

ECONOMÍA CIRCULAR Y CONSUMO

Félix Martín Galicia

Secretario General de Hispacoop

Capítulo Español del Club de Roma

Madrid, 13 de noviembre de 2015

INTRODUCCIÓN

Buenos días, a mí me toca desarrollar una parte del círculo, pequeña, pero diría que absolutamente imprescindible para que la rueda configure ese carácter circular: me refiero al consumo y al consumidor.

Lo primero que debemos plantearnos es si el consumo, entendido desde los parámetros actuales, nos sirve en un modelo de economía circular.

Desde un punto de vista clásico, el consumidor toma sus decisiones en base al precio y la utilidad. Una vez superadas las fases de abastecimiento de las necesidades básicas, vamos añadiendo otros elementos para la configuración del consumo. Así, añadimos la seguridad. Ya no nos vale que productos tengan una adecuada relación de precio-utilidad, exigimos que sean seguros. Esta seguridad no solo se contempla desde la seguridad física y la salud, sino también jurídica, introduciendo el derecho de consumo en nuestras relaciones contractuales. Todavía no superado los problemas que se derivan de relaciones contractuales de consumo cada vez más complejas, introducimos aspectos sociales relacionados con las creencias, las emociones, la imagen o las relaciones sociales. Más recientemente se han introducido otros aspectos en las relaciones de consumo como son los medioambientales.

Todos estos elementos deberían dar como resultado, al menos en teoría con una elección racional del consumidor. Sin embargo, esta teórica elección racional está condicionada por otros elementos y otros actores. La idea del consumidor soberano está cuestionada en la actualidad y emerge un consumidor influenciado por la publicidad, la moda o los medios de comunicación. Aquí no hay que olvidar el papel activo que juegan los productores como suministradores o a veces generadores de

necesidades o el impacto que sobre el consumo juega los cambios legislativos.

Lo que es cierto es que, toda esta teoría, con las matizaciones que ustedes quieran, funciona razonablemente en una economía lineal y con recursos ilimitados.

Lamentablemente nos hemos dado cuenta que los recursos son limitados y una vez cubiertas las necesidades básicas, nos empezamos a cuestionar la sostenibilidad del modelo de consumo.

ECONOMÍA CIRCULAR

Hoy en día aumenta la preocupación del consumidor sobre el impacto que su actividad tiene sobre el entorno. Sin embargo, simplificando, yo diría que el consumidor se debate todavía entre dos tendencias: una, influenciada por la crisis y la situación económica, en la que prima el comportamiento básicamente economicista y otra, donde interioriza conceptos más relacionados con el cuidado del medioambiente y el desarrollo sostenible, optando, cada vez con más frecuencia, en sus decisiones de compra por productos respetuosos frente a los que no lo son.

Es en una propuesta como la Economía Circular donde nuevos modelos de consumo sostenible pueden tener más sentido. Pero la gran cuestión es como adaptamos nuestro modelo de consumo actual, todavía pegado a criterios económicos, para que se integre en la economía circular.

Para ello voy a apuntar algunos puntos clave que desde el consumo debemos afrontar para que el desarrollo de la Economía circular tenga éxito.

- El primero tiene que ver con **el precio de los productos**.

Como contrapartida a los beneficios que nos otorga la propiedad o el disfrute de un bien, el consumidor tiene que soportar un precio. Pero el precio ¿dice la verdad sobre un producto? Sabemos que no. Además de las distorsiones del mercado (por ejemplo, las burbujas, u oligopolios), los precios esconden o no reflejan adecuadamente otros elementos

relacionados con el medio ambiente, condiciones laborales, etc. A esto, los economistas lo llamamos “externalidades”. En otros ámbitos se les llama daños colaterales.

Los precios deberían reflejar mejor sus costes para que sea un mejor indicador del impacto social. Se deberían interiorizar las externalidades generadas por los productos que consumimos. Quizás, con esta información la elección del consumidor fuera más racional, redirigiendo la demanda a productos más respetuosos desde el punto de vista medioambiental o social.

- El segundo tema es la **durabilidad de los productos**

La durabilidad es un elemento sustancial en la economía circular. Los productos deben ser duraderos. Los productos duraderos, en general, producen menor impacto en el entorno. Sin embargo, nos encontramos con fuertes barreras para desarrollar este aspecto.

La primera es el antagonismo entre durabilidad y moda. La moda es un elemento de relación social que nos permite diferenciarnos del resto de individuos. La moda por definición está opuesta a la durabilidad. Esto lo saben bien los productores. ¿Qué es lo que prefiere el consumidor? ¿Una manta palentina que dure dos lustros o una prenda que la podamos usar dos temporadas? La respuesta la conocemos bien. La moda, que en un principio se circunscribía a temas relacionados con el textil, se ha trasladado a otros sectores como el mobiliario de nuestras casas o la tecnología. Incluso empresas o sectores que impulsan el concepto de fabricar-usar-tirar llevan con orgullo la etiqueta de “sostenibles”, que se lo autoaplican por haber introducido mejoras poco significativas.

En este campo, el cambio de mentalidad de empresas y sobre todo de los consumidores, absolutamente deseable, se me antoja largo y complicado.

Las empresas deben encontrar incentivos a la durabilidad. No en vano, ellas fueron las primeras que detectaron que la durabilidad no era un buen negocio. Para ello se inventó un nuevo concepto: la obsolescencia programada. Los primeros fueron los fabricantes de bombillas pero esta práctica se ha extendido a otros sectores como las impresoras, baterías, etc. El Comité Económico y Social Europeo apunta este problema en su informe sobre la “Duración de la vida de los productos e información al consumidor” apuntando algunas recomendaciones sobre garantías de

recambios, certificaciones voluntarias o duraciones mínimas de productos adquiridos.

A todo esto hay que añadir la obsolescencia funcional que afectan sobre todo a aparatos tecnológicos. Mi móvil tiene cinco años, funcionaba perfectamente pero las continuas actualizaciones lo están dejando apenas sin operatividad. Sinceramente, yo no aprecio ventajas significativas en las nuevas actualizaciones, pero afectan a su rendimiento, es más, yo diría que cada vez que lo actualizo, funciona peor. ¿Las nuevas actualizaciones son mejoras críticas o hay una cierta intencionalidad en ellas para contribuir a una obsolescencia prematura? No es fácil responder a esta respuesta. Se debería hacer hincapié en la información al usuario en este aspecto. Si no es una mejora crítica en el aparato deberíamos tener la oportunidad de conocerlo y rechazar las actualizaciones.

Algunos autores señalan que fenómenos como la obsolescencia anticipada o la importancia de la moda deben ser entendidos como un fenómeno necesario para la supervivencia del sistema lineal que nos caracteriza. La extensión de la vida útil de los productos es un elemento clave para el desarrollo de la economía circular.

- Otro aspecto interesante es la **reparación**

Vinculado con la durabilidad está la reparación, palabra que casi está desterrada de nuestro vocabulario, sobre todo para determinados bienes como son los electrodomésticos o el mobiliario. ¿Para qué voy a reparar si me cuesta casi lo mismo nuevo? Seguimos en la línea: fabricar-usar-tirar.

Aquí nos encontramos con el problema del diseño. El diseño no está pensado para la reparación. Txelio Alcántara, técnico del taller de Koopera lo expresa muy bien, dice: “No vale la pena reparar frigoríficos. La mayoría llegan con fugas de gas que no podemos localizar porque las tuberías están incrustadas dentro de los muebles, y cada vez es más difícil desmontar los muebles. Hace años se podía llegar a cualquier pieza, pero ahora son todo obstáculos”. Y continua diciendo: “También es cada vez más difícil arreglar aparatos pequeños. Les ponen tornillos de seguridad, que solo giran para cerrar, y ni siquiera podemos abrirlos”. Cafeteras, máquinas de afeitar, secadores de pelo, microondas, frigoríficos, lavadoras, ordenadores. Miles de aparatos acaban en la basura antes de

tiempo porque es demasiado caro repararlos, por falta de repuestos o porque no hay modo de desmontarlos.

Además, los servicios de mantenimiento de aparatos tienen cada vez más, un tiempo limitado de duración, aduciendo la obsolescencia del aparato o falta de repuestos.

En la mayoría de los casos, es imposible la reparación aun pagando precios desproporcionados en comparación con un producto nuevo.

- Otra pregunta que nos debemos hacer **¿la legislación favorece la economía circular?**

Me enseñaron que un producto diseñado para ser desechado en poco tiempo es particularmente nocivo mientras otro de larga vida es particularmente benigno. Tengo un coche cercano a los quince años, es japonés, de cuando los japoneses sabían hacer coches a conciencia. Ni una sola avería en estos años. Indestructible. Mi cuñado, va por su tercer coche en estos quince años. Su último modelo contamina mucho menos que el mío, lo reconozco. Yo pago más impuestos y además me cuesta de un 10 un 20 % más aparcar en Madrid. Siempre me he preguntado quién es más respetuoso con el medioambiente. La legislación le da la razón a mi cuñado, puede que esté profundamente equivocado pero sigo pensando que esta manera de consumir tiene que racionalizarse. Un coche de más de cinco años no es un arma de destrucción masiva pero la legislación lo trata como tal. Si un coche dura tanto tiempo es que las cosas en su momento se hicieron bien.

Otro ejemplo de como la legislación no favorece la economía circular lo tenemos en la legislación eléctrica en España. Les desafío a reducir significativamente su recibo de la luz. Si ustedes consiguen reducir su consumo un 50 %, verán como el recibo de la luz no bajará más de un 10 % o un 15%, y eso si ustedes miran el reloj constantemente y eligen la tarifa horaria más adecuada cada vez que encienden una luz en su casa. El sistema legislativo desincentiva cualquier iniciativa para reducir el consumo energético.

Quizás, uno de los pocos ejemplos en que la legislación puede favorecer la economía circular es Francia, que ha legislado contra la obsolescencia programada a pesar de ser un problema extendido en nuestra sociedad.

- Otro elemento que también se trabaja desde la economía circular es **el uso frente a la propiedad**

La compra -con todo el ritual que lleva implícito- es un elemento que reporta una gran satisfacción al comprador, y nos invita a reflexionar sobre la importancia que los hábitos de compra tienen en la vida cotidiana de las personas.

Parece claro que el consumidor, a estas alturas, desearía no tanto un producto en sí mismo, como la función o el servicio que tal producto es susceptible de prestar.

Compartir, prestar, alquilar son verbos que están de moda.

El consumo colaborativo se extiende cada vez más en nuestra sociedad, aprovechando las oportunidades que les ofrece las redes tecnológicas. Según el CESE “el consumo colaborativo puede suponer una herramienta de mercado complementaria con la que regenerar el mercado interior, saneándolo y haciéndolo más equilibrado y sostenible”.

La idea de conexión de personas que necesitan acceso a bienes con aquellas otras que dispongan de esos bienes infrautilizados y que pueden ser prestados, regalados, intercambiados es una idea enormemente atractiva, que reporta unos beneficios palpables y sin duda debemos apoyar.

Sin embargo, también creo que deberían diferenciarse, en el consumo colaborativo, entre las actividades sin ánimo de lucro de las que persiguen como fin obtener un beneficio. Hay que diferenciar aquellas formulas o plataformas que ponen en contacto consumidores con consumidores, consumidores con consumidores pero a través de negocios, o las que funcionan de negocio a consumidor. A mi juicio hay que ordenar estas prácticas, estableciendo las responsabilidades de los agentes que operan en ellas. Si no lo hacemos, los derechos de como consumidores pueden verse afectados en determinadas ocasiones.

Por otra parte, el uso del producto frente a la propiedad es una tendencia de la que se han hecho eco nuevas formas de negocio. El modelo de negocio de producto como servicio ofrece una alternativa al modelo tradicional de “comprar y poseer”. En este caso, un consumidor utiliza los

productos según un contrato de alquiler. El productor tiene incentivos para hacer productos más duraderos. En teoría, el modelo puede funcionar. Sin embargo, cabe recordar que la mayoría de las consultas y reclamaciones ya no proceden de la compra-venta de productos sino, precisamente de los servicios, aproximadamente un 65 %. La sustitución de un modelo basado en la propiedad por otro basado en el servicio tiene sus ventajas pero no garantiza en sí mismo que las cosas se hagan bien para el consumidor.

- El último aspecto que quiero tratar es el **aprovechamiento de los recursos**

La Comisión, en su Comunicación al Parlamento Europeo estima que el 30 % de los alimentos producidos se pierden. La FAO maneja datos parecidos. Este 30 % está distribuido a lo largo de la cadena alimentaria, si bien es cierto, que se concentran básicamente y por este orden, en la producción y el consumo.

Hispancoop realizó un estudio en más de 400 hogares, midiendo el desperdicio alimentario. Los resultados fueron que se tiran más de 32 kilos por persona y año. Siendo los motivos por los que se tiran por orden de importancia los siguientes:

- ✓ Los alimentos sobrantes de las comidas
- ✓ La mala conservación
- ✓ Los alimentos sobrantes que intentamos conservarlos y los desechamos finalmente
- ✓ Los alimentos caducados o superada la fecha de consumo preferente

El estudio muestra que el consumidor no es consciente ni de la cantidad que tira ni porque lo tira y además hay importantes porcentajes de consumidores que no comprenden bien el significado del concepto de caducidad o consumo preferente.

Los consumidores, en esta materia debemos asumir nuestra responsabilidad cívica y ética, modificando los comportamientos. Las acciones de sensibilización acerca de la importancia de reducir el desperdicio de alimentos son y seguirán siendo absolutamente necesarias.

Los consumidores quizás requieran también opciones técnicas, como envases mejorados adaptados a diferentes condiciones de uso, la extensión de la práctica de llevarnos la comida que ha sobrado en los restaurantes, la educación a la hora de distinguir entre caducidad y consumo preferente, la variedad de tamaños y raciones según la necesidad de diferentes hogares, etc. Este es un buen ejemplo de que a nosotros como consumidores nos queda mucho por recorrer.

Todas estas materias son retos que debemos plantearnos si queremos que triunfe una Economía Circular. Ésta no debe ser tratada simplemente como una estrategia de sostenibilidad, sino como una estrategia integral de comportamiento, tanto de empresas, Administración y consumidores. Y son éstos, los consumidores los que tienen un papel esencial en el fomento de hábitos que propicien el cambio de una economía lineal a una Economía Circular. Los beneficios de esta apuesta son tangibles pero también deben alcanzar al consumidor. No solo se debe buscar la alianza con los consumidores más identificados con esta tendencia, necesitamos alcanzar masa crítica. Conceptualmente estamos preparados para abandonar el producir-usar-tirar. Para ello necesitarán mejor información para realizar elecciones más sostenibles y más atractivas. Si lo conseguimos el círculo se cerrará.