financial food
Nº 352
AÑO XXXIII ENERO 2018
www.financialfood.es

Concienciados con el reciclaje

Reciclaje: agua pasada puede mover molinos

Cada año, al inaugurar el calendario y poner un pie en el nuevo ejercicio, hacemos balance del periodo anterior y hacemos promesas para los 12 nuevos meses. En materia de reciclaje, los españoles hemos vuelto a obtener una nota muy alta. Así lo aseguran los datos de Ecoembes, la organización medioambiental que promueve en España la economía circular a través del reciclaje. En este caso y, al contrario del refrán, agua pasada puede mover molinos.

En efecto, tal como se expone en el informe de este número de Financial Food, los españoles estamos cada vez más concienciados con el reciclaje y el cuidado del medio ambiente. De acuerdo con los datos aportados por esta entidad, en 2016 se reciclaron en España 1,3 millones de toneladas de envases, lo que supone un incremento del 4% respecto al año anterior.

Y es que, si reciclar es recuperar, volver a poner en valor lo que ya no valía, poner de nuevo en servicio lo que ya no servía, lo que hacemos es ahorrar, rentabilizar y doblar el valor de las cosas por el mismo precio. Y en esto parece que nos hemos aplicado bien los españoles. Esto de revalorizar lo que antes despreciamos y depreciamos ya lo hacían antes, a su modo, nuestros antecestros, acuciados por la necesidad, aprovechando y reutilizando lo que se daba por inservible.

Los resultados elevan hasta el 76% la tasa de reciclaje de los envases gestionados por Ecoembes, situándose como los residuos sólidos urbanos con mejores datos en España. Una cifra que se ha alcanzado gracias al compromiso conjunto de la sociedad a la hora de depositar sus envases correctamente en los contenedores amarillo y azul, así como al esfuerzo e implicación por parte de las Administraciones Públicas y empresas.

Durante el año 2016, cada habitante depositó 13,2 kilogramos en el contenedor amarillo (envases de plástico, latas y briks) y 15,5 kilogramos en el azul (envases de papel y cartón), lo que supone un incremento respecto a 2015 del 4% y del 2,7%, respectivamente. O lo que es lo mismo, se depositaron una media de 1.081 envases por habitante al contenedor amarillo y 698 al contenedor azul, según datos de Ecoembes.

"Tenemos que felicitarnos por el trabajo realizado durante los últimos años en aras del cuidado del medio ambiente. Un compromiso que no hubiese alcanzado estos datos si no estuviéramos interiorizando en nuestro día a día los principales valores de la economía circular. Por este motivo, tenemos que seguir trabajando en este sentido para reforzar un modelo en el que el reciclaje rodea permanentemente al ciudadano para trabajar por la sostenibilidad. Veinte años que deben tener una continuidad, ya que representamos un perfecto ejemplo de colaboración público-privada que engloba a 46 millones de ciudadanos, más de 8.000 ayuntamientos y más de 12.0000 empresas", ha asegurado Óscar Martín, consejero delegado de Ecoembes.

Así pues, en materia de reciclaje, agua pasada puede mover molinos. A través del reciclaje de envases, se consiguió en 2016 en España un ahorro de 1,3 millones de toneladas de materias primas, lo que nos ha permitido hacer un uso mucho más eficiente de los recursos naturales.

Asimismo, ha permitido reducir durante 2016 el impacto en el entorno natural ayudando a mantener el aire limpio, evitando la emisión de un millón de toneladas de CO_2 a la atmósfera, el ahorro de siete millones de megavatios, es decir, el equivalente al consumo eléctrico anual de más de 700.000 hogares españoles, así como el ahorro de 20,1 millones de metros cúbicos de agua.

financial food
www.financialfood.es

DIRECTORA
Mª Soledad Díaz-Plaza
soledad@financialfood.es

REDACTORA JEFE
María Gil
mgil@financialfood.es

REDACCIÓN
Beatriz Palomar
bpalomar@financialfood.es
redaccion@financialfood.es

COLABORADORES
María Jesús Gómez

PUBLICIDAD
publicidad@financialfood.es
Tlf. 91 388 42 00
Serafín Cañas
serafin@financialfood.es
Tlf. 91 687 46 37

ADMINISTRACIÓN
administracion@financialcomunicacion.com

Depósito legal: M-40823-1985
Financial Food es una revista que pertenece al grupo
Financial Comunicación, S.L.

C/Ulises,2 4ºD3
28043 Madrid
Tlf. 91 388 42 00 Fax. 91 300 06 10
www.financialcomunicacion.com

Los españoles cada vez más concienciados con el **reciclaje**

España recicla 1,3 millones de toneladas de envases en 2016, un 4% más que en 2015

Los españoles están cada vez más concienciados con el reciclaje y el cuidado del medio ambiente, tal y como reflejan los datos de Ecoembes, la organización medioambiental sin ánimo de lucro que promueve la economía circular en España a través del reciclaje. De acuerdo con los datos aportados por esta entidad, en 2016 se reciclaron en España 1,3 millones de toneladas de envases, lo que supone un incremento del 4% respecto al año anterior.

Un resultado que eleva hasta el 76% la tasa de reciclaje de los envases gestionados por Ecoembes, situándose como los residuos sólidos urbanos con mejores datos en España.

Una cifra que se ha alcanzado gracias al compromiso conjunto de la sociedad a la hora de depositar sus envases correctamente en los contenedores amarillo y azul, así como al esfuerzo e implicación por parte de las Administraciones Públicas y empresas.

Por categorías, los envases de metal (latas de refrescos o conservas) alcanzaron en 2016 una tasa del 84,8%, mientras que los residuos de papel y cartón suponen el 82,3% y los envases de plástico recuperados, el 66,5%. Todas estas cifras se sitúan por encima de los objetivos establecidos dentro del Paquete de Economía Circular de la Comisión Europea para 2020.

Durante el año 2016 cada habitante depositó 13,2 kilogramos en el contenedor amarillo (envases de plástico, latas y briks) y 15,5 kilogramos en el azul (envases de papel y cartón), lo que supone un incremento respecto a 2015 del 4% y del 2,7%, respectivamente. O lo que es lo mismo, se depositaron una media de 1.081 envases por habitante al contenedor amarillo y 698 al contenedor azul, según datos de Ecoembes.

Por Comunidades, los navarros son los que más kilogramos han aportado por habitante en el contenedor amarillo (20,7 kilogramos por habitante), seguido de los madrileños (20,4 kilogramos por habitante) y los baleares (18,8 kilogramos por habitante). En el caso del contenedor azul, los ciudadanos que más residuos depositan en los contenedores por habitante son de nuevo los navarros (38,6 kilogramos por habitante), mientras que los baleares (32,4 kilogramos por habitante) y los vascos (31,6 kilogramos por habitante) se sitúan a continuación.

"Tenemos que felicitarnos por el trabajo realizado durante los últimos años en aras del cuidado del medio ambiente.

Un compromiso que no hubiese alcanzado estos datos si no estuviéramos interiorizando en nuestro día a día los principales valores de la economía circular. Por este motivo, tenemos que seguir trabajando en este sentido para reforzar un modelo en el que el reciclaje rodea permanentemente al ciudadano para trabajar por la sostenibilidad. Veinte años que deben tener una continuidad, ya que representamos un perfecto ejemplo de colaboración público-privada que engloba a 46 millones de ciudadanos, más de 8.0000 ayuntamientos y más de 12.0000 empresas", ha asegurado Óscar Martín, consejero delegado de Ecoembes.

El trabajo realizado por Ecoembes va más allá, ya que tiene un impacto directo en el entorno. A través del reciclaje de envases, se consiguió el año pasado en España un ahorro de 1,3 millones de toneladas de materias primas, lo que nos ha permitido hacer un uso mucho más eficiente de los recursos naturales. Asimismo, ha permitido reducir durante 2016 el impacto en el entorno natural ayudando a mantener el aire limpio, evitando la emisión de un millón de toneladas de CO2 a la atmósfera, el ahorro de siete millones de megavatios, es decir, el equivalente al consumo eléctrico anual de más de 700.000 hogares españoles, así como el ahorro de 20,1 millones de metros cúbicos de agua.

Veinte años de cuidados medioambientales

Ecoembes ha celebrado en 2016 su vigésimo aniversario. El modelo que representa esta entidad tuvo su origen a raíz de la aprobación el 25 de abril de 1997 de la Ley de Envases.

A lo largo de estos 20 años de trabajo, el sistema ha evolucionado al mismo tiempo que lo hacían las políticas medioambientales a nivel nacional e internacional, poniendo a disposición de la sociedad herramientas innovadoras que han introducido a España en la senda de la economía circular y convirtiendo al reciclaje en un hábito cotidiano e imprescindible para el cuidado del medio ambiente.

En este sentido, en estas dos décadas de trabajo de Ecoembes de la mano con 46 millones de ciudadanos, 8.000 ayuntamientos y más de 12.00 empresas se han ahorrado 17,4 millones de toneladas de C02, 33,6 millones de megavatios, 428 millones de metros cúbicos de agua, lo que supone casi el 20% del consumo total de agua en España durante 2016.

Avanzando en innovación

Ecoembes mantiene su apuesta por la innovación como pilar básico de su estrategia.

El mejor ejemplo es la creación de 'TheCircularLab', el primer laboratorio de Economía Circular de Europa dedicado al estudio, la prueba y el desarrollo de las mejores prácticas en el ámbito de los envases y su posterior reciclado que se inauguró el pasado mayo.

Este centro está situado en La Rioja y conllevará una inversión de 10 millones de euros durante los próximos cuatro años. Además, supondrá la creación de 40 puestos de trabajo in situ y más de 200 a través de incubadoras en red.

Crece el reciclado de **vidrio** un 4% en 2016

La tasa de reciclado de vidrio para 2016 se sitúa en el 72%, lo que supone 753.509 toneladas de vidrio, un 4% más que en el ejercicio anterior, según el Informe de Sostenibilidad anual publicado por Ecovidrio.

El estudio repasa y analiza los resultados conseguidos a lo largo del pasado año en términos de resultados de reciclaje de vidrio, sensibilización y planes para el futuro. Además, es también "una mirada al futuro, guiados por nuestro plan estratégico para reciclar el 77% del vidrio en 2020", según destaca la entidad.

Asimismo, el pasado año cada español recicló 16,2 kilogramos de vidrio, lo que equivale a 62 envases por persona. Y se llegó a 30.000 hogares gracias al reparto de miniglús.

Esta tasa de reciclado ha supuesto también un impacto claro en el medioambiente, ya que se ha evitado la emisión de más de 500.000 toneladas de CO_2, cantidad equivalente a la que absorbería un bosque del tamaño de la isla de Formentera durante 100 años, según destaca el Informe.

"Queremos superar con cinco años de antelación los objetivos marcados por la Unión Europea. Para ello, dedicaremos una inversión de 330 millones de euros en los próximos años en proyectos de desarrollo I+D y planes de prevención y ecodiseño junto a las empresas envasadoras, la mejora de la contenerización y campañas de sensibilización", señala la entidad.

A este respecto, Iñaki Soroa, presidente de Ecovidrio, y José Manuel Núñez-Lagos, director general de Ecovidrio, recuerdan que el contenido del Plan Estratégico tiene como ejes fundamentales la prevención y el ecodiseño, el reciclaje y la sensibilización, destacando el "modelo contenedor" como un modelo integral, público y universal.

El reciclaje de papel y cartón crecerá un 1,5%

La recogida de papel y cartón para reciclar experimentará un incremento del 1,5% en 2017, según los datos de la Asociación Española de Fabricantes de Pasta, Papel y Cartón (Aspapel) hasta noviembre de 2017.

De este modo, el sector encadena cuatro años consecutivos de crecimiento, situándose en 4,7 millones de toneladas de papel y cartón, incluyendo la recogida selectiva municipal a través del contenedor azul, puerta a puerta y puntos limpios, más la recogida de operadores privados en grandes superficies de distribución, imprentas o industrias.

Así, se encuentra muy cerca del máximo histórico de 2008, cuando se rozaron los cinco millones de toneladas, siendo el tercer mejor año de la historia de la recogida de papel y cartón para reciclar en España.

De acuerdo con los datos de Aspapel, la industria papelera española, referente en economía circular, prevé reciclar este año cinco millones de toneladas. Y las inversiones en curso en nuevas capacidades industriales permitirán un importante crecimiento del reciclaje en las fábricas de papel españolas para 2018.

Jabón: Las marcas blancas empiezan a retroceder

Las enseñas de la distribución experimentan un descenso del 14% en el segmento de jabones de tocador en pastilla

El mercado de jabones de tocador en pastilla ha crecido un 1,2% en el interanual a octubre de 2017, hasta los 2,2 millones de kilogramos, según datos de la consultora IRI. En términos de valor, el crecimiento es aún mayor (5,5%), hasta los 15,3 millones de euros.

El 16,5% de las ventas en volumen corresponde a las enseñas de la distribución, que en este periodo ha experimentado un retroceso del 14%, mientras que en valor la caída es del 10,2%, hasta los 1,7 millones de euros.

El resto del mercado se distribuye entre el segmento de tres pastillas o más de otras marcas, con una cuota del 40,3%, a pesar de que experimenta un descenso del 16,4%.

Le sigue el segmento de una pastilla de otras marcas (33,4% de cuota de mercado, con un incremento del 39,5%), dos pastillas de otras marcas (26,1% y un retroceso del 1,1%) y una pastilla de marcas selectivas y tres pastillas o más de marcas selectivas, que apenas tienen participación en el sector debido a la caída del 10,3% y del 45%, respectivamente, durante este año.

Por su parte, el jabón de tocador líquido o en crema vende, en el mismo periodo, 14,1 millones de litros, es decir, un 2,5% más con respecto al año anterior.

Estas ventas se traducen en 33,6 millones de euros, lo que supone un incremento del 2,3% con respecto al mes de octubre de 2016.

El 86,8% de las ventas de este segmento corresponde a las enseñas de la distribución, con un incremento del 2,4%. En valor, el crecimiento es del 2%, hasta los 25,8 millones de euros.

Las marcas selectivas experimentan una caída del 50,3% en volumen, mientras que el resto de marcas crecen en consonancia con el total del mercado (2,5%).

En cuanto a los jabones sin agua, los datos de la consultora IRI asegura que tienen una participación en el mercado todavía insignificante, con 164.308 litros, lo que supone un incremento del 27,5% con respecto al año anterior.

El valor de este mercado supone más de 2,2 millones de euros, con un incre-

mento del 39,4% con respecto al mismo periodo del año anterior.

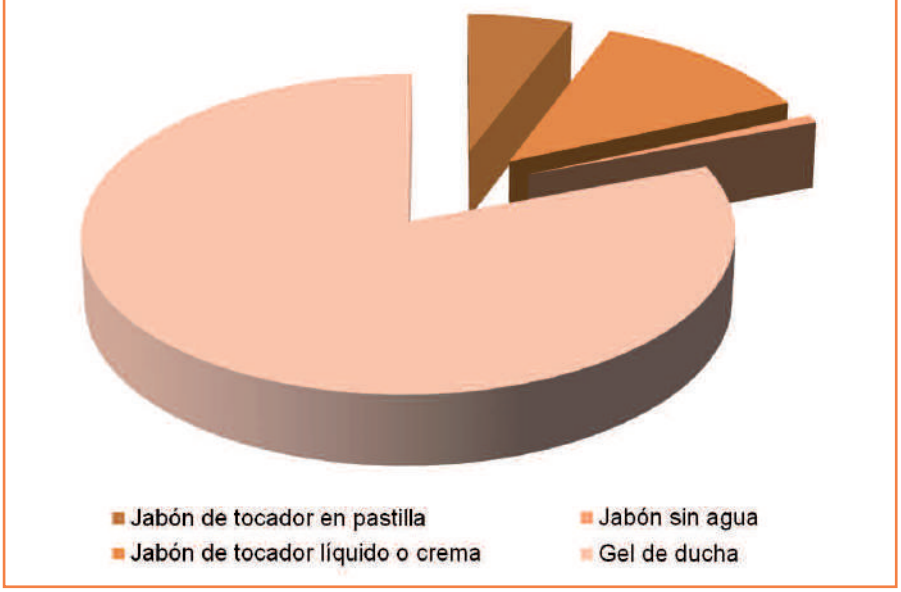
Más de la mitad de las ventas de este segmento (56,6%) corresponden a las enseñas de la distribución, con 93.043 litros, lo que supone un incremento del 42,1% frente al mismo periodo del año anterior. En cuanto a la facturación, las marcas blancas crecen un 52,7%, hasta los 1,6 millones de euros.

Por último, aparece la categoría de geles de baño que, a diferencia del resto de segmentos, experimenta una ligera caída del 0,5%, hasta los 90,5 millones de litros, con un valor de 215,5 millones de euros, es decir, un 0,7% más con respecto al mismo periodo del año anterior.

El 51,7% de las ventas de geles en los supermercados e hipermercados españoles corresponde a la marca blanca, un 2,6% menos que en 2016, lo que supone un volumen de ventas de 46,8 millones de litros. Esta cifra se traduce en 74,7 millones de euros, un 1,3% menos que en el ejercicio anterior.

Los geles de ducha hidratantes son el segmento más adquirido en España, con una cuota del 41,7% y 37,8 millones de litros, a pesar de que cae un 3,3% en el interanual a octubre de 2017.

Distribución del mercado de jabones



Le siguen los geles con otros tratamientos, que con un crecimiento del 2,9%, alcanzan los 27,8 millones de litros vendidos.

El tercer tipo de gel más vendido en España es el dermoprotector, con más de 17 millones de litros, gracias al incremento del 1,4% experimentado este año, seguido de los gel de ducha dos en uno, que caen un 4,8%, hasta los 4,6 millones de litros y los nutritivos, con 2,1 millones de litros vendidos, es decir, un 4,6% menos. Los relajantes, con 739.370 litros, han generado un crecimiento del 13,8%, mientras que los de aromaterapia, con 293.484 litros, ascienden un 29,9% en este ejercicio, explican desde la consultora IRI.

Menos gasto

En España hay 9,3 millones de hogares compradores de jabones para manos, lo que supone un 1,7% menos que el año anterior. El gasto medio es de cuatro euros, registrando un descenso del 0,5%, según datos de Kantar Worldpanel.

La frecuencia de compra también sufre una caída del 1,1%, hasta los 2,1 actos, con un gasto medio por acto de 1,8, lo que representa un 0,5% más con respecto al año anterior.

A la hora de comprar, los supermercados y autoservicios son los preferidos por los españoles para adquirir esta clase de productos, con una cuota del 44,2%. Le siguen los hipermercados, con una participación del 14,7%; los discount, con un 12,7%; las cadenas de perfumerías, con un 10%; el resto de perfumerías, con un 4,3%; las farmacias y parafarmacias, con un 2,3%; y los grandes almacenes, con un 1,9%.

¿Cómo adaptarse a los clientes en el momento del **pago**?

Conocer el perfil de los usuarios que compran en los comercios, ya sea de forma física u online es fundamental para los comerciantes para poder adaptar el checkout a sus preferencias y garantizarles la mejor experiencia durante todo el proceso de compra.

En el momento en el que se decide poner en marcha un negocio, hay que conocer qué es lo que se va a ofrecer y a quién dirigirse. No obstante, tener claras estas dos cuestiones no es un proceso sencillo ni rápido.

Es fundamental conocer en profundidad al público objetivo, sus necesidades, deseos, preferencias, hábitos de consumo y el comportamiento habitual que éstos tienen ante el proceso de compra. De esta forma, los comerciantes podrán adaptarse a ellos y conseguir que se decanten por los productos o servicios que venden antes que por los de la competencia.

Ofrecer distintos canales de venta y poder combinarlos entre sí, se trata sin duda de una ventaja diferencial muy valorada por los consumidores, pero además de esto, el hecho de que el usuario pueda elegir entre multitud de métodos de pago alternativos, se está convirtiendo en un aspecto necesario. De esta forma, el consumidor puede elegir cuándo, dónde, y cómo quiere finalizar su compra, pudiendo escoger el método de pago que más le guste, más cómodo le parezca o mayor seguridad le transmita.

Los hábitos de los consumidores han evolucionado mucho en poco tiempo, cambiando la forma, el momento e incluso, el lugar donde deciden finalizar el proceso de pago. En la actualidad, los métodos de pago utilizados por los usuarios, varían si se tienen en cuenta factores como el país de origen o residencia, la edad, el importe de la compra o incluso, el momento y el tiempo del que disponen para llevar a cabo el pago.

Entre los métodos de pago más habituales en el comercio electrónico, existen diferencias si se tiene en cuenta el país donde se realizan las compras.

Por ejemplo, en Alemania, la forma más común de abonar las compras es a través de las transferencias bancarias, en Filipinas es el contra reembolso, en España las tarjetas y en China las billeteras electrónicas.

Si, además, se tiene en cuenta la edad de los compradores, también hay diferencias, ya que los métodos de pago utilizados por los Baby Boomers, la Generación X o los Millennials no son los mismos.

Al poner en marcha un negocio, hay que pensar de forma global y actuar en local para llegar al mayor número de consumidores, independientemente de sus preferencias.

Integrar múltiples métodos de pago o realizar el análisis de comportamiento y necesidades de los clientes parece una misión fácil, pero puede llegar a convertirse en un largo camino lleno de intermediarios. Existen en el mercado pasarelas de pago que ayudan a alcanzar los objetivos de los comercios, ofreciéndoles servicios que permiten tener una experiencia de usuario 360 grados, múltiples métodos de pago y además informes y análisis de las ventas con los que poder llevar un control del negocio.

Las pasarelas de pago han evolucionado adaptándose a las nuevas tecnologías y gracias a esto pueden ofrecer al mercado soluciones de pago integradas, omnicanales, seguras y rápidas para olvidarse del pago y centrarse en los clientes. Un ejemplo de pasarela de pago que centra todos sus esfuerzos en conseguir que el pago sea completamente invisible para los comercios es Sipay Plus, que sigue innovando para que sus clientes estén siempre a la vanguardia de las últimas tecnologías en medios de pago.

El mercado de productos de **afeitado** cae un 7,1%

En España cada vez se afeitan menos. Así lo revelan los datos, que señalan que la venta de productos de afeitado ha registrado una caída del 7,1% en volumen en el interanual de junio, con 246,2 millones de unidades vendidas, por un valor de 319,5 millones de euros, lo que supone un descenso del 6,6%, según datos de la consultora Kantar Worlpanel en el TAM a junio de 2016.

Asimismo, la penetración de los productos de afeitado en los hogares españoles registra un descenso del 3,4%, lo que sitúa al número de compradores en 17 millones, casi medio millón menos de compradores que el pasado año.

El gasto medio de cada hogar comprador se sitúa en 18,7 euros al año, es decir, un 3,4% menos con respecto al año anterior y la frecuencia de compra también cae un 3,6%, con 3,1 actos de compra al año. Sin embargo, el gasto por acto de compra se cifra en seis euros, lo que supone sólo un 0,2% más con respecto al mes de junio del año anterior.

Los supermercados y autoservicios representan el lugar preferido de los españoles para adquirir cualquier producto del mercado del afeitado, con una cuota del 39,6%. Le siguen los hipermercados, con una participación del 26,4%, la perfumería moderna (10,2%), discount (7,1%), el resto de perfumerías y droguerías (6,8%), los grandes almacenes (3,2%) y las farmacias y parafarmacias (1%).

Por categorías, la que más ha caído ha sido la de los productos de antes y después del afeitado, que ha sufrido un descenso del 4,3% en volumen y un 4% en valor, según datos de la consultora IRI correspondientes al interanual de octubre de 2017. En concreto, se comercializaron 484.428 litros por una valor de 14 millones de euros, frente a los 506.437 litros del año anterior, que supusieron 14,6 millones de euros de facturación.

El segmento de lociones del afeitado ha registrado una bajada del 4% en volumen, con 189.024 litros vendidos y del 3,8% en valor, con 3,7 millones de euros vendidos. Asimismo, el segmento de bálsamos ha registrado un 6,1% menos de ventas en volumen, con 209.156 litros vendidos y un 6,94% menos en valor, con 8,5 millones de euros.

Respecto a las maquinillas de afeitar, esta categoría ha registrado un descenso del 2,75% en valor, con 155,3 millones de euros de ventas, y una caída del 2,2% en volumen, con 203,7 millones de ct vendidas, frente a las 208,4 millones de ct y 159,7 millones de euros del pasado año.

En este segmento, las maquinillas reutilizables son las que han sufrido un mayor descenso en valor, con una caída del 5,2%, a pesar del incremento del 4,6% en volumen. En cuanto a las desechables, los datos revelan un descenso del 0,6% en valor y del 2,1% en volumen.

Por su parte, el segmento de recambios para el afeitado ha visto descender su volumen de ventas un 5% y su valor un 3,9%.

Por último, en la categoría de jabones y espuma de afeitar la bajada en las ventas ha sido del 1,6% en volumen, con 3,4 millones de litros vendidos, y del 2,8% en valor, con 30,6 millones de euros alcanzados, mientras que el pasado año se logró la cifra de 31,5 millones de euros en ventas y 3,4 millones de litros comercializados.

Dentro de esta categoría, las cremas de afeitar son las que más caen tanto en valor (6,9%) como en volumen (7%), frente al descenso del 5,7% en volumen y el 6,6% en valor de las barras de jabón. En menor medida caen las espumas de afeitar (-1,8% en volumen y 3,8% en valor), así como los geles (-0,7% y -1,3%, respectivamente).

Nueva gama de salsas de tomate APIS

Recetas elaboradas para toda la familia.

apis

Nada como ser natural

apis.es