

# Presentación

Mayo 2017

Área de Gobierno de Medio Ambiente y Movilidad



Percepción ciudadana en  
materia de limpieza urbana para  
la definición estratégica de  
comunicación

PEEL THEONION 

Antecedentes	2
Objetivo central	5
Objetivos específicos	6
Metodología	8
Timing y entregables	14
Análisis de resultados	15
Punto de partida	16
Percepción de los problemas de limpieza	24
Papel del Ayuntamiento de Madrid	66
Proceso de engagement con el ciudadano	73
Posibles líneas de comunicación	80
Línea Madrid	102
Conclusiones	106

El [Ayuntamiento de Madrid](#) y en concreto el [Área de Gobierno de Medio Ambiente y Movilidad](#), conocen la importancia de la limpieza urbana en una gran cantidad de ámbitos:

- Es un elemento importante de convivencia social
- Responde a una necesidad de higiene y salud pública
- Es también importante en la propia estética ciudadana
- Y a nivel de imagen, redonda de manera muy importante en la percepción de progreso de la ciudad ante los propios ciudadanos como de los visitantes

A lo largo de los últimos años, se ha perseverado en la mejora importante de la gestión de los servicios que el Ayuntamiento proporciona en la limpieza de residuos en muchos ámbitos, y se desea que estos avances sean conocidos por el ciudadano, de manera que no solo se consiga su conocimiento sino que redunde en la propia concienciación, y con ello se consiga un mayor apoyo por parte de éstos, y que sientan esta tarea como propia.

En este sentido, se ha decidido por parte del Área, llevar a cabo [una campaña de comunicación](#) para la sensibilización ciudadana en materia de limpieza urbana en toda la ciudad de Madrid

2.015

Desde este año, el área de Gobierno esta realizando estas estrategias de concienciación en ámbitos y maneras muy variadas, que tienen que ver con los diferentes servicios que se llevan a cabo dentro de su ámbito de actuación

Se han llevado a cabo campañas:

- Para la correcta utilización de los contenedores de aportación en calle.
- Sobre la separación selectiva de los residuos y el fomento del reciclaje (ciudadanos y comerciantes)
- Conocimiento del servicio a través de 010 para recogida de muebles, trastos viejos ropa usada
- La normativa sobre escombros en vía pública
- El fomento del uso de papeleras
- El lanzamiento de colillas al suelo
- La obligatoriedad de la recogida de excrementos caninos
- Etc



2.017

El área de Gobierno de Medio Ambiente y Movilidad es consciente de la mejora que se está experimentando en muchos de los aspectos de su competencia y se entiende que se está experimentando de facto un cambio en los propios ciudadanos respecto a ello.

Para este año se plantea llevar a cabo un aumento de la comunicación de todos aquellos aspectos en los que se perciba que puede existir una mejora en el cuidado del espacio público.

Se considera que se ha de potenciar aun más el cuidado de Madrid, y por ello la necesidad de encontrar insights relevantes que sean movilizados para la ciudadanía y ayuden al área de comunicación.

# Objetivo central

Este estudio tiene como gran objetivo:

Indagar y “escuchar”  
al ciudadano para  
obtener claves para  
campañas futuras de  
comunicación

Para conseguir este gran objetivo,  
hubo que atender a los siguientes  
objetivos secundarios



# Objetivos específicos

Para cubrir el objetivo central de la investigación, se abordaron los siguientes objetivos específicos:

- Percepción global de la acción del Ayuntamiento de Madrid en su labor de limpieza:
  - Cómo están actuando
  - En qué aspectos están siendo más eficaces y en cuáles más ineficaces
  - Está existiendo una evolución positiva o negativa?
- Percepción del papel de la ciudadanía respecto a la limpieza:
  - Qué papel se asigna al ciudadano en la tarea de recogida de residuos?
  - Consideran que pueden o deben ayudar más al Ayuntamiento? Qué posición se tiene ante ello
- Nivel de conocimiento de las acciones que lleva a cabo el Ayuntamiento posterior a la recogida de residuos:
  - A nivel espontaneo
  - Valoración de acciones

# Objetivos específicos

- Valoración de diferentes actores:
  - Los operarios de limpieza del espacio público
  - Los puntos de recogida de residuos y separación de fracciones: cantidad, calidad de los mismos, facilidad de uso, nivel de acceso, nivel de limpieza...
  - La recogida de residuos: eficacia, frecuencia, etc.
  - Los recogedores no autorizados: cómo los perciben, labor que se les asigna, cómo perciben su función frente a la del Ayuntamiento.
  - Los ciudadanos que no realizan separación selectiva: cual es su relación con ellos, cómo entienden su actitud, etc.
- Qué aspectos serían los de mayor relevancia para la mejora de la limpieza del espacio público: enumeración y ranking
- Qué aspectos les gustaría que el Ayuntamiento les informase con mayor relevancia



La metodología ha tenido dos fases secuenciales



Que ha recogido en profundidad los aspectos que preocupan al ciudadano, hemos entendido su percepción de la limpieza y recogida de residuos.

Con ello, obtener con ello los drivers más motivantes para ellos en cuanto a áreas de mejora y capacidad movilizadora



Una vez recogida la información de la fase cualitativa, se ha dimensionado cada uno de los factores detectados



## Técnica

La investigación se planteó mediante la realización de focus groups de 6 personas

Esta técnica persigue plantear debates abiertos que permitan profundizar en las temáticas y objetivos propuestos

Tienen una duración estimada de entre 120 y 135 minutos

Se llevan a cabo en instalaciones que permiten el seguimiento en directo de las mismas mediante espejo unidireccional

Se dispuso también de un espacio en donde realizar pequeños videos individuales con los participantes (*las grabaciones correrán a cargo del equipo del Ayuntamiento de Madrid*)

La totalidad de los grupos se grabaron en audio y video (quedan a disposición de nuestro cliente) y sobre esos materiales se lleva a cabo el oportuno análisis y redacción de informe de resultados

investigación  
cualitativa

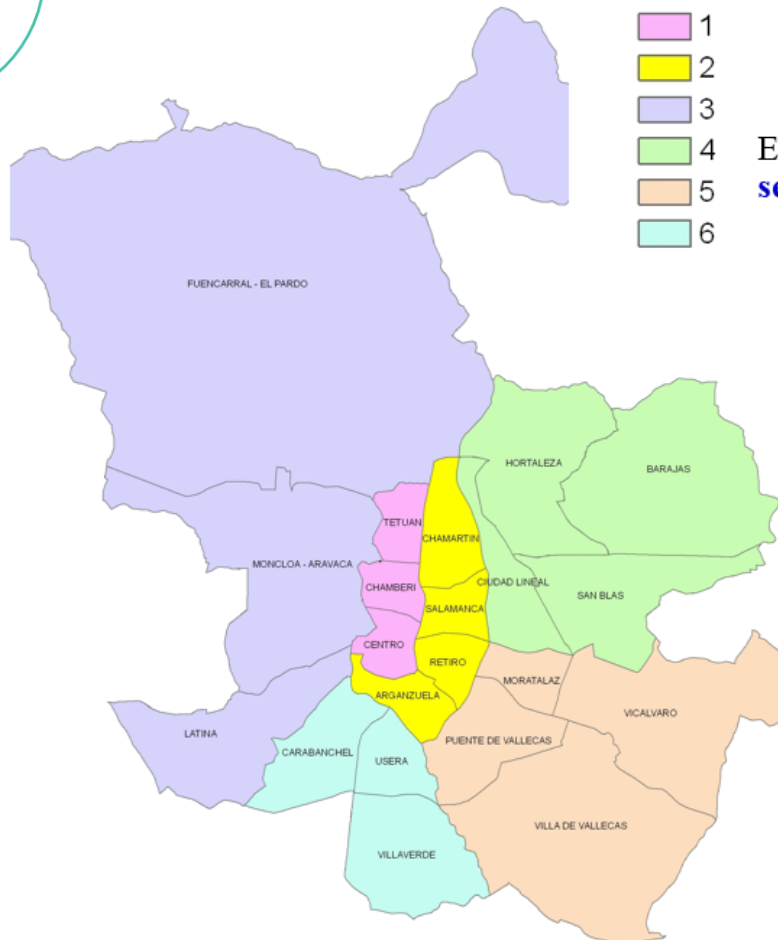
## Muestras

La muestra de la que dispusimos para esta investigación tuvo las siguientes características:

- Mujeres y hombres en una proporción del 50% en cada uno de los grupos
- Edades: amplio espectro de edades, con un abanico de entre 25 y 55 años
- Propietarios/copropietarios o inquilinos/coinquilinos de viviendas:
  - 50% son personas que mayoritariamente realizan conductas cívicas: debemos aprender de ellos las motivaciones que tienen para llevar a cabo de manera correcta estas conductas
  - 50% declara conductas más "laxas" respecto a la limpieza ciudadana. No se trata de localizar personas muy alejadas de las conductas cívicas sino de ver qué frenos tienen para llevar a cabo las conductas más cívicas
- Se tuvieron en cuenta los lotes de distritos de Madrid propuestos por el Área de Gobierno, buscando homogeneizar en lo posible en clases sociales

investigación  
cualitativa

Lotes de distritos



El contrato se divide en **6 lotes zonales según distritos y/o barrios**

**Lote 1:** Centro, Chamberí, Tetuán y el Barrio de Argüelles (Moncloa - Aravaca). El bulevar de la Castellana se distribuye entre los lotes 1 y 2.

**Lote 2:** Arganzuela, Retiro, Salamanca y Chamartín. El bulevar de la Castellana se distribuye entre los lotes 1 y 2.

**Lote 3:** Fuencarral - El Pardo, Moncloa - Aravaca (excepto el Barrio de Argüelles) y Latina

**Lote 4:** Hortaleza, Barajas, Ciudad Lineal y San Blas - Canillejas.

**Lote 5:** Puente de Vallecas, Moratalaz, Villa de Vallecas y Vicálvaro.

**Lote 6:** Usera, Villaverde y Carabanchel.

2015



investigación  
cualitativa

Diseño muestral

Lote 1

G1: Cívicos	G2: Laxos
-------------	-----------



Lote 2

G1: Cívicos	G2: Laxos
-------------	-----------



Lote 3

G1: Cívicos	G2: Laxos
-------------	-----------



Lote 4

G1: Cívicos	G2: Laxos
-------------	-----------



Lote 5

G1: Cívicos	G2: Laxos
-------------	-----------



Lote 6

G1: Cívicos	G2: Laxos
-------------	-----------



TOTAL 12 GRUPOS

investigación  
cuantitativa

## Ficha técnica

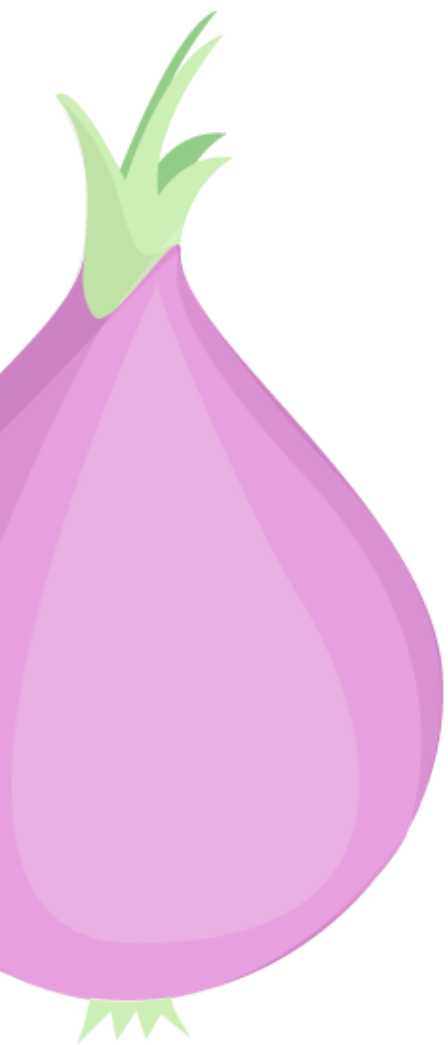
Se planteó un cuestionario online semi estructurado con las siguientes características

- Muestra total: 420 entrevistas
- Duración: 8 minutos, incluyó 2 preguntas abiertas
- Ámbito: Madrid capital
- Target: se distribuyó en función de los lotes de distritos de la ciudad de Madrid tenidos en cuenta
- Hombres y mujeres
- Edades +18 años
  - 18-34
  - 35-54
  - +54 años
- Zona: se realizaron 70 entrevistas por lote

Las dos fases son necesariamente secuenciales, si bien una vez terminada la fase de realización de grupos se pudo acometer el redactado del cuestionario

Se entregan como delivery los siguientes materiales:

- Informe completo de resultados de las dos metodologías descritas
- Las grabaciones en vídeo que sean requeridas (pero solo para manejo interno, nunca para exhibición pública). Las grabaciones hechas por los servicios externos deben ir acompañadas de contratos firmados por los intervinientes con el Ayuntamiento de Madrid
- Tablas completas de la encuesta
- Transcripciones de los focus group



## Análisis de resultados



## De dónde vienen las conductas cívicas e incívicas de los participantes en los grupos?

Para analizar los motivos de ambos comportamientos tenemos que tener en cuenta diversos factores que tienen que ver con lo interno y con el entorno de las personas

No podemos obviar cuestiones clave:

Psicosociológicas

Socioeconómicas

E incluso socio-políticas

... que modulan los niveles de civismo y sobre todo de percepción de la responsabilidad sobre la limpieza de la ciudad de Madrid

**Veamos...**

# Punto de partida

## Cuestiones psicosociológicas

Vamos a anticipar para entender mejor el análisis posterior un concepto de Aprendizaje Social, que aparece como muy relevante para entender comportamientos ciudadanos

Según la Teoría del Aprendizaje Social, la conducta humana tiene lugar con una continua interacción entre varios determinantes:

- Cognitivos: de la manera que piensan y cómo lo hacen
- Conductuales: Lo que llevan a cabo
- Ambientales: Influencia de su entorno

La percepción de control o no control que una persona tiene sobre los eventos que ocurren a su alrededor, son importantes para entender sus actos

El locus de control es una variable de la personalidad, relativamente estable, que representa la atribución que una persona lleva a cabo sobre si el esfuerzo que realiza es o no contingente a su conducta.

Existen dos extremos del continuo: *locus de control interno* y *locus de control externo*. 

# Punto de partida

## Cuestiones psicosociológicas

¿Qué son estos conceptos?

### Locus de control interno

Este tipo de personas relacionan los resultados de algo de manera muy directa con su propia conducta.

En el caso de la limpieza, consideran que su conducta personal está directamente relacionado con lo que ellos mismos son capaces de hacer.

La limpieza de las calles la entienden desde la propia conducta solidaria y entienden que su labor es relevante para ello.

Son personas activas en todos los órdenes de la vida, independientemente de la tarea

### Locus de control externo

Este tipo de personas percibe que un evento externo va a ocurrir de manera independiente a su comportamiento.

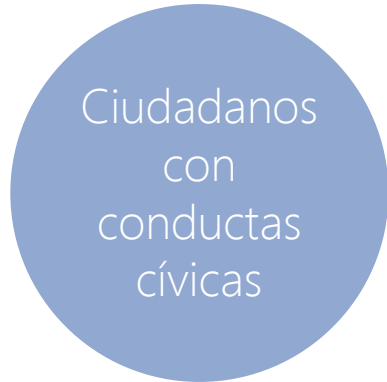
Asocia al azar, a la suerte o al destino, el acontecimiento que ha ocurrido. En todo caso, siempre se trata de algo externo a ellos mismos, y sobre lo que no tienen ningún tipo de control personal

Son otros los que han de hacer o conseguir que las cosas funcionen y de esa manera el resultado les llegará a ellos, ya sea éste positivo o negativo

Son personas pasivas y adaptativas, y su respuesta es la inacción y la dependencia

# Punto de partida

## Cuestiones psicosociológicas



Las personas con este perfil presentan unos rasgos comunes que van a marcar en gran medida sus motivaciones para mantener conductas cívicas:

- Son personas con Locus de Control interno: entienden que lo que ellos hacen repercute de manera directa en su entorno ciudadano
- Han generado conductas de información respecto a los ámbitos de limpieza (aunque como veremos, existen grandes lagunas de información)
- Se sienten más comprometidos con sus entornos cercanos de espacio público; se preocupan no solo por lo que ellos pueden hacer sino que atienden a las conductas de los demás
- Influye su entorno concreto (el distrito en el que viven) por sus entornos ambientales más o menos deteriorados, aunque como indicamos, es más una motivación interna.
- Presentan en lo común, una culpabilización ciudadana de los posibles problemas de limpieza más que una responsabilidad del Ayuntamiento de Madrid



### ¿Qué motivaciones encuentran para desarrollar conductas cívicas?

- Entienden de manera muy clara que la responsabilidad de la limpieza o suciedad de la ciudad se sustenta en gran parte en el propio ciudadano, y éste es responsable
- Son personas que presentan de manera más clara que el resto, reacciones de rechazo ante la suciedad de los espacios públicos y sienten que se trata de un problema:
  - Básicamente estético: la suciedad, afea el entorno público y les resulta incómodo el vivir en él
  - De imagen ante los demás: al vivir el entorno como propio sienten que las personas ajenas a él les perciban como personas descuidadas
  - En último término, perciben algunos de los problemas de limpieza con un potencial de problemas de higiene y salud pública

# Punto de partida

## Cuestiones psicosociológicas

Ciudadanos  
con  
conductas  
poco cívicas

Las personas que dispusimos con este perfil en la muestra, presentaban de igual manera rasgos similares

- Se trata de personas con lo que hemos definido como Locus de Control externo. En concreto son personas que entienden que si existen problemas de limpieza es porque existe una mala gestión por parte del Ayuntamiento, esto es, externalizan el problema.
- De esta manera se desculpabilizan de manera absoluta de cualquier acto poco cívico que llevan a cabo, y que en ningún caso consideran excesivamente grave.
- Incluso más, convierten los actos poco cívicos en positivos, tales como *"dar más puestos de trabajo"*.
- Tienen una sensación de que nada puede arreglarse y por tanto toman esta actitud pasiva.

Es importante reseñar que se trata de algo interno, y los cambios en este nivel de personalidad son muy complicados.

# Punto de partida

## Cuestiones socioeconómicas

Nos encontramos con un claro conflicto dentro de los grupos que marcados por una territorialidad que las personas decodifican en clave económica y que marca mucho el discurso y hasta cierto punto las actitudes del ciudadano:



### centro vs. periferia

Considerado por los ciudadanos periféricos como una zona privilegiada por el Ayuntamiento en tanto al poder y presión que ejerce el que viva la clase más privilegiada.

Se asocia con una mayor limpieza y cuidado.

Los habitantes en el centro sí aceptan un cierto privilegio, aunque basado en ser receptores del resto de madrileños y turistas

La periferia se percibe por sus propios ciudadanos más descuidada en cuanto a recursos y ello les genera una sensación de desequilibrio que en muchos casos justifica las acciones incívicas por una percepción de no solidaridad con el resto.

# Punto de partida

## Cuestiones sociopolíticas

Aunque no se profundizó en exceso en este tema ni surgió de manera potente desde el discurso de los grupos, sí subyace en muchos comentarios a lo largo de los grupos.

El color político de las personas de los grupos (en algunos casos evidentes) hacen que las percepciones se modulen, si bien no nos parece que actúen de manera decisiva ni mucho menos en actuar de drivers positivos ni negativos para la actitud ante la limpieza.

Si lo hacen, de manera más lógica respecto a cómo realizan las valoraciones, y en este caso, sí nos parece interesante apuntar en especial la cierta decepción del ciudadano en la gestión de basuras con el equipo de gobierno político.

Apuntaremos en capítulos posteriores de dónde surge esa decepción y los mecanismos que la provocan y apuntaremos posible medidas para compensarla.

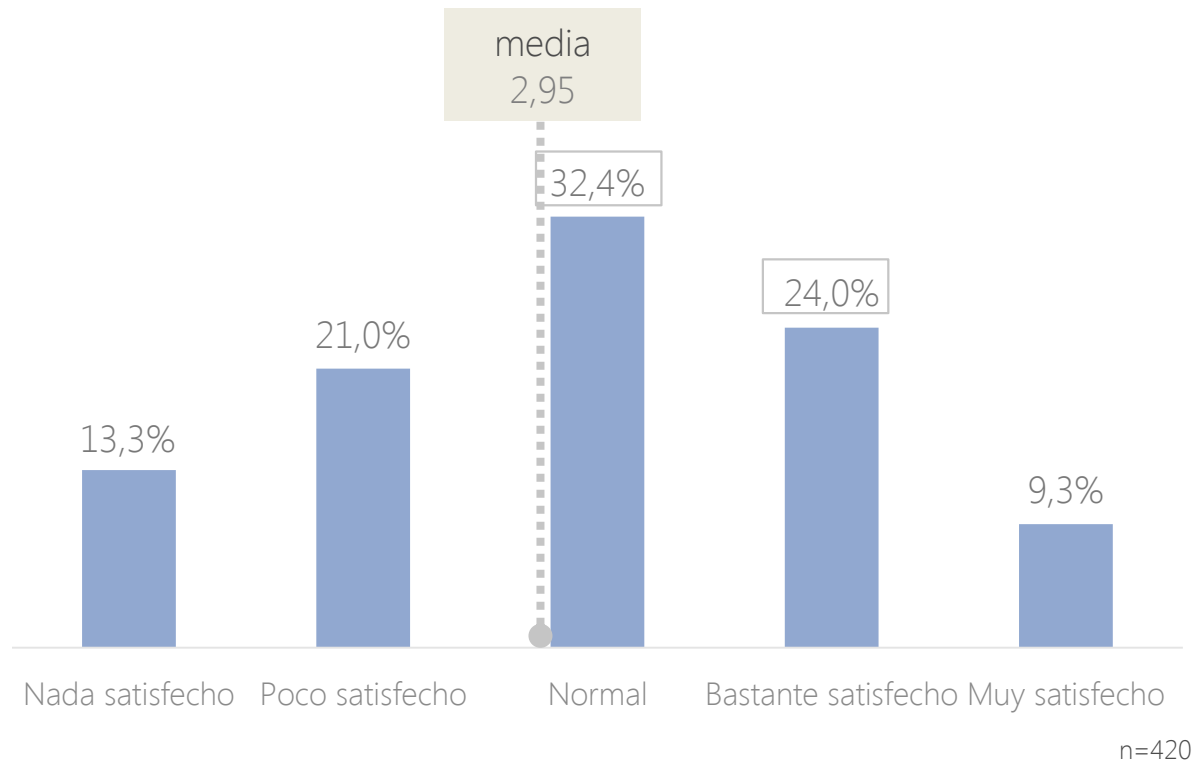




Percepción de los problemas  
de limpieza

# Percepción de los problemas de limpieza

Los datos del cuantitativo, nos indican que el ciudadano de Madrid se muestra un nivel de satisfacción moderado, no parece destacar como una ciudad sucia, pero tampoco con indicadores de satisfacción que indiquen satisfacción positiva.



*P.1 Para empezar, nos gustaría hablar de la percepción que tienes en relación a la limpieza del distrito en el que vives, dinos en una escala del 1-5 donde 1 es nada satisfecho y 5 es muy satisfecho, ¿cuál es tu grado de satisfacción en relación a la limpieza de tu barrio?*

# Percepción de los problemas de limpieza

Y comprobamos, como explicitaremos a lo largo de la presentación, que sí existe diferencia en la satisfacción de la limpieza de Madrid, según los lotes de distritos que tuvimos en cuenta.



\* Se muestran diferencias significativas al 95%.

P.1 Para empezar, nos gustaría hablar de la percepción que tienes en relación a la limpieza del distrito en el que vives, dinos en una escala del 1-5 donde 1 es nada satisfecho y 5 es muy satisfecho, ¿cuál es tu grado de satisfacción en relación a la limpieza de tu barrio?

# Percepción de los problemas de limpieza

## Principales problemas

Desde el análisis global de problemas destacamos como principales problemas de limpieza en Madrid, los siguientes:

1º

78,6%

Excrementos  
caninos



2º

75,2%

Bolsas de  
basura/cartones  
fuera de  
contenedores



3º

74,0%

Cartones fuera  
de los  
contenedores



4º

71,4%

Colillas en la  
vía pública



5º

67,6%

Orines  
caninos



# Percepción de los problemas de limpieza

## Grado de importancia otorgado

Si acudimos al grado de importancia otorgado a nivel cuantitativo, nos encontramos con algunos cambios, aunque los excrementos caninos continúan en el top 1

1º

4,22

Excrementos caninos



2º

4,16

Escasez de barrenderos



3º

4,15

Orines caninos



4º

4,07

Puntos limpios muy alejados



5º

4,00

Restos de Botellón



# Percepción de los problemas de limpieza

## Problemas percibidos vs. grado de importancia otorgado

Como observamos, la diferencia entre los problemas percibidos y la importancia personal que tienen para los ciudadanos cambia.

En el caso de los problemas percibidos, son aspectos visibles que los ciudadanos detectan pero que no necesariamente son importantes para ellos



Mientras que cuando les ofrecemos priorizar aparecen problemas que afectan más directamente en lo personal/emocional al ciudadano

Una de las claves del análisis de esta investigación, como iremos viendo, va dirigida en este sentido

# Percepción de los problemas de limpieza

Desde el punto de vista cualitativo, presentamos en primer lugar la percepción que los ciudadanos tienen de los diferentes puntos de conflicto respecto a la limpieza de Madrid, y sobre todo cómo vivencian el problema y el nivel de problemática que se asocia a cada uno de ellos

Atenderemos especialmente al nivel emocional que pueden generar para poder determinar las palancas que se pueden accionar



# Percepción de los problemas de limpieza

## Posición ante la limpieza en la ciudad

Los ciudadanos consultados se mueven entre tres sentimientos respecto a la limpieza de los espacios públicos en general



Indignación

En especial los ciudadanos más cívicos

Su indignación se dirige en especial a los conciudadanos no cívicos, que no cumplen con su parte de responsabilidad

*"La culpa es de la gente que ensucia"*

*"La gente es muy guarra"*

Indiferencia

Gran parte de la muestra se ha habituado a la convivencia con una gran parte de los problemas de limpieza de la ciudad y se consideran prácticamente como parte del paisaje urbano de la ciudad

*"Hay muchas cosas que ya prácticamente ni ves"*

*"Que haya colillas en el suelo... ni te fijas"*

Resignación

Se entiende también como una situación poco resoluble

*"El problema es que a mí me molesta, pero llega un momento que te cansas... de intentar solucionarlo. Es lo que te contaba antes de la papelera. Al principio la colocaba y al final dije ¿para qué?... pues me pasa igual si veo una lata en el suelo... ¿para qué voy a cogerla?"*



# Percepción de los problemas de limpieza

## Los espacios

### Las calles

Las calles y especialmente las de sus barrios son los espacios en donde existe una mayor preocupación del ciudadano en general.

La suciedad en las zonas aledañas a sus domicilios o zonas habituales presenta un vivencia más emocional que el del resto de la ciudad.

*"Yo creo que en las calles principales sí, es más habitual que limpien"*



Las intervenciones de comunicación a este respecto tienen un mayor efecto si aluden a lo cercano, más a la globalidad de Madrid: las dimensiones de la ciudad, y sobre todo, el efecto de ser peor tratado que los demás, genera una mayor credibilidad si se marcan objetivos concretos de barrio frente al colectivo de Madrid.

Obviamente los mensajes de conjunto sobre Madrid son necesarios pero implican mucho menos emocionalmente

*"A ver, que si vas a otro sitio te molesta también (la suciedad) porque la limpieza es algo de agrado pero... te molesta más siendo una zona que estás tú y que vives ahí o cerca o por ahí que en otro sitio que a lo mejor no te afecta tanto... Es más secundario."*

# Percepción de los problemas de limpieza

## Los espacios

### Los espacios verdes

Son una zona en la que se concentran problemáticas relacionadas con la limpieza y que generan a su vez una gran preocupación:

- Por la mayor impunidad de los ciudadanos menos cívicos
- Por ser áreas en donde existe mucho riesgo de exposición a determinados problemas de limpieza



Veamos...

Los tipos de suciedad que afectan a estos espacios verdes son...

Excrementos y orines de perro  
Orines humanos (de botellón/fiestas)  
Restos de envases (de botellón/fiestas)  
Colillas de cigarrillo  
Preservativos usados  
Cáscaras de pipas  
Deshechos orgánicos diversos

# Percepción de los problemas de limpieza

## Los espacios

### Los espacios verdes

¿Por qué son más vulnerables que la vía pública?



Porque son zonas de esparcimiento:

- Donde los niños juegan de manera menos vigilada por los padres: son más susceptibles de estar cercanos a elementos peligrosos como orines y excrementos de perro, coger colillas del suelo, e incluso preservativos. *"Pierdes al niño de vista y coge cualquier cosa que ve", "Los perros se orinan en el césped y luego los niños juegan en él"*
- Igualmente, las personas de los grupos hablan la potencial insalubridad cuando se sientan en el césped, teniendo en cuenta que son zonas en donde los perros también utilizan para sus necesidades fisiológicas. *"Una vez me pasó sentarme encima de una caca de un perro", "He visto sentarse personas en una caca de un perro"*

# Percepción de los problemas de limpieza

## Los espacios

### Los espacios verdes

Como informaciones adicionales respecto a estos espacios hay que señalar también:

- La percepción de descuido que se tiene de ellos en los últimos tiempos, a excepción de los más emblemáticos como el Retiro (lo que parece aumentar también la sensación de desigualdad centro-periferia) que aumenta la sensación de bajo nivel de limpieza

*"A mí me encantaba mi ciudad, yo me iba al Retiro y me encantaba. Y el Retiro, paulatinamente ahora mejor, pero paulatinamente se fue llenando de gente y lo ensuciaron muchísimo"*

- La ocupación de estos espacios tanto nocturna con botellones, como la de grupos de inmigración que los utilizan como espacios para festejos, deterioran de manera importante la limpieza, y alejan al ciudadano de su disfrute

*"El problema de los botellones es que influyen muchísimos factores... lo hacen los más irresponsables, que son los adolescentes, y además hay muchísimo residuo... están los vidrios, las colillas, están las meadas... están los preservativos muchas veces"*





# Percepción de los problemas de limpieza

## Los espacios

### Espacios de contenedores

Es una de las zonas en las que se concentra gran parte de la sensación de suciedad del espacio público y donde el ciudadano reclama una mayor actuación



La acumulación de residuos en los alrededores de los contenedores marca para el ciudadano una despreocupación por parte de la corporación municipal en aumentar la frecuencia de recogida.



# Percepción de los problemas de limpieza

## Los espacios

### Espacios de contenedores

¿Qué aspectos concretos aparecen como importantes en estos espacios?



Contenedores llenos

Bolsas fuera de los espacios adecuados

Suciedad acumulada en el exterior

Proliferación de trastos viejos

Presencia de rebuscadores que extraen basuras

Recogedores de cartones que dejan restos en el exterior

*"En mi calle está el típico contenedor de cartón, vidrio y tal pero es un asco porque al final es... como no lo recogen al final la gente lo deja fuera y se acumula una cantidad de mierda que vamos"*

# Percepción de los problemas de limpieza

## Los espacios

### Espacios de contenedores

¿Qué aspectos concretos aparecen como importantes en estos espacios?



### Contenedores llenos

La totalidad de la muestra tiene la sensación de que los contenedores habilitados en sus zonas se encuentran siempre al límite de su capacidad, lo cual genera como consecuencia una actitud negativa hacia los gestores del Ayuntamiento:

- Bien por no habilitar los suficientes contenedores para el volumen de población
- Bien por la escasa frecuencia de recogida prevista

En ambos casos, la responsabilidad y la culpabilización siempre es externa, siempre es el Ayuntamiento al que se le achaca la responsabilidad.

*“Yo no limpio. Nosotros pagamos los impuestos. Pero, para eso los pagamos, para que se encarguen ellos (Ayuntamiento) de hacerlo”*

Adicionalmente, aunque con menor frecuencia, se percibe a estos contenedores con un bajo nivel de mantenimiento, lo que aumenta la sensación de suciedad de este estos espacio

# Percepción de los problemas de limpieza

## Los espacios

### Espacios de contenedores

¿Qué aspectos concretos aparecen como importantes en estos espacios?



### Bolsas fuera de los espacios adecuados

El paisaje más habitual para las personas que acudieron a los grupos es el de zonas de contenedores con bolsas y restos de basura por los alrededores, lo que aumenta exponencialmente la sensación de suciedad.

*“En mi barrio es habitual que esté el vidrio hasta los topes, algunas papeleras, en zonas en concreto como al lado del metro que estén hasta los topes... y pasas y pasas y... ya se sale por todos los lados”*

El reparto de responsabilidades por este hecho se lleva a cabo:

- De forma mayoritaria la responsabilidad se achaca al Ayuntamiento por lo que se entiende como una escasa comprensión de las necesidades en cuanto a frecuencia de recogida, ya que se entiende que ocurre porque los contenedores se encuentran llenos
- De forma minoritaria, a ciudadanos poco cívicos que las depositan fuera de los contenedores sin que estén estos llenos



# Percepción de los problemas de limpieza

## Los espacios

### Abandono de trastos viejos y electrodomésticos

La proliferación de muebles y electrodomésticos abandonados en las cercanías de las zonas de contenedores, se está convirtiendo en algo habitual. Además no solo no parece preocupar en exceso sino que incluso se genera una cierta conciencia positiva de solidaridad con los más necesitados.



Sin embargo, encontramos al respecto de esta conducta, una relación respecto a dos problemas:

Problema  
estético

Problema  
medio-ambiental

**Veamos...**

*"Yo tengo un callejón que la gente ahí deja colchones, deja de todo. La verdad es que eso es horrible, asqueroso. Pero lo más fácil es dejarlo ahí..."*

*"Hay que reconocer que en eso somos conscientes de que todo televisor, un microondas, una lavadora o cosas de estas y esos electrodomésticos, eso es contaminante."*

# Percepción de los problemas de limpieza

## Los espacios

### Abandono de trastos viejos y electrodomésticos

Problema  
estético



No supone un gran problema para los participantes ya que no repercute en su día a día de manera directa. Aún así, los muebles, además de ocupar el espacio en las aceras, son visualmente molestos.

*"Me molesta si está en medio de la acera y no puedo pasar o está en un sitio tal, pero si está al lado de un cubo, a mí me da un poco igual aunque se ve feo"*

Si encontramos problemas relacionados con la higiene cuando se trata de elementos menos inocuos, como por ejemplos los colchones usados, con los que percibimos reacciones emocionales más evidentes

*"Lo que si me da más asco es ver esos colchones manchados... eso si que da asco"*

*"Los muebles no molestan mucho, pero los colchones es una guarrería"*



# Percepción de los problemas de limpieza

## Los espacios

### Abandono de trastos viejos y electrodomésticos

Problema  
medio-ambiental



Aunque por lo general son conscientes de que los electrodomésticos contaminan, falta información sobre la repercusión medio-ambiental que existe al dejarlos en la calle y los recoja un chatarrero.

Es importante aprovechar la tendencia actual en la conciencia medio-ambiental para poder conseguir una mayor eficiencia, sobre todo basándose en un eje de comunicación de la

FALSA SOLIDARIDAD O LA SOLIDARIDAD MAL ENTENDIDA



*"Un televisor, ¿qué problema puede dar? estando en la calle, me refiero"*

*"Lo dejas y al rato se lo ha llevado alguien al que has hecho un favor"*

*"No hacen ningún mal llevándose lo"*

# Percepción de los problemas de limpieza

## Los espacios

### Los cartoneros

Se trata de un fenómeno que tiene una incidencia relevante en toda esta problemática. Es, sin embargo, difícil de tratar por las características que presenta.

De manera general, la recogida de cartón por parte de personas que no son del Ayuntamiento tiene una doble percepción:

Por un lado, existe un alto grado de solidaridad y conmisericordia con estas personas, porque se entiende que lo hacen por necesidad, por estar carente de recursos.

Incluso más, en algunos casos se considera que su recogida favorece al propio Ayuntamiento

*"Hombre, se ve feo que esté todo desperdigado alrededor del contenedor pero bueno, se tienen que ganar la vida de alguna manera"*

Por otra parte, se es consciente de que es un colectivo que genera suciedad en los espacios de contenedores porque en su búsqueda lanzan residuos que dejan en las cercanías (se incluyen aquí los llamados "rebuscadores")

El resultado de ambas situaciones es siempre de disculpa por este tipo de personas, porque condenarlo sería caer en la poca solidaridad



*"Yo creo que la gente que está cogiendo cartón, está reciclando, porque al final lo está vendiendo, eso lo lleva a reciclar.."*

# Percepción de los problemas de limpieza

## Los espacios

### Los cartoneros

Si resulta relevante señalar que cuando existe información sobre las “mafias” que operan en la recogida de cartones, el ciudadano si resulta receptivo a las mismas.



Conocer que estas mafias consiguen grandes beneficios disipa en muchos casos la conmiseración.

Conocer que el Ayuntamiento deja de recaudar esas cantidades también resulta relevante, pero...

Tiene que existir una información creíble de que ese dinero revierte de manera clara en las arcas municipales

*“Tendrían que informar muy bien”  
“A ver donde se va el dinero, porque ya siempre piensas que se va al bolsillo de alguien”*

y también pone en entredicho la capacidad del Ayuntamiento respecto a la frecuencia de recogida de cartones, que hace que los cartoneros siempre lleguen antes

*“El Ayuntamiento tendría que recoger más, por que siempre llegan ellos antes...”*

# Percepción de los problemas de limpieza

## Los espacios

Desde el cuantitativo encontramos...

Problemas relacionados con los contenedores	
Bolsas de basura o cartones fuera de sus contenedores correspondientes	75,2%
Cartones fuera de los contenedores	74,0%
Cubos de basura repletos	66,9%
La gente que recoge cartones/ electrodomésticos y lo deja todo desordenado/ sucio	62,4%
Bolsas de basura fuera de horarios de recogida	62,1%
Puntos limpios muy alejados	60,2%



# Percepción de los problemas de limpieza

## Los problemas concretos

### Visión general

Las personas de las muestras identifican 3 niveles de suciedad en la ciudad que nos son muy relevantes para nuestro análisis:



Suciedad que  
afecta a la  
estética

Suciedad que  
genera  
molestias

Suciedad que  
genera  
problemas  
sanitarios

Y adicionalmente...

Suciedad que  
genera  
problemas  
medio-  
ambientales

# Percepción de los problemas de limpieza

## Los problemas concretos

### Visión general

Suciedad que  
afecta a la  
estética

*"Hombre, es un problema estético y es un problema de que está sucio. Yo en mi casa no veo colillas en el suelo"*

Se trata de aquella suciedad que resulta molesta por un problema de estética, pero que no incide de manera decisiva en la cotidianeidad personal

Aunque evidentemente se considera por la totalidad de la muestra como un problema ciudadano, se considera casi parte ya del paisaje urbano habitual.

La totalidad de la suciedad de los espacios públicos genera este tipo de problema estético

*"La gente tiene la casa impecable pero sale a la calle, y lo que es de todos, pues como es de todos, tú vas en el coche y cuantas veces no te has encontrado al niño que va con el bocata y tira el papel al balcón o tirando la colilla"*





# Percepción de los problemas de limpieza

## Los problemas concretos

### Visión general

Suciedad que  
genera  
molestias

*“Si pisas una mierda ya ves tú la gracia que te llevas... luego quitarla del zapato es asqueroso”*



Este tipo de suciedad es la que afecta más directamente al ciudadano y genera una mayor indignación que la puramente estética.

Supone para el ciudadano:

- Que genere en ellos mismos suciedad, como por ejemplo el pisar un excremento de perro
- Que genere problemas de caídas, como por ejemplo las acumulaciones de hojas en las vías públicas
- Que genere problemas de malos olores, como por ejemplo los excrementos tanto humanos como caninos, o las acumulaciones de basura sin recoger en las áreas de contenedores
- O de manera más minoritaria, los problemas en las aceras por acumulación de trastos viejos

# Percepción de los problemas de limpieza

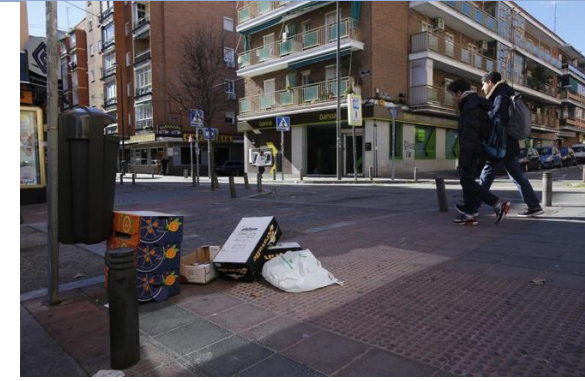
## Los problemas concretos

### Visión general

Suciedad que genera problemas sanitarios

*"Cualquier niño con lo curiosos que son, las cogen y se lo llevan a la boca"*

*"Hombre también higiénico. De residuos, de heces y eso también puede contaminar, que puedas tener gastroenteritis, o pueda contagiarte a que tengas cualquier cosa..."*



Este tipo de suciedad es la que afecta más directamente al ciudadano y contra el que se generan reacciones emocionales de mayor potencia.

Se aprecia en este tipo de suciedad que la hacen peligrosa, en especial a un sector de público más vulnerable: los niños.

El peligro viene de manera esencial no tanto por que pueda convertirse en un problema epidémico, sino por la relación directa que se pueda tener con determinados residuos, en concreto:

- Con los excrementos y orines de perro, como principal foco de problema, que además surge de manera espontánea en los grupos
- Los orines humanos, con las mismas características de insalubridad
- Las colillas y los chicles: que si bien no aparecen de manera espontánea, si enlazan de forma directa con este problema cuando se profundiza

# Percepción de los problemas de limpieza

## Los problemas concretos

### Visión general

Suciedad que genera problemas medio-ambientales

*"Sé perfectamente que por lógica, toda la mierda del tabaco se queda en el filtro, por lo cual eso lógicamente si lo dejas en el suelo y eso no se recoge adecuadamente y no se incineran, lógicamente nos perjudica en el medio ambiente..."*



Aparecen de manera mucho menos directa, aunque si puede llegar a relacionarse de manera sencilla con algunos de los problemas de limpieza de Madrid.

La apelación a la conservación medioambiental es siempre un driver interesante y a tener en cuenta, aunque emocionalmente no es tan potente como por ejemplo los problemas de salud pública.

La asociación con el medio-ambiente, además de lo relacionado con la separación de residuos puede tener relación con:

- Los excrementos caninos especialmente en las zonas verdes
- Las colillas, por las sustancias químicas que contienen

# Percepción de los problemas de limpieza

## Los problemas concretos

### Excrementos de perro

Las cacas de perro son sin duda uno de los grandes problemas de limpieza encontrados en la ciudad, de modo general a todos los distritos y con idénticos tipos de molestia.



El problema de los excrementos de perro es uno de los que movilizan emocionalmente en mayor manera:

- Es un enorme problema estético, ya que además de lo evidente, genera en muchas personas un problema de asco, más allá que cualquier otro de los problemas de limpieza
- Es un problema que puede generar molestias importantes:
  - Una gran parte de la muestra las ha pisado en algún momento y esto lleva aparejadas molestias por la limpieza del calzado
  - Encontramos también vivencias de sentarse encima en espacios verdes (césped), con un resultado aun más molesto que lo ocurrido con el calzado
- Y es (en espontáneo) un problema relacionado con lo higiénico. Resulta relevante la imagen de niños de corta edad acercándose a ellas o jugando en zonas verdes en donde pueden existir. Las reacciones emocionales son de gran magnitud y surgen en un buen número de grupos

# Percepción de los problemas de limpieza

## Los problemas concretos

### Orines de perro

Los orines de perro aparecen también con enorme recurrencia en los grupos como un problema, menos visible y por tanto menos relevante, pero de consecuencias importantes.

La relevancia de este problema viene sobre todo por esa invisibilidad aparente y se disculpa por la mayor dificultad en su remedio, si bien se considera un problema ciudadano importante:

- La proliferación de orín canino se percibe como de gran intensidad, aunque su problema es de generar molestias (malos olores) e higiénico en el caso de grandes concentraciones o de contacto con el por descuido (los niños de nuevo como potenciales perjudicados *"lo tocan todo"*)
- No obstante, se plantea la gran dificultad de su control:
  - Existe unanimidad respecto que se habría de controlar los lugares donde orinan: parece poco cívico que se haga en zonas como portales o ruedas de coche, y gustaría que el Ayuntamiento realizara campañas de concienciación
  - Las zonas verdes parece que tienen también problemas por el uso compartido con los humanos, teniendo en cuenta que no existe identificación. Es aquí donde se ven más posibles problemas de higiene, con los niños de nuevo en la diana



*"Es muy difícil a un perro obligarle a mear hasta que llegue... pero es verdad que las farolas están llenas de que mean ahí los perros y mi hijo de 4 años, va, se agarra a dar la vuelta "no te agarres ahí..." y me da un asco. Y corriendo a lavarle las manos... pero claro, a ¿Dónde mean? Si no hay sitio..."*

# Percepción de los problemas de limpieza

## Los problemas concretos

### Orines humanos

Se trata de un problema relevante, pero que parece muy localizado en zonas muy concretas. No parece afectar de manera generalizada, sino solo en:

- Zonas muy concretas del centro de la ciudad con mucha presencia de ocio nocturno juvenil, en donde se realiza en multitud de localizaciones. Encontramos disculpas entre las personas de los grupos por que los locales no permiten el acceso a los lavabos
- Zonas recoletas que permiten poca visibilidad, también en zonas céntricas
- Ubicaciones concretas de zonas verdes en especial cuando se llevan a cabo botellones en fin de semana

*"En zonas de botellones hay paredes que son los meaderos oficiales, que yo muchas veces he pensado que... no es por mi zona pero... por el centro, y digo... el que viva, el que tiene un bajo... que tiene una ventana aquí, que abre la ventana y tiene que entrar un pestazo... y además la mancha de la orina porque eso sí que... se queda manchado."*

En los grupos, se apunta de manera recurrente sobre este problema, la necesidad de ubicación de urinarios públicos al menos en las zonas de mayor aglomeración de ocio nocturno





# Percepción de los problemas de limpieza

## Los problemas concretos

### Colillas

Se trata de uno de los problemas de limpieza importantes por su alta percepción, pero sobre los que sin embargo no se genera inicialmente una gran preocupación:



- Parece un hábito instaurado de manera muy importante entre los fumadores *"Yo ahora las tiro un montón pero es un acto reflejo muchas veces"*
- No parece tener unas consecuencias importantes para el ciudadano, ya que se considera solo un problema estético
- La solución parece difícil dado que no parece existir una infraestructura de papeleras suficientes ni existe el hábito de depositar las colillas en ellas *"Creo que las papeleras tendrían que tener más ceniceros."*

El problema parece pues, un problema solo de cierta molestia estética pero que actualmente ni moviliza en exceso a los más cívicos ni hace reflexionar a las personas que lanzan colillas, con un bajísimo nivel de culpabilidad por esta acción

*"Yo soy de coger cosas, pero por ejemplo una colilla no, porque es muy pequeña te huelen las manos y tal pero si veo, no sé, voy caminando y veo pues no se una botella de agua vacía en medio de la calle yo sí la recojo y la tiro"*

**Cómo se puede actuar?**

# Percepción de los problemas de limpieza

## Los problemas concretos

### Colillas

A la vista de toda la información de desk research que hemos llevado a cabo para la elaboración de esta investigación, ya hemos visto que el Ayuntamiento de Madrid ha sido muy informativo respecto al lanzamiento de colillas a la vía pública, apelando esencialmente al sentido ciudadano



A la vista del análisis realizado, estos tipos de driver, en la situación y momento actual, no parecen ser movilizados para las personas fumadoras, que en el caso de las personas laxas, e incluso entre las más cívicas, continúan realizando esta conducta desde distintas justificaciones:

- La "tradición" en hacerlo
- El bajo nivel de problema o molestias que se genera al resto de ciudadanos
- La falta de ceniceros/papeleras adaptadas (con especial incidencia en las zonas más periféricas de Madrid)

*"Yo no me voy a agachar a quitar la colilla de uno que... porque primero, yo no la he tirado y, segundo, no es mi responsabilidad."*



# Percepción de los problemas de limpieza

## Los problemas concretos

### Colillas

Se propuso en los grupos unas frases que apelaban a problemas relacionados con problemas concretos relacionados con el medio ambiente producidos por las colillas.



Las reacciones fueron claramente de impacto:

- Se desconoce cualquier problemática asociada a las colillas de cigarrillo, y sorprende de manera importante el contenido

*"Lo de la colilla que contamina... impactante esa noticia."*

- Resultan muy relevantes los perjuicios que puede causar al agua potable dado que es un bien escaso

*"Hombre, yo sabía que contaminaba pero no a ese nivel... tantos litros de agua... madre mía"*

- Resulta también importante el conocimiento de los residuos no solo químicos sino orgánicos de las colillas que puede afectar también al público más indefenso, los niños.

*"Pero escucha, es que no solo lo cogen, es que mi hija era coger y a la boca"*

# Percepción de los problemas de limpieza

## Los problemas concretos

### Botellón

El botellón es una actividad que afecta a pocas personas de la muestra consultada.

Sin embargo se perfila como un gran problema para aquellas a las que les afecta de manera más directa:

- Se trata en muchos casos de lo que las propias muestras definen como “microbotellones”, que dejan pequeños núcleos de residuos que en muchos casos llevan aparejados peligros por botellas de cristal rotas abandonadas y que resultan molestas porque por lo general se encuentran en sitios de paso
- Y en otras ocasiones, de botellones en espacios verdes, que generan como consecuencia residuos que impiden disfrutar de ellos. En este caso, se entiende que los servicios de limpieza:
  - Los tienen identificados y actúan de manera rápida para limpiar los restos
  - Pero se les acusa de no tener prevista más infraestructura (contenedores) para que los participantes puedan depositar sus residuos en ellos



*“Yo he ido hace poco a uno (parque) y en bancos... que sí que es cierto que están haciendo botellón, rompen los cristales sin querer y vas el martes y están esos cristales. Y es un parque infantil. Y es un barrio joven, en el que hay mucho niño.”*

# Percepción de los problemas de limpieza

## Los problemas concretos

### Chicles

Aunque se considera un problema para la limpieza, se considera en retroceso.

No se sabe atribuir si se trata de un caso de menor consumo del producto o un mayor civismo, pero la incidencia que tiene entre las personas de los grupos es realmente muy baja

Se considera en todo caso un problema que afecta tanto a lo estético como a lo problemático/molesto, aunque en ambos casos de manera moderada

*"A veces hay chicles que son del color de la acera, y entonces el problema no es que lo veas, el problema es que te lo llevas a tu casa pegado en la suela"*

Se considera también un problema económico, ya que se conoce que eliminarlos tiene un alto coste

*"Joder, 0,05 comértelo y 0,11 tirarlo... vas bien"*

Respecto a lo higiénico, se considera que si bien puede ser un problema para determinados grupos (los niños, como siempre, o incluso los perros) su nivel de incidencia lo hace poco apreciable

*"Es que es igual como haya un chicle así reciente como la coja un niño, porque probablemente sea un niño, pues figúrate..."*



# Percepción de los problemas de limpieza

## Los problemas concretos

### Hojas en espacios peatonales

Es una problemática estacional pero que afecta de manera importante especialmente en los barrios de la periferia y nada en los distritos centrales.

Y se trata de un problema que despierta una gran emocionalidad entre las personas afectadas:

- Genera una gran sensación de descuido del barrio, y eso afecta de manera directa a la sensación de pertenencia: se acentúa el proceso de discriminación vs. el centro de la ciudad, mucho más cuidado.
- Y también porque genera situaciones de inseguridad tanto a peatones como a vehículos porque las hojas caídas forman capas resbaladizas que ponen en peligro.

*“Las hojas cuando en otoño caen todas las hojas, el coche patinaba y no las quitaba nadie y un día vimos a uno que lo ponía pero vamos, lo apartaba, tampoco se las llevaba”*



# Percepción de los problemas de limpieza

## Los problemas concretos

Desde el cuantitativo encontramos...

Problemas en las aceras	
Excrementos caninos	78,6%
Colillas en la vía pública	71,4%
Orines caninos	67,6%
Restos de flyers, publicidad, papeles en general	67,4%
Papeles, bolsas, botellas o latas en la acera	66,9%
Chicles en la vía pública	58,3%
Restos de Botellón	51,2%
Orines humanos	37,6%
Restos de comidas o barbacoas en espacios públicos	29,3%

# Percepción de los problemas de limpieza

## Puntos limpios



Su uso es todavía muy puntual y desde luego muy restringido a los más cívicos de la muestra, ni siquiera a la totalidad de los que consideramos con este criterio.

Las dificultades y frenos respecto a los puntos limpios fijos los seguimos encontrando en:

- Enorme desconocimiento de su ubicación y horarios
- Dificultades de transporte: no todos tienen coche
- Desconocimiento de los servicios que ofrece

Y respecto a los puntos limpios fijos:

- Desconocimiento incluso de su existencia.
- Desconocimiento de la utilidad que suponen: no saben qué se puede llevar

Como ya vimos en investigaciones anteriores, existe un claro déficit de información, que oriente de manera adicional a los riesgos medioambientales que puede suponer

*Conversación:*

*"Pero hay por ejemplo muchas cosas que tú no puedes reciclar... el ordenador... ¿qué haces con el ordenador?"*

*"Ah pues yo me lo meto en mi coche, y lo llevo a un punto limpio"*

*"Pero tú porque tendrás un punto limpio cerca... ¿yo dónde tengo un punto cerca?"*

**y relacionado con ello**

# Percepción de los problemas de limpieza

## Recogida selectiva de residuos domiciliarios (muebles y electrodomésticos)

Esta alternativa a tener que desplazarse para llevar residuos voluminosos, a pesar de ser a priori positiva, presenta varios frenos:

- Carece de mucha información práctica, aunque es un servicio teóricamente conocido
- Económico: se producen quejas porque el coste del 010 se entiende que no es gratuito. También existe confusión sobre su gratuidad: se confunde el servicio del Ayuntamiento con otros servicios privados
- Poco ágil: Necesidad de mayor agilidad en especial en bultos voluminosos, porque no se dispone de espacio en los hogares
- Suspicias respecto a que lo que se deposita frente a los domicilios sea recogido por este servicio y sí por los rebuscadores



*“Llamas al 010 y tampoco hay facilidad, te cobran dinero y dices tú, me cobran encima por un servicio que van a hacer dentro de un mes o dentro de 3 pues para eso lo deajo ahí.”*

*“Un día llamé porque hice mudanza y tenía cosas que tirar. Y, claro, es más cómodo dejarlo ahí en un rinconcito y tal, que la gente se lo va a llevar.”*

*“yo es que no sé si tengo que llamar al 010 o al 016 en estos casos”*

La alternativa del abandonado de residuos domésticos en la calle sigue siendo algo común y no supone un remordimiento de conciencia para aquel que lo hace: se justifica plenamente desde la solidaridad con los más necesitados



# Percepción de los problemas de limpieza

## Problema estético

### Graffitis

Se trata de una problemática de escasa relevancia espontánea y que surge fundamentalmente en los grupos de personas de la periferia.

Es un problema relacionado solo a lo estético, ligado a la contaminación visual, que deja sensación de descuido

Sí se diferencia en todo caso entre los que se consideran:

- Arte (murales, dibujos...), bien aceptado entre los participantes
- Vandalismo (firmas, pintadas...)



*"Porque los graffitis son vandálicos, hay graffitis artísticos, que se hacen en un muro o en un muro del Ayuntamiento o en un sitio público, o se contrata a un artista que viene de Australia y se le paga un dinerito, y hay gente que coge un bote, un aerosol, que contamina una barbaridad, y hace un grafiti o, pone pinturas en la pared."*

*"Lo encuentro horrible, de verdad. Cerraron el supermercado, lo han vuelto a abrir y es que toda la fachada alrededor lo que envolvía el supermercado todo lleno de graffitis, nos ponen otros encima de otros, una fachada, madre mía de verdad, da una impresión... de una sensación de eso de sucio, de guarro..."*



# Percepción de los problemas de limpieza

## Recogida de mascotas fallecidas

Aunque la incidencia de este tema no es muy elevada, nos parece relevante señalar este aspecto, por la alta emocionalidad que genera y la mala reputación que puede suscitar.



En la actualidad, ha ido aumentando de manera exponencial la sensibilidad hacia los animales. Tanto es así, que las mascotas ya no son un mero animal de compañía sino un miembro más de la familia.

Al tratarse de algo puntual, ante este tipo de situaciones, muchos desconocen cómo proceder. Es por eso que la comunicación de este tipo de servicios, puede jugar un rol muy importante a la hora de crear y reforzar vínculos emocionales con el ciudadano, humanizando y haciendo más cercana a la corporación.

# Percepción de los problemas de limpieza

## Recogida de mascotas fallecidas

Por el contrario...

Una mala praxis por parte de los operarios (falta de inmediatez, soluciones descabelladas y poco éticas, falta de tacto...) influyen de manera directa sobre la reputación de la administración y la alejar más.



Como ejemplo, hemos querido resaltar un caso que surgió en las reuniones...

*"Hace poco se me murió la perrita y llamé al Ayuntamiento para que pasaran a buscarla y los sinvergüenzas me dijeron que la metiera en el frigorífico... ¡En el frigorífico! Dentro de una bolsa, me dijeron que podrían venir ese día pero que igual podían tardar 2 días en pasar a buscarla y que en ese caso la tenía que congelar.."*

Resulta fundamental mejorar la comunicación (interna y externa) y la sensibilidad en estos casos, más en estos momentos en que la macrotendencia en favor de los animales (el animalismo) se encuentra tan desarrollada y es tan sensible



Papel del Ayuntamiento de  
Madrid

# Papel del Ayuntamiento de Madrid

La figura del Ayuntamiento de Madrid se encuentra muy alejada de la emocionalidad del ciudadano en estos momentos

Se está muy lejos de que el ciudadano se considere parte de él. ¿Por qué?:

- Se percibe a los cargos políticos como los responsables de su funcionamiento, y ya conocemos el nivel de confianza tan bajo que la sociedad actual tiene sobre ellos.
- El Ayuntamiento se percibe como una entidad hermética, cerrada para el ciudadano común, que no ejerce ningún tipo de control a excepción del momento de las elecciones
- Se critica la falta de información: el ciudadano no es proactivo en la búsqueda de la misma, y aunque esta exista y esté a disposición, el ciudadano no la busca, sino que es reactivo
- Y la información es muy relevante para ellos, en especial la información económica dada la situación de recelo que está en este momento en los que están existiendo tantos casos de corrupción
- Y dar la información de manera clara, sencilla y directa, aportando sobre todo datos de donde van los gastos y las inversiones

# Papel del Ayuntamiento de Madrid

En concreto, y respecto al **Área de Limpieza**, encontramos dos tipos de actitudes muy relacionadas con el tipo de Locus de Control que ya vimos al comienzo de este análisis y también mediatizado por las zonas de procedencia de los ciudadanos.

El tono general es de crítica hacia la labor que lleva a cabo:

- La percepción generalizada es de una clara bajada en el número de personal de limpieza en toda la ciudad. La crítica se hace más evidente en:
  - Los distritos de la periferia, en donde encontramos un claro sentimiento de discriminación frente a barrios del centro (por el turismo) y determinados barrios considerados de personas de mayor influencia por su mayor nivel socioeconómico.
  - Pero también entre barrios del centro, siempre con un sentimiento de peor trato y discriminación vs. los distritos vecinos.

Parecen haber desaparecido los barrenderos de calle (*“antes siempre había y ahora no ves nunca”, “eran parte del paisaje habitual y ya no hay”*)

- La frecuencia de recogida de contenedores se percibe menor que en épocas anteriores, generando acumulaciones de bolsas y residuos que afean el entorno



# Papel del Ayuntamiento de Madrid

Esta bajada en el servicio que presta el Ayuntamiento de Madrid, se decodifica por parte del ciudadano de dos maneras:

Derivada de las consecuencias de la crisis económica, que ha dejado a la corporación sin recursos suficientes para afrontar la situación.

Esta sería la decodificación "buenista" que despenaliza a la corporación y acusa al ciudadano poco comprometido

Relacionado con recortes interesados por parte del estamento político, al que consideran alejado de los intereses reales de los ciudadanos

Esta sería la decodificación "conspiranoide", habitual entre las personas con un locus de control externo, y que relacionan con la opacidad municipal

Es importante señalar aquí el **bajo nivel de información** que las personas consultadas tienen respecto a los contratos de basuras vigentes en Madrid...

... y también importante señalar la percepción de las personas que sí conocen (al menos ligeramente) este tema, aunque son muy escasos en la muestra

# Papel del Ayuntamiento de Madrid

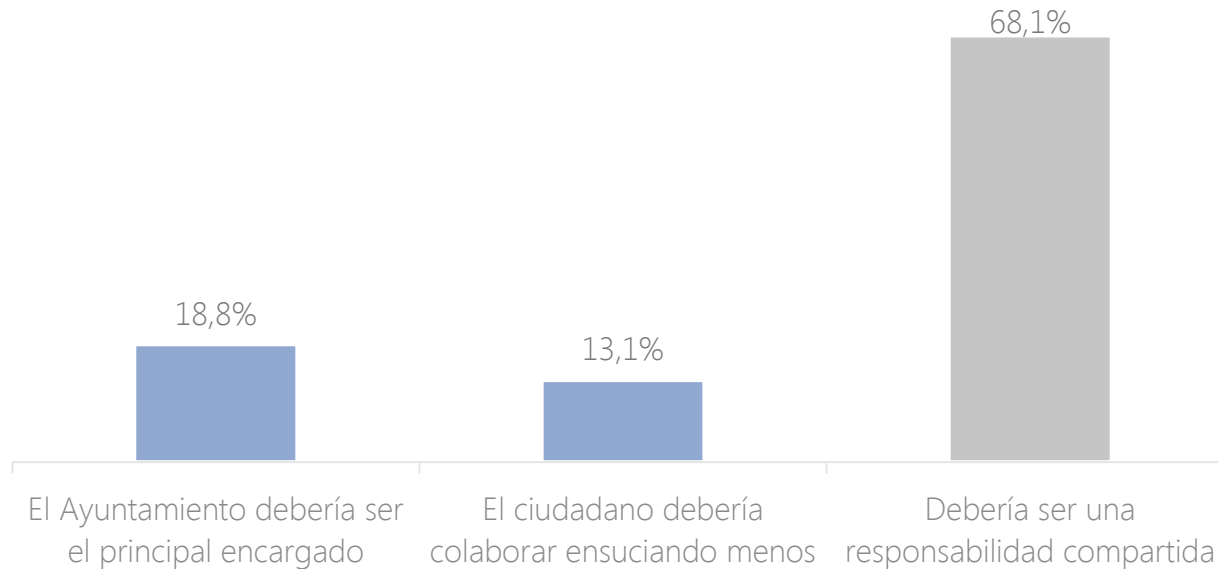
El conocimiento de las limitaciones que la actual corporación tiene resulta muy relevante para las personas que conocen sus condiciones:

- Se sabe que limita en gran medida la actuación de la corporación, aunque se desconoce realmente en qué sentido
- Y no se conoce que limita la posibilidad de aumento del servicio.

Desde nuestro análisis, entendemos que el dar información respecto a la limitación actual del contrato puede tener un efecto positivo de engagement con la labor del consistorio, más allá de lo político. Entender las limitaciones genera una clara renuncia a las teorías conspirativas, que de otra manera son las mayoritarias en el discurso de las personas consultadas

# Papel del Ayuntamiento de Madrid

Desde los datos cuantitativos, se asume en general que la responsabilidad es compartida, aunque si acudimos al segundo dato, existe una tendencia mayor a que sea responsabilidad del Ayuntamiento.



P.8 Ahora dinos, ¿De quién consideras que es responsabilidad el mantener limpio Madrid?



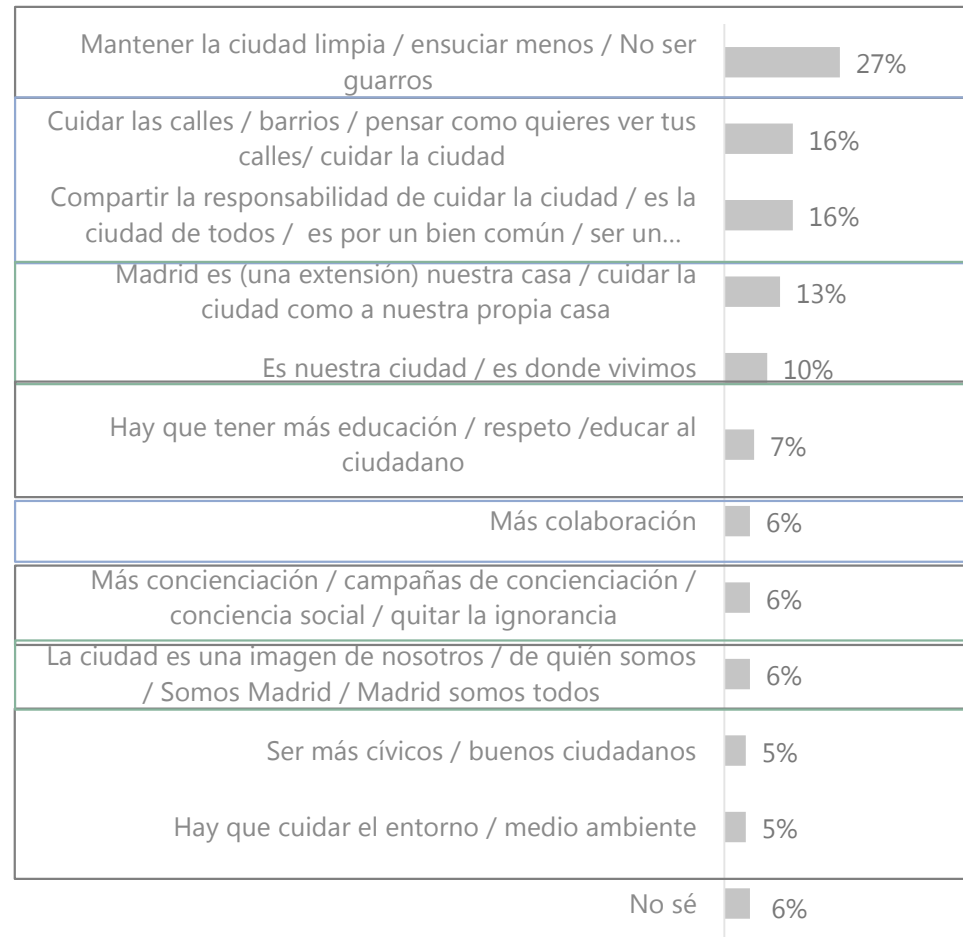
# Papel del Ayuntamiento de Madrid

## Posición del ciudadano frente a la labor de limpieza

El ciudadano como el principal protagonista haciendo referencia a que debe ser más educado y cívico.

El sentimiento de pertenencia a la ciudad asociándola con su hogar

La responsabilidad compartida convirtiendo al ciudadano en protagonista de sus actos y consecuencias.



\* Categorías por encima del 5% de menciones.

P.9.2 Ahora piensa en el resto de residentes en la ciudad de Madrid (piensa en tus amigos, familiares, vecinos, etc.)  
¿Qué se les podría decir para que de forma colectiva todos nos sintiéramos parte de Madrid?



Proceso de engagement con el ciudadano

# Proceso de engagement con el ciudadano

Tras lo observado en los grupos y si tenemos en cuenta los datos de la encuesta, parece muy evidente que se ha de desarrollar un proceso de engagement con el ciudadano, que en la actualidad se encuentra alejado tanto de la propia ciudad como de los políticos y gestores municipales.

Resulta muy relevante el que en todos los grupos se refieran de manera exclusiva a "ELLOS", lo que indica claramente una separación emocional y una total desconexión que parece basarse fundamentalmente en la ausencia de información

La demanda de información no es relevante en sí misma; realmente no están faltos de información. Saben que la información se puede conseguir en la web.



Se trata de manera fundamental de una demanda de consideración por parte de los gestores, del papel del ciudadano

# Proceso de engagement con el ciudadano

En el proceso de comunicación con el ciudadano, antes de abordar cuestiones específicas sobre limpieza, desde nuestro análisis tenemos que insistir en una fase previa inicial de:

COMPROMISO TOTAL CON EL CIUDADANO:  
TRANSPARENCIA ABSOLUTA



que debe **crear** un clima inicial de:



LEGITIMIDAD Y CREDIBILIDAD

Construir sobre una percepción en la que predomina de manera importante la duda y la baja confianza, genera que los mensajes que se lancen no tengan credibilidad si se apela al sentido ciudadano

Solo los mensajes que afectan o pueden afectar a lo personal (salud/medio ambiente), pueden movilizar emocionalmente

# Proceso de engagement con el ciudadano

Si acudimos a la pura teoría encontramos respecto a cómo conseguir legitimidad, nos encontramos que:

“La legitimidad está relacionada con la percepción que tiene la sociedad sobre las actuaciones que desarrolla una organización”

“Las organizaciones ganan legitimidad cuando demuestran y comparten los intereses (objetivos) de sus grupos de interés”

A la vista de los grupos celebrados, nos encontramos con dificultades para que esto esté pasando entre el ciudadano de Madrid y su corporación municipal y por extensión, con su servicio de limpieza

**veamos estos dos puntos....**

# Proceso de engagement con el ciudadano

“La legitimidad está relacionada con la percepción que tiene la sociedad sobre las actuaciones que desarrolla una organización”

La percepción actual sobre la actuación del servicio de limpieza del Ayuntamiento de Madrid encuentra como ya hemos indicado anteriormente déficits que afectan directamente al ciudadano.

Se desconoce de manera casi generalizada el origen y los motivos de estas deficiencias de lo que el ciudadano considera:

- Bien por recortes presupuestarios por la escasez de recursos
- Bien por mala gestión de los propios recursos: mala organización, bajo nivel de previsión, etc
- Bien por que los recursos se marchan de manera fraudulenta por la asociación a la mala imagen actual de los políticos respecto a la corrupción

Desde este análisis, consideramos que se ha de ganar esta legitimidad informando de manera exhaustiva de todo ello, porque sin esta base, el ciudadano va a rechazar de manera directa los mensajes que reciba

# Proceso de engagement con el ciudadano

“Las organizaciones ganan legitimidad cuando demuestran y comparten los intereses (objetivos) de sus grupos de interés”

La ciudadanía con la que consultamos se encuentra muy lejos de entender que los objetivos del Ayuntamiento y los suyos se encuentren alineados de alguna manera.

Entendemos que se trata de un trabajo previo también en este caso en que se hable al ciudadano de:

- Cómo entiende la limpieza de la ciudad.
- Una profundización en cómo y con qué medios cuenta para conseguirlo

Un tipo de información que ahora desconoce de manera generalizada

# Proceso de engagement con el ciudadano

Concluyendo, el proceso de engagement con el ciudadano que hemos denominado laxo, pasa por:

Conseguir **LEGITIMIDAD Y CREDIBILIDAD**

APORTAR DATOS RELEVANTES: CLARIDAD

AJUSTARSE A LAS EXPECTATIVAS SOCIALES

ESTAR EN CONSONANCIA CON LAS NORMAS,  
CREENCIAS, VALORES Y PRINCIPIOS: EL CIUDADANO TIENE  
QUE SENTIR QUE PUEDE FIARSE

... PARA CONVERTIR AL CIUDADANO EN COLABORADOR  
NECESARIO Y ACTIVO





Posibles líneas de  
comunicación

# Posibles líneas de comunicación

Si tenemos en cuenta lo anterior, nos parece que existen dos vías fundamentales de procedimiento, que difieren esencialmente en la rapidez en la consecución de resultados

La apelación al sentido ciudadano

El proceso más largo

Se ha de construir sobre la legitimidad y este proceso requiere de consolidar diversos factores

Los drivers que se sustentan solo en el deber ciudadano, en este momento no tienen la fuerza suficiente como para movilizar a la acción

La exposición de contenidos que logren remover emocionalmente al ciudadano

El proceso más inmediato

Los mensajes funcionan como drivers en sí mismo, al remover emocionalmente sobre aspectos que el ciudadano entiende como cercanos

# Posibles líneas de comunicación

## La apelación al sentido ciudadano

Como ya hemos comentado, desde nuestro punto de vista, esta línea de comunicación no tiene fuerza si antes no se consigue que el ciudadano sienta como propia la ciudad y las instituciones, y en el momento actual se dista de estarlo:

### Madrid



### Instituciones



MADRID



# Posibles líneas de comunicación

## La apelación al sentido ciudadano

### Madrid



A pesar de que como veremos en los resultados cuantitativos los madrileños se sienten muy vinculados a su ciudad, en la fase cualitativa vemos que se trata más de una vinculación frente al resto. Cuando profundizamos en la vinculación real (la de aportar a su ciudad, encontramos matices muy diferentes)

Se trata de una ciudad excesivamente grande y sobre todo demasiado diversa como para que en la actualidad se sienta como propia.

Las personas de los distritos más céntricos tienen una vivencia de ocupación del resto de ciudadanos, del turismo... que les hace derivar responsabilidades a los gestores en mayor medida

Las personas de la periferia igual "Madrid-Centro" y sin embargo se vinculan emocionalmente más a su propio barrio. Aunque esto no se traduzca en una mayor activación real, si observamos una mayor predisposición a la vinculación

## La apelación al sentido ciudadano

### Instituciones



Como ya hemos visto, los ciudadanos, independientemente de su color político son suspicaces respecto a las instituciones. En especial respecto a los políticos que las representan pero que también se traslada a los gestores.

Esta suspicacia (y consecuente falta de legitimidad) es la que genera que exista no solo un distanciamiento sino (y esto es lo más importante para nuestro caso) una **delegación de la responsabilidad** que se manifiesta de manera más clara entre las personas con conductas más laxas respecto a la limpieza.

Desde este desapego emocional, se pasa a la funcionalidad *“ya pago mis impuestos, que se preocupen ellos”*, que se convierte en una justificación dentro de este racionalismo

# Posibles líneas de comunicación

## La apelación al sentido ciudadano

Dentro de este contexto, las líneas de comunicación más adaptadas serían aquellas que emocionalmente puedan llegar desde:

La concienciación desde el fortalecimiento de la identidad de la ciudad como el propio hogar. Se trataría de un eje de comunicación que como concepto fuera:

TU CALLE/TU BARRIO/TU CIUDAD... TU CASA

*"Si es verdad que lo piensas y no tirarías una colilla al suelo de tu casa..."*

*"Es que es verdad, yo debería sentirme como si la calle fuese mi casa porque yo no hago cosas en la calle que no haría en mi casa, entonces me siento bien"*

## La apelación al sentido ciudadano

La utilización de una conversación con el ciudadano en clave micro: los mensajes parecen llegar de manera más eficiente cuando se habla del entorno más cercano. Es importante Madrid, pero donde me molesta ver suciedad es en mis entornos personales

### HABLEMOS DE LOS ENTORNOS EMOCIONALES DEL CIUDADANO

*"Que el centro de Madrid esté limpio está muy bien, pero quiero ver mi calle limpia"*

*"A mí, Madrid para mí me parece mejor que ningún sitio, pero sí que me gustaría que le dedicaran más tiempo a mi barrio, que está muy dejado en comparación con otros..."*

## La apelación al sentido ciudadano

El problema de los excrementos caninos dentro de esta línea de sentido ciudadano presenta escasa potencia motivacional.

Los infractores de que disponíamos en los grupos conocen perfectamente que el no recoger las heces atenta contra el sentido ciudadano, pero lo salvan interponiendo al Ayuntamiento:

- Como responsable al no disponer de bolsas para este fin en los dispensadores
- O aludiendo a responsabilidades que no entiende que el Ayuntamiento este realizando correctamente: *"Como veo que no están arreglando el asfalto de mi barrio yo tampoco recojo lo del perro"*

En todo caso, no perciben en la apelación a buen ciudadano una motivación adicional, no les moviliza



# Posibles líneas de comunicación

La exposición de contenidos que logren remover emocionalmente al ciudadano

Desde la fase cualitativa (corroborada a posteriori por la cuantitativa) nos parece claro que la exposición a informaciones que contengan informaciones que pueden afectar más directamente al ciudadano son las que consiguen movilizar de manera más evidente.

Existen dos aspectos que de manera global consiguen de manera eficiente remover y cuestionarse a los ciudadanos más laxos sus conductas menos cívicas:

**el medio ambiente**



**higiene/salud pública**



# Posibles líneas de comunicación

La exposición de contenidos que logren remover emocionalmente al ciudadano

## el medio ambiente



Es un aspecto que a nivel general está cobrando cada vez una mayor importancia.

No obstante esta área tiene más relación con las personas que dentro de sus conductas más cívicas ya tienen en cuenta el medio ambiente.

Entre las personas de conductas más laxas con la limpieza, el medio ambiente también resulta relevante, si bien las cuestiones que tienen que ver con él no generan tanto nivel emocional por considerarse menos problemáticas para ellos, más lejanas.

En cualquier caso entendemos que las narrativas que aludan a los problemas de medio ambiente que generan el no tener cuidado de los entornos ciudadanos son importantes, ya que enlazan con la gran macrotendencia del cuidado del cuidado ambiental

# Posibles líneas de comunicación

La exposición de contenidos que logren remover emocionalmente al ciudadano

## el medio ambiente



Qué líneas de comunicación que tienen que ver con el medio ambiente resultan como drivers relevantes?

En los grupos, detectamos varias líneas que tienen que ver con ello:

- Las colillas tiradas en los entornos públicos de todo tipo
- Los excrementos caninos
- Abandono de electrodomésticos en la vía pública sin usar los puntos limpios

# Posibles líneas de comunicación

La exposición de contenidos que logren remover emocionalmente al ciudadano

## el medio ambiente



“Una colilla puede contaminar hasta 8 litros de agua potable”

La potencialidad de la colilla de cigarrillo como contaminante del agua por los químicos que contiene

Se desconoce que la potencia negativa de este tipo de residuo respecto al medio ambiente

Encontramos reacciones importantes respecto a esta información entre personas que actualmente tiran colillas al suelo, por el impacto que provoca.

Trabaja sobre la culpabilidad positiva del ciudadano

# Posibles líneas de comunicación

La exposición de contenidos que logren remover emocionalmente al ciudadano

## el medio ambiente



**DAÑOS AMBIENTALES**  
POR TIRAR COLILLAS DE CIGARRO

Consumidores de tabaco deben tener conciencia sobre el daño que causan las colillas cuando son tiradas a la calle.

- AMENAZA PARA EL MEDIO AMBIENTE**  
El desecho de las colillas de los cigarrillos representa una amenaza para el medio ambiente.
- TARDA EN DEGRADARSE ENTRE 6 MESES Y 10 AÑOS**
- SUSTANCIAS TÓXICAS**  
Al ser pisados, tirados en la alcantarilla o parte de las sustancias tóxicas volátiles.
- AMENAZAN ANIMALES**  
que suelen confundirlos con comida, provocándoles su muerte.
- PUEDEN CAUSAR INCENDIOS**  
Las colillas pueden causar incendios, tanto en bosques, pastizales y áreas verdes, además de causar daños a la salud.
- 10.9 MILLONES DE PERSONAS**  
En México el 16 por ciento de la población consume tabaco.
- COLILLA DE CIGARRO**  
Hecho de acetato de celulosa, se deriva del petróleo, que tarda alrededor de 10 años en biodegradarse, contaminando agua y suelo.
- FUMAR SE ASOCIA A MÁS DE 25 ENFERMEDADES**
  - Enfermedad pulmonar
  - Embolia
  - Infarto al corazón
  - Bronquitis crónica
  - Cáncer de pulmón, de boca, esófago, hígado, entre otros.

azteca noticias

Hemos encontrado en nuestro desk research, ejemplos que claramente inciden de manera más directa en problemas concretos

**¿Cuál es el problema de las colillas de cigarro con el medio ambiente marino?**

- Tardan en degradarse entre 2 meses a 10 años.
- No son biodegradables, están fabricadas con hidrocarburos y acetato de celulosa, que se deriva del petróleo.
- Una colilla de cigarro contamina 8 litros de agua.
- Causan la muerte de cientos de animales que las ingieren confundiendo con alimento.

En última jornada del Día Internacional de Limpieza de Playas 2015 en Chile se recolectaron 32,710 colillas de cigarro en la playa.

**¿Cuántas llegaron al mar?**

azteca noticias

*"Igual que se ven esos carteles de lo que cuesta quitar un chicle y lo que tiene que hacer, poner esa información, porque la estás viendo siempre, no te la tienen que dar en algún sitio, no, es que tú la estás viendo y cuando vas a tirar una colilla dices: "joe, lo voy a tirar en la papelera.""*

# Posibles líneas de comunicación

La exposición de contenidos que logren remover emocionalmente al ciudadano

## el medio ambiente



### Desmontando creencias

Creemos que es importante desmontar la creencia de que los excrementos caninos son abono, justificación sobre la que se basa en muchas ocasiones las deposiciones en parques, jardines, o en los alcorques de los arboles urbanos.

Y que, más al contrario, se trata de un tipo de excremento que perjudica a la vegetación y el entorno verde, degradando los espacios verdes



En muchos de los casos, los "infractores" tienen la creencia de estar actuando de manera correcta por la máxima "la tierra lo traga todo"

# Posibles líneas de comunicación

La exposición de contenidos que logren remover emocionalmente al ciudadano

**el medio ambiente**



Desmontando creencias

El abandono de electrodomésticos en la vía pública tiene un doble objetivo para el ciudadano:

Evitar llevarlo a un punto limpio o molestarse en esperar a que uno se encuentre cercano

Se entiende también que otras personas pueden favorecerse con su recogida y venta, con lo que se realiza un cierto acto benéfico

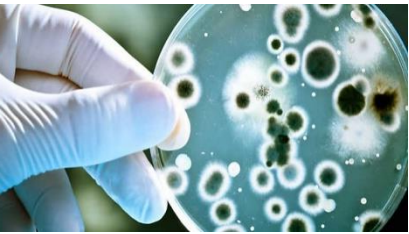
Comunicar el grave daño ecológico que generan ciertos elementos de los electrodomésticos puede alertar y aumentar el sentido ciudadano.



# Posibles líneas de comunicación

La exposición de contenidos que logren remover emocionalmente al ciudadano

## higiene/salud pública



Es sin duda la posible línea de comunicación que puede aportar los drivers más potentes y que remuevan emocionalmente en mayor medida al ciudadano. De forma paralela, también pueden ser los que generen un mayor riesgo de polémica social, ataques de ciertos sectores sociales, etc.

Entendemos que es la mejor opción si realmente se quiere generar ruido social y movilizar hacia conductas más cívicas.

Esta línea de comunicación, sin embargo se encuentra restringida a dos de los problemas de limpieza de la ciudad de Madrid:

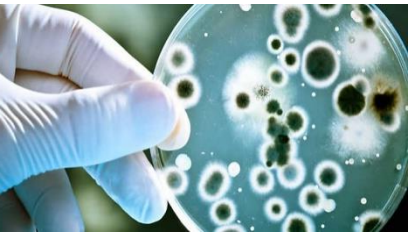
- Los excrementos de todo tipo
- Las colillas de cigarrillo



# Posibles líneas de comunicación

La exposición de contenidos que logren remover emocionalmente al ciudadano

## **higiene/salud pública** Excrementos



La relación de estos residuos con posibles riesgos de higiene/salud surgen:

- De manera espontanea y muy inmediata entre personas que tienen cercano al mayor target de riesgo: los niños. Se considera que los niños presentan un riesgo de poder estar en contacto directo por su curiosidad o descuido, pudiendo generar un riesgo claro.
- Y cuando se presenta de manera sugerida, la reacción del resto de personas se relaciona de manera muy directa con este riesgo.

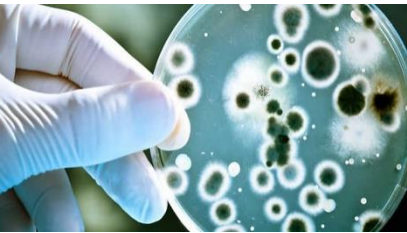
Hay que señalar que encontramos personas que no recogían los excrementos de sus perros a los que la información sobre el riesgo sanitario les hace reflexionar sobre esta conducta

Esta relación con problema sanitario es más evidente con las heces de perro, pero se extiende también a los orines caninos y humanos, por el riesgo de contacto con ellos

# Posibles líneas de comunicación

La exposición de contenidos que logren remover emocionalmente al ciudadano

## **higiene/salud publica** Excrementos



Es un potencial driver de comunicación?

Pensamos que sin duda es el driver que genera mayor atencionalidad y manifestaciones de reducción de la conducta entre los infractores actuales.  
¿Por qué?

- Porque es una información que fácilmente puede aflorar en sus efectos negativos
- Porque entre las personas que realizan esta conducta no existe en la actualidad la menor sensación de riesgo a terceros

Creemos en todo caso que el **tono comunicativo**, no debe ser en ningún caso alarmista, pero sí informativo y claro. El objetivo es hacer reflexionar al infractor que su conducta no repercute en el Ayuntamiento, sino con otros conciudadanos

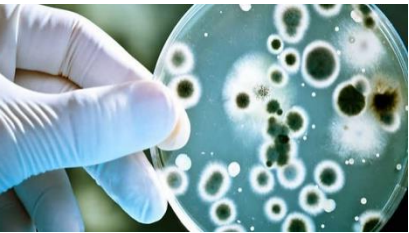


# Posibles líneas de comunicación

La exposición de contenidos que logren remover emocionalmente al ciudadano

**higiene/salud publica**

Excrementos: desk research



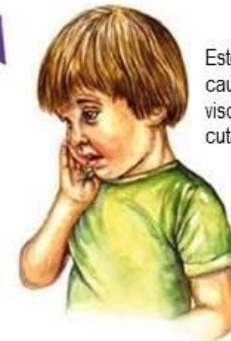
## Transmisión de enfermedades zoonóticas

Las enfermedades zoonóticas se encuentran con mayor frecuencia en los niños, ya que pueden ser mordidos o arañados, ir descalzo, y no se lavan las manos después de tocar a nuestras mascotas.



Perros y gatos con lombrices o parásitos intestinales pueden poner a los niños en riesgo de contraer enfermedades zoonóticas.

Ponerse en contacto con alimentos, agua, suelo o arena contaminada por materia fecal de los animales infectados puede crear un ambiente en el que puede transmitirse la enfermedad.



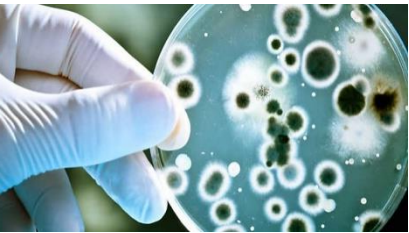
Estos parásitos pueden causar larva migrans visceral, ocular, neuronal y cutánea en humanos.



# Posibles líneas de comunicación

La exposición de contenidos que logren remover emocionalmente al ciudadano

## **higiene/salud publica** Colillas



Se trata de una problemática mucho menos presente a nivel espontaneo, pero a la que también se puede llegar mediante información.

La percepción de inocuidad de las colillas respecto problemas de salud o higiene, hace que su lanzamiento en el espacio público se considere solo un problema estético.



Sin embargo, con la información suficiente, se puede llegar a la percepción de las colillas como contenedores de:

- Productos químicos concentrados en su interior.
- Material biológico de las personas que las han consumido

En este caso también se habría de usar un tono de comunicación no alarmista, pero que consiga la reflexión del posible efecto en el entorno humano

# Posibles líneas de comunicación

## Línea de comunicación económica

Dentro del análisis global, existe también la posibilidad de comunicar aspectos económicos: Informar al ciudadano del coste que supone para ellos la limpieza de la ciudad y el ahorro que puede suponer su mayor implicación

REDUCIR LA SUCIEDAD PUEDE SUPONER UN MENOR GASTO

Creemos que dada la actual situación y posición del Ayuntamiento esta vía no debería utilizarse como argumento central, pero si como vía de información que refuerce la CLARIDAD Y TRANSPARENCIA

Como ya enunciamos anteriormente, ligado a la consecución del objetivo más amplio de LEGITIMIDAD

# Posibles líneas de comunicación

## Desde el estudio cuantitativo

El grado de importancia otorgado en todos los casos con mensajes sobre deterioro del medio ambiente y/o problemas sanitarios es siempre muy elevado

	Nivel de conocimiento	Grado de importancia
Los chicles que se tiran al suelo pueden ser foco de infecciones si se tocan con las manos, ya que pueden contener gérmenes. Particularmente vulnerables son los niños, que pueden tocarlos y llevarse las manos a la boca	83,6%	4,23
Las colillas del suelo pueden ser un foco de infecciones si se tocan con las manos, ya que pueden contener gérmenes. Particularmente vulnerables son los niños, que pueden tocarlas y llevarse las manos a la boca.	83,6%	4,24
Algunos parásitos caninos pueden transmitirse por vía oral a las personas, a través de los huevos presentes en los excrementos de perro y en el suelo y objetos contaminados con ellos. Particularmente vulnerables son los niños, que pueden tocarlos y llevarse las manos a la boca.	80,7%	4,55
Tirar las colillas al suelo puede ocasionar problemas para el medioambiente ya que se filtran agentes tóxicos que van al agua o al suelo	70,2%	4,18
Los excrementos de perro en los parques/árboles no son abono y además sus filtraciones al suelo pueden suponer problemas para las plantas.	64,3%	4,38



Línea Madrid

# Línea Madrid



Aunque no aparecía como objetivo inicial, encontramos que la aplicación Línea Madrid (desconocida para la práctica totalidad de la muestra), puede configurarse como una herramienta de mucho interés para el Área de Gobierno de Medio Ambiente.

La App como hemos señalado (a excepción de una persona, que sin embargo criticaba una falta de eficacia) era desconocida, pero genera un enorme interés en la totalidad de la muestra, aunque son los más cívicos los que la ven como una herramienta con unas posibilidades más claras



# Proceso de engagement con el ciudadano



Se llevó a cabo una pequeña demostración de su funcionamiento y su valoración fue muy positiva:

- Su funcionamiento parece muy intuitivo y sencillo
- Su utilización es muy rápida, con lo que no interfiere en la rutina personal.
- Y frente a la alternativa telefónica, gratis y más rápida, lo que mejora en gran medida la disposición al uso

Y con factores adicionales emocionales muy importantes:

- Facilita enormemente la comunicación con el Ayuntamiento, desde un dispositivo y una herramienta anónima y gratuita
- Permite sentirse mucho más implicado con la comunidad, y sentir que se hace algo activamente (es muy gratificante)

aunque se imponen condiciones...

# Proceso de engagement con el ciudadano



## Condiciones

La App tendría que tener la posibilidad de utilización en modo anónimo, o en todo caso garantizar el anonimato. En este tipo de aplicaciones móviles se está acostumbrado a él

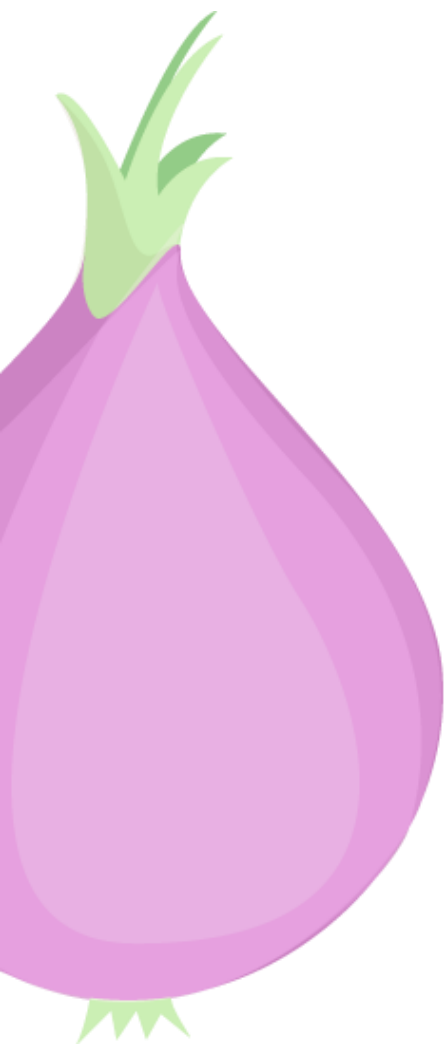
*“¿Pero esto, es anónimo? Porque si tengo que dar mis datos y todo... a mí eso no me gusta”*

Creemos interesante que la App genere un mayor feedback con el usuario, de manera que sienta que se le está atendiendo debidamente

*“Que te llegue un mensaje igual de “lo hemos recibido, lo vamos a tramitar”, y luego “ya está tramitado””*

Obviamente, se requiere una resolución eficaz de los avisos que los ciudadanos generen: sin que esto sea posible, puede ser una herramienta contraproducente

*“Pero que funcione, que yo mande un aviso y que vea que al día siguiente se ha resuelto porque sino, ¿para qué me voy a molestar en avisar si no me hacen caso?”*



Conclusiones

## De dónde partimos?

De una situación de descreimiento del ciudadano que provoca un alejamiento emocional y de una situación de deslegitimación del Ayuntamiento para emitir mensajes de solidaridad buscando su colaboración para mantener limpia la ciudad.

Los elementos que lo generan son:

- La sensación de una fuerte bajada en la inversión del Ayuntamiento para tareas de limpieza por menor presencia de sus agentes (barrenderos, camiones de recogida)
- La sensación de suciedad en las calles y sobre todo los espacios de contenedores
- Y el añadido de la desconfianza en los políticos por toda la dinámica social actual

En cualquier caso e independientemente de la/s línea/s de comunicación que se elija utilizar, entendemos que se ha de trabajar de manera intensa en la

## RECUPERACIÓN DE LA LEGITIMIDAD

Base sobre la cual se puede construir una comunicación que sea capaz de generar:

CREDIBILIDAD

VINCULO EMOCIONAL NO SOLO CON LA  
CIUDAD, SINO CON SU GESTIÓN

Respecto a las líneas de comunicación que nos abre la investigación y teniendo en cuenta lo anterior...

La línea de apelación al sentido ciudadano...

Precisa obligatoriamente de trabajar intensamente sobre la legitimidad

De otra manera solo se enlaza con las personas que ya son cívicas, mientras que los laxos encuentran justificaciones externas a su conducta, lanzando la responsabilidad hacia afuera

La línea de apelación elementos que impliquen reacciones emocionales

Pueden funcionar de manera independiente al trabajo de legitimidad por que las consecuencias pueden ser personales

Enlaza (porque señala en cierta forma) a las personas de conductas laxas o incívicas con lo que podemos movilizar a las personas que causan más directamente el problema.

... Y también pueden provocar más "ruido social" con lo que implica

Además de todo lo que hemos señalado a lo largo del documento, nos parece muy importante señalar algunas cuestiones que nos parecen importantes:

- Pequeñas actuaciones pueden tener repercusiones muy positivas mediante el WOM, que se manifiesta muy importante en los grupos.
- Aplicar lo que se viene a llamar el branded content aplicado a lo público, mediante la creación de narrativa social más que impactos de comunicación puntuales
- Aprovechar más los elementos públicos para informar. Por ejemplo, la utilización de los contenedores de residuos para informar de lo que NO hay que echar (es lo que menos se conoce) más que lo que sí (más conocido). El ciudadano no es proactivo en la búsqueda de información.
- Tener cuidado exquisito en los aspectos que emocionalmente alteran al ciudadano, por que son estos los que generan la adhesión al sentido ciudadano.
- Potenciar las herramientas de relación con el Ayuntamiento: Hay muchas personas dispuestas a colaborar pero se ha de facilitar de manera eficiente:
  - Facilitar soluciones rápidas y eficaces en las que la actuación del servicio de limpieza se convierta en aliado (p.e. recogida más eficaz de tratos viejos)
  - Potenciación de herramienta como Línea Madrid, que aumentan el vínculo y no les generan pérdidas de tiempo ni de dinero.

# PEEL THE ONION

Gran Vía de les Corts Catalanes, 594, 7º, 1ª

Tel. + 932 693 321/ 605 961 536

[goyotinaquero@peel-theonion.com](mailto:goyotinaquero@peel-theonion.com)