



La nueva Ley de Residuos y las personas consumidoras

DICIEMBRE 2021



**CONFEDERACIÓN
DE CONSUMIDORES
Y USUARIOS**



**Amigos de
la Tierra**



**GOBIERNO
DE ESPAÑA**

**VICEPRESIDENCIA
TERCERA DEL GOBIERNO**

**MINISTERIO
PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA
Y EL RETO DEMOGRÁFICO**

El Congreso debate esta semana sobre el Proyecto de Ley de Residuos y Suelos Contaminados¹ y próximamente debatirá sobre el Real Decreto sobre Envases y Residuos de Envases². Estas propuestas legislativas suponen, según el Ministerio de Transición Ecológica, el punto central del paquete normativo en materia de economía circular y una de las reformas estructurales más relevantes incluidas en el componente 12 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia que España ha presentado a la Comisión Europea.

Integrar la visión de las personas consumidoras, asegurar que el peso de estas medidas no recaiga en exclusiva sobre ellas y que la legislación les facilite herramientas que favorezcan y garanticen la transición hacia una economía social y respetuosa con el medio ambiente es fundamental para el éxito de estas propuestas.

Para las personas consumidoras, además de medidas efectivas como la reutilización, el depósito o el reciclaje, es fundamental apostar por políticas públicas tendentes a reducir el uso, y por tanto, la generación de residuos de productos y envases; y por la concienciación del ciudadano sobre el papel que juega en la consecución de ese objetivo, fomentando su participación y facilitando el acceso a toda la información disponible. El paquete legislativo sobre residuos y envases plantea una oportunidad para afrontar estos desafíos y transitar hacia una verdadera economía circular que tenga en cuenta al medio ambiente y a las personas consumidoras.

1. Reducción de plásticos y restricción plásticos de un solo uso

El plástico es prácticamente omnipresente en nuestras vidas desde la masificación de su producción a mediados del siglo XX. A menudo es una solución práctica y barata, pero cada vez hay más evidencias de cómo estamos pagando un alto precio por esta comodidad en forma de incrementos en la contaminación del medio ambiente y en problemas de salud. Hay muchos motivos para reducir lo máximo posible la cantidad de plástico que nos rodea. El plástico contiene sustancias químicas dañinas que llegan a nuestra alimentación, nuestro aire y a nuestra agua. Además, el plástico se produce a partir de combustibles fósiles, lo que genera una gran huella climática³. El plástico permanece en el medio ambiente durante décadas y afecta a la fauna marina. Un reciente estudio estima que, si no tomamos medidas reales, en 2050 habrá más plástico que peces en nuestros océanos⁴.

1 https://www.congreso.es/public_oficiales/L14/CONG/BOCG/A/BOCG-14-A-57-1-C1.PDF

2 https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/participacion-publica/210927proyectordeenvases_tcm30-531124.pdf

3 BEUC, 2018. How to bring down the use of single-use plastics? A consumer perspective https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2018-086_beuc_position_on_single_use_plastic.pdf

4 Ellen McArthur Foundation: The new plastics economy – Rethinking the future of plastics <https://ellenmacarthurfoundation.org/the-new-plastics-economy-rethinking-the-future-of-plastics>

La pesca industrial es una actividad que genera también una parte fundamental de la contaminación por plásticos de los mares y los océanos. En este sentido la propuesta de la ley resulta poco ambiciosa teniendo en cuenta la situación actual.

Desafortunadamente, en nuestra vida cotidiana es complicado evitar estar rodeados de tanto plástico, ya que a menudo no hay alternativas al alcance de las personas consumidoras a la hora de comprar, por ejemplo, en la comida o bebida para llevar; o son menos accesibles por su mayor precio (productos eco/a granel). Además, no todas las personas tienen la información necesaria para reducir la cantidad de envases y, en consecuencia, sus residuos; desconocen las alternativas o no están suficientemente motivadas para cambiar sus hábitos. No debemos olvidar que este contexto económico, social y laboral favorece ciertas dinámicas que redundan en el uso innecesario de productos, envases y plásticos que generan residuos, por lo que mejorar la conciliación laboral con nuestra vida personal y familiar, así como el contexto económico, es un aspecto importante que facilitaría el cambio en nuestros hábitos.

No obstante, si bien la ciudadanía puede modificar sus hábitos, y tiene cierta capacidad de forzar el cambio a partir de nuestras demandas, en modo alguno la responsabilidad debe caer sobre las personas consumidoras. Son las empresas las que ponen los productos en el mercado y las autoridades quienes legislan, por lo que son los que tienen las herramientas necesarias para avanzar hacia una sociedad sostenible, y, por tanto, los principales responsables de las consecuencias que pueda provocar una política medioambiental poco ambiciosa.

Las personas consumidoras se han mostrado dispuestas a poner de su parte. Según un reciente Eurobarómetro sobre actitudes de la ciudadanía europea sobre el medio ambiente, el 96% de la población encuestada en España se muestra preocupada por el impacto de los plásticos en la salud y en el medio ambiente. Un 75% declara separar la mayoría de los desechos para reciclar, mientras que hasta un 40% ya evita la compra de productos de plástico de un solo uso y opta por otras opciones.⁵

Pero para que se produzca este cambio de paradigma es necesario que se implementen políticas públicas que faciliten, incluso impulsen e incentiven, la reducción en el uso de plásticos y, en su caso, la reutilización y el reciclado para prevenir y gestionar mejor los residuos.

A raíz de la tramitación de la Directiva de Plásticos de un solo uso, varios productos fueron prohibidos, pero otros no están incluidos y siguen a la venta en la UE, con su correspondiente impacto sobre el medio ambiente. Desde las organizaciones de personas consumidoras a nivel europeo solicitamos un mayor impulso en este sentido para seguir investigando la

retirada y restricción adicional de productos de usar y tirar y objetivos más ambiciosos de reducción del consumo de envases, especialmente plásticos y envases de un solo uso.

⁵ Eurobarometer, 2019. Attitudes of Europeans towards the Environment
<https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2257>

Para avanzar en la reducción de plásticos CECU considera necesario:

- Plantear la prohibición de la puesta en el mercado de envases que no sean reutilizables o fácilmente reciclables y que contengan sustancias peligrosas.
- Regular para la progresiva prohibición del envasado superfluo o sobreenvasado, especialmente en la industria alimentaria. En este sentido, debería ser prioridad la eliminación en los establecimientos de hostelería y restauración el uso de productos alimentarios en envases monodosis y de utensilios de un solo uso para el consumo de comidas y bebidas.
- Garantizar que las personas consumidoras tengan opciones como la compra a granel o con envases reutilizables a través de su disponibilidad en tiendas y con incentivos fiscales para este tipo de opciones, en todos los productos en los que sea posible (alimentación, higiene, limpieza, cosmética, etc.).

2. Bioplásticos

Los bioplásticos se publicitan de cara a las personas consumidoras como un producto respetuoso con el medio ambiente. Sin embargo, muchos de estos plásticos contienen un porcentaje de plástico convencional muy elevado (hasta un 75%), esto hace que se degraden igual de despacio que el plástico convencional y deriven en otros problemas como la generación de microplásticos. Aunque ya hay estándares nacionales e internacionales con reglas sobre la biodegradabilidad en compost industrial, desde las organizaciones europeas de defensa del consumidor consideramos que estos materiales no son adecuados para sustituir a los envases de plástico. Las condiciones descritas en el estándar a menudo se desvían de las condiciones en el mundo real. Las personas consumidoras adquieren estos productos, a menudo con un mayor coste económico, con la convicción de que son respetuosos con el medio ambiente. Esto puede generar una falsa imagen verde y llevar a una mayor generación de residuos si las personas consumidoras ven estos materiales como no problemáticos a la hora de tirarlos a la basura.

Otro problema asociado es la dificultad para distinguir los diferentes tipos de residuos y la falta de acuerdo que hay sobre cómo gestionarlos correctamente, esto deriva en que acaben apareciendo en el contenedor de envases, en la fracción orgánica y en el contenedor de resto todo tipo de residuos que no corresponden a ese contenedor (además de dispersos en el medio ambiente, donde tardan años en descomponerse y generan microplásticos).

La Comisión Europea ha propuesto reglas armonizadas para los criterios y etiquetado sobre plásticos biodegradables y compostables. Estas reglas tienen que implementarse para garantizar que los actores del mercado no sustituyan plásticos por otros productos

cuyas ventajas ambientales no están demostradas, ni utilicen palabras como “bio”, “eco” o “natural” como reclamo de sostenible. Las personas consumidoras deben tener garantías de que los productos etiquetados tienen las propiedades anunciadas, y no solo de manera limitada o bajo ciertas condiciones.

CECU considera necesario:

- Regular el término bioplástico y evitar que sean una alternativa a productos de plástico de un solo uso para los que se hayan establecido medidas de prohibición o reducción, como por ejemplo las bolsas de plástico.

3. Prevención en la generación de residuos

Si queremos usar los recursos naturales de manera más sensata, los productos tienen que ser más sostenibles. Las personas consumidoras pueden y están dispuestas a liderar ese cambio si se les ofrecen las herramientas adecuadas. Pero no es una tarea sencilla. Hay demasiadas opciones, demasiado cómodas, económicas y no sostenibles para el consumidor a disposición en el mercado, y las personas consumidoras tienen problemas para entender cuáles son verdaderamente sostenibles. Además, el término “sostenible” se usa (y se percibe) con frecuencia como un simple eslogan de marketing. Las políticas públicas deben impulsar la disponibilidad de más opciones responsables y evitar que sean muy costosas o difíciles de identificar. Todos los productos en el mercado deben ser más sostenibles en su diseño.

Hay que promover la reducción en la generación de envases y productos - actualmente hay producción innecesaria de, por ejemplo, electrodomésticos o productos digitales, como consecuencia de la obsolescencia programada-, incluso aunque fueran reutilizables y/o reciclables 100%. La generación de envases y productos necesita recursos naturales, además de un gran consumo de energía -hoy en día, la mayoría no renovable- y agua, incluso aunque sean envases o productos de origen 100% renovable, que también exigen una actividad industrial de recuperación.

La manera en la que realizamos nuestro consumo puede determinar el éxito de la economía circular y la transición hacia modos de vida más sostenibles. En 2018 los hogares de la UE suponían un 19% de las emisiones de gases de efecto invernadero, siendo la mayoría (un 80%) originadas por el uso de productos finales⁶.

Muchos de estos productos se utilizan durante un periodo limitado de tiempo, y con frecuencia se descartan demasiado pronto. Estas prácticas son responsables de varios problemas ambientales, como la excesiva generación de residuos y la pérdida de valiosos recursos naturales.

⁶ Parlamento Europeo, 2020. Sustainable consumption - Helping consumers make eco-friendly choices.
[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/659295/EPRS_BRI\(2020\)659295_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/659295/EPRS_BRI(2020)659295_EN.pdf)

Estudios recientes de cambios de hábitos de consumo muestran cómo las personas consumidoras en la UE son cada vez más conscientes de los impactos ambientales y sociales de sus decisiones de compra. Quieren participar de forma activa en la economía circular, por ejemplo, adquiriendo productos reparables y duraderos, comprando artículos de segunda mano y compartiendo productos más que comprándolos a través de prácticas de “leasing”⁷. Tras la pandemia de la COVID-19, asuntos como la salud, la sostenibilidad y el bienestar han incrementado su importancia en las prioridades de la ciudadanía, y las personas consumidoras cada vez son más conscientes de lo que compran⁸. Aunque la mayoría esperan que las empresas asuman el liderazgo en estas materias, sólo uno de cada cinco puede nombrar una marca que cumpla sus requisitos de sostenibilidad.⁹

Para avanzar en la prevención de la generación de residuos CECU considera necesario:

- Reducir la generación de envases, sobre todo los que son innecesarios y superfluos, pero también fomentar la compra a granel para facilitar la transición y la confianza de las personas. Luchar contra los mitos de la seguridad de los productos no envasados y sancionar el greenwashing.
- Asegurar que en los establecimientos que vendan productos frescos y bebidas se acepte el uso de envases y embalajes propios reutilizables.
- Una apuesta por la investigación en la fabricación y en el ecodiseño de materiales sostenibles para toda la industria y sobre cómo realizar una mejor y más eficiente gestión de los residuos, también como elemento fundamental para reducir la dependencia, y el daño medioambiental y social, de terceros países.
- Tomar medidas para la gestión integral de los envases multi material -como el tetra brik- que en la actualidad son reciclados parcialmente. Se estima que el 25 %¹⁰ de los materiales que componen un tetra brik no son reciclados.

- Regular la *obsolescencia* programada y avanzar en el derecho a la reparación. Obsolescencia tanto en relación con productos que dejan de funcionar porque presuntamente está programado para dejar de funcionar, o porque se utilizan materiales de menor calidad cuya duración es menor de la esperada. También en relación con la obsolescencia digital o tecnológica, es decir, equipos que hay que desechar porque su sistema operativo o software, que no es posible actualizar, se queda obsoleto porque no es compatible con nuevos programas, aplicaciones o sus actualizaciones, lo que genera la “necesidad” de adquirir equipos nuevos. También la obsolescencia en relación con las prácticas publicitarias que generan en los

7 Comisión Europea, 2018. Behavioural Study on Consumers’ Engagement in the Circular Economy. https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/ec_circular_economy_final_report_0.pdf

8 Accenture, 202. COVID-19: How consumer behaviour will be changed.

<https://www.accenture.com/us-en/insights/consumer-goods-services/coronavirus-consumer-behavior-research>

9 KANTAR, 202. The Time for action is still now. <https://kantar.turtl.co/story/whocares-who-does-2020-p/page/6>

10 Greenpeace 2020. “El tetrabrik, ese gran desconocido.” <https://es.greenpeace.org/es/en-profundidad/ecoembes-lo-reyes-del-greenwashing/el-tetrabrik-ese-gran-desconocido/>

usuarios la necesidad de adquirir siempre el último modelo de un producto, lo que convierte el modelo anterior en algo obsoleto a pesar de ser plenamente funcional.

- Apostar por software libre y actualizable, y utilizable en cualquier sistema operativo.
- Informar sobre la previsible durabilidad de un producto a través de un índice de reparabilidad para que los consumidores puedan comparar calidad/precio.
- Proteger a las personas consumidoras cuando tienen que cambiar de dispositivo al poco tiempo de adquirirlo por haber quedado obsoleto, o poco funcional.
- Establecer objetivos de reducción y reutilización ambiciosos y específicos para distintos productos (envases de bebidas, textil, productos higiénicos o aparatos eléctricos). El 39,6 % del plástico utilizado en Europa se destina a envases y embalajes.¹¹
- Avanzar hacia el “residuo cero” a través de medidas que faciliten al consumidor optar por las opciones más sostenibles de compra.
- Eliminar la exportación de residuos plásticos a terceros países, los cuales representan un tercio del total de residuos separados para reciclar en la UE.¹²
- Actuar contra el despilfarro de alimentos a lo largo de las cadenas de producción y suministro sin comprometer la seguridad alimentaria de las personas consumidoras.
- Realizar campañas que resalten los perjuicios de un consumo innecesario de bienes y productos digitales, como, por ejemplo, tener la última versión de un móvil o de un ordenador, el último gadget, u otro tipo de bienes asociados a un éxito personal o social; favorecer una compra responsable sobre la ropa (una de las industrias más contaminantes), y cualquier campaña que desvincule la adquisición de bienes con el éxito social. Para estas campañas se puede apelar también a las condiciones de producción.

4. Recogida separada y reciclado

Los resultados reflejados en un sondeo realizado por CECU en 2019¹³ mostraba que la mayoría (95,4 %) de la población española tiene el hábito de reciclar al menos un tipo de los residuos que se generan en su hogar. En promedio, los entrevistados separaban alrededor de 5 a 8 tipos de residuos, de los 8 que proponía el cuestionario.

Hay una clara diferencia entre productos donde la separación es más alta, superando el 80% (envases, vidrio, papel/cartón pilas) frente a otros como electrodomésticos, materia

11 Plastics Europe 2021. “Plastics - the Facts 2020. An analysis of European plastics production, demand and waste data.” <https://plasticseurope.org/knowledge-hub/plastics-the-facts-2020/>

12 European Court of Auditors, October 2020. Review No 04/2020: EU action to tackle the issue of plastic waste.

https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/RW20_04/RW_Plastic_waste_EN.pdf

13 CECU, 2019. Comportamiento y percepción del consumidor en materia de medio ambiente y sostenibilidad. http://cecu.es/publicaciones/Encuesta_reciclaje.pdf

orgánica, medicamentos o aceite de cocina, donde las tasas de separación según el sondeo están en torno al 60%.

Entre los motivos mencionados que impiden la separación de los residuos se encontraban: no disponer de espacio suficiente en casa para hacerlo, no tener en su zona de residencia contenedores para tal fin, y razones vinculadas con la desconfianza y/o el descreimiento con el proceso de reciclado. Entre estos últimos destacan las personas que creen que separar los residuos no sirve para nada, que el reciclado debería reportar algún beneficio económico y, con porcentajes más reducidos, concebir que no se hace bien el proceso de separación de residuos porque se mezcla todo en la recogida o que es una competencia de los ayuntamientos, en virtud de los impuestos que recaudan para la gestión de la basura.

Al ser consultados sobre una serie de opciones que facilitarían el proceso de separación en el hogar, la propuesta que más apoyo recibió entre la muestra fue la vinculada con el diseño de envases con materiales que puedan deformarse y ocupar menos espacio, con un 46,2 %. La segunda opción que la mayor proporción de entrevistados (37,8 %) consideran que contribuiría a facilitar el reciclado es el diseño de envases reutilizables, siendo apoyada especialmente por la población más joven.

Para avanzar en la recogida separada y el reciclado CECU considera necesario:

- Establecer medidas transversales que faciliten la separación a las personas consumidoras de cara a su recogida selectiva, haciendo especial hincapié en productos electrónicos, materia orgánica, medicamentos y aceite de cocina.
- Desarrollar campañas de información a las personas consumidoras sobre la importancia de la separación y sus beneficios ambientales y económicos.

- Formar a las personas consumidoras en conceptos clave para comprender la gestión de los residuos, la distinción entre separación y reciclado, compostable y biodegradable, valorización y vertido.
- Informar y formar a los consumidores sobre qué plásticos y residuos son efectivamente reciclables y cuáles no -o no se reciclan por su coste económico o medioambiental-. Sustituir el símbolo que identifica el tipo de plástico del que está hecho un envase por alguno que efectivamente informe al consumidor sobre si el plástico es realmente reciclable, difícilmente reciclable o no reciclable -o que no se recicla-. Asimismo, debería implantarse un sistema de símbolos/pictogramas que indiquen dónde debe desecharse cada residuo; tanto en el producto o envase -cuando sea posible-, como en los establecimientos y en los contenedores. Esto será especialmente importante con la implantación de la recogida selectiva de biorresiduos.

- La ley debe ser más ambiciosa en los artículos 25.2 y 26, respecto de las fechas y los porcentajes. Igualmente parecen insuficientes los objetivos establecidos en el artículo 55.1. Entendemos que la transición puede ser complicada en algunos sectores, pero está en juego el futuro de posteriores generaciones y nuestra salud.
- El artículo 37 recoge las posibles obligaciones a las que pueden ser sometidos los productores, tales como, mejorar el diseño, informar sobre el mismo para su mejor reparación, reutilización o reciclaje, así como a utilizar productos reciclados; todas ellas recogidas en el plan de Economía Circular europeo como un elemento básico y fundamental para avanzar en el diseño ecológico y conseguir los objetivos previstos. No obstante, la ley no establece plazos ni obligaciones, tanto para las entidades como para las administraciones, lo que deja inactivo el cumplimiento de los objetivos del plan de economía circular.
- En muchas ocasiones la ley establece que las autoridades o las entidades, “fomentarán”, “promoverán”, “podrán”, etc. lo que podría vaciar de contenido el objetivo de la ley a medio plazo.
- Desplegar el potencial de los “puntos limpios” como puntos neurálgicos para la reutilización, potenciando el trabajo de las entidades que se dedican a la reparación y venta de segunda mano y reduciendo el IVA a estas actividades.

5. Preferencia por el agua no envasada

Destaca entre las propuestas legislativas la obligación de que bares y restaurantes ofrezcan a consumidores, clientes o usuarios de sus servicios la posibilidad de consumo de agua del grifo de manera gratuita y complementaria a la oferta del establecimiento. También el fomento del uso de fuentes y envases reutilizables en las administraciones públicas.

Estas disposiciones, que implementan en España parte de la Directiva (UE) 2020/2184 de 16 de diciembre de 2020 relativa a la calidad de las aguas destinadas al consumo humano¹⁴ y que responden a las demandas de la Iniciativa Ciudadana Europea por el derecho al agua, son una pieza clave para cambiar los hábitos de consumo a través de un elemento básico como el agua. Y para que la administración pública dé ejemplo a través de la compra pública y sus instalaciones.

14 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=CELEX:32020L2184>

- Prohibición de la venta y uso de agua envasada en dependencias de la administración pública (salvo en centros sanitarios) e instalación de fuentes y puntos de recarga.
- Campañas de información sobre los beneficios de esta medida dirigidas a personas consumidoras, sector de la hostelería y personal de la administración pública.
- Garantizar la disponibilidad de agua del grifo, que por normativa debería ser potable en todo el territorio.

6. Responsabilidad ampliada del productor

Es necesario hacer responsables a los fabricantes por los costes económicos de la recolección y el tratamiento de los productos que ponen en el mercado, ya que nos acerca al principio de “quién contamina, paga”. Especialmente los fabricantes de productos de usar y tirar deben ser responsables y contribuir al coste económico, incluyendo la limpieza en campo y en los océanos. No se pueden cargar todos los costes sobre los contribuyentes, ya que son los productores lo que deciden libremente qué productos poner en el mercado, por lo que no sería ni justo ni ayudaría a dirigir a los fabricantes hacia soluciones más sostenibles.

- Ampliar la Responsabilidad Ampliada del Productor a productos como el textil o los productos de higiene y endurecerla en caso de los productos de usar y tirar.
- Penalizar y desincentivar el uso de materiales con mayor impacto ambiental.
- Controlar que no se transfiera al consumidor el coste del uso de nueva tecnología y/o materiales no convencionales, incrementando los precios de este tipo de productos.

7. Información y transparencia.

La información que permita a las personas consumidoras tomar decisiones informadas sobre la sostenibilidad de los productos es un factor clave para una correcta aplicación de la ley. Aunque las encuestas muestran una clara preocupación de la ciudadanía por la gestión e impacto de los residuos, falta un conocimiento detallado e información clara sobre cómo adaptar sus comportamientos en la práctica.

Es fundamental explicar a las personas consumidoras los diferentes impactos que las diferentes formas de consumo tienen sobre la salud y el medio ambiente. Esta información debe ser transmitida de distinta forma a diferentes grupos sociales y por diferentes canales de comunicación. Las organizaciones de consumidores contribuyen en gran medida a concienciar sobre esta problemática.

En el sondeo ya mencionado elaborado por CECU en 2019, el 63,8% de las personas consultadas establecía una relación directa entre la sencillez de la información disponible en el etiquetado y el incremento de la separación de residuos. Un porcentaje considerable de los entrevistados (33,3 %) planteaba que los envases contienen demasiada información y símbolos, lo que confunde al usuario. En un porcentaje similar (32,5 %), los ciudadanos identifican que la existencia de múltiples tipos de etiquetado ambiental dificulta conocer el significado de cada uno de ellos.

Necesitamos, además, reforzar la transparencia y los datos oficiales para avanzar en el análisis de la problemática y acometer medidas políticas o sociales que mejoren la curva hacia la sostenibilidad. La situación actual relativa a las cifras de reciclaje con datos contradictorios en función de las fuentes solo puede causar desconfianza en el ciudadano. Por tanto, consideramos que es necesario:

- Simplificar la información de cara a las personas consumidoras sobre la reciclabilidad de los productos en el etiquetado y realizar campañas específicas para explicar las novedades de la ley. Desarrollar un índice de reparabilidad de los productos.
- Exigir que el etiquetado de los productos informe si se trata de un producto compostable o biodegradable, así como el porcentaje de sus materiales que puede ser reciclado. La ausencia de esta información puede impedir que la decisión de compra sea sostenible.
- Implantar sistemas oficiales que acrediten los datos relacionados con la separación y el reciclado. La transparencia siempre genera confianza y colaboración.

8. Bibliografía

Amigos de la Tierra, 2021. *Propuestas para la Ley de Residuos: Por unas políticas con la Tierra y las personas en el centro.*

https://www.tierra.org/wp-content/uploads/2021/08/Ley-de-Residuos_Briefing-AdT.pdf

ANEC (European Association for the Coordination of Consumer Representation in Standardisation) & BEUC (The European Consumer Organisation), 2021. *Making more sustainable products the new normal. Consumer recommendations for a meaningful EU Sustainable Product Initiative*

https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2021-075_making_more_sustainable_products_the_new_normal.pdf

BEUC, 2018. *How to bring down the use of single-use plastics? A consumer perspective.*

https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2018-086_beuc_position_on_single_use_plastic.pdf

CECU, 2019. *Reciclaje, medioambiente y sostenibilidad. El rol del consumidor en la economía circular*. https://cecu.es/pdf/RMS_2019/G1y2_RSM2019.pdf

CECU, 2019. *Comportamiento y percepción del consumidor en materia de medio ambiente y sostenibilidad*. http://cecu.es/publicaciones/Encuesta_reciclaje.pdf