

# ¿Cómo lograr una comunicación exitosa sobre residuos?

3 de diciembre de 2024

Yolanda Fulgueiras

Directora Área residuos municipales



Comunicar sobre  
residuos no interesa...

... a nadie



A close-up photograph of five identical green plastic bottles with white screw caps, arranged in a row on a production line. The bottles are filled with a clear liquid. The background is a blurred industrial setting with metal structures and lights.

**Ni a LOS PRODUCTORES**  
**(no vaya a ser que bajen las ventas)**





**Ni a los GESTORES (no vaya a ser que se cuestione el servicio prestado y haya penalización política)**





**Ni a la CIUDADANÍA  
(de la basura no se habla, es feo, hasta de  
mal gusto, y esto no va conmigo ya pago  
mis impuestos para que se ocupen)**



Consultada la IA, en España en lo que va de año de las más de 1 millón de noticias publicadas en medios impresos y digitales, tan solo unas 200, han tratado sobre residuos, es decir un **0,02%**

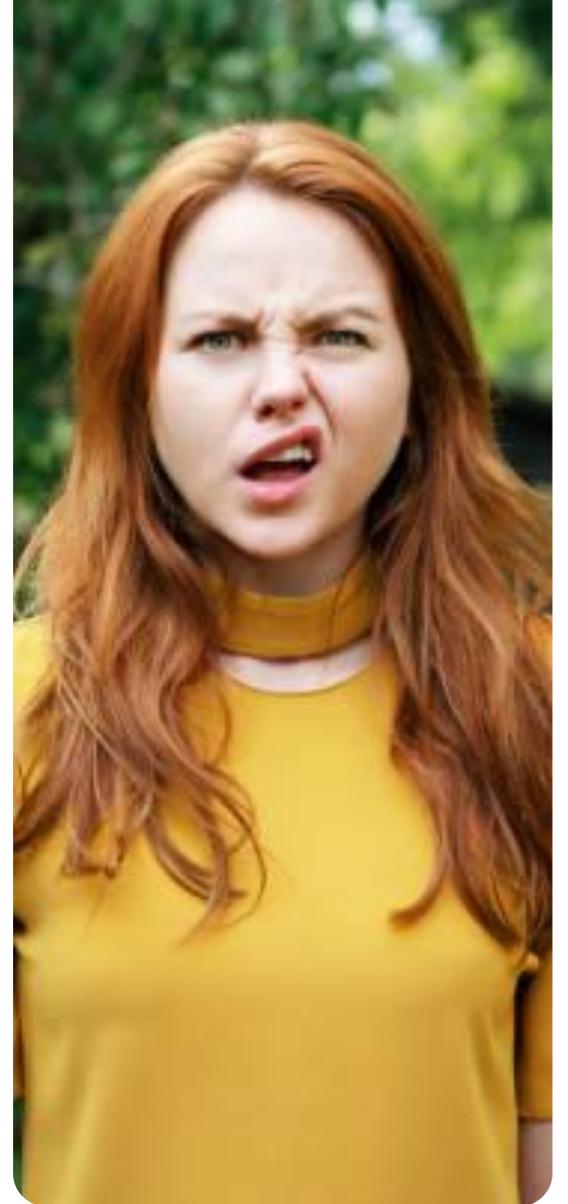


Sobre residuos se  
comunica poco...

...y MAL



- Desde “buenismo” y el “voluntarismo”
- Usando canales poco efectivos
- Con una comunicación poco clara y directa
- Obviando las estrategias que buscan un cambio de comportamiento
- Centrados en los escolares
- Con escasa inversión y sin personal experto
- Y con un enfoque político y no técnico





El resultado es una ciudadanía  
que NO se siente RESPONSABLE



## ¡Estamos en tiempo de descuento!

- Muy lejos de cumplir los objetivos exigidos por Europa
- Con una Ley de residuos que por fin contempla la comunicación
- Con un nuevo concepto de TASA basado en el que “contamina paga”



# ¿Cómo abordamos este cambio de paradigma?



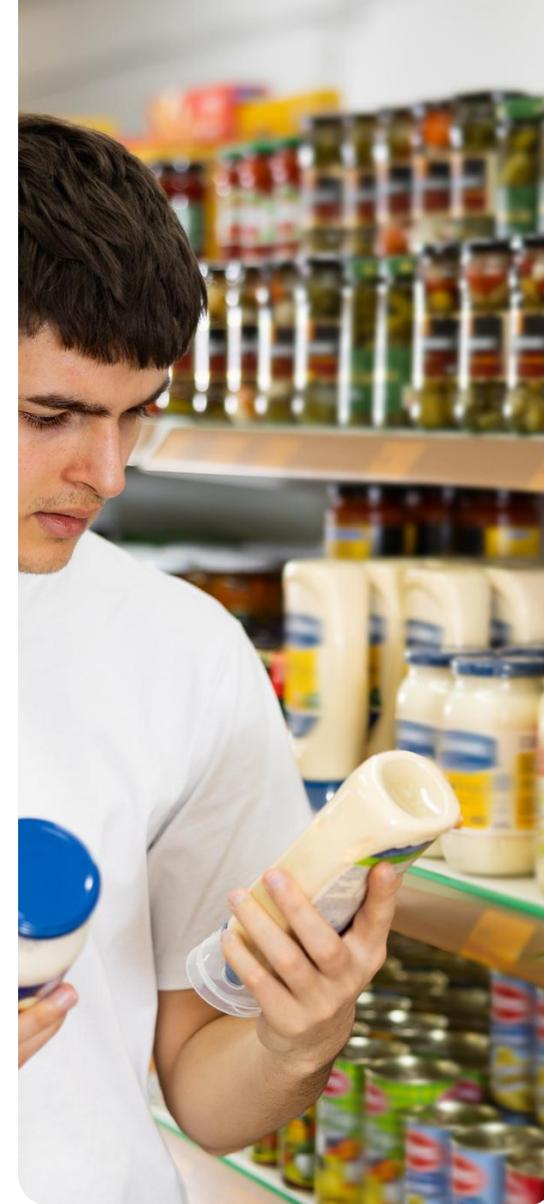
Comunicando desde la **TRANSPARENCIA**

- Hablemos de los **costes municipales** (de recogida, vertido y tratamiento)
- Hablemos de los **resultados** de recogida, del coste que supone la tasa de vertido y el impacto que tiene en las arcas municipales



## Comunicando con **CLARIDAD**

- Hablemos de que separar los residuos en origen es una **obligación**, no una opción, definido en las Ordenanzas y Leyes
- Hablemos de que como consumidores somos **responsables** de los que compramos y del residuo que generamos. Su gestión, requiere de un coste económico y ambiental que es mayor cuanto más generemos y “peor lo hagamos”



Comunicando con **VALENTÍA**

→ Desde el **rigor**, no desde lo  
“políticamente correcto” y  
el proteccionismo



Comunicando no solo para informar, sino para generar un cambio de **COMPORTAMIENTO**

→ La interacción directa es nuestra mejor aliada, mediante estrategias de **tú a tú**, de manera presencial y digital (app con devolutiva de información según el comportamiento individual y local)



Comunicando de manera  
**CONSTANTE**

→ Evitando campañas  
puntuales cuando  
“conviene”



Comunicando con **CALIDAD**

→ Con campañas **planificadas**  
**y profesionalizadas**

→ Dotadas de los recursos y  
del **presupuesto** necesario





"La comunicación efectiva no solo informa, sino que también inspira y motiva a las personas a actuar de manera diferente."



# Gracias



**Yolanda Fulgueiras**

Directora Área residuos municipales

[yolanda.fulgueiras@anthesisgroup.com](mailto:yolanda.fulgueiras@anthesisgroup.com)