



Máster en Marketing Agroalimentario 2021/2023

Investigación del comportamiento de los consumidores ante los residuos de envases de plástico alimentarios e identificación de los factores que afectan a su conocimiento, percepciones y disposición a pagar por alternativas sostenibles como los envases alimentarios biodegradables o compostables

Silvia Ramia Latorre

RESUMEN

El plástico es uno de los materiales de envasado más utilizados debido a las ventajas que ofrece, como la seguridad alimentaria y la prevención del desperdicio alimentario. Sin embargo, la eliminación irresponsable de los residuos de plástico ha producido efectos negativos en el medio ambiente. Para abordar el problema de los residuos de plástico, el reciclaje se ha propuesto como una solución. Sin embargo, para que el reciclaje sea efectivo, los hogares españoles deben estar dispuestos a reciclar y conocer las prácticas correctas de reciclaje de los residuos de plástico. Desafortunadamente, España es uno de los países con las tasas de reciclaje más bajas en comparación con otros países miembros de la Unión Europea (UE). Otro desafío del reciclaje es que un gran porcentaje de plásticos no se puede reciclar. Una solución alternativa para abordar el problema de estos residuos de plástico no reciclables es el uso de bioplásticos hechos a partir de materiales no comestibles, como sustancias 100% biodegradables y/o compostables de origen vegetal. Los plásticos biobasados o bioplásticos (llamados bioplásticos en adelante) son materiales plásticos formados por compuestos químicos sintetizados por microbios, como las bacterias, o por vegetales modificados genéticamente. A diferencia de los plásticos tradicionales, derivados del petróleo, los bioplásticos se obtienen a partir de recursos renovables. Es importante tener en cuenta que no todos los bioplásticos son biodegradables, y no todos los plásticos biodegradables son bioplásticos. Para evitar confusiones, este estudio se centra únicamente en los bioplásticos 100% biodegradables y compostables producidos a partir de desechos vegetales no comestibles.

Aunque los bioplásticos ofrezcan una solución potencial, su uso generalizado depende de la conciencia de los consumidores sobre estos nuevos materiales, de las posibles barreras para su utilización como la falta de información o los precios altos, y de la aceptación del consumidor.

Dado todo lo mencionado anteriormente, el objetivo de este estudio es comprender y documentar el comportamiento del consumidor en cuanto a los residuos de los envases de plástico de los alimentos (reciclaje) e identificar los factores que afectan a sus conocimientos, percepciones, y disposición a pagar (DAP) por alternativas más sostenibles como los envases de alimentos biodegradables y/o compostables. Para alcanzar este objetivo, se establecieron los siguientes objetivos específicos: (1) analizar la situación

actual y la prevalencia en el mercado de envases de plástico de alimentos reciclables, biodegradables y compostables; (2) examinar el nivel de concienciación de los consumidores sobre el problema de los residuos de plástico; (3) estudiar las medidas que toman los consumidores para comprobar si están haciendo algo para mitigar el problema (ej. reciclar); (4) medir sus conocimientos sobre reciclaje (símbolos, color de los contenedores, reciclaje de los envases limpios/sucios); (5) investigar sus percepciones y conocimientos sobre envases de alimentos alternativos más respetuosos con el medio ambiente (ej. envases biodegradables y/o compostables); (6) medir su DAP por estos envases. Estos objetivos se alcanzaron mediante una investigación de mercados (objetivo específico 1), y una encuesta online (objetivos específicos 2-6) realizadas en Aragón. Dicha encuesta contenía un experimento de elección discreto con diferentes tratamientos de información para medir la DAP por los bioplásticos.

Los resultados del estudio de mercado indican que los envases de plástico convencional siguen predominando en el mercado español de los envases de alimentos analizados (frutas y hortalizas), con un porcentaje significativo de frutas y hortalizas envasadas en plástico reciclable. El símbolo del Punto Verde que representa la responsabilidad extendida del producto para su reciclabilidad se mostraba en el 76% de los productos analizados. Los bioplásticos tienen una escasa presencia en el mercado, siendo la mayoría bioplásticos compostables. Casi el 50% de los productos envasados en bioplásticos ofrecían instrucciones sobre cómo desechar correctamente estos materiales de envasado. Los resultados de la encuesta mostraron que los consumidores son conscientes de la contaminación ambiental causada por los residuos de plástico y de la importante cantidad de residuos de plástico generados por los envases de alimentos. Además, los consumidores son conscientes de la repercusión de sus decisiones de compra en las estrategias de las empresas respecto al uso del plástico, aunque su nivel de conciencia sobre la necesidad del uso del plástico y los beneficios de este no esté claro. Los consumidores están llevando a cabo medidas, como reducir el uso de bolsas de plástico, apoyar la reducción de envases de plástico y abogar por el uso de materiales más sostenibles para paliar el problema de los residuos de plástico. Sin embargo, consideran que la preparación y el almacenamiento de los residuos en casa antes de reciclarlos son las etapas más difíciles, a menudo debido a las limitaciones de espacio. A pesar de las dificultades, casi el 90% de los participantes afirmaron reciclar habitualmente los residuos de envases de plástico de los alimentos, motivados por los incentivos de la proteger del medio ambiente y reducir la contaminación del agua. En general, los consumidores tienen una actitud positiva hacia el reciclaje de los envases de plástico de los alimentos y lo consideran una obligación moral. Sin embargo, algunos carecen de los recursos necesarios para un reciclaje eficaz. Curiosamente, las publicaciones y los artículos en las redes sociales parecen tener una mínima influencia en el comportamiento de los consumidores en cuanto al reciclaje. En cuanto al conocimiento de los símbolos de reciclaje, la mayoría de los participantes habían visto estos símbolos en los envases, pero desconocían su significado real. Existe un nivel notable de confusión en torno a las prácticas correctas de reciclaje, especialmente cuando se trata de envases sin lavar. Además, se ha observado que los consumidores están más familiarizados con los términos “reciclable” y “biodegradable” que con otros términos como “compostable” y “bioplástico”. Los consumidores perciben los envases fabricados a partir de recursos renovables, los envases que pueden transformarse en compost, los envases reutilizables y los envases biodegradables como opciones más sostenibles. Por el contrario, existe una falta de claridad en cuanto al término “bioplástico” y su impacto medioambiental. Por último, proporcionar información sobre el problema de los residuos plásticos influyó positivamente en la DAP de los consumidores por los bioplásticos.