años y el 60% de las comprendidas entre 35-54, tratándose, en cambio, de una práctica realizada por la mayoría tanto de las personas entrevistadas de mayor (55%) como de menor edad (54%).

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	15	40	22	19	5
Mujer	17	36	25	18	4
Edad					
15-34	18	18	22	32	10
35-54	10	50	27	9	3
55-74	23	46	19	10	2
≥75	12	34	26	29	0
Situación laboral					
Estudiante	32	7	17	25	7
Desempleado	13	5	26	19	5
Trabajo no remunerado	21	5	26	8	5
Trabajador en activo	10	5	23	19	5
Pensionista	15	3	22	21	3

Existen diferencias significativas en las proporciones registradas, siendo superior la rural (54%) a la urbana y semiurbana (40% en ambos casos).

Uso de la ducha en lugar del baño

Utilizan preferentemente la ducha en vez del baño el 92% de las personas encuestadas (69% siempre y 23% a menudo) frente al 1% que nunca lo hace y el 7% que lo hace en alguna ocasión.

No existen relaciones de significación estadística por género y situación laboral. Por grupos de edad es significativo el menor porcentaje de personas menores de 35 años que manifestó seguir esta práctica (87%) frente al 98% de las mayores de 75.

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	0	8	25	67	0
Mujer	1	6	22	70	0
Edad					
15-34	2	11	21	66	0
35-54	0	6	28	65	1
55-74	0	6	22	72	0
≥75	0	2	19	79	0
Situación laboral					
Estudiante	3	7	17	73	0
Desempleado	1	7	24	67	0
Trabajo no remunerado	0	4	27	69	0
Trabajador en activo	0	9	22	69	1
Pensionista	0	6	27	67	0

No existen diferencias significativas entre las zonas analizadas, situándose las proporciones en el 93%, 92% y 91%, respectivamente, en la zona semiurbana, urbana y rural.

Hábitos de riego de plantas y jardines

El riego de plantas y de los jardines en las horas de menor intensidad solar es una práctica de consumo racional del agua seguida por el 46% de las personas encuestadas (31% siempre y 15% a menudo). La proporción de personas que nunca o a veces la siguen es del 11% en ambos casos. Cerca de un tercio de las personas entrevistadas (32%) no contestó a esta pregunta.

No existen diferencias significativas por género y edad. Sí existen por situación laboral, siendo los estudiantes (57%), seguidos por los pensionistas (49%), los colectivos en los que esta práctica medioambiental está más extendida frente a los trabajadores en activo (39%).

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	12	10	13	32	33
Mujer	10	11	17	30	32
Edad					
15-34	10	8	11	35	36
35-54	9	12	10	37	32
55-74	18	9	21	20	32
≥75	3	21	28	23	25
Situación laboral					

Estudiante	7	10	13	44	27
Desempleado	12	10	12	35	31
Trabajo no remunerado	12	8	20	26	34
Trabajador en activo	13	11	10	29	37
Pensionista	8	13	22	27	29

Por zonas, los habitantes de la zona rural (55%) son los que presentan una mayor frecuencia en el seguimiento de esta práctica frente al 42% de la urbana y el 47% de la semiurbana.

GENERACIÓN DE RESIDUOS

Separación en origen

Una mayoría aplastante del 82% refirió separar los residuos en origen (papel/cartón, vidrio, envases y materia orgánica) y depositarlos en los contenedores correspondientes (55% siempre y 27% a menudo) frente a un 5% que manifestó no hacerlo nunca y un 13% alguna vez.

Aunque no existen relaciones de significación estadística por género, sí se dan por grupos de edad y situación laboral. Así, el hábito de separar los residuos en origen está más extendido entre las personas comprendidas entre 35-74 años (86-87%), frente al 56% de las personas mayores de 75 y el 78% de los menores de 35 años.

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	6	11	27	55	0
Mujer	5	14	26	55	1
Edad					
15-34	7	14	26	52	1
35-54	4	9	26	60	0
55-74	3	10	26	61	0
≥75	11	31	33	23	2
Situación laboral					
Estudiante	12	10	26	52	1
Desempleado	4	12	28	56	0
Trabajo no remunerado	3	9	29	58	1
Trabajador en activo	4	10	25	60	0
Pensionista	8	24	25	43	0

Por zonas no existen diferencias significativas, situándose los porcentajes de respuesta en el 83% de la semiurbana, 82% de la urbana e 76% de la rural.

Uso del sistema de recogida selectiva de residuos voluminosos

El uso del sistema de recogida selectiva municipal para los residuos voluminosos (como por ejemplo, colchones, muebles, electrodomésticos,...) presenta una frecuencia de seguimiento ocasional o nulo (49%) superior al periódico o continuado (44%). Así, manifestaron usarlo alguna vez y nunca el 30% y 19%, respectivamente, frente al 27% que lo usa siempre y el 17% a menudo.

Aunque no existen diferencias significativas por género, por edad son las personas más jóvenes las que con mayor frecuencia usan este sistema de recogida de residuos (58% frente al 30-32% de los mayores de 45 años). En consecuencia, son los estudiantes (59%) y los parados (54%) los que en mayor proporción utilizan este servicio, frente al 32% de los pensionistas.

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	19	30	17	27	7
Mujer	20	31	17	27	7
Edad					
15-34	14	18	24	34	11
35-54	24	26	20	25	6
55-74	23	42	7	23	4
≥75	10	55	10	22	3
Situación laboral					
Estudiante	11	19	14	45	12
Desempleado	16	25	28	26	5
Trabajo no remunerado	22	35	14	25	5
Trabajador en activo	25	26	18	24	7
Pensionista	16	47	9	23	5

No existen diferencias significativas en función de la zona de residencia de la persona entrevistada, situándose las proporciones de respuesta entre el 49% de la rural, el 44% de la urbana y el 42% de la semiurbana.

Uso de pilas recargables

Esta práctica en la generación de residuos presenta una proporción equilibrada entre los que manifiestan utilizar este tipo de baterías y los que no (49% en ambos casos). Así, más de un tercio (34%) declaró utilizarlas a menudo, 29% algunas veces, 21% nunca y 15% siempre.

Por género no existen diferencias significativas en las respuestas recogidas, siendo, por edades, significativo el 64% de personas comprendidas entre 45-74 años que declararon

usar este tipo de baterías (frente al 33% de los mayores de 75 y el 38% de los menores de 35), así como su uso mayoritario por las personas que realizan trabajos no remunerados, parados y trabajadores en activo (54%, 52% y 51%, respectivamente) frente al 36% de estudiantes y 43% de pensionistas.

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	22	29	32	16	1
Mujer	21	29	35	14	1
Edad					
15-34	27	34	26	12	1
35-54	17	31	37	13	2
55-74	15	21	41	23	1
≥75	36	31	25	8	0
Situación laboral					
Estudiante	31	32	20	16	1
Desempleado	17	31	38	14	0
Trabajo no remunerado	17	28	37	17	2
Trabajador en activo	18	30	34	17	1
Pensionista	29	27	32	11	1

Al analizar esta variable por zonas el equilibrio existente en los resultados globales se descompensa, siendo el seguimiento de esta práctica medioambiental mayoritaria en los habitantes da zona urbana y semiurbana (51% en ambos casos) frente al 33% registrado en la rural.

Consumo de productos que no utilicen pilas

Con respecto a las personas que evitan, en la medida del posible, comprar productos que necesiten pilas para su funcionamiento, la mayoría (69%) refirió no tener en cuenta este aspecto a la hora de realizar sus compras (27% nunca y 42% a veces). Consideran este aspecto siempre el 9% de las personas entrevistadas y a menudo el 19%.

Por género las respuestas de hombres y mujeres no presentan diferencias significativas. Por edades es significativa la mayor proporción en el seguimiento de esta práctica por la franja más baja (41%), frente al 17% de los comprendidos entre 35-54 años. En consecuencia, el colectivo estudiantil es el que en mayor grado presenta esta práctica ambiental (43%), contra el 23% de los trabajadores en activo o el 25% de los pensionistas.

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	28	43	18	10	2

Mujer	27	41	20	8	3
Edad					
15-34	24	32	25	16	4
35-54	32	47	15	2	3
55-74	30	42	15	11	2
≥75	17	54	23	6	1
Situación laboral					
Estudiante	26	24	24	16	7
Desempleado	26	42	22	9	2
Trabajo no remunerado	27	45	19	8	1
Trabajador en activo	28	46	17	6	3
Pensionista	30	42	17	8	2

No existen diferencias significativas en la proporción de las respuestas en función de la zona de residencia, situándose el seguimiento de esta práctica ambiental entre el 30% de la urbana y el 25% de la rural y semiurbana.

Envases y embalajes

En sus decisiones de compra, escogen los productos menos embalados sólo el 14% de las personas entrevistadas (5% siempre y 9% a menudo) frente a ocho de cada diez (81%) que no le importa este aspecto de las compras que realiza (48% nunca y 33% a veces).

Aunque no existen diferencias significativas entre hombres y mujeres, por edades, nuevamente es a los más jóvenes a quien más le importa este aspecto (26%) comparado con el 8-9% de los comprendidos entre 35-74 o el 12% de los mayores de 75 años. En función de la situación laboral, la consideración de este aspecto es superior en los estudiantes (30%) frente al 10% de los que realizan trabajos no remunerados o el 11% de los trabajadores en activo.

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	50	32	9	5	5
Mujer	46	34	10	5	5
Edad					
15-34	45	26	16	10	4
35-54	44	39	7	2	8
55-74	57	32	4	4	2
≥75	48	36	10	2	4
Situación laboral					
Estudiante	41	25	15	15	5
Desempleado	46	34	12	3	5

Trabajo no remunerado	47	39	7	3	4
Trabajador en activo	50	32	7	4	7
Pensionista	51	34	9	3	3

Por zonas de residencia ($p > 0,05$), las respuestas siguen la siguiente distribución: 16% en la semiurbana, 14% en la urbana y 11% en la rural.

Eliminación de aceites de cocina

La mayoría de las personas encuestadas manifestaron no entregar nunca (45%) o a veces (22%) los aceites de cocina a empresas especializadas o llevarlos a puntos limpios. Un 13% declaró hacerlo siempre y un 14% a menudo.

No existen relaciones de dependencia estadística entre hombres y mujeres. Por edades es significativo el bajo porcentaje (8%) de las personas comprendidas entre 55-74 años que siguen esta práctica medioambiental, frente al 32-34% del resto de franjas de edad. En función de la situación laboral, el seguimiento de esta práctica por estudiantes (47%) casi triplica al de los pensionistas (18%), situándose entre el 22-30% en el resto de grupos analizados.

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	46	20	14	13	6
Mujer	44	23	14	14	6
Edad					
15-34	44	11	13	21	11
35-54	38	22	19	14	7
55-74	60	31	4	4	1
≥75	35	32	22	10	1
Situación laboral					
Estudiante	33	15	15	32	6
Desempleado	45	18	17	13	7
Trabajo no remunerado	47	26	12	10	4
Trabajador en activo	45	20	15	12	8
Pensionista	51	28	11	7	3

Por zonas, presentan una mayor conciencia en esta variable los habitantes entrevistados de la zona rural (33%) y semiurbana (32%) frente contra a los de la urbana (23%).

Consumo de aerosoles

Más de tres de cada cuatro personas (77%) manifestó no tener mucha conciencia con los efectos nocivos de los aerosoles, pues un 44% refirió no evitar nunca su compra y el

33% a veces. En cambio, un 6% de las personas encuestadas evita siempre comprar estos productos y a menudo un 12%.

No son significativas las respuestas dadas por hombres y mujeres. Por edad destaca la baja proporción de la franja situada entre 35-54 años (9%), casi un tercio de la manifestada por los comprendidos entre 55-74 (26%), y muy lejos de la expresada por estudiantes (23%) y pensionistas (25%).

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	45	30	13	6	6
Mujer	42	36	11	7	4
Edad					
15-34	47	25	13	10	6
35-54	52	32	7	2	8
55-74	32	41	17	9	2
≥75	28	46	18	7	1
Situación laboral					
Estudiante	41	25	15	15	5
Desempleado	47	30	11	5	7
Trabajo no remunerado	37	42	14	5	3
Trabajador en activo	49	29	10	6	7
Pensionista	34	42	15	6	3

Por zonas, con diferencias significativas en las proporciones de respuesta registradas, los habitantes más concienciados con la problemática de los aerosoles fueron los de la urbana (20%), seguidos por los de la semiurbana (18%) y rural (15%).

Consumo de papel

La impresión por las dos caras para ahorrar el consumo excesivo de papel es un hábito extendido en el 44% de los/las vigueses/as entrevistados/as, pues el 23% manifestó realizarla siempre y el 21% a menudo. En cambio, un 14% refirió no hacerlo nunca y un 24% de a veces. Casi uno de cada cinco personas encuestadas (18%) no ha contestado a esta pregunta.

Aunque no existen diferencias significativas por género y por situación laboral, por edades esta práctica ambiental es mayoritaria en la franja entre 55-74 años (52%) y en los menores de 35 (51%) frente al 32% de los comprendidos entre 35-54 y 43% de los mayores de 75.

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	15	25	20	22	18
Mujer	12	24	22	24	18
Edad					
15-34	11	18	21	30	18
35-54	12	40	21	11	17
55-74	19	11	21	31	19
≥75	13	22	22	21	23
Situación laboral					
Estudiante	15	16	15	37	18
Desempleado	13	25	25	21	16
Trabajo no remunerado	13	21	22	22	21
Trabajador en activo	10	32	21	21	16
Pensionista	21	17	21	19	22

Por zonas, esta práctica está más extendida en la zona semiurbana (47%) y urbana (45%) que en la rural (34%).

Reutilización das bolsas de plástico

La reutilización de las bolsas de plástico ofrecidas por los supermercados y locales de compra habituales, para usarlas, por ejemplo, como bolsas de basura o para realizar otras compras, es una práctica muy extendida entre la población viguesa. El 96% de las personas entrevistadas manifestó seguir esta práctica (81% siempre y 15% a menudo). Sólo un 1% refirió no hacerlo nunca y un 3% de forma esporádica.

Aunque no existen diferencias significativas por género y grupo de edad, en función de la situación laboral, aun siendo elevada, los estudiantes es el colectivo que presenta una menor extensión de esta práctica (90%).

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	1	4	15	81	0
Mujer	1	3	15	81	1
Edad					
15-34	3	4	11	83	1
35-54	0	2	15	82	0
55-74	0	3	15	82	1
≥75	0	7	28	65	0
Situación laboral					
Estudiante	4	6	10	80	1

Desempleado	2	2	16	81	0
Trabajo no remunerado	0	2	16	83	1
Trabajador en activo	0	3	12	84	1
Pensionista	0	6	21	73	0

Por zonas, sin diferencias significativas, el seguimiento de esta práctica se sitúa entre el 96% de la urbana y rural y el 95% de la semiurbana.

CONSUMO RESPONSABLE

Control de las necesidades de consumo

Más de tres cuartas partes de las personas entrevistadas (77%) manifestaron realizar un control de la verdadera necesidad de los diferentes productos (alimentos, productos de limpieza, papel, ropa, cosméticos,...) que adquiere (50% siempre y 27% a menudo). Un 4% manifestó no realizarlo nunca y un 18% a veces.

No existen relaciones de dependencia estadística por género y situación laboral. No obstante, por edades, es significativa la menor proporción en el seguimiento de esta práctica por las franjas a partir de los 55 años (62% entre 55-74 y 71% en mayores de 75 años) frente al 88% de los comprendidos entre 35-54.

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	7	19	27	49	1
Mujer	5	17	27	52	0
Edad					
15-34	4	16	25	55	1
35-54	1	11	25	63	1
55-74	11	27	27	35	1
≥75	3	26	39	32	0
Situación laboral					
Estudiante	4	20	25	50	1
Desempleado	5	14	29	52	0
Trabajo no remunerado	4	18	26	52	0
Trabajador en activo	4	16	22	57	1
Pensionista	5	24	35	35	1

Por zonas, sin significación estadística, los habitantes del rural manifestaron un mayor control de este aspecto de consumo (81%) frente a los de la urbana (78%) y semiurbana (74%).

Consumo de productos alimenticios de temporada

La compra de productos alimenticios (verdura, pescado, frutas) de temporada es realizada por el 65% de las personas encuestadas (33% siempre y 32% a menudo). Un 6% manifestó no tener en cuenta nunca esta circunstancia y un 27% sólo a veces.

Sin diferencias significativas entre hombre y mujer, existen relaciones significación estadística en las respuestas recogidas en función de los grupos de edad y situación laboral. Así, se trata de una práctica extendida en mayor grado en los tramos de edad de los menores de 35 años y en los comprendidos entre 35-54 años (72% en ambos casos) frente al 52% de los comprendidos entre 55-74 y el 55% de los mayores de 75. Igualmente, presenta mayor seguimiento en los estudiantes (78%) y parados (70%) que en los pensionistas (64%) y trabajadores activos (65%).

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	6	26	33	32	3
Mujer	5	28	32	34	1
Edad					
15-34	24	23	29	43	2
35-54	2	25	38	34	2
55-74	14	31	31	21	3
≥75	5	39	28	27	1
Situación laboral					
Estudiante	5	16	28	50	1
Desempleado	4	25	36	34	2
Trabajo no remunerado	8	24	34	34	1
Trabajador en activo	5	29	33	32	2
Pensionista	7	35	31	23	3

Por zonas, son significativas las diferencias en la proporción de respuesta registrada en los habitantes de la zona rural (79%), semiurbana (69%) y urbana (59%).

Consumo de productos con etiquetado ecológico

El consumo de productos que exhiben algún tipo de etiqueta ecológica es una práctica seguida tan sólo por el 22% de las personas encuestadas (5% siempre y 17% a menudo). En cambio, un 21% nunca consume este tipo de productos y el 50% lo realiza a veces.

Es estadísticamente significativa la mayor proporción de hombres (26%) que consumen este tipo de productos que de mujeres (19%). El consumo de los productos con etiquetado ecológico es más alto en las personas con menor edad (29% en el tramo de 35-54 y 27%

en los menores de 35), alcanzando el 11% en los comprendidos entre 55-74 años y 13% en los mayores de 75. En función de la situación laboral el consumo de los parados (31%) duplica al de los pensionistas y personas que realizan trabajos no remunerados (15% en ambos casos).

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	21	46	20	6	7
Mujer	20	53	14	5	7
Edad					
15-34	25	41	19	8	8
35-54	13	50	22	7	7
55-74	22	59	10	1	8
≥75	32	51	10	3	3
Situación laboral					
Estudiante	29	36	17	9	9
Desempleado	16	48	24	7	6
Trabajo no remunerado	20	59	11	4	6
Trabajador en activo	16	52	18	6	8
Pensionista	30	48	13	2	7

Por zonas no existen diferencias significativas en el nivel de respuesta, situándose el nivel de consumo de estos productos entre el 25% de la rural y el 21% de la urbana y semiurbana.

Uso de productos reciclados

El uso de productos reciclados aún no es un hábito generalmente extendido entre los/las vigueses/as, ya que manifestaron seguirlo el 28% de las personas entrevistadas (7% siempre y 21% a menudo). No los usan nunca el 17% y a veces el 50%.

El uso de este tipo de productos no presenta diferencias significativas por género y situación laboral. Por edades, el consumo de este tipo de productos varía entre el 27% de las personas más jóvenes al 31% de las mayores.

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	16	50	23	7	4
Mujer	17	52	20	7	5
Edad					
15-34	27	39	14	13	7
35-54	7	63	23	5	3
55-74	16	48	27	2	6

≥75	21	48	29	2	1
Situación laboral					
Estudiante	24	38	13	15	11
Desempleado	16	48	23	8	5
Trabajo no remunerado	16	56	23	3	3
Trabajador en activo	15	54	20	7	4
Pensionista	17	50	26	3	4

Por zonas, la utilización de los productos reciclados, sin diferencias significativas, es mayor en la urbana y semiurbana (30% y 29%, respectivamente) que en la rural (20%).

Productos de agricultura y ganadería ecológica

La compra de productos procedentes de agricultura y ganadería ecológica es una práctica seguida tan sólo por el 18% de las personas encuestadas (4% siempre y 14% con frecuencia). Sin embargo, la mayoría de las personas no tienen en cuenta este tipo de productos, pues un 43% declaró no consumirlos nunca y el 35% a veces.

No existen diferencias significativas por género. Sin embargo es significativa la mayor extensión de esta práctica medioambiental en las personas de edad entre 35-54 años frente al 5% de los que se sitúan entre 55-74. En función de su situación laboral, el consumo entre los parados (23%) y estudiantes (20%) duplica al de los pensionistas (10%).

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	44	33	15	3	5
Mujer	43	36	12	5	4
Edad					
15-34	43	32	15	5	5
35-54	35	36	20	5	4
55-74	54	36	5	0	4
≥75	50	34	9	4	3
Situación laboral					
Estudiante	44	32	15	5	5
Desempleado	36	35	18	5	7
Trabajo no remunerado	48	34	11	4	3
Trabajador en activo	43	35	15	4	3
Pensionista	48	36	9	2	5

Por zonas, sin significación estadística, las proporciones de seguimiento de esta práctica medioambiental oscilan entre el 21% de la semiurbana, 19% de la rural y 15% de la urbana.

Productos certificados con la marca de Comercio Justo

Los productos con la certificación de Comercio Justo son consumidos por una minoría de vigueses/as encuestados/as, pues tan sólo el 3% refirió comprarlos siempre y un 8% a menudo. En cambio, un 44% manifestó no comprarlos nunca y un 36% a veces.

Aunque no existen relaciones de significación estadística por género, por edades, la extensión de esta práctica en los más jóvenes (21%) triplica a la registrada en los otros grupos, situada entre el 6-7%. En función de su situación laboral, la proporción de estudiantes (21%) y parados (16%) supera a la de los que realizan trabajos no remunerados (5%) y pensionistas (8%).

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Género					
Hombre	43	36	9	2	10
Mujer	45	36	8	3	8
Edad					
15-34	41	23	15	6	14
35-54	35	53	5	2	4
55-74	56	32	5	1	6
≥75	56	25	7	0	12
Situación laboral					
Estudiante	41	22	13	9	16
Desempleado	36	39	12	4	9
Trabajo no remunerado	52	38	4	1	6
Trabajador en activo	42	42	7	3	6
Pensionista	54	29	8	0	10

El consumo de productos con la designación “Comercio Justo”, sin ser estadísticamente significativo en función de la zona de residencia, se halla entre el 12% de la urbana, el 11% de la semiurbana y el 9% de la rural.

Consumo de productos de limpieza con simbología naranja

A la hora de comprar productos de limpieza, menos de uno de cada cinco vigueses/as encuestados/as (18%) reconoció examinar el producto teniendo en cuenta la simbología naranja que exhibe (tóxico, inflamable, nocivo,...). Más de la mitad (51%) reconoció no hacerlo nunca y a veces el 23%.

Esta práctica medioambiental no presenta diferencias significativas por género. No obstante, está más extendida entre los más jóvenes (25%) frente al 6% de los comprendidos entre 35-54 años. En función de la situación laboral, son los estudiantes

(29%) y pensionistas (24%) los que en mayor proporción consideran este aspecto, frente al 11% de los trabajadores en activo.

	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Ns/Nc
Cénero					
Hombre	54	21	12	6	8
Mujer	52	24	10	8	8
Edad					
15-34	53	15	11	14	8
35-54	65	19	6	0	10
55-74	46	31	12	4	7
≥75	23	42	22	12	1
Situación laboral					
Estudiante	42	19	11	18	10
Desempleado	59	16	11	6	8
Trabajo no remunerado	50	29	10	4	7
Trabajador en activo	61	18	8	3	9
Pensionista	38	34	15	9	4

Por zonas, sin diferencias significativas, mostraron un mayor interés por este aspecto los habitantes de la zona semiurbana (20%), seguidos por los de la rural (17%) y urbana (15%).

3.3 COMPARACIÓN ENCUESTA 2012-2007

A) GRADO DE CONCIENCIACIÓN

Resultado global

En general, en los últimos seis años se ha duplicado el nivel de concienciación medioambiental, pasando del 33,1% al 65,8%, tal como se puede comprobar en el siguiente cuadro:

	Nada	Poco	Bastante	Mucho
2007	1,9	65,0	32,7	0,3
2012	1,5	32,7	61,3	4,5

Resultado por zonas

En el año 2007 la rural era la única zona en que la mayoría de la población estaba bastante o muy concienciada (53,5%), frente a la urbana (28,7%) y semiurbana (32,1%). La encuesta de 2012 muestra que la población más concienciada es la urbana (72,4%), seguida por la rural (64,1%) y semiurbana (56,7%).

La siguiente tabla muestra los cambios experimentados en el grado de concienciación medioambiental de la población viguesa:

Zona	Año	Nada	Poco	Bastante	Mucho
Urbana	2007	2,5	68,8	28,7	0,0
	2012	0,9	26,7	65,2	7,2
Semiurbana	2007	1,5	66,4	31,7	0,4
	2012	2,0	41,3	55,8	0,9
Rural	2007	0,6	45,9	51,7	1,8
	2012	2,8	33,1	60,8	3,3

Resultados por género

El grado de concienciación medioambiental en el año 2007 era semejante por género, siendo muy ligeramente superior el de los hombres (33,2%) que el de las mujeres (33,0%). En 2012 se produjo un incremento considerable en la concienciación medioambiental de hombres y mujeres, siendo mayor el experimentado por estas últimas (68,4%) que por los primeros (63,0%).

Como se puede comprobar en la siguiente tabla, mientras que se mantiene constante la proporción de mujeres “nada” concienciadas, esta disminuye en los hombres del 2,7 al 1,9%, aumentando en ambos casos, tanto la proporción que está “bastante” como “muy” concienciada.

Género	Año	Nada	Poco	Bastante	Mucho
Mujer	2007	1,2	65,8	32,6	0,4
	2012	1,2	30,5	63,4	5,0
Hombre	2007	2,7	64,1	32,9	0,3
	2012	1,9	35,1	59,1	3,9

Resultados por edades

En la encuesta realizada en 2007 los grupos de menor edad eran los más concienciados (37,5% en el caso de los menores de 35 años y 37,2% en los comprendidos entre 35-54 años). En cambio, los resultados de la encuesta de 2012 muestran una concienciación creciente con la edad, pasando del 53,4% en los menores de 35 al 75,2% de los mayores de 75, tal como muestra la siguiente tabla:

Edad	Año	Nada	Poco	Bastante	Mucho
15-34	2007	1,1	61,4	37,3	0,2
	2012	1,7	44,8	51,7	1,7

35-54	2007	1,6	61,2	36,7	0,5
	2012	1,1	31,0	62,1	5,8
55-74	2007	1,3	74,2	23,8	0,7
	2012	2,5	22,8	69,6	5,1
≥75	2007	8,8	69,6	21,6	0,0
	2012	0,0	24,8	68,6	6,6

B) ESTUDIO DE FRECUENCIAS EN EL SEGUIMIENTO DE LAS PRÁCTICAS MEDIOAMBIENTALES

Consumo de energía

En el período evaluado se produce un incremento en el seguimiento de 6 de las 8 prácticas medioambientales analizadas, siendo el principal el experimentado polo uso doméstico de luces de bajo consumo (incremento del 91,9%). A mayor distancia se hallan los incrementos producidos en el parámetro cerrar los radiadores de las estancias no utilizadas o que tienen demasiado calor (+48,1%), control y evaluación del presupuesto domestico dedicado a la energía (+38,2%) o uso del transporte público en los desplazamientos diarios urbanos (+25,8%). Igualmente, el uso de los electrodomésticos a plena carga (+13,3%) o el lavado de la ropa en agua fría (+7,1%).

En cambio, disminuye el seguimiento de prácticas medioambientales como el uso del coche compartido en los desplazamientos al trabajo (-21,7%) y la consideración del etiquetado energético en la compra de los electrodomésticos (-20,9%).

Consumo de agua

En este bloque temático se produce un incremento en la extensión de 5 de las 6 buenas prácticas medioambientales analizadas.

El mayor incremento se corresponde al seguimiento periódico en el consumo de agua (+86,5%). A continuación se sitúan la revisión y mantenimiento periódico de la instalación de abastecimiento y desagüe (+52,0%), el uso de la ducha en lugar del baño (+39,4%) y la interrupción en el consumo de agua mientras se cepillan los dientes (+38,5%). El incremento experimentado por el riego de las plantas y jardines en las horas de menor intensidad de sol fue del 4,6%.

Sin embargo, el incremento del 76% en la variable "eliminación por el desagüe o inodoro de productos tóxicos o irritantes" es un aspecto negativo.

Generación de residuos

En este bloque temático, no obstante, se produjo una disminución en 5 de los 9 parámetros analizados. El mayor descenso tuvo lugar en el hábito de evitar la compra de aerosoles (-48,7%), en la elección de los productos menos embalados a la hora de la compra (-31,8%) y en el uso del sistema de recogida selectiva municipal para los residuos voluminosos (-26,6%). Menor fue la disminución experimentada en la práctica de imprimir por las dos caras a fin de ahorrar papel (-10%) o evitar la compra de productos que necesiten pilas para su funcionamiento (-3,3%).

Los incrementos más importantes en el seguimiento de buenas prácticas medioambientales se produjeron en la entrega de aceites de cocina a empresas especializadas o en puntos limpios (+222,2%), la separación de residuos en origen (+49,1%) y el uso de pilas recargables (+48,5%). A mayor distancia, el producido en la reutilización de las bolsas de plástico obtenidas en los supermercados (+11,6%).

Consumo responsable

Cinco de las siete prácticas ambientales analizadas experimentaron un incremento en los últimos cinco años. Entre ellas, los mayores incrementos se produjeron en el uso de productos reciclados (+61,1%) o en el consumo de productos que exhiben algún tipo de etiqueta ecológica (+60%). A mayor distancia, la compra de productos procedentes de la agricultura y/o ganadería ecológica (+26,7%), el control de la verdadera necesidad de los diferentes productos que se consumen diariamente (+23,8%) e intentar comprar productos alimenticios de temporada (+13,6%).

No obstante, experimentaron una disminución las siguientes prácticas ambientales: considerar la simbología naranja de los productos de limpieza (-58,7%) y la compra de productos certificados con la marca de comercio justo (-14,3%).

3.4 COMPARACIÓN ENTRE VIGO, UE Y ESPAÑA

Consumo de energía

La proporción de personas que nunca cierra los radiadores de las habitaciones aunque no las utilice o esté ausente de ellas es ligeramente superior en España (9%) que en Vigo (6%). En este sentido cabe referir que en España hasta un 13% no apaga la calefacción durante toda la noche en los períodos del año en que esta es utilizada.

El porcentaje de personas que tienen todas las luces de bajo consumo en su casa, es decir, que utilizan siempre luces de bajo consumo, registrada en Vigo (37%) duplica a la media

española (16%). No obstante, el uso parcial de este tipo de iluminación doméstica, o sea, abarcando sólo una parte de la casa, es muy semejante: 54% en Vigo y 53% en España.

El uso de electrodomésticos como la lavadora o lavavajillas a plena carga, es decir, lo suficientemente llenos, es del 82% en España frente al 74% en Vigo.

Hasta un 35% de la población en España y el 27% de la población entrevistada en Vigo reconoce no considerar nunca el nivel de eficiencia energética, es decir, el consumo de energía, de los electrodomésticos que compra. En cambio, refieren considerar siempre la eficiencia energética a la hora de comprar un electrodoméstico el 27% de la población viguesa frente al 19% de la europea y el 12% de la española.

Consumo de agua

La adopción de medidas de control del caudal de los grifos como, por ejemplo, cerrar el grifo durante el cepillado de los dientes, la media viguesa (67%) supera a la española (31%).

Generación de residuos

La proporción de población que en Vigo separa los residuos en origen (papel-cartón, vidrio, envases y materia orgánica) depositándolos en los contenedores correspondientes (82%) supera a la media gallega (60%) y española (75%).

El uso de sistemas de recogida selectiva municipal para residuos tipo electrodomésticos, ordenadores, colchones,... es superior en España (66%) que en la población viguesa entrevistada (44%).

La entrega de los aceites usados de cocina en empresas especializadas o en puntos limpios por parte de la población viguesa (27%) superó levemente a la media española (24%). En Galicia este hábito medioambiental es seguido por el 14%.

Consumo responsable

La población viguesa encuestada manifestó un mayor nivel de consumo de productos que muestran algún tipo de etiqueta ecológica (22%) que la media española (19%).

Con respecto al consumo de productos procedentes de la agricultura o de la ganadería ecológica la media española (60%) supera a la viguesa (53%). En este caso, la media europea (72%) supera a la viguesa y española.

EN RESUMEN:

Variables en los que la media viguesa supera a la española:

- Uso siempre de luces de bajo consumo en el domicilio particular.
- Consideración de la eficiencia energética en la compra de electrodomésticos.
- Uso del transporte público en los desplazamientos diarios urbanos.
- Separación de residuos en origen.
- Entrega de los aceites de cocina en empresas especializadas o puntos limpios.
- Consumo de productos que exhiben algún tipo de etiqueta ecológica.

Aspectos en los que la media española supera a la viguesa:

- Uso de la lavadora o lavavajillas a plena carga.
- Adopción de medidas del control del caudal en las llaves.
- Uso del sistema de recoja selectiva municipal de residuos voluminosos.
- Consumo de productos procedentes de la agricultura o ganadería ecológicas.

CONCLUSIONES

1. SOBRE LAS ENCUESTAS DEL EUROBARÓMETRO

Los hábitos de consumo, entendiendo estos como un código de buenas prácticas medioambientales, es un motivo de preocupación a nivel mundial, motivo por el cual muchos países promueven la concienciación ciudadana por medio de políticas que tratan de potenciar estos hábitos, algunos de los cuales han sido generados por el consumo privado de los hogares. Por ello, ciertas políticas se dirigen a promover la producción y consumo de productos respetuosos con el medio ambiente.

La realización de estudios que sirva para entender el comportamiento de los consumidores resulta de utilidad para conseguir reducir las presiones medioambientales relacionadas con los hábitos de consumo públicos y privados.

El crecimiento económico experimentado en los años anteriores a la crisis económica ha provocado que, en ocasiones, los hábitos de consumo fueran más allá de la mera necesidad. La declaración de Kiev hace hincapié en la importancia de modificar estos hábitos de la ciudadanía hacia prácticas más sostenibles. A pesar de ello, un 40% de la sociedad europea no se siente bien informada sobre los problemas ambientales, pues sólo la de mayor nivel educativo, en un 70%, se considera bien informada.

Las encuestas del Eurobarómetro 256, 365 y 316, "Actitud de los europeos respecto al consumo y la producción sostenibles", "hacia el medio ambiente" y "a la eficacia de los recursos", respectivamente, aportan, mediante sondeos demoscópicos, una información valiosa sobre el grado de conocimiento de la ciudadanía sobre el consumo sostenible y la disposición de los consumidores a adoptar pautas de comportamiento responsable. Esta información es una herramienta imprescindible en la planificación de políticas dirigidas a promover las buenas prácticas ambientales y los hábitos de consumo sostenibles.

Los resultados globales de estas encuestas se pueden sistematizar en las siguientes conclusiones:

- Un tercio de la ciudadanía europea dice reducir al mínimo la generación de residuos y el reciclado como acciones clave a la hora de solucionar los problemas ambientales.
- La mitad dice conocer, al menos de forma general, los impactos en el medio ambiente de los productos que compra o utiliza.

- Un 50% afirmó que el etiquetado ecológico juega un papel importante en las decisiones de compra, sobre todo si el producto puede ser reciclado o reutilizado. Estas decisiones se detectan más entre las personas que poseen un mayor nivel de conocimiento sobre los productos que compran (las más jóvenes son las que menos prestan atención al etiquetado, así como también las de menor nivel educativo).
- Más de un 50% considera que el uso de productos respetuosos con el medioambiente se vería potenciado por medio de una reducción de los impuestos sobre ellos y aumentando también la tasa a los productos más dañinos con la naturaleza.
- Un 80% contestó que el impacto de un determinado producto en la naturaleza es un elemento importante a la hora de decidir su compra. Y un 97% admitieron que la calidad del producto es un elemento determinante para llevar a cabo su compra (cuanto más mayores son las personas, más propensas son a decir que el impacto ambiental, el precio o la marca son muy importantes en sus decisiones de compra).
- Un 80% afirmó que tiene siempre y a menudo en cuenta la eficiencia energética a la hora de comprar productos que usan combustibles o electricidad, hábitos que aumentan con la edad, el nivel educativo y el estado social de los entrevistados.

En términos generales los resultados de las encuestas demuestran que la ciudadanía sigue respaldando medidas más sostenibles y estarían dispuestos a cambiar sus costumbres para potenciarlas. El consumo de recursos es algo imposible de evitar, por ello es esencial perseguir la eficiencia en el consumo a través de mejoras ecológicas en los productos y mediante el cambio de los patrones de consumo de la ciudadanía.

Análisis pormenorizado de las encuestas

- Sobre el consumo de energía:

Se ha observado un incremento del consumo global de electricidad por vivienda dedicado principalmente a la iluminación y a los electrodomésticos. Se espera un importante aumento en el consumo de electricidad de los hogares a no ser que se establezcan medidas significativas que promuevan la eficiencia energética. Por otra parte, se han desarrollado estudios encaminados a aumentar el conocimiento del comportamiento de los consumidores respecto al uso de la energía en el ámbito residencial, proceso esencial para diseñar políticas que promuevan el uso eficiente de la energía.

Dentro de este apartado, la Agencia Europea de Medio Ambiente señala que alrededor del 80% de la ciudadanía europea vive en áreas urbanas, donde el hecho de trasladarse de un lugar a otro condiciona un incremento energético debido al transporte que, en caso del privado, se lleva a cabo por comodidad, mala combinación del servicio público y por necesidades laborales.

- Sobre el consumo de agua:

De acuerdo con el informe “El medio ambiente en Europa. Estado y perspectiva 2010”, publicado por la Agencia Europea del Medio Ambiente, la media de litros de agua corriente que utiliza una persona por día se sitúa entre 100 - 200, observándose que se ha ido reduciendo el consumo de agua en los hogares a medida que aumentaba su precio. Por otra parte, muy pocos europeos conocían las nuevas estrategias sobre la política de agua que se estaba diseñando en la UE.

En relación a España, el consumo de agua era una de las preocupaciones más importantes, donde un 90% de los hogares tomaban alguna medida para ahorrar su consumo. Por ello, la tarificación del agua, el acceso a dispositivos de ahorro de este líquido y una mayor sensibilidad ciudadana contribuyen a potenciar la eficacia en el comportamiento consumista de los hogares, demandando la ciudadanía la necesidad de disponer de mayor y mejor información sobre el tema.

- Sobre generación de residuos:

La gestión de este tipo de productos sin dañar el medioambiente se ha convertido en uno de los mayores problemas de la sociedad actual, de acuerdo con los objetivos del VI Programa de Acción Comunitaria en materia de medioambiente. Su enfoque es adaptar la gestión de residuos a la nueva realidad europea, creando un cambio entre la manera de concebir los residuos como una carga indeseable a entenderlos como un recurso valioso.

La gestión de los residuos se inicia con la prevención, que está ligada con los métodos de producción y con la concienciación ciudadana para que demanden más productos ecológicos y con menos embalajes; esto es, consumir productos que produzcan menos residuos.

La política europea sobre residuos tiene entre sus objetivos el asegurar que éstos sean utilizados, en la medida de lo posible, como materia prima para fabricar nuevos productos, pues el reciclaje y la recuperación de los materiales son las opciones predominantes en la gestión de residuos, al mismo tiempo que se reduce el uso de vertederos. También la UE se plantea como objetivo la reducción de la cantidad de residuos generados mediante nuevas iniciativas que eviten su producción, un mejor uso de los recursos y el fomento de hábitos

de consumo más sostenibles (la producción media europea se cifra en 524 kg de residuos humanos por año).

- *Sobre consumo responsable:*

Un estudio reciente de la UE constató que el 25% de la comida comprada para los hogares terminaba en la basura (sólo un 11% de los encuestados afirmó no haber desperdiciado nada).

Las reformas políticas se encaminan a que, en los países de la UE, en el 2025 se haya reducido a la mitad el desperdicio global de alimentos (la UE genera 85 millones de toneladas, unos 180 kg por persona de desperdicios de comida, de los cuales un 43% provenían de los hogares). La promoción del consumo de alimentos ecológicos se potencia tanto por sus beneficios como por el menor empleo de fertilizantes artificiales y el uso reducido de pesticidas. Asimismo, se incide en los beneficios del consumo de alimentos de temporada por la reducción de los impactos medioambientales relacionados con el transporte y la energía dedicada a su mantenimiento (frigoríficos, congeladores,...).

Un tercio de la ciudadanía española está en desacuerdo con comprar estos productos ecológicos a un precio más elevado.

2. SOBRE LA OPINIÓN DE LA CIUDADANÍA VIGUESA

2.1 ENCUESTA SOBRE HÁBITOS DE CONSUMO 2012

El grado de concienciación es creciente con la edad, pasando del 53,4% en los comprendidos entre 15-34 años al 75,2% en los mayores de 75 años.

El mayor grado de concienciación sigue la siguiente pauta: pensionistas (78,8%), personas que realizan trabajos no remunerados (76,8%), parados (63,2%), trabajadores en activo (60,5%) y estudiantes (42,8%).

Por otra parte, la zona urbana, con un 72,4% muestra mayor concienciación que la rural (64,1%) y semiurbana (56,7%).

Dentro de los hábitos de consumo relacionados con la energía, el nivel de concienciación, en orden decreciente, es el siguiente: cierre de radiadores de habitaciones no utilizadas (78%), control del presupuesto energético familiar (74%), utilizar los electrodomésticos a plena carga (74%), usar luces de bajo consumo (68%), lavar la ropa en agua fría (63%), tener en cuenta el etiquetado energético de los electrodomésticos (38%), utilizar el transporte público en los desplazamientos diarios al trabajo (36%), compartir desplazamientos laborales en vehículo privado (14%).

Sobre los hábitos relacionados con el consumo de agua, la concienciación (de mayor a menor) sigue la siguiente distribución: uso de la ducha en lugar del baño (92%), control del caudal de agua del grifo (89%), seguimiento de su consumo periódico (67%), regado de plantas en horas de menor intensidad solar (46%), eliminar por desagüe productos tóxicos o peligrosos (41%) y revisión periódica de las instalaciones de abastecimiento y desagüe (35%).

Con respecto a la generación de residuos sigue la siguiente secuencia: reutilización de las bolsas de plástico de los supermercados (96%), separación de residuos en origen (82%), uso de pilas recargables (49%), impresión del papel por las dos caras (44%), utilización del sistema de recogida de residuos voluminosos (44%), evitar la compra de productos que consumen pilas (28%), entrega de aceites de cocina a empresas especializadas (27%), evitar la compra de aerosoles (28%) y uso de productos menos embalados (14%).

Dentro de los hábitos de consumo responsable, por orden decreciente, figuran: control de la verdadera necesidad de las compras (77%), adquisición de productos alimenticios de temporada (65%), uso de productos reciclados (28%), consumo de productos que exhiban alguna etiqueta ecológica (22%), compra preferente de productos de agricultura y ganadería ecológicas (18%), consumo de productos de limpieza atendiendo a la simbología naranja que exhiben (18%) y compra de productos certificados como Comercio Justo (11%).

A continuación se tabulan los hábitos de consumo medioambientales que obtuvieron un resultado superior al 66% (suma de frecuencia “siempre” y “a menudo”).

	%
¿Reutiliza las bolsas de plástico que le dan en el supermercado, usándolas como bolsas de basura, por ejemplo?	96
¿Utiliza ducha en lugar de baño?	92
¿Cierra el grifo del agua mientras se cepilla los dientes y fomenta este hábito entre los miembros de su familia?	89
¿Separa los residuos en origen: papel-cartón; vidrio; envases y materia orgánica, y los deposita en los contenedores correspondientes?	82
¿Cierra los radiadores de las habitaciones no utilizadas o que tienen demasiado calor?	78
¿Controla la verdadera necesidad de los diferentes productos (alimentos, productos de limpieza, papel, ropa, cosméticos) que compra?	77
¿Controla, evalúa y compara el presupuesto de su hogar que dedica a energía (luz, gas,...)?	74
Cuando tiene que poner una lavadora o un lavaplatos, ¿espera a tener suficiente ropa o loza para llenar o utiliza a media carga, si tiene la opción?	74
¿Utiliza luces de bajo consumo en su casa?	68
¿Lleva a cabo un seguimiento del consumo periódico de agua (en m ³)?	67

La siguiente tabla muestra las prácticas ambientales cuya suma de las frecuencias “a menudo” y “siempre” es inferior al 34%.

	%
¿Intenta comprar productos certificados con la marca de comercio justo?	11
En caso de realizar los desplazamientos laborales en vehículo privado, ¿lo comparte con otras personas?	14
A la hora de realizar la compra, ¿escoge aquellos productos menos embalados?	14
¿Evita comprar aerosoles?	18
¿Compra preferentemente productos procedentes de agricultura y ganadería ecológicas?	18
A la hora de comprar productos de limpieza, ¿examina el producto teniendo en cuenta los símbolos naranja que exhibe (tóxico, inflamable, nocivo,...)?	18
¿Consumo productos que exhiben algún tipo de etiqueta ecológica?	22
¿Entrega los aceites de cocina a empresas especializadas o los lleva a puntos limpios?	27
¿Evita, en la medida de lo posible, comprar productos que necesiten pilas para su funcionamiento?	28
¿Utiliza productos reciclados?	28

Finalmente, las siguientes tablas muestran los niveles máximos y mínimos de la suma de las frecuencias “a menudo” y “siempre” en cada una de las preguntas formuladas por zonas, donde *U* es Zona Urbana; *SU*, semiurbana y *R*, rural.

CONSUMO DE ENERGÍA

	%	Máx.	Mín.
¿Cierra los radiadores de las habitaciones no utilizadas o que tienen demasiado calor?	78	88 (SU)	64 (U)
¿Controla, evalúa y compara el presupuesto de su hogar que dedica a energía (luz, gas,...)?	74	78 (U)	62 (R)
¿Utiliza luces de bajo consumo en su casa?	68	71 (SU)	59 (R)
Cuando tiene que poner una lavadora o un lavaplatos, ¿espera a tener suficiente ropa o loza para llenar o utiliza a media carga, si tiene la opción?	74	82 (R)	62 (SU)
En general, ¿suele lavar la ropa en agua fría?	63	85 (R)	51 (SU)
A la hora de comprar un electrodoméstico, ¿tiene en cuenta el consumo de energía y agua para decidirse por un modelo?, ¿tiene en cuenta su etiquetado energético?	38	50 (R)	22 (SU)
En sus desplazamientos diarios y urbanos que realizan los miembros de su casa por razones de trabajo, ¿utilizan generalmente el transporte público?	36	53 (SU)	24 (U)
En caso de realizar los desplazamientos laborales en vehículo privado, ¿lo comparte con otras personas?	14	18 (R)	10 (SU)

CONSUMO DE AGUA

	%	Máx.	Mín.
¿Lleva a cabo un seguimiento del consumo periódico de agua (en m ³)?	67	72 (R)	64 (SU)
Realiza periódicamente unha revisión e manutención da instalación de abastecemento e sumidoiro de auga da súa vivenda?	35	49 (R)	29 (SU)
¿Cierra el grifo del agua mientras se cepilla los dientes y fomenta este hábito entr elos miembros de su familia?	89	91 (U)	87 (SU)
¿Elimina por el desagüe o inodoro productos que son tóxicos o irritantes como amoníaco o lejía?	41	54 (R)	40 (SU, U)
¿Utiliza ducha en lugar de baño?	92	93 (SU)	91 (U, R)
¿Riega las plantas y el jardín en las horas de menor intensidad de sol?	46	54 (R)	42 (U)

GENERACIÓN DE RESIDUOS

	%	Máx.	Mín.
¿Separa los residuos en origen: papel-cartón; vidrio; envases y materia orgánica, y los deposita en los contenedores correspondientes?	82	83 (SU)	76 (R)
¿Utiliza el sistema de recogida selectiva municipal para los residuos voluminosos (colchones, muebles, electrodomésticos...)?	44	49 (R)	43 (U, SU)
¿Utiliza pilas recargables?	49	51 (SU)	33 (R)
¿Evita, en la medida de lo posible, comprar productos que necesiten pilas para su funcionamiento?	28	30 (U)	25 (R)
A la hora de realizar la compra, ¿escoge aquellos productos menos embalados?	14	16 (SU)	11 (R)
¿Entrega los aceites de cocina a empresas especializadas o los lleva a puntos limpios?	27	33 (SU)	23 (U)
¿Evita comprar aerosoles?	18	20 (U)	15 (R)
¿Imprime por las dos caras a fin de ahorrar consumo de papel?	44	47 (SU)	33 (R)
¿Reutiliza las bolsas de plástico que le dan en el supermercado, usándolas como bolsas de basura, por ejemplo?	96	96 (R, U)	95 (SU)

CONSUMO RESPONSABLE

	%	Máx.	Mín.
¿Controla la verdadera necesidad de los diferentes productos (alimentos, productos de limpieza, papel, ropa, cosméticos) que compra?	77	82 (R)	74 (SU)
¿Intenta comprar los productos alimenticios (verdura, pescado, frutas) de temporada?	65	79 (R)	59 (U)
¿Consumo productos que exhiben algún tipo de etiqueta ecológica?	22	25 (R)	22 (U)
¿Utiliza productos reciclados?	28	29 (SU, U)	20 (R)
¿Compra preferentemente productos procedentes de agricultura y ganadería ecológicas?	18	21 (SU)	15 (U)
¿Intenta comprar productos certificados con la marca de comercio justo?	11	12 (U)	10 (R, SU)
¿A la hora de comprar productos de limpieza, examina el producto teniendo en cuenta los símbolos naranja que exhibe (tóxico, inflamable, nocivo,...)?	18	19 (SU)	16 (U)

2.2 COMPARACIÓN ENCUESTA HÁBITOS DE CONSUMO 2012 - 2007

A) Grado de concienciación

En casi seis años (desde abril/mayo de 2007 a noviembre/diciembre de 2012) se ha duplicado el nivel de concienciación medioambiental, pasando del 33,1% al 65,8%, tal como se puede comprobar en la siguiente tabla:

	Nada	Poco	Bastante	Mucho
2007	1,9	65,0	32,7	0,3
2012	1,5	32,7	61,3	4,5

Por zonas, en el año 2007 la rural era la única zona en que la mayoría de la población estaba bastante o muy concienciada (53,5%), frente a la urbana (28,7%) y semiurbana (32,1%). La encuesta de 2012 muestra que la población más concienciada es la urbana (72,4%), seguida por la rural (64,1%) y semiurbana (56,7%).

La siguiente tabla muestra los cambios experimentados en el grado de concienciación medioambiental de la población viguesa:

Zona	Año	Nada	Poco	Bastante	Mucho
Urbana	2007	2,5	68,8	28,7	0,0
	2012	0,9	26,7	65,2	7,2
Semiurbana	2007	1,5	66,4	31,7	0,4
	2012	2,0	41,3	55,8	0,9
Rural	2007	0,6	45,9	51,7	1,8
	2012	2,8	33,1	60,8	3,3

El grado de concienciación medioambiental en el año 2007 era semejante por género, (33,2% y 33,0% para hombres y mujeres, respectivamente). En 2012 se produjo una variación, siendo mayor la experimentada por las mujeres (68,4%) que la de los hombres (63,0%).

Género	Año	Nada	Poco	Bastante	Mucho
Mujer	2007	1,2	65,8	32,6	0,4
	2012	1,2	30,5	63,4	5,0
Hombre	2007	2,7	64,1	32,9	0,3
	2012	1,9	35,1	59,1	3,9

En la encuesta realizada en 2007 los grupos de menor edad eran los más concienciados (37,5% en el caso de los menores de 35 años y 37,2% en los comprendidos entre 35-54 años). En cambio, los resultados de la encuesta de 2012 muestran una concienciación creciente con la edad, pasando del 53,4% en los menores de 35 al 75,2% de los mayores de 75, tal como muestra la siguiente tabla:

Edad	Año	Nada	Poco	Bastante	Mucho
15-34	2007	1,1	61,4	37,3	0,2
	2012	1,7	44,8	51,7	1,7
35-54	2007	1,6	61,2	36,7	0,5
	2012	1,1	31,0	62,1	5,8
55-74	2007	1,3	74,2	23,8	0,7
	2012	2,5	22,8	69,6	5,1
≥75	2007	8,8	69,6	21,6	0,0
	2012	0,0	24,8	68,6	6,6

B) Estudio de frecuencias en el seguimiento de las prácticas medioambientales

Consumo de energía

En el período evaluado se produce un incremento en el seguimiento de 6 de las 8 prácticas medioambientales analizadas, siendo el principal el experimentado polo uso doméstico de luces de bajo consumo (incremento del 91,9%). A mayor distancia se hallan los incrementos producidos en el parámetro cerrar los radiadores de las estancias no utilizadas o que tienen demasiado calor (+48,1%), control y evaluación del presupuesto domestico dedicado a la energía (+38,2%) o uso del transporte público en los desplazamientos diarios urbanos (+25,8%). Igualmente, el uso de los electrodomésticos a plena carga (+13,3%) o el lavado de la ropa en agua fría (+7,1%).

En cambio, disminuye el seguimiento de prácticas medioambientales como el uso del coche compartido en los desplazamientos al trabajo (-21,7%) y la consideración del etiquetado energético en la compra de los electrodomésticos (-20,9%).

Consumo de agua

En este bloque temático se produce un incremento en la extensión de 5 de las 6 buenas prácticas medioambientales analizadas.

El mayor incremento se corresponde al seguimiento periódico en el consumo de agua (+86,5%). A continuación se sitúan la revisión y mantenimiento periódico de la instalación de abastecimiento y desagüe (+52,0%), el uso de la ducha en lugar del baño (+39,4%) y la interrupción en el consumo de agua mientras se cepillan los dientes (+38,5%). El incremento experimentado por el riego de las plantas y jardines en las horas de menor intensidad de sol fue del 4,6%.

Sin embargo, el incremento del 76% en la variable “eliminación por el desagüe o inodoro de productos tóxicos o irritantes” es un aspecto negativo.

Generación de residuos

En este bloque temático se produjo una disminución en 5 de los 9 parámetros analizados. El mayor descenso tuvo lugar en el hábito de evitar la compra de aerosoles (-48,7%), en la elección de los productos menos embalados a la hora de la compra (-31,8%) y en el uso del sistema de recogida selectiva municipal para los residuos voluminosos (-26,6%). Menor fue la disminución experimentada en la práctica de imprimir por las dos caras a fin de ahorrar papel (-10%) o evitar la compra de productos que necesiten pilas para su funcionamiento (-3,3%).

Los incrementos más importantes en el seguimiento de buenas prácticas medioambientales se produjeron en la entrega de aceites de cocina a empresas especializadas o en puntos limpios (+222,2%), la separación de residuos en origen (+49,1%) y el uso de pilas recargables (+48,5%). A mayor distancia, el producido en la reutilización de las bolsas de plástico obtenidas en los supermercados (+11,6%).

Consumo responsable

Cinco de las siete prácticas ambientales analizadas experimentaron un incremento en este período. Entre ellas, los mayores incrementos se produjeron en el uso de productos reciclados (+61,1%) o en el consumo de productos que exhiben algún tipo de etiqueta ecológica (+60%). A mayor distancia, la compra de productos procedentes de la agricultura y/o ganadería ecológica (+26,7%), el control de la verdadera necesidad de los diferentes productos que se consumen diariamente (+23,8%) e intentar comprar productos alimenticios de temporada (+13,6%).

En contrapartida, experimentaron una disminución las siguientes prácticas ambientales: considerar la simbología naranja de los productos de limpieza (-58,7%) y la compra de productos certificados con la marca de comercio justo (-14,3%).

2.3 COMPARACIÓN VIGO - ESPAÑA

Parámetros en los que la media viguesa supera a la española (%):

	Vigo	España
Utilización siempre de luces de bajo consumo en el domicilio particular.	37	16
Considerar siempre la eficiencia energética en la compra de electrodomésticos (18% en la UE)	27	12
Separación de residuos en origen (27% con frecuencia y 55% siempre en Vigo)	82	75

Entrega de aceites de cocina a empresas especializadas o puntos limpios (14% en Galicia)	27	24
Consumo de productos que exhiben algún tipo de etiqueta ecológica	22	19
Adopción de medidas de control del caudal en las llaves de agua	67	31

Parámetros nos que a media española supera á viguesa (%):

	Vigo	España
No cerrar los radiadores de las habitaciones aunque no se utilicen	6	9
Empleo de electrodomésticos (lavadoras o lavavajillas) a plena carga	74	82
Uso de sistemas de recogida selectiva municipal para residuos voluminosos (electrodomésticos, colchones, ordenadores,...)	44	66
Consumo de productos procedentes de la agricultura o ganadería ecológica (72% en Europa)	53	60

ANEXOS

A1. CUESTIONARIO APLICADO

CÓDIGO ENCUESTA (FAC. POR EL PROGRAMA)							
DISTRITO		SEXO				HOMBRE	MUJER
EDAD	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49
	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-99

SITUACIÓN LABORAL	Estudiante	Desempleado	Trabajo no remunerado (ama de casa...)	Trabajador/a en activo	Pensionista
-------------------	------------	-------------	--	------------------------	-------------

CONSUMO DE ENERGÍA

	NUNCA	A VECES	AMENUDO	SIEMPRE	NS/NC
P1.- ¿Cierra los radiadores de las habitaciones no utilizadas o que tienen demasiado calor?					
P2.- ¿Controla, evalúa y compara el presupuesto de su hogar que dedica a energía (luz, gas,...)?					
P3.- ¿Utiliza luces de bajo consumo en su casa?					
P4.- Cuando tiene que poner una lavadora o un lavavajillas, ¿espera a tener suficiente ropa o vajilla para llenar o utiliza a media carga, si tiene la opción?					
P5.- En general, ¿suele lavar la ropa en agua fría?					
P6.- A la hora de comprar un electrodoméstico, ¿tiene en cuenta el consumo de energía y agua para decidirse por un modelo?, ¿Tiene en cuenta su etiquetado energético?					
P7.- En los desplazamientos diarios y urbanos que realizan los miembros de su casa por razones de trabajo, ¿utilizan generalmente el transporte público?					
P8.- En caso de realizar los desplazamientos laborales en vehículo privado, ¿lo comparte con otras personas?					

CONSUMO DE AGUA

	NUNCA	A VECES	A MENUDO	SIEMPRE	NS/NC
P9.- ¿Lleva a cabo un seguimiento del consumo periódico de agua (en m ³)?					
P10.- ¿Realiza periódicamente una revisión y mantenimiento de la instalación de abastecimiento y desagüe de agua de su vivienda?					
P11.- ¿Cierra el grifo del agua mientras se cepilla los dientes y fomenta este hábito entre los miembros de su familia?					
P12.- ¿Elimina por el desagüe o inodoro productos que son tóxicos o irritantes como amoníaco o lejía?					
P13.- ¿Utiliza ducha en lugar de baño?					
P14.- ¿Riega las plantas y el jardín en las horas de menor intensidad de sol?					

GENERACIÓN DE RESIDUOS

	NUNCA	A VECES	A MENUDO	SIEMPRE	NS/NC
P15.- ¿Separa los residuos en origen: papel-cartón; vidrio; envases y materia orgánica, e los deposita en los contenedores correspondientes?					
P16.- ¿Utiliza el sistema de recogida selectiva municipal para los residuos voluminosos (colchones, muebles, electrodomésticos...)?					
P17.- ¿Utiliza pilas recargables?					
P18.- ¿Evita, en la medida de lo posible, comprar productos que necesiten pilas para su funcionamiento?					
P19.- A la hora de realizar la compra, ¿escoge aquellos productos menos embalados?					
P20.- ¿Entrega los aceites de cocina a empresas especializadas o los lleva a puntos limpios?					
P21.- ¿Evita comprar aerosoles?					
P22.- ¿Imprime por las dos caras a fin de ahorrar consumo de papel?					
P23.- ¿Reutiliza las bolsas de plástico que le dan en el supermercado, usándolas como bolsas de basura, por ejemplo?					

CONSUMO RESPONSABLE

	NUNCA	A VECES	AMENUDO	SIEMPRE	NS/NC
P24.- ¿Controla la verdadera necesidad de los diferentes productos (alimentos, productos de limpieza, papel, ropa, cosméticos) que compra?					
P25.- ¿Intenta comprar los productos alimenticios (verdura, pescado, frutas) de temporada?					
P26.- ¿Consume productos que exhiben algún tipo de etiqueta ecológica?					
P27.- ¿Utiliza productos reciclados?					
P28.- ¿Compra preferentemente productos procedentes de agricultura y ganadería ecológicas?					
P29.- ¿Intenta comprar productos certificados con la marca de comercio justo?					
P30.- ¿A la hora de comprar productos de limpieza, examina el producto teniendo en cuenta los símbolos naranja que exhibe (tóxico, inflamable, nocivo,...)?					

A2. DIVISIÓN DEL MUNICIPIO DE VIGO EN ZONAS Y DISTRITOS

A partir de los diferentes barrios y parroquias, el Municipio de Vigo está configurado por los siguientes Distritos:

Distrito 1: AREAL, BARRIO DO CURA, BERBÉS, CENTRO, CÍES, ESTACIÓN, FERRARÍA, GARCÍA OLLOQUI, SANTIAGO DE VIGO.

Distrito 2: A ROLA, AREOSA, CASABLANCA, FÁTIMA, FERNANDO O CATÓLICO, MARÍA BERDIALES, O CASTRO, PRAZA DE ESPAÑA, RAVISO, RIBADAVIA, SAN ROQUE.

Distrito 3: BARCELONA, BEIRAMAR, CAMELIAS, HISPANIDADE, INDEPENDENCIA, INDUSTRIA, PENICHE, PICACHO, POVISA, PRAZA DE ESPAÑA, REQUEIRO, SEARA, TRAVESAS.

Distrito 4: BALAÍDOS, BOUZAS, COIA, ESPEDRIGADA.

Distrito 5: CASTRELOS Y SÁRDOMA.

Distrito 6: TEIS.

Distrito 7: CABRAL, CANDEÁN Y LAVADORES.

Distrito 8: BEADE, BEMBRIVE, MATAMÁ, VALADARES Y ZAMÁNS.

Distrito 9: ALCABRE, COMESAÑA, CORUXO, NAVIA, OIA Y SAIÁNS.

Distribución de la población de los distritos de Vigo (1/1/2010):

Distrito	Población
1	20816
2	34308
3	43815
4	52384
5	16273
6	39199
7	59540
8	20087
9	22666
TOTAL	299088

Tomando como base estos nueve distritos de la ciudad, se podrían determinar tres zonas para el municipio:

Zona urbana: Distritos 1, 2, 3 y 4.

Zona semiurbana: Distritos 5, 6 y 7.

Zona rural: Distritos 8 y 9.



BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

- Valedor do Cidadán (2007). Hábitos de consumo sobre enerxía, auga, xeración de residuos e produtos que fomentan a sustentabilidade da cidadanía viguesa. L. Espada Recarey.
Disponible en: http://hoxe.vigo.org/pdf/valedorcidadan/AO_9.pdf
- AEMA (2007). El medio ambiente en Europa, cuarta evaluación. Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.
Disponible en: http://www.eea.europa.eu/es/publications/state_of_environment_report_2007_1
- AEMA (2010). El medio ambiente en Europa: Estado y perspectivas 2010 - Síntesis. Copenhague: Agencia Europea de Medio Ambiente.
Disponible en: <http://www.eea.europa.eu/soer/synthesis/translations/el-medio-ambiente-en-europa>
- AEMA (2012). Consumption and the environment – 2012 update. The European environment – state and outlook 2010 (SOER 2010). Copenhague: Agencia Europea del Medio Ambiente.
Disponible en: <http://www.eea.europa.eu/publications/consumption-and-the-environment-2012/>
- Base de datos ODYSSEE (2012). Indicadores europeos de eficiencia energética.
Disponible en: www.odyssee-indicators.org/
- BIO Intelligence Service (2012). Policies to encourage sustainable consumption. Informe final preparado para la Comisión Europea (DG ENV).
Disponible en: http://ec.europa.eu/environment/eussd/pdf/report_22082012.pdf
- BIPRO (2012). Screening of waste management performance of EU Member States. Informe realizado dentro del proyecto de la Comisión Europea "Support to Member States in improving waste management based on assessment of Member States' performance". Informe preparado para la Comisión Europea, DG ENV, Julio 2012.
Disponible en: http://ec.europa.eu/environment/waste/studies/pdf/Screening_report.pdf
- Comisión Europea (2008). Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones, de 25 de junio de 2008, relativa al Plan de Acción sobre Consumo y Producción

Sostenibles y una Política Industrial Sostenible. Bruselas: Comisión de las Comunidades Europeas.

Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52008DC0397:ES:NOT>

- **Comisión Europea (2009). Flash Eurobarómetro FL256. Europeans' attitudes towards the issue of sustainable consumption and production. Analytical report. Bruselas: Dirección General de Medio Ambiente.**
Disponible en: http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_256_en.pdf
- **Comisión Europea (2010). Being wise with waste: the EU's approach to waste Management. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea.**
Disponible en: <http://ec.europa.eu/environment/waste/pdf/WASTE%20BROCHURE.pdf>
- **Comisión Europea (2011). Desarrollo sostenible en la Unión Europea. Informe de seguimiento de 2011 sobre la Estrategia de Desarrollo Sostenible de la UE. Resumen ejecutivo. Bruselas: Eurostat.**
Disponible en: http://ep.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/224-ES/ES/224-ES-ES.PDF
- **Comisión Europea (2011). Special Eurobarometer 365. Attitudes of European citizens towards the environment. Provisional summary. Bruselas: Dirección General de Medio Ambiente.**
Disponible en: http://ec.europa.eu/environment/pdf/ebs_365_en.pdf
- **Comisión Europea (2011). Flash Eurobarometer 316. Attitudes of Europeans towards resource efficiency. Bruselas: Dirección General de Medio Ambiente.**
Disponible en: http://ec.europa.eu/environment/pubs/pdf/eurobarometer/FL316%20Analytical%20Report_180311.pdf
- **Comisión Europea (2012). Flash Eurobarómetro 344. Actitudes de los europeos acerca del agua - temas relacionados. Bruselas: Dirección General de Medio Ambiente.**
Disponible en: http://ec.europa.eu/environment/pdf/fl_344_sum_en.pdf
- **Ecorys (2011). Mid-term Evaluation of the Sustainable Consumption and Production and Sustainable Industrial Policy Action Plan. Technical Report - 2011 - 053. Rotterdam: Comisión Europea - DG de Medio Ambiente.**
Disponible en: <http://ec.europa.eu/environment/eussd/pdf/14.%20SCPSIP%20AP%20Mid%20Term%20-%20Final%20Report.pdf>
- **Fischer, C., Claus Davidsen (2010). Europe as a Recycling Society. The European Recycling Map. Copenhagen: European Topic Centre on Sustainable Consumption**

and Production para la Agencia Europea de Medio Ambiente.

Disponible en: http://scp.eionet.europa.eu/publications/WP2010_5_The%20European%20Recycling%20Map/wp/WP2010_5

- **IDAE (2012). Energy Efficiency Policies and Measures in Spain. Odyssee - Mure 2010. Monitoring of EU and national energy efficiency targets. Madrid: IDAE**
Disponible en: http://www.odyssee-indicators.org/publications/PDF/spain_nr.pdf
- **Instituto Nacional de Estadística (INE) (2008). Encuesta de Hogares y Medio Ambiente. Año 2008. Madrid: INE.**
Disponible en: <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?L=0&type=pcaxis&path=%2Ft25%2Fp500&file=inebase>
- **Naciones Unidas (2010). Trends in sustainable development: Towards Sustainable Consumption and Production. Nueva York: Naciones Unidas**
- **OCDE (2008). Promoting Sustainable Consumption: good practices in OECD countries. OCDE.**
Disponible en: <http://www.oecd.org/greengrowth/40317373.pdf>
- **OECD (2011). Greening Household Behaviour: The Role of Public Policy. OCDE.**
Disponible en: <http://www.oecd.org/sweden/greeninghouseholdbehaviourtheroleofpublicpolicy.htm>

