



# PACKALL

PackAlliance:  
European alliance for innovation training  
& collaboration towards future packaging

## Linking **Academy** to **Industry**.

### Programa de formación: módulos

- Ecodiseño y procesos de fabricación novedosos
  - Nuevos materiales y biomateriales
- **Compromiso ciudadano y del consumidor**
  - Gestión y valorización de residuos



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Commission.  
This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



# Comportamiento del Consumidor y la Circularidad de los Envases de Plástico

Una visión general de la investigación del consumidor en este campo



El comportamiento del consumidor estudia cómo los individuos o grupos compran, usan y desechan bienes y servicios, y cómo las emociones, actitudes y preferencias del consumidor afectan el comportamiento de compra, consumo y disposición.

# Los consumidores como actores a nivel micro en la EC

Una economía circular describe un sistema económico que se basa en modelos de negocios que reemplazan el concepto de 'fin de vida' con la reducción, reutilización alternativa, reciclaje y recuperación de materiales en los procesos de producción/distribución y consumo, operando así en el **nivel micro (productos, empresas, consumidores)**, nivel meso (parques eco-industriales) y nivel macro (ciudad, región, nación y más allá), con el objetivo de lograr un desarrollo sostenible, lo que implica crear calidad ambiental, prosperidad económica y equidad social, en beneficio de las generaciones actuales y futuras.

(Kirchherr, Reike & Hekkert 2017).

# El consumo de plásticos se duplicará en 20 años

- Se prevé que el consumo de plásticos se duplique en los próximos 20 años
- El embalaje es el sector más grande de la industria del plástico, representando casi el 40% del consumo total de plástico.
- En la industria alimentaria, el plástico es el material más común utilizado para el envasado.
- Beneficios del plástico: bajo peso, durabilidad, costo
- Aproximadamente el 15% de los envases de plástico se recogen para su reciclaje

# Del consumismo a la circularidad

¿Cómo cambia el consumo en la circularidad?



6 Fases del consumo	Fin de vida/ consumo de uso único	Consumo Circular
Adquisición	El consumidor obtiene el product para ser consumido, por ejemplo, comprando	Obtención por recompra, alquiler, recepción. El consumidor obtiene productos que son usados, remanufacturados, reacondicionados, reciclados.
Apropiación	El consumidor usa el producto y lo integra en la vida cotidiana	El consumidor usa el producto por más tiempo o lo usa por un período más corto para permitir su reutilización.
Apreciación	El consumidor crea valor del producto en el entorno de uso/doméstico	<b>Retener:</b> el producto no se desecha prematuramente <b>Reparar:</b> alargando la esperanza de vida y renovando los valores del producto
Devaluación	El producto pierde su significado e importancia para el consumidor	<b>Remunerar:</b> permitir al consumidor obtener un valor adicional (por ejemplo, mediante la reutilización del producto).
Despojo	El consumidor deja de usar el producto	
Desecho	Consumidor tira el producto a la basura o lo guarda en un almacén	Se habilita la circulación de productos: devolución, reventa, renuncia

# ¿Cómo los consumidores encuentran y actúan sobre la circularidad?

¿Qué dicen los estudios académicos sobre el comportamiento circular del consumidor?

- ¿en general?
- con respecto al empaque?
- en cuanto a los envases de plástico?





# La investigación sobre el consumo de CE es escasa

Según Camacho-Otero, Boks & Pettersen (2018)\*:

- La investigación sobre consumo es escasa en comparación con la investigación sobre producción en la CE
- Temas más populares: 1) electrónica de consumo y coche compartido, 2) alojamiento y convivencia, 3) ropa.
- Menos estudios académicos sobre el consumo de plástico
- La mayoría de los estudios se han realizado en países de ingresos altos de América del Norte y Europa.

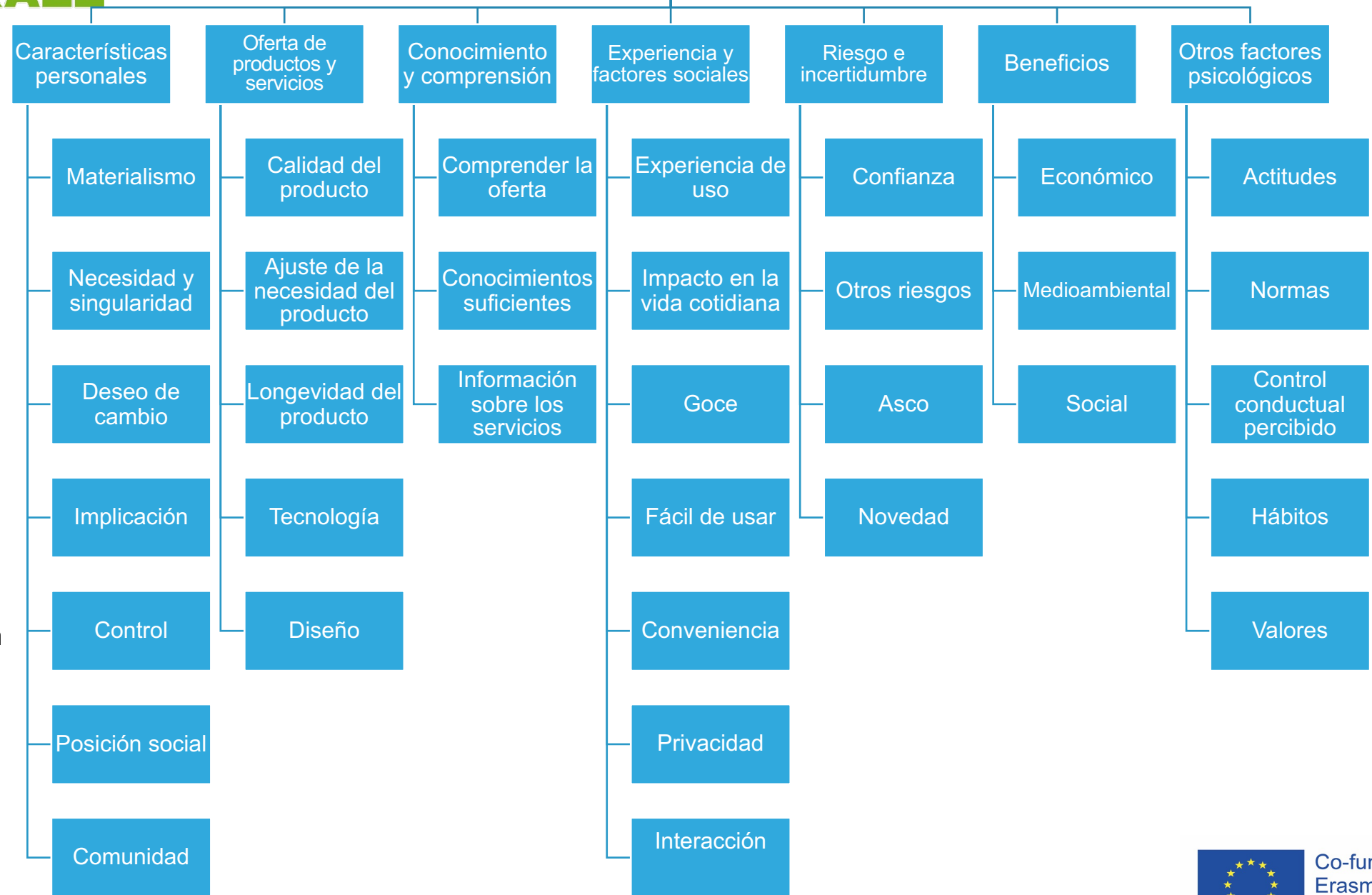
\* basado en la revisión bibliográfica de 178 trabajos de investigación



Los estudios sobre comportamiento del consumidor de EC se han centrado en identificar los factores que **impulsan** o **impiden** el consumo de soluciones circulares

(Camacho-Otero, Boks & Pettersen 2018).

# Aceptación



Principales factores que impulsan o impiden el consumo de soluciones circulares

(según 178 trabajos de investigación. Camacho-Otero, Boks & Pettersen 2018).

# La relación precio-calidad sigue siendo importante

Una gran investigación de consumidores realizada por la UE (2018) con respecto a la ropa y los productos electrónicos para el hogar muestra que:

- Los consumidores carecen de información sobre las características EC de los productos
- Los consumidores simplemente tienen la voluntad de participar en prácticas de EC en lugar de hacerlo.
- Las actitudes pro-CE se correlacionan con el comportamiento real del consumidor (p. ej., reparar o comprar artículos de segunda mano).
- La relación precio-calidad es la más importante y la conveniencia es el segundo impulsor o barrera importante para la participación del consumidor.

# ¿Qué hay de los consumidores, los envases y la circularidad?

Consideraciones del consumidor para la implementación de envases sostenibles. Una reseña de Boz, Korhonen y Sand 2020.



# La demografía tradicional sigue siendo importante

- La edad, el sexo, la educación y el nivel de ingresos tienen efectos positivos o negativos. Las soluciones de compra sostenibles son favorecidas, por ejemplo, por mujeres y personas educadas con altas habilidades de búsqueda de información.
- Normas y valores: La identidad de rol (personal o social) ha sido investigada como un factor determinante del comportamiento sostenible.
- Los consumidores de los países de altos ingresos con políticas de circularidad nacional y debate público están más preocupados por el medio ambiente que los de los países de bajos ingresos.

# Diseño de embalaje y comportamiento de compra

- El diseño de los envases puede fomentar la compra sostenible, pero la comprensión de, por ejemplo, las señales visuales y las etiquetas de los envases depende del conocimiento, las percepciones y los hábitos previos de los consumidores.
- Los consumidores son reacios a pagar más por soluciones de envasado sostenibles
- “Brecha de valor-acción”: los consumidores pueden favorecer los envases sostenibles **pero no compran un producto si es más caro.**

# Caso de consumo de envases de plástico en la industria alimentaria holandesa

Cómo los consumidores toman decisiones de compra basadas en la sostenibilidad de los productos que deciden, por Núñez-Cacho et al. 2020.





# Los envases de plástico deben ser útiles

- La mayoría de los consumidores estaban preocupados por el impacto del plástico en el medio ambiente. Los consumidores más jóvenes toman decisiones de compra más sostenibles
- Los consumidores que siguen comportamientos sostenibles en su vida cotidiana toman decisiones de compra sostenibles en la industria alimentaria
- El conocimiento sobre la EC influye decisiones de compra con ventajas sostenibles
- Los consumidores favorecen los productos donde los envases de plástico se consideran útiles o esenciales (p. ej., conservación de alimentos).

# ENVOLVER: Consumidores en la circularidad

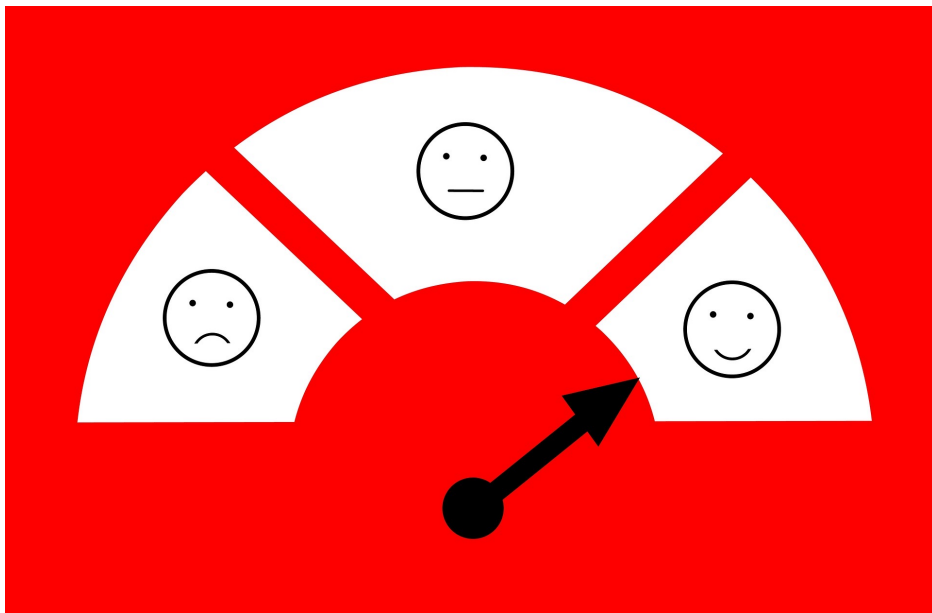


- La demografía y muchos otros factores tienen efecto en el comportamiento del consumidor.
- La información precisa es un factor crucial para avanzar en el comportamiento de EC
- Puede haber una brecha entre el deseo y las acciones reales en el compromiso con la circularidad.

# **Desafíos de la comprensión del consumidor identificados por la investigación académica**

- La investigación de EC se centra en las empresas y la producción
- Los consumidores son tratados como actores pasivos cuyo papel es adoptar soluciones de negocios.
- Los consumidores tienen un conocimiento restringido de las características EC de los productos y servicios.

# Mejorar el papel de los consumidores en la circularidad



- Se necesita más investigación sobre el comportamiento del consumidor de CE
- Tomar a los consumidores como actores activos de la circularidad (que re-compran, alquilan, reciben, reutilizan, conservan, remuneran, devuelven, revenden, ceden bienes).
- Se necesita un enfoque ACV mientras se informa a los consumidores

# Referencias

- Behavioural Study on Consumers' Engagement in the Circular Economy. 2018. European Commission Final Report. Prepared by LE Europe, VVA Europe, Ipsos, ConPolicy and Trinomics. <http://trinomics.eu/wp-content/uploads/2018/10/CHAFEA2018-Behavioural-study-on-consumer-engagement-in-the-circular-economy.pdf>.
- Boz, Ziyne, Korhonen, Virpi, Koelsch Sand, Claire. 2020. "Consumer Considerations for the Implementation of Sustainable Packaging: A Review" Sustainability 12, no. 6: 2192. <https://doi.org/10.3390/su12062192>
- Camacho-Otero, Juana, Tunn, Vivian S.C., Chamberlin, Lucy and Boks, Casper. 2020. Consumers in the Circular Economy. In Miguel Brandão, David Lazarevic and Göran Finnveden (eds.) Handbook of the Circular Economy, 74–87. Edward Elgar Publishing Ltd.



# Referencias (continuación)

- Plastics, the circular economy and Europe's environment — A priority for action. EEA Report No 18/2020.
- Kirchherr, Julian, Reike, Denise and Hekkert, Marko, Conceptualizing the Circular Economy: An Analysis of 114 Definitions (September 15, 2017). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3037579> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3037579>.
- Korsunova-Tsaruk, Anna, Horn, Susanna and Vainio, Annukka. 2021. Understanding circular economy in everyday life: Perceptions of young adults in the Finnish context. *Sustainable Production and Consumption*, 26, 759-769. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.12>.



# PACKALL

PackAlliance:  
European alliance for innovation training  
& collaboration towards future packaging

Linking **Academy** to **Industry**.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI  
DI SALERNO



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded from the European Commission.  
This publication [communication] reflects the views of only of the author, and the Commission  
cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

