

Estado actual de la utilización de las bolsas de plástico de un solo uso. Punto de vista de los consumidores

Mar Carlos

Vicent Chulvi

Eugenia Martínez

Universitat Jaume I. Castellón de la Plana

Abstract

One of the main aims of the Spanish Integrated National Waste Plan for the period 2008-2015 is to reduce the waste generation. Specifically, as a preventive measure the Plan recommends reducing the package waste quantity and the hazard they could represent. In this way, the Plan points that the quantity of one use commercial bags must decrease in approximately 50% from 2010. Furthermore, it proposes a timetable to substitute the non biodegradable plastics and from 2010 forth to forbid their use. In the last years, many commercial establishments have withdrawn the one use commercial bags they offered to their customers. This work analysis the current situation from the customers point of view respect the measures adopted by the main supermarkets. These measures imply the payment of the bags that were free in the past. The study takes into account the user's opinion respect this measure and their environmental awareness level.

Keywords: *reduce; plastic; bags; environmental, awareness*

Resumen

Uno de los principales objetivos del Plan Nacional Integrado de Residuos para el período 2008-2015 es disminuir la generación de residuos. Como medida preventiva se recomienda reducir la cantidad y nocividad de los residuos de envases. En este aspecto se concreta que la cantidad de bolsas comerciales de un solo uso deberán disminuir en un 50% a partir de 2010. Además propone establecer un calendario de sustitución de plásticos no biodegradables y prohibir su utilización progresiva a partir de 2010. Muchos establecimientos comerciales han iniciado en los últimos años una retirada de las bolsas de un solo uso que ofrecían a sus clientes. En este trabajo se pretende analizar cuál es la situación actual desde el punto de vista de los consumidores respecto a estas medidas. En este sentido, se estudian los hábitos de personas que acuden habitualmente a comprar a establecimientos en los cuales la adquisición de una bolsa para transportar los productos representa un coste económico. También se ha tenido en cuenta la opinión de los usuarios frente a estas medidas y el grado de concienciación ambiental de los mismos.

Palabras clave: *reducir; bolsas; plástico, concienciación, ambiental*

1. Introducción

Una gran proporción del plástico producido cada año es utilizado para realizar productos destinados al embalaje o para fabricar otros productos de vida corta que se desechan en menos de un año desde su producción. Se estima que aproximadamente un 4% de la producción de petróleo y gas mundial, recursos no renovables, se usa como materia prima para la producción de plásticos y entre un 3-4% se usa como energía para su producción (Hopwell, 2008).

Las bolsas de plástico de un solo uso que los consumidores adquieren en los supermercados para transportar los productos a sus hogares son un ejemplo de los productos de vida útil corta mencionados anteriormente. Las bolsas de plástico representan una parte importante del sector del embalaje y son un tipo de producto que se ha visto sujeto a un escrutinio significativo a lo largo de los últimos años. Los datos disponibles muestran que el volumen total de producción en Europa en 2008 fue de 3,4 Mt. Este número es de especial importancia si se tiene en cuenta el peso de cada bolsa individual. Asumiendo que una bolsa puede pesar entre 8 y 60g esto se traduce en que en Europa se consumieron en un año una media de entre 57 y 425 billones de bolsas de plástico. (Comisión Europea, 2008)

En España, desde la entrada en vigencia del I Plan Nacional Integrado de Residuos (PNIR) tanto las infraestructuras como la gestión de los residuos sólidos urbanos (RSU) han mejorado, sin embargo la cantidad de RSU producidos no ha dejado de aumentar. Entre los objetivos del PNIR se encuentra la reducción de los RSU en la medida de lo posible y la valorización energética de los mismos. En el caso concreto de las bolsas comerciales de un solo uso, el PNIR establece que deberán disminuir en un 50% a partir de 2010.

La aplicación práctica de esta medida en España ha significado que muchos supermercados dejen de ofrecer a sus clientes bolsas de plástico de modo gratuito como ya han hecho otros países europeos. En marzo de 2002 se introdujo en Irlanda una especie de canon medioambiental aplicado a las bolsas de plástico de la compra. Las bolsas pasaron de ser gratuitas a costar 20 céntimos de euro cada una. Como resultado de esta acción, el uso de las bolsas de plástico se vio reducido en un 90%, lo cual supuso la retirada de la circulación de un billón de bolsas de plástico (Dobson, 2007). La iniciativa se extendió posteriormente a varias ciudades de Reino Unido. En países como Bélgica y Alemania los clientes también pagan por las bolsas de plástico.

Como alternativa para transportar los productos desde el supermercado hasta el hogar se potencia el uso de bolsas de tela o rafia, a la venta también en la misma superficie comercial, o el tradicional carro de la compra. El descenso de uso de bolsas de plástico lleva asociado por otro lado el aumento de la compra de bolsas de basura, diseñadas y fabricadas para depositar los RSU. Hay que tener en cuenta que mucha gente reutilizaba las bolsas de plástico facilitadas por los supermercados para depositar sus RSU y ahora se ven obligados a comprar bolsas específicas para la basura. El comportamiento de los ciudadanos ante la necesidad de reducir, reutilizar y reciclar han sido fuente de numerosos estudios como el presentado por Barr en 2001 o el de Conolly en 2003 que analiza el concepto de consumo sostenible.

Muchos autores han analizado el comportamiento y actitudes de los consumidores frente al reciclaje, Barr (2001), y el consumo sostenible, Connolly (2003). En el presente caso de estudio, se pretende analizar cual ha sido el comportamiento de los consumidores ante la aplicación de la medida de pago de las bolsas de plástico de un solo uso adoptadas por la gran mayoría de supermercados para satisfacer las exigencias del PNIR. El método utilizado para la obtención de información de los usuarios ha sido la realización de una encuesta. Con ella se quiere recabar información acerca de los hábitos de compra y uso así como del grado de concienciación medioambiental de los consumidores.

2. Desarrollo de la encuesta

La encuesta propuesta se ha divulgado principalmente por Internet, pero para tener acceso a un mayor tipo de consumidores, especialmente personas que habitualmente no se conectan a la red, se ha efectuado también en papel, acudiendo directamente al encuestado. La encuesta realizada plantea un total de 21 preguntas. Las tres primeras preguntas hacen referencia a la información general que se ha considerado necesaria para conocer mejor el tipo de consumidor. A partir de la cuarta pregunta se inicia la evaluación de los hábitos de compra y la concienciación medioambiental de los consumidores. Las preguntas planteadas han sido las que se muestran a continuación:

1. Número de habitantes en casa
2. Número de menores de 2 años en casa
3. Datos personales: Género, edad, nivel de estudios, situación laboral y categoría profesional.
4. ¿Separa la basura en casa? (Sí, todo lo reciclable; Sólo los envases de mayor tamaño; No)
5. ¿Cuántas veces compra en supermercados en un mes?
6. ¿Utiliza vehículo cuando realiza la compra en el supermercado? (Siempre; En ocasiones; Nunca)
7. ¿Qué opción prefiere al realizar sus compras? (En cuanto al transporte de los productos: bolsa de un solo uso; bolsa reutilizable; Bolsa de tela; Carro; Combinación de los anteriores)
8. ¿Cuál es su criterio a la hora de definirse por esta opción? (Precio; Comodidad; Conciencia ecológica)
En caso de haber marcado la tercera opción, ¿Qué promueve su elección? (El reciclaje; la Reutilización; Otros criterios medioambientales)
9. ¿Rechaza las bolsas de plástico de los comercios y usa una reutilizable? (Sí, siempre; Sí, si es pagando; A veces; No)
10. Si es usuario de bolsas reutilizables, ¿cuántas veces utiliza la misma bolsa? (Menos de 10 veces; De 11 a 20 veces; De 21 a 30 veces; Más de 30 veces)
11. ¿Cuántas bolsas de plástico usa en la misma compra? (Ninguna; Menos de 5 unidades; Entre 5 y 10 unidades; Más de 10 unidades)
12. ¿Reutiliza las bolsas de plástico, de un solo uso no biodegradables, que todavía ofrecen algunos supermercados? (Siempre; Habitualmente; Ocasionalmente; Nunca)
13. ¿Cuáles son los usos secundarios, más frecuentes, de las bolsas de plástico que reutiliza? Indique una o más opciones (Como bolsa de basura; Como envase en casa; Para transportar comida u otros objetos; Re-uso en otras compras; Recogida deposiciones animales domésticos; otras)
14. ¿En su domicilio qué utiliza más como bolsa de basura? (Bolsas de plástico del supermercado; bolsas de basura)
15. ¿Le parece bien que los supermercados dejen de facilitar gratuitamente bolsas de plástico? (Sí, es lo más ecológico; No prefiero que las sigan facilitando; NS/NC)
16. ¿Cree que supone un beneficio dejar de usar bolsas de plástico en los supermercados? (Sí, es más ecológico; No, es mayor molestia que el ahorro)

17. ¿Ha reducido el número de bolsas de plástico en sus compras habituales desde que cuestan dinero? (Sí, No)
18. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una bolsa de plástico de un solo uso no biodegradable? (Entre 1-4 céntimos de euro; Entre 5-8 céntimos; Entre 8-12 céntimos; Nada)
19. ¿Sabe en qué contenedor se deben depositar las bolsas de plástico para su retirada y correcto reciclaje? (Sí, No)
20. ¿Recicla correctamente las bolsas de plástico cuándo se deshace de ellas? (Sí; A veces; No)
21. ¿Cree que la medida de retirar las bolsas de plástico, de un solo uso no biodegradables, disminuye su comodidad como consumidor? (Sí; En algunos casos; No)

Atendiendo a la ecuación propuesta por Barlett (2001) para determinar el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{t^2 pq}{d^2} \quad (1)$$

Donde t toma el valor 1.96 que es el correspondiente para un nivel de confianza del 95%; d es el margen de error, que toma el valor de 0.05; p es la proporción a estudiar y $q = 1-p$. Con esta fórmula, teniendo en cuenta las 50 primeras respuestas aleatorias de las preguntas 15 y 17 que son las más significativas de la encuesta, el valor mínimo de la muestra para que se considere representativa es de 310 encuestados. En total se recogieron 350 encuestas con lo que el tamaño de la muestra es adecuado.

3. Resultados de la encuesta

Como se ha comentado anteriormente las preguntas 1, 2 y 3 recogen información general del encuestado como el número de habitantes de la vivienda y otros datos personales del encuestado. De esta primera sección se ha obtenido por ejemplo que el 38% de los encuestados son hombres frente al 62% de mujeres. Una gran parte de los encuestados, concretamente un 43% tienen entre 20 y 34 años, en menor proporción, el 32%, tiene entre 35 y 49 años y el resto supera los 50 años. En cuanto a la formación, cabe mencionar que la mayoría de las personas que han participado en la encuesta, el 68%, tiene estudios universitarios.

Con el objetivo de estructurar los datos obtenidos a partir de las encuestas se han agrupado las preguntas con sus respuestas correspondientes en los siguientes campos:

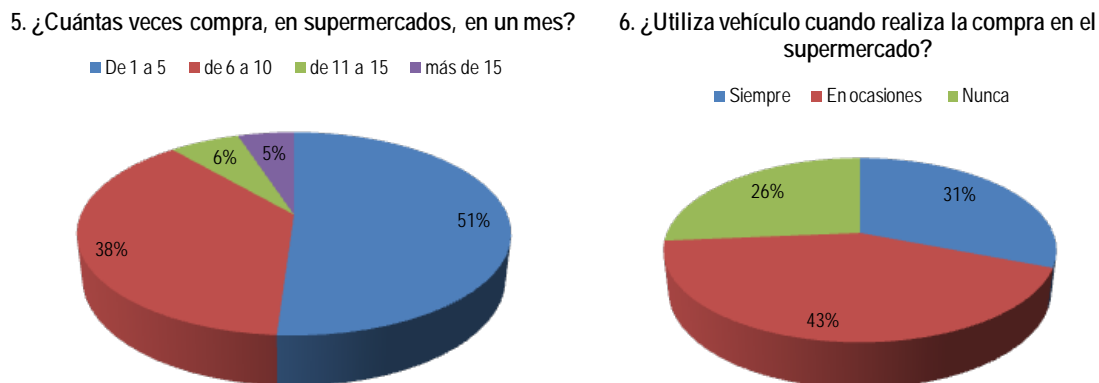
- Hábitos de compra (preguntas 5, 6, 7, 8 y 11)
- Reutilización de las bolsas del supermercado (preguntas 10 y 12)
- Uso de bolsas de basura (preguntas 13 y 14)
- Disposición final de las bolsas de plástico de un solo uso (preguntas 4, 19 y 20)
- Opinión general de los encuestados (Preguntas 9, 15, 16, 17 y 18)

3.1 Hábitos de compra

En este campo se han introducido los ítems relacionados con la frecuencia con la que se realiza la compra, el acceso al supermercado que condicionará en cierta medida el tipo de transporte de productos, el transporte en sí mismo de los productos y en caso de que se opte por uso de bolsas de plástico, que se especifique el número de bolsas utilizadas.

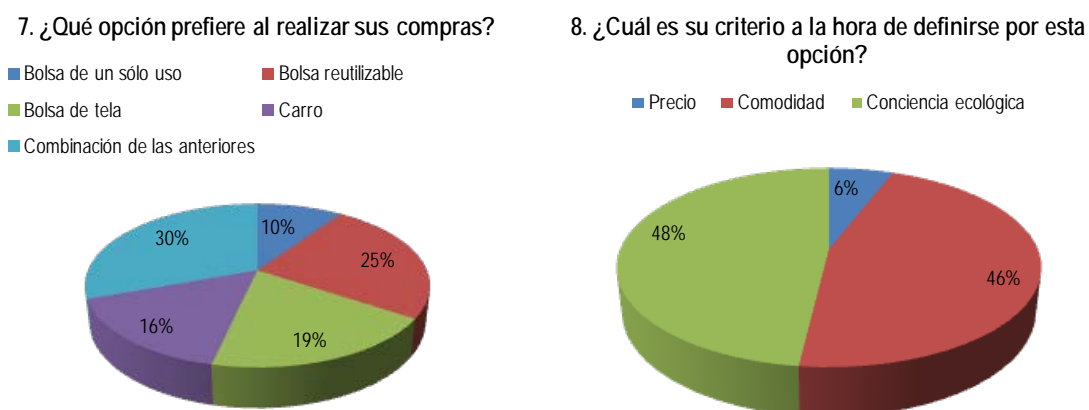
Según apunta la figura 1, la mayoría de los encuestados, un 51 %, acude entre una y cinco veces al mes a comprar a supermercados. Además, un elevado porcentaje, el 38%, acude entre 6 y 10 veces al mes. Una gran cantidad de encuestados utiliza vehículo cuando acude al supermercado, aproximadamente una tercera parte siempre lo utiliza y un 26 lo usa en ocasiones.

Figura 1. Frecuencia y acceso al supermercado



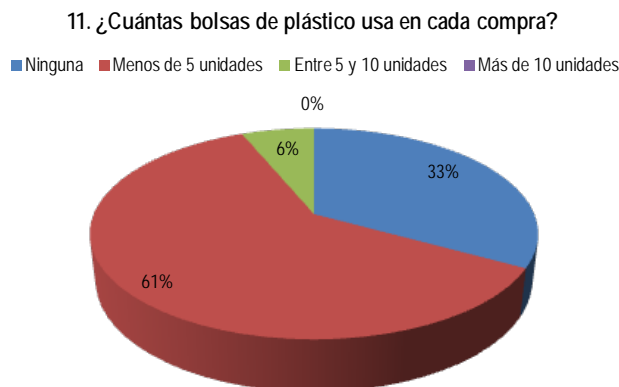
La figura 2 muestra que únicamente un 10% de los encuestados admite que utiliza bolsas de un solo uso. La opción preferida para llevar los productos desde el supermercado hasta el hogar es una combinación de las propuestas, es decir, bolsa reutilizable, bolsa de tela, carro de la compra y bolsa de un solo uso. Un gran porcentaje de los encuestados, el 48%, alegan razones de conciencia ecológica a la hora de decidir la forma de transportar sus compras, aunque también una gran parte abogan por la comodidad a la hora de decidirse por una opción u otra

Figura 2. Transporte de productos



En cualquier caso, según los datos mostrados en la figura 3, la cantidad de bolsas de plástico utilizadas en las compras es inferior a cinco unidades en el 61% de los casos. Una tercera parte de los encuestados afirma que no usa bolsas de plástico cuando compra en supermercados.

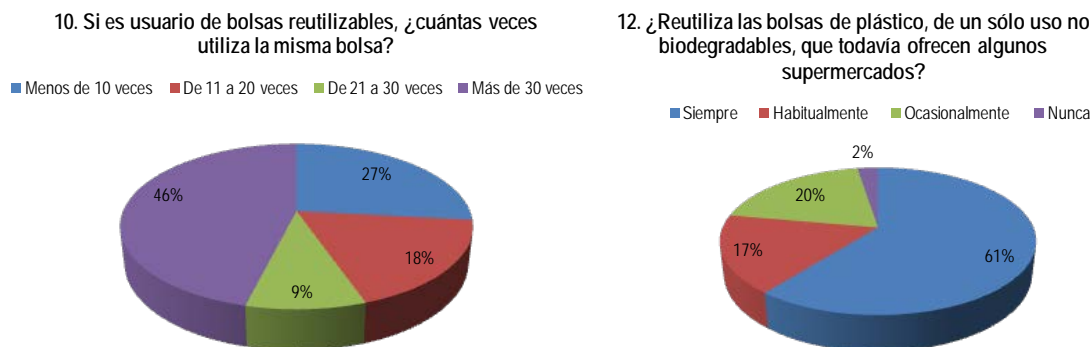
Figura 3. Número de bolsas por compra



3.2 Reutilización de las bolsas del supermercado

Este segundo grupo de preguntas pretende analizar en qué medida los usuarios reutilizan las bolsas de plástico. Para ello se formularon dos preguntas cuyas respuestas vienen resumidas en la figura 4. Casi la mitad de los encuestados utiliza una misma bolsa menos de 10 veces. En general se puede decir que todos los participantes de la encuesta reutilizan en cierta medida las bolsas de plástico.

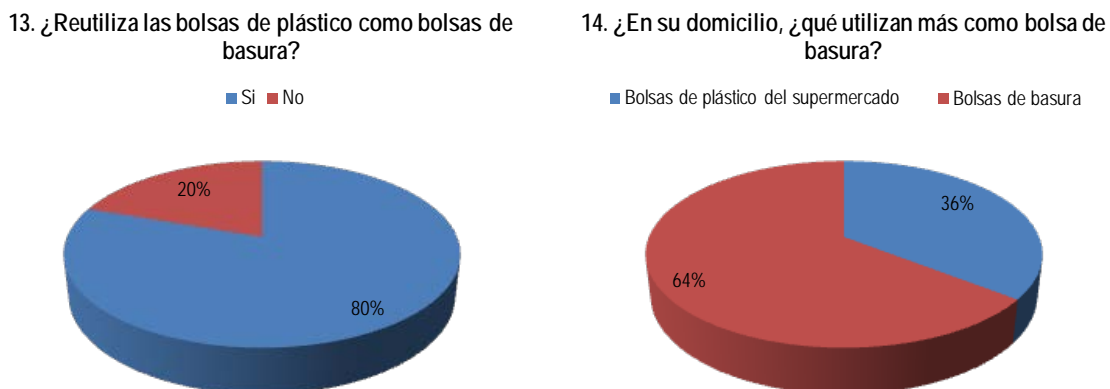
Figura 4. Grado de reutilización de las bolsas de plástico



3.3 Uso de las bolsas de basura

El tercer grupo de preguntas está enfocado al uso de las bolsas de basura. En este sentido se quería analizar si la gente compra bolsas de basura o reutiliza las bolsas de plástico destinadas en un primer uso para transportar la compra para tal fin. Tal como se desprende de la figura 5 un 80% utiliza las bolsas de plástico posteriormente como bolsa para depositar los residuos. Incluso usando dichas bolsas, el 64% de los encuestados admite comprar bolsas de basura, diseñadas específicamente para transportar los RSU del hogar al contenedor.

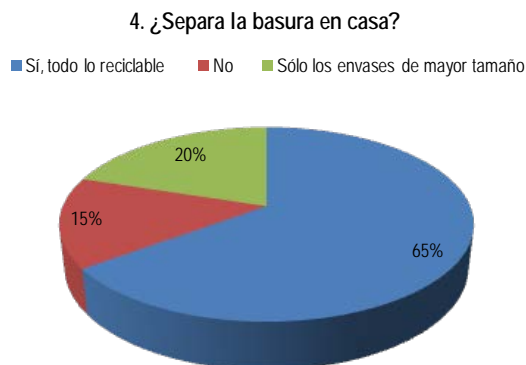
Figura 5. Reutilización de las bolsas de plástico



3.4 Disposición final de las bolsas

En algunos hogares se utilizan bolsas de basura para depositar el residuo orgánico pero se reutilizan las bolsas de plástico de los supermercados para los residuos de la fracción separable, es decir, papel y cartón, envases y vidrio. Las preguntas 4, 19 y 20 están relacionadas con esta actividad. Según muestra la figura 6, más de la mitad de los encuestados, el 65%, reconoce que separa la basura en casa, atendiendo a las tres fracciones mencionadas.

Figura 6. Separación de los RSU



En la figura 7 se puede apreciar como una gran mayoría de los encuestados admite conocer el lugar apropiado para depositar las bolsas de plástico al final de su vida útil, concretamente un 91% ha respondido de este modo, aunque solo un 57% admite que las deposita en el lugar correcto.

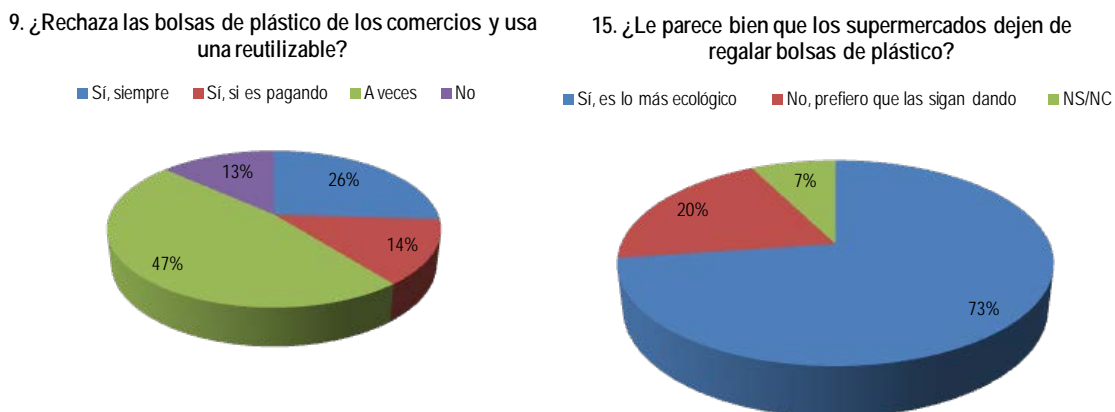
Figura 7. Reutilización



3.5 Opinión general de los encuestados

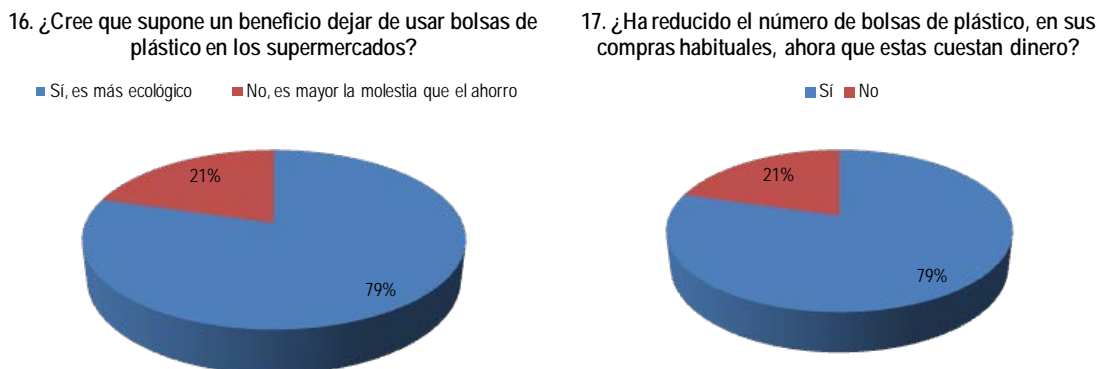
Finalmente, se abordaron una serie de cuestiones relacionados con opinión general de los encuestados respecto a la medida de retirar progresivamente de la circulación las bolsas de plástico de un solo uso. En la figura 8 se observa que una cuarta parte de la población encuestada admite rechazar las bolsas de plásticos de los comercios ya que siempre usa una bolsa reutilizable. El 47% por su parte usa ocasionalmente estas bolsas. Pero en general la aceptación de la medida de retirar gratuitamente las bolsas de plástico en los supermercados tiene una aceptación grande, un 73% así lo admite, ya que opinan que es la opción más ecológica y solo un 20% opina que prefiere que este tipo de bolsas se sigan facilitando sin repercusión económica sobre el consumidor.

Figura 8. Actitud frente a la retirada de las bolsas de plástico



Siguiendo en esta línea, en la figura 9 se puede observar que los encuestados están de acuerdo con la medida y que realmente la gran mayoría, en un 79% de los casos han reducido el número de bolsas de plástico en sus compras habituales.

Figura 9. Beneficio y reducción de bolsas de plástico



En cuanto a la cuestión económica, por un lado, un 43% no estaría dispuesto a pagar nada por las bolsas de plástico. Por otro lado, otro 43% del total de encuestados pagaría como mucho 4 céntimos de euro.

Figura 10. Precio de las bolsas de plástico



4. Conclusiones

La encuesta propuesta en este trabajo es un primer paso para evaluar la aceptación por parte de los consumidores de la medida del pago de las bolsas de plástico de un solo uso llevada a cabo por los supermercados. Dicha medida se puso en marcha a raíz de los planes fijados en el PNIR para reducir las bolsas comerciales de un solo uso en un 50% a partir de 2010.

En líneas generales se puede decir, que los consumidores entienden que la medida tomada es necesaria para reducir el consumo de plástico ya que entienden que repercutirá de manera positiva en el medio ambiente. De las gráficas anteriores se desprende que el 73% de los encuestados se ha declarado a favor de que se dejen de suministrar gratuitamente las bolsas de plástico, y el 79% está convencido del beneficio que supone dejar de usarlas. Sin embargo, un 43% de los encuestados rechaza pagar por las bolsas de plástico, y otro 43% pagarían un importe mínimo (de 1 a 4 céntimos). De estos datos se puede deducir que la medida positiva aceptada por la

mayoría pasa por eliminar las bolsas de plástico de los supermercados, y no por cobrar por ellas.

Los consumidores participan activamente en la reutilización de las bolsas de plástico que aunque en menor cantidad siguen utilizando. El 80% de los encuestados las reutiliza como bolsas de basura, aunque sólo el 36% las usa mayoritariamente frente a las de basura convencionales. Hay que resaltar que se ha reducido el consumo de las bolsas de plástico de un solo uso pero que la población encuestada afirma que actualmente compra bolsas para depositar los RSU. Si no se aprovecha completamente la capacidad de las bolsas de basura se estaría usando mayor cantidad de plástico. La medida adoptada seguramente habrá incentivado la compra de estos productos con lo cual sería interesante realizar un estudio sobre el impacto ambiental de este cambio de pautas de consumo.

En cuanto a la disposición final de las bolsas de plástico se pone de manifiesto que aunque la mayoría admite que sabe cómo debe de realizarse (en el 91% de los casos), realmente no se lleva a cabo de manera óptima ya que únicamente el 57% de los encuestados lo hace siempre. Este resultado resulta interesante dado que una gran parte de los encuestados son personas con estudios superiores y por tanto con un nivel de formación general elevado. En este sentido queda patente la labor que queda por hacer por parte de las entidades implicadas en la gestión de los residuos sobre educación ambiental.

5. Referencias

Bartlett, J.E., J.W. Kotlik, y C.C. Higgins. «Organizational Research: Determining Appropriate Sample Size in Survey Research.» *Information Technology, Learning, and Performance Journal* 19, nº 1 (2001): 43-50.

Barr S., Andrew W., Ford G., Ford N. Differences between household waste reduction, reuse and recycling behaviour: a study of reported behaviours, intentions and explanatory variables. *Environmental and Waste Management*, 4 (2), 2001.

Connolly J., Prothero A. Sustainable Consumption: Consumption, Consumers and the Commodity Discourse. *Consumption, Markets and Culture*. Vol 6 (4) 2003.

European Commission. DG Environment. Plastic Waste in the Environment-Final Report. 2011

Dobson A. "Environmental Citizenship: Towards Sustainable Development." *Sustainable Development*. 2007

Hopewell J., Dvorak R., Kosior E. "Plastics recycling: challenges and opportunities". *Philosophical Transactions of the Royal Society B*. 2009

Plan Nacional Integrado de Residuos para el período 2008-2015. BOE 26 de febrero de 2009. Nº49.