



GENERAR CONFIANZA PARA UN CONSUMO SOSTENIBLE Y CONSCIENTE

Amaya Apestegua. Organización de Consumidores y Usuarios (OCU)
ST43 Implicaciones ambientales del comercio electrónico
#CONAMA2022

CONAMA2022



PALACIO MUNICIPAL
DE IFEMA, MADRID

CONAMA2022.ORG

El consumo online en cifras

- 19%** ventas mundiales (UNCTAD)
- 72%** internautas españoles
- 42** años (25-34 más intenso)
- 3,5** compras al mes
- 68** euros por compra
- 42%** greenwashing ([COMISIÓN EUROPEA](#))



Impactos de la compra online



Emisiones de contaminantes

Los productos enviados necesitan transporte en avión, barco, furgoneta... que producen



Problemas de movilidad urbana

Para cumplir con los plazos las empresas repartidoras hacen circular más vehículos,



Exceso de residuos

El envase externo de los envíos se convierte en residuo al llegar a su destino. Además, las plataformas



Problemas sociales

Las malas condiciones laborales y la concentración del mercado en unos pocos operadores aumentan

**OCU Compra Maestra 466, febrero 2021 "Sostenibilidad del comercio electrónico"*

Barreras para un consumo sostenible



- 60%** información
- 58%** precio
- 54%** comodidad, disponibilidad
- 52%** desconfianza

**OCU 2019 "Otro Consumo para un futuro mejor"*

¿Qué necesitamos los consumidores para un e-commerce sostenible?

PRODUCTOS



¿Qué necesitamos los consumidores para un e-commerce sostenible? EXPERIENCIA DE COMPRA

Stop
Greenwashing
corporativo

Embalajes de
bajo impacto

Facilítame
agrupar
único envío

Publicidad y
arquitectura web para
consumo responsable

Entrega inmediata:
advertencias y
consejos

Mejora la sostenibilidad
de tus **procesos**
(energía, flota...)

Responsabilidad
social y fiscal del
e-commerce



¡Gracias!

Amaya Apestegua
amayapes@ocu.org

