

Análisis final del cuestionario

Resumen

PR1 - T1.1

Seniors for Circular Economy (SEN4CE)

Autores: E-Seniors (ESE)

Octubre 2022

Número de proyecto: 2021-2-AT01-KA220-ADU-000048101

Financiado por la Unión Europea. No obstante, los puntos de vista y opiniones expresados son exclusivamente los del autor o autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea ni los de OeAD-GmbH. Ni la Unión Europea ni la autoridad otorgante pueden ser consideradas responsables de las mismas.

TABLA DE CONTENIDOS

Introducción	3
Características de los encuestados (Preguntas 1-5)	4
Conocimiento sobre Economía Circular (Preguntas 6-8)	5
Consumo responsable (Preguntas 9-12)	5
Vida útil del producto (Preguntas 13-15)	6
Uso responsable de los recursos (Preguntas 16-17)	7
Conclusión (Preguntas 18-19, Conclusiones generales)	7

Introducción

Para desarrollar un curso de formación a medida sobre Economía Circular para mayores, cerrar las brechas de los enfoques existentes y crear sinergias con otros proyectos, los socios de SEN4CE llevaron a cabo un análisis de necesidades para evaluar los conocimientos y hábitos de comportamiento de su grupo objetivo en los países socios.

El cuestionario constaba de 19 preguntas que abarcaban diferentes aspectos de la Economía Circular, como el **consumo responsable, la vida útil de los productos y el uso responsable de los recursos**, teniendo en cuenta las **características sociodemográficas del grupo destinatario**, es decir, la edad, el sexo, el nivel educativo, la situación profesional y el país de residencia. Además, el cuestionario incluía algunas preguntas para evaluar la comprensión del concepto de Economía Circular por parte del grupo destinatario, así como su nivel de concienciación sobre este tema, con el fin de adaptar en consecuencia el plan de estudios.

El cuestionario fue diseñado por [E-Seniors](#), una ONG francesa que trabaja en el ámbito digital con personas mayores en París, con la colaboración de todos los socios del proyecto SEN4CE. Asimismo, dicho cuestionario se tradujo al idioma de cada socio y se distribuyó entre personas mayores de 60 años en los respectivos países (Austria, Francia, Alemania, Portugal y España).



En Austria, el socio (y coordinador) [BIT](#) utilizó distintos canales para distribuir el cuestionario: informó a sus contactos que trabajaban con el grupo destinatario en cuestión y les pidió que enviaran el enlace de la encuesta en línea a sus comunidades. También utilizaron contactos existentes de proyectos en los que ya trabajaban directamente con dicho grupo destinatario y les enviaron el cuestionario. Al cabo de 4 semanas se cerró la encuesta y se resumieron los resultados.



En Francia, el socio [E-Seniors](#) distribuyó el cuestionario por correo electrónico a las personas mayores que son miembros y/o participantes activos de la asociación y de sus actividades. Además, compartieron el cuestionario en línea en las redes sociales, concretamente en la página de Facebook de E-Seniors, para captar a más encuestados. Obtuvieron las respuestas en aproximadamente un mes.



En Alemania, el socio [Johanniter-Unfall-Hilfe e.V.](#) distribuyó el cuestionario entre amigos y padres, así como entre grupos con intereses especiales, como centros de la tercera edad, abuelas por el futuro, una revista dirigida a personas mayores, y residencias asistidas. El cuestionario se distribuyó por correo electrónico y se realizó una entrevista telefónica. Los mayores dispusieron de dos semanas para responder.



En Portugal, el socio [Future Balloons](#) distribuyó los cuestionarios por correo electrónico a principios de agosto (enviando el enlace de un formulario de Google) a sus socios, amigos, padres y a instituciones privadas de solidaridad social. Obtuvieron las respuestas en aproximadamente un mes.



En España, el cuestionario fue distribuido por el socio [CETEM](#) mediante una estrategia mixta: algunos de ellos se enviaron directamente por correo electrónico, pero otros se distribuyeron en persona a personas mayores que suelen colaborar con CETEM. Tras enviar todos los cuestionarios, la organización esperó un mes para recoger las respuestas.

En total, obtuvimos 52 respuestas de los 5 países socios, distribuidas tal que así:

- 13 respuestas de Austria
- 11 respuestas de Francia
- 5 respuestas de Alemania
- 13 respuestas de España
- 10 respuestas de Portugal

Los resultados del cuestionario se utilizarán para desarrollar el plan de estudios creado para 2 niveles del Marco Europeo de Cualificaciones (MEC), es decir, 2-3 y 3-4, con el fin de garantizar la compatibilidad con las diversas necesidades de aprendizaje de los mayores de 60 años y los resultados específicos de cada país obtenidos en el marco de los respectivos análisis de necesidades.

Características de los encuestados (Preguntas 1-5)

De los resultados de los cuestionarios nacionales se desprende que los encuestados pertenecen a diversos grupos de edad. Así, mientras que, en Austria, Alemania y España, la mayoría de los encuestados tenían entre 65 y 75 años, en Francia la mayoría se encontraban en las franjas de 60 a 65 años y en la de mayores de 80 años, mientras que en Portugal eran en su mayoría de 60 a 65 años y de 70 a 75 años. Esto demuestra que los mayores de todas las edades están bien representados en nuestras respuestas.

En general, la proporción de sexos estaba bien equilibrada en todos los países, con una parte ligeramente superior de mujeres. En Alemania, sin embargo, el 80% de los encuestados eran mujeres, lo que las convierte en una amplia mayoría entre los encuestados germanos.

En cuanto a los países de residencia, todos nuestros encuestados residen en el país socio en el que cumplimentaron el cuestionario, lo que significa que de los 52 encuestados:

- 13 reside en Austria
- 11 reside in Francia
- 5 reside in Alemania
- 13 reside in España
- 10 reside in Portugal

En cuanto al nivel de estudios de nuestros encuestados, son bastante variados según el país socio. Por ejemplo, mientras que los encuestados de Austria, Francia y Alemania tienen un nivel de estudios bastante alto, con una gran mayoría de ellos con al menos el bachillerato terminado, la mayor proporción de encuestados de Portugal (80%) y España (42,6%) declara no haber completado la escolaridad. En Austria, el grupo más representado es el de los mayores con un título de bachillerato o equivalente (38,5%), mientras que en Francia (54,5%) y Alemania (60%) son los mayores que han completado un máster o más.

Estas diferencias en las respuestas según los países podrían explicarse por varios factores. Por ejemplo, las distintas organizaciones asociadas en este proyecto se dirigen a grupos de mayores diferentes.

Por último, en lo que respecta a la situación laboral, la gran mayoría de los encuestados (entre el 80% y el 90% en todos los países) son jubilados, lo que se ajusta al grupo destinatario del proyecto SEN4CE y del cuestionario realizado.

Conocimiento sobre Economía Circular (Preguntas 6-8)

En la mayoría de los países socios, generalmente los encuestados ya habían oído hablar de la Economía Circular cuando rellenaron el cuestionario. Esto es especialmente cierto en el caso de los encuestados de Austria (76,9%), Francia (100%) y Alemania (80%). En España, algo más de la mitad de los encuestados ya había oído hablar de ella. En Portugal, sin embargo, sólo el 30% de los encuestados había oído hablar de dicho concepto. Por lo tanto, es bastante interesante ver que tenemos una gama bastante amplia de perfiles en nuestras respuestas.

En cuanto a las prácticas en las que piensan y asocian nuestros encuestados el concepto de "Economía Circular", son bastante variadas según el país. En Austria, Francia, Alemania y España, "la re-fabricación, el reacondicionamiento, la reparación y la reutilización de productos y componentes", así como "el reciclado", aparecen como algunas de las respuestas más votadas por los encuestados. Otra respuesta popular en Austria, Francia y Alemania fue "el uso eficiente de los recursos". En Portugal, sin embargo, los encuestados piensan más en "un cambio en los patrones de consumo", cuando oyen el término "Economía Circular". Los encuestados portugueses tampoco respondieron a esta pregunta tanto como los de otros países, lo que puede explicarse por el hecho de que la mayoría de ellos respondieron previamente que nunca habían oído hablar de la Economía Circular.

Por último, la gran mayoría de los encuestados a nivel general creen que es necesario que los individuos adopten prácticas de Economía Circular, frente a la idea de que las acciones individuales no tienen impacto y que solo los Estados y las empresas tienen poder para construir una economía más circular. Las cifras oscilan entre el 84,6% (España) y el 100% (Austria y Alemania). Estas cifras son bastante alentadoras, porque muestran que los individuos son conscientes de que sus prácticas deben cambiar para construir una economía más circular. Esto puede abrirles la posibilidad de ser educados al respecto, que es el objetivo del proyecto SEN4CE.

Consumo responsable (Preguntas 9-12)

En los países socios, la mayoría de los encuestados tiene en cuenta el impacto medioambiental de la producción a la hora de comprar alimentos, ropa y electrodomésticos, mientras que sólo unos pocos lo hacen cuando se trata de juegos y artículos de ocio. Curiosamente, mientras que en España y Portugal los encuestados se sienten más preocupados por el impacto medioambiental al comprar electrodomésticos (70%), en Alemania, Francia y Austria son los alimentos lo que más preocupa a los mayores. Cabe destacar que el grado de preocupación por la compra de alimentos difiere entre los

tres países (100% de los encuestados en Alemania, 92,3% en Austria y 82% en Francia). Aunque la mayoría de los encuestados aplican prácticas ecológicas similares al hacer la compra, las proporciones en que lo hacen son bastante diferentes entre los países socios. Por ejemplo, mientras que en Portugal y España la mayoría se limita a comprar productos que realmente necesita, solo el 50% y el 60% hace lo mismo en Alemania, Francia y Austria. La práctica más extendida en Francia (100%) y Alemania (80%) es la de informarse sobre el origen de los productos, mientras que en Portugal sólo lo hace una quinta parte de los encuestados lo hace. La compra de productos de temporada fue la segunda práctica aplicada más popular en los países socios, excepto en Austria, donde fue indicada por casi todos los encuestados (92,3%). Curiosamente, ninguno o sólo unos pocos participantes mencionaron la compra de productos reacondicionados o reparados en los países socios, lo que demuestra que deberían emprenderse más acciones educativas en este ámbito.

En cuanto a las razones por las que nuestros encuestados no aplican algunas de las prácticas citadas, la mayoría de ellos afirmaron no disponer de información adecuada para tomar tales decisiones. Otras razones como el precio elevado, la accesibilidad o la pertinencia, también se mencionaron en proporciones diferentes en los países socios. Curiosamente, al responder a la pregunta de por qué otros no aplican tales prácticas, en la mayoría de los casos los encuestados citaron razones diferentes a las que dieron para sí mismos en la pregunta anterior. Por ejemplo, sólo unos pocos encuestados, o ninguno, afirmaron que sus acciones no tendrían ningún impacto, mientras que, al parecer, creen que otros sí lo piensan. Otros aspectos, como la accesibilidad y la pertinencia, también fueron mencionados por los encuestados en todos los países socios.

Vida útil del producto (Preguntas 13-15)

En general, los encuestados de todos los países socios aplican un número significativo de buenas prácticas para una Economía Circular. La mayoría clasifica los residuos, recicla y utiliza sistemas de depósito cuando los hay. Por término medio, alrededor del 80% repara sus objetos en lugar de tirarlos cuando quiere desprenderse de ellos.

Sin embargo, un número menor de personas da otra vida a sus artículos transformándolos/reutilizándolos de otra manera. Esto correspondería a un porcentaje del 40% en Portugal, casi al 30% en Francia, alrededor del 25% en España, el 20% en Alemania y sólo el 7% en Austria. Sorprendentemente, mientras que el 80% de la gente compra ropa de segunda mano en Alemania, menos del 20% lo hace en los demás países (España, Portugal, Austria y Francia). Esta diferencia puede deberse al menor número de encuestados procedentes de Alemania: por tanto, este resultado debe tomarse con cautela, ya que no es estadísticamente viable.

Al igual que en el apartado anterior, al responder a la pregunta de por qué los encuestados no aplican algunas de las prácticas, los mayores no dieron las mismas respuestas que atribuían a otras personas. Por ejemplo, en Francia, mientras que más del 60% de los encuestados afirmaron que otras personas no aplican estas prácticas porque no creen que sea necesario o porque no creen que sus acciones vayan a tener un impacto, ninguno de ellos la señaló como razón de por qué ellos mismos no aplicaban algunas de estas prácticas. En España los encuestados también afirmaron que estas prácticas requieren demasiado

esfuerzo o que otras personas creen que estos esfuerzos no tienen impacto o que la gente lo considera innecesario. No obstante, cabe señalar que los encuestados de la mayoría de los países socios declararon no disponer de información suficiente y adecuada para aplicar algunas de las prácticas propuestas.

Uso responsable de los recursos (Preguntas 16-17)

En general, en todos los países encuestados, los mayores aplican bastantes de las prácticas enumeradas para un uso más responsable de los recursos. Las prácticas más populares entre nuestros encuestados son apagar las luces al salir de una habitación e intentar reducir el consumo de agua, con entre un 80% y un 100% de encuestados que aplican estas prácticas, dependiendo del país. Además, encender la calefacción o el aire acondicionado sólo cuando es necesario también es bastante popular, con un porcentaje de respuestas entre el 60% y el 92%. Por último, no dejar los aparatos electrónicos en modo de espera y utilizar medios de transporte poco o nada contaminantes en los desplazamientos al trabajo es un poco menos popular, con un 80% de los encuestados que aplican estas prácticas en Alemania, pero sólo entre un 30% y un 60% en Austria, Francia, Portugal y España.

En cuanto a las razones por las que no aplican algunas de estas prácticas, sólo responden unos pocos encuestados. En Austria, Francia y Alemania, la principal razón es que requiere demasiado tiempo o esfuerzo y es demasiado restrictiva (entre el 33% y el 60% de los encuestados). El hecho de no pensar en aplicar tales prácticas es también una razón mencionada por los encuestados en estos 3 países, así como en Portugal. En España, la justificación para no aplicar estas prácticas es la falta de información adecuada, así como su percepción de que no es útil llevar a cabo este tipo de acciones.

Conclusión (Preguntas 18-19, Conclusiones generales)

En primer lugar, a la pregunta "¿Cuáles cree que son/podrían ser para usted los beneficios de las prácticas de Economía Circular mencionadas hasta ahora?", es positivo señalar que ningún encuestado, en el conjunto de todos los países, respondió que no veía ningún beneficio en la aplicación de dichas prácticas. En todos los países socios, la principal respuesta a esta pregunta fue que estas prácticas son mejores para el medio ambiente y, por tanto, buenas para la salud y el bienestar de los encuestados (100% de los encuestados en Austria, Francia y Alemania; 84,6% en España; 70% en Portugal). Otra respuesta popular en la mayoría de los países es que esas prácticas son buenas para el futuro del planeta y para los hijos y nietos de los encuestados. Alemania es la excepción, ya que sólo el 20% de los encuestados ha identificado este beneficio. Las demás respuestas varían bastante según el país: mientras que la mayoría de los encuestados en Austria, Francia, Alemania y España respondieron que las prácticas de Economía Circular ayudan a ahorrar dinero, en Portugal sólo lo hizo el 30% de los encuestados. Además, mientras que la respuesta "Aplicar este tipo de prácticas me hace sentir bien conmigo mismo" fue muy popular en Austria (92,3% de los encuestados), este beneficio no se identificó tanto en otros países socios. Por último, sólo unos pocos respondieron que la aplicación de tales prácticas creaba un

sentimiento de comunidad: hasta el 60% de los encuestados en Alemania, la proporción más alta, pero ninguno en Portugal, por ejemplo.

En cuanto a los obstáculos, hubo muchas menos respuestas: los encuestados no parecen haber identificado muchos obstáculos a la hora de aplicar prácticas de Economía Circular. La respuesta más común fue que la información sobre lo que es bueno y lo que no lo es está siempre evolucionando, lo que puede resultar confuso: El 63,6% de los encuestados en Francia, el 61,5% en Austria y España y el 50% en Portugal respondieron así. En España, muchos respondieron que tampoco disponían de la información adecuada para tomar decisiones con conocimiento de causa (61,5%), que las posibilidades de aplicar estas prácticas eran muy limitadas donde vivían (46,2%) o que aplicar prácticas de Economía Circular era demasiado caro (38,5%). En Francia y Austria, entre el 35 % y el 40 % de los encuestados respondieron que también era demasiado restrictivo, o que llevaba demasiado tiempo o esfuerzo aplicar estas prácticas. Muy pocos encuestados respondieron que no tenían el interés y la curiosidad necesarios o que no creían que sus acciones individuales tuvieran un impacto.

En conclusión, el análisis de las necesidades realizado en los países socios del proyecto SEN4CE demostró que nuestros encuestados más veteranos, que representan diferentes grupos de edad, género y niveles educativos, están familiarizados con este concepto y aplican algunas de las prácticas de la Economía Circular, pero a veces siguen sin estar seguros y necesitan información más adecuada para adoptarla en su vida cotidiana. Mientras que, en la casi totalidad de los países, la mayoría de los encuestados había oído hablar de la Economía Circular, sus definiciones varían y excluyen algunos de los componentes importantes de la Economía Circular. Además, aunque los encuestados están de acuerdo en que los individuos tienen un papel que desempeñar en la Economía Circular, creen que otras personas no piensan lo mismo, lo que sin duda influye en su motivación y dificulta el componente comunitario en la lucha contra el cambio climático.

Estos resultados sugieren que, a la hora de diseñar el **currículo del proyecto SEN4CE**, deberíamos **centrarnos en:**

-  Explicar la importancia de las prácticas de Economía Circular y su impacto en el medio ambiente;
-  Contrarrestar la idea de que el consumo responsable es demasiado limitado o costoso ofreciendo consejos sobre cómo ponerlo en práctica fácilmente e incluso ahorrar en el proceso;
-  Ampliar la consideración del impacto de la producción al comprar productos fuera de los electrodomésticos y los alimentos (como ropa, muebles, juegos y ocio, etc.);
-  Transformar o reutilizar productos de otras formas, así como comprar productos de segunda mano (conocimiento de plataformas y herramientas);
-  Utilizar medios de transporte poco o nada contaminantes;
-  Proporcionar información sobre cómo el uso de prácticas de Economía Circular puede crear un sentido de comunidad y seguir construyendo un sentido positivo de contribución medioambiental;

-  Encontrar formas de superar el obstáculo que supone la información en perpetuo cambio sobre las mejoras prácticas en Economía Circular;
-  Proporcionar los recursos dignos de confianza para garantizar que la información adecuada siga siendo accesible y asequible para las personas.