

La mayoría de los españoles reconoce que el cartón es el envase más sostenible

- Más del 70% de los consumidores afirma que es el material más respetuoso con el medioambiente
- La conservación de la naturaleza es para el 80% de los encuestados un problema inmediato y urgente, posicionando al cartón como un aliado medioambiental
- A la hora de hacer la compra, tres de cada cuatro personas prefieren encontrar las frutas y hortalizas en cajas de cartón, frente a las de plástico reutilizable, porque las consideran más higiénicas
- Un 75,2% de los españoles entre 18 y 75 años se decantan porque los envases de cartón reciclables y sostenibles
- Los resultados señalan a las empresas como agentes que deben liderar el cambio para luchar contra la contaminación ambiental

Madrid, 27 de abril de 2017. Los envases usados ocupan un 50% de los residuos que producimos. El impacto ambiental que provocan ha saltado a la agenda de los gobiernos de la Unión Europea, que están estudiando cómo limitar el consumo de los materiales que más contaminan. Los ciudadanos cada vez están más concienciados sobre la preservación del medioambiente y la huella ecológica de los envases y embalajes, ¿pero son realmente conscientes de qué residuos son los más contaminantes?

Con este objetivo, la Asociación Española de Fabricantes de Envases y Embalajes de Cartón Ondulado (AFCO) ha elaborado el segundo barómetro sobre "Envases y embalajes: percepción de la sociedad", presentado hoy en Mama Campo, con la participación del Instituto para la Producción Sostenible (IPS) y la Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU). El estudio, elaborado por Feedback Estrategia e Investigación Sociológica, concluye que **el cartón es el envase que goza de una mayor reputación medioambiental entre los españoles**. En comparación con otros materiales, se sitúa como el más *ecofriendly* con un porcentaje del 41,7%, frente al vidrio (28,4%), la madera (13,9%), el plástico (5,7%) y, en última posición, el aluminio (2,3%). Esa cifra se dispara cuando se pone frente a frente con el plástico: **una mayoría del 76,7% afirma que el cartón es el más sostenible, frente a un 10,7% que se decanta por el plástico**.

Los resultados prueban la creciente preocupación de la sociedad por la preservación del medioambiente, ya que el **81,1% de los encuestados cree que la conservación de la naturaleza es un problema inmediato y urgente**, 9,1 puntos por encima del resultado obtenido en el barómetro realizado en 2010, y sólo para un 15,4%, se trata de un problema de cara al futuro. Además, señalan a las empresas como los agentes que deben liderar el cambio y dar respuesta: el 91,5% opina que tienen que prestar más atención y recursos para luchar contra la contaminación ambiental. Aquí cobra un importante papel la industria del gran consumo, encargada de decidir de qué material son los envases y embalajes que consumimos.

Ahora que el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente está estudiando cómo limitar el uso de las bolsas de plástico en los comercios a partir del 1 de enero de 2018, por

el gran impacto ambiental de este material, tiene mayor interés el porcentaje del **52,1% de los entrevistados que consideran que cuando una empresa sustituye sus envases y embalajes de plástico por cartón, lo hace por preservar el medioambiente**. Así, casi dos de cada tres españoles entre 18 y 75 años (65,4%) preferirían que los comercios facilitaran cajas de este material para llevarse la compra, en lugar de bolsas de plástico.

El presidente del IPS, Pepe Cabrera, añadió en la presentación del estudio que *“estos datos nos demuestran una preocupación en aumento del consumidor para que los agentes sociales, empresas y administraciones lideren iniciativas que relacionen la política de envases y embalajes con la sostenibilidad. Y así vayan en línea con la Ley de Residuos que fomenta la utilización de envases y embalajes sostenibles y los define como los fabricados con materias primas renovables, reciclables y biodegradables poniendo como ejemplo a los de papel, cartón ondulado, cartón compacto o madera”*.

La higiene como máxima

En la búsqueda del envase idóneo, además del compromiso con el medioambiente, el consumidor busca que cuiden el producto que transportan. La seguridad y la higiene son dos de los aspectos más valorados, sobre todo, cuando se trata de productos de alimentación fresca. **En el caso de frutas y hortalizas, el 70,5% se inclinan por las cajas de un solo uso que se pueden reciclar como las de papel y cartón, por una razón: son las más higiénicas.**

Según este estudio, tres de cada cuatro españoles (**75,6%**) cuando van a la compra prefieren encontrar productos como frutas y verduras en cajas de cartón impresas con su información de marca y origen, frente a solo un 14,1%, que se inclina por las de plástico. A la higiene se suma que el encuestado percibe a este material como el envase que ofrece **mejor imagen (52,8%)**.

En términos generales, una amplia mayoría de los españoles entre 18 y 75 años preferiría que los envases fueran de cartón (75,2%), frente a solo un 11% que escogen plástico.

El consumidor multicanal elige cartón

Los gustos del consumidor no varían del punto de venta a la compra por Internet. Ante el aumento exponencial del *ecommerce*, los españoles que utilizan este canal de compra también se decantan por el cartón: un 89% eligen recibir los productos en cajas de este material. Los encuestados valoran, además, que las cajas de este material tienen una apertura más fácil (69,8%).

A este respecto, Ana Etchenique, vicepresidenta de la CECU, afirmó que lo que demuestran estos datos es una mayor exigencia por parte de los consumidores. *“La conclusión que extraemos de este estudio es que los españoles empezamos a incluir el factor medioambiental en la toma de decisiones. Debemos ser conscientes de que somos cómplices de prácticas beneficiosas o perjudiciales cada vez que elegimos un producto y, por ende, el envase en el que viene presentado. El cartón es un material que procede del reciclaje y de los árboles y, por tanto, es una materia prima que, bien gestionada, es absolutamente natural y sostenible”*.

En la misma línea, el presidente de AFCO, Leopoldo Santorromán, aseguró durante la presentación que *“la concienciación del consumidor es cada vez mayor: sus hábitos de consumo son más sostenibles y es por ello que se decantan con rotundidad por el cartón con una transversalidad*



intergeneracional que se mantiene en todas las distintas zonas de España. El consumidor tiene los gustos definidos y posee el poder de premiar o castigar con sus actos de compra a las empresas que apuestan por los materiales más sostenibles. Es por ello, que debe ser coherente y no solo exigir envases y embalajes de cartón, sino comprar los productos que apuesten por ellos”.

Sobre AFECO

La Asociación Española de Fabricantes de Envases y Embalajes de Cartón Ondulado (AFECO) se creó en 1977 con la finalidad de fomentar la utilización del cartón ondulado en el transporte y embalaje de productos, así como promover el conocimiento del sector a través de la elaboración de estudios y del establecimiento de servicios de interés para sus asociados.

Sobre IPS

El Instituto para la Producción Sostenible (IPS) es una organización sin ánimo de lucro cuyo objetivo es promover una cultura empresarial de contribución al desarrollo sostenible desde un enfoque económico, social y medioambiental. Bajo el lema "Nos va la vida en ello", la acción del IPS se contempla como política empresarial para poner parte de la solución al problema relativo a los impactos derivados del uso de materiales no sostenibles, la degradación de los recursos y su relación con los consumidores.

Sobre CECU

La Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU) es una organización democrática, progresista, pluralista e independiente, nacida en 1983. Fue la primera confederación constituida en España sobre la base de las asociaciones de consumidores existentes en esa fecha en las comunidades autónomas. Su misión pasa por potenciar y coordinar el movimiento de consumidores y usuarios a nivel nacional e internacional, fortaleciendo su actividad y acción reivindicativa e intercambiando experiencias; ser interlocutor válido de los consumidores y usuarios del conjunto del Estado Español ante las diferentes Administraciones; y promover y proteger los legítimos derechos de los consumidores y usuarios.