



El consumidor ante el espejo del residuo electrónico

Durante años, el debate sobre los residuos electrónicos se ha centrado en la industria, la normativa y las infraestructuras de reciclaje. Sin embargo, hay un actor decisivo que permanece a menudo en segundo plano: el consumidor. Cada decisión de compra, cada aparato que se guarda en un cajón y cada pila que no se deposita correctamente tiene consecuencias económicas, ambientales y sociales. España cuenta hoy con una ciudadanía más concienciada, pero aún atrapada entre la voluntad de hacer lo correcto y hábitos difíciles de cambiar. El reto ya no es solo técnico, sino cultural.



Gabriel García
Director general de Recyclia

La transición hacia una economía circular no se decide únicamente en Bruselas, en los despachos ministeriales o en las plantas de tratamiento de residuos. Se decide, también, en los hogares. El momento en que un ciudadano opta por reparar o sustituir un aparato, por guardarlo “por si acaso”, por tirarlo a la basura o por llevarlo a un punto de recogida, está influyendo de forma directa en el éxito o el fracaso del sistema de gestión de los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE). Y los datos muestran con claridad que ese papel del consumidor es hoy tan relevante como contradictorio.

España se enfrenta a una paradoja evidente. Por un lado, existe una predisposición social mayoritaria hacia un consumo más responsable. Según el VI Infor-

me Anual Recyclia sobre tendencias en la industria del reciclaje de RAEE y pilas en España, seis de cada diez consumidores españoles afirman estar dispuestos a pagar más por aparatos eléctricos y electrónicos que sean sostenibles, reparables y reciclables, una cifra alineada con la media europea. Este dato, que recoge nuestro VI Informe Anual Recyclia, no es menor: supone el reconocimiento explícito de que la sostenibilidad tiene un valor económico y de que el consumidor acepta, al menos en teoría, asumir parte del coste de la transición verde.

Por otro lado, esa voluntad declarada convive con comportamientos que siguen lastrando la circularidad. El llamado “efecto tesoro” —la acumulación de aparatos en desuso en los hogares— continúa siendo una constante. Cerca del 60 % de los hogares conserva ordenadores



portátiles o tabletas que ya no utiliza. No están en uso, no se han vendido, no se han donado ni se han reciclado. Simplemente, permanecen almacenados, fuera del circuito económico y ambiental, reteniendo materiales críticos que podrían reintroducirse en el sistema productivo.

Esta contradicción no responde a una falta de sensibilidad ambiental, sino a una combinación de factores culturales, económicos y de información. El consumidor medio valora el reciclaje, pero no siempre percibe los residuos electrónicos como un problema prioritario. Frente a los plásticos, los RAEE y las baterías ocupan un lugar secundario en la jerarquía de preocupaciones ambientales. Solo alrededor de un 9 % de los ciudadanos los identifica como el residuo más problemático, lo que explica en parte por qué su correcta gestión no genera aún un sentido de urgencia social comparable al de otros desafíos ambientales.

Sin embargo, los números son contundentes. La generación de residuos electrónicos en España casi se ha triplicado desde mediados de los años noventa y superó las 935.000 toneladas en 2023. Las previsiones apuntan a que, en 2030, podrían generarse más de 848.000 toneladas de RAEE procedentes únicamente de los aparatos puestos en el mercado antes de 2024. Es decir, el problema no es futuro: ya está aquí y seguirá creciendo, impulsado por la digitalización, la electrificación, la transición energética y la aceleración de los ciclos de sustitución tecnológica.

En este contexto, el consumidor no es una víctima pasiva del sistema, sino uno de sus principales dinamizado-

res y la educación ambiental, entendida en un sentido amplio, emerge como una de las palancas más eficaces para cambiar hábitos. No es casual que los ciudadanos españoles otorguen una importancia superior a la media europea a la información y la educación como herramientas para abordar los problemas medioambientales.

Un consumidor informado es un consumidor empoderado. Cuando conoce dónde depositar un aparato, qué impacto tiene su correcta gestión o qué beneficios ambientales y económicos se derivan de la reutilización, la probabilidad de que actúe correctamente aumenta de forma significativa. Por el contrario, la falta de información clara y accesible sigue siendo una de las principales barreras para el reciclaje doméstico, junto con la ausencia de incentivos tangibles.

Aquí se abre un debate incómodo, pero necesario. Durante años se ha apelado a la responsabilidad individual sin acompañarla siempre de sistemas que faciliten esa responsabilidad. Pedir al ciudadano que recicle más, repare más y consuma mejor resulta insuficiente si los puntos de recogida no son visibles, si los sistemas de devolución no son intuitivos o si el esfuerzo percibido supera el beneficio inmediato. La economía circular no puede sostenerse solo sobre la buena voluntad; necesita diseño, accesibilidad y estímulos claros.

En la buena dirección

Aun así, sería injusto ignorar los avances. En los últimos años ha aumentado el porcentaje de hogares que se deshacen correctamente de sus equipos informáticos en des-



uso, especialmente en el caso de los ordenadores de sobremesa. El depósito inadecuado es ya minoritario, lo que demuestra que las campañas de concienciación y la mejora de los sistemas de recogida empiezan a dar resultados.

En este esfuerzo, los sistemas colectivos de Responsabilidad Ampliada del Productor (SCRAP) han sido una palanca clave de transformación del sistema. Nuestra labor no se limita a garantizar el cumplimiento normativo, sino que ha permitido construir una infraestructura estable de recogida y tratamiento, mejorar la calidad ambiental de los procesos y reforzar la información al ciudadano. Esta arquitectura es la que hace posible que la responsabilidad individual pueda traducirse en resultados colectivos medibles.

El reto ahora es escalar estas buenas prácticas y normalizarlas. La transición hacia un modelo verdaderamente circular exige que el consumidor deje de ser el eslabón débil de la cadena para convertirse en su principal aliado. Esto implica reconocer su papel estratégico y ahondar en el diseño de políticas públicas y estrategias empresariales que lo sitúen en el centro. Incentivos a la reparación, información clara en el punto de venta, bonificaciones por devolución o campañas educativas segmentadas no son medidas accesorias, sino inversiones en eficiencia ambiental y económica.

Porque no conviene olvidar el impacto macroeconómi-

co del sector del reciclaje de RAEE y pilas y baterías. Este obtuvo en 2024 un impacto económico superior a los 1.400 millones de euros de valor añadido bruto (VAB), con un efecto multiplicador total de 2,7 euros en el conjunto de la economía española por cada euro generado. La actividad mantuvo 24.300 empleos a tiempo completo -de los que 8.600 son directos- y realizó una aportación fiscal al Estado de más de 230 millones de euros.

Cada aparato que no se recicla correctamente es, por tanto, una oportunidad económica perdida. Desde esta perspectiva, el comportamiento del consumidor tiene una dimensión colectiva que trasciende la esfera privada.

En definitiva, el consumidor español se encuentra ante un espejo. Refleja una sociedad que quiere avanzar hacia la sostenibilidad, pero que aún arrastra inercias del modelo lineal de usar y tirar. La buena noticia es que las bases están ahí: conciencia creciente, predisposición al cambio y aceptación social de la economía circular.

Convertir esa predisposición en acción efectiva es el gran desafío de Recyclia, y de todo el sector, en los próximos años. No bastará con pedir más compromiso; será necesario ofrecer aún más información, sistemas todavía más optimizados y señales económicas de crecimiento. Así lograremos que el consumidor ejerza plenamente el papel que le corresponde: ser parte imprescindible de la solución. 🌈

