



Presentada hoy en la sede del ministerio

El MITECO lanza una campaña institucional para concienciar sobre el coste de no separar correctamente los residuos

- España alcanzó en 2023 un 28,20 % de recogida separada, frente al objetivo del 50 % fijado para 2035
- Bajo el lema «Cuando tiramos la basura donde no toca, estamos tirando el dinero», busca impulsar cambios de hábitos y mejorar la recogida separada en nuestro país

24 de septiembre de 2026 - El Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) ha presentado este jueves una nueva campaña institucional para promover la correcta separación de los residuos en los hogares y concienciar a la ciudadanía sobre las consecuencias ambientales y económicas de una gestión inadecuada.

Bajo el lema «Cuando tiramos la basura donde no toca, estamos tirando el dinero», la campaña plantea un enfoque complementario a los mensajes tradicionales de sensibilización ambiental: explicar también el impacto económico que tiene no separar correctamente los residuos y depositarlos en los lugares destinados a cada tipo de residuo.

Cuando los residuos llegan mezclados a las plantas de tratamiento, su gestión resulta más compleja y menos eficiente. Separarlos correctamente desde el origen facilita su tratamiento y aprovechamiento y contribuye a reducir los costes asociados a su gestión, y en eso incide la campaña, desarrollada por La Máquina de Humo.

“Desperdiciar residuos es desperdiciar dinero, es desperdiciar el dinero de nuestro bolsillo, es empobrecernos individualmente, empobrecer a nuestra familia y, por lo tanto, desperdiciar una parte sustancial de nuestra capacidad para poder aspirar a una mejor calidad de vida. Ese es el eje central de esta campaña”, ha señalado el secretario de Estado de Medio Ambiente, Hugo Morán, durante la presentación.

UNA CAMPAÑA CENTRADA EN LAS CONSECUENCIAS



La campaña utiliza una imagen en la que los residuos aparecen mezclados con dinero para trasladar de manera directa la relación entre los hábitos de separación y el coste de la gestión de los residuos. El mensaje final resume esta idea: “Separar bien los residuos sale a cuenta. Porque cuando no lo hacemos, gestionarlos cuesta más. Y lo acabamos pagando”.

El objetivo es promover una reflexión ciudadana y poner de manifiesto que la correcta separación en origen es uno de los elementos necesarios para avanzar hacia una gestión más eficiente de los residuos.

La campaña incide especialmente en la importancia de separar correctamente los biorresiduos, una de las fracciones cuyo tratamiento requiere seguir avanzando para cumplir los objetivos de recogida separada establecidos para los próximos años.

ESPAÑA DEBE ACELERAR EL RITMO DE RECOGIDA SEPARADA

Los datos correspondientes a 2023 sitúan en el 28,20 % la recogida separada de residuos municipales en España, todavía lejos del objetivo del 50 % en 2035.

Las diferencias entre territorios son significativas. Navarra registra el porcentaje más elevado, con un 49,36 %, seguida de Cataluña, con un 44,62 %, y País Vasco, con un 39,25 %. En el extremo contrario se sitúan Ceuta, con un 9,59 %, Murcia, con un 15,05 %, y Extremadura, con un 15,90 %.

La mejora de estos resultados requiere un trabajo continuado y coordinado entre las distintas administraciones y agentes implicados en la gestión de residuos, así como una mayor sensibilización de la ciudadanía.

En este sentido, el MITECO considera necesario reforzar los mensajes dirigidos a los ciudadanos para explicar de forma clara tanto los beneficios ambientales de una correcta separación como las consecuencias económicas de no hacerlo.

EXPERIENCIAS Y PARTICIPACIÓN DE LOS AGENTES IMPLICADOS

La presentación de la campaña ha incluido un coloquio moderado por la directora general de Calidad y Evaluación Ambiental del ministerio, Marta Gómez Palenque, que ha destacado el carácter directo de la iniciativa y su objetivo de generar una reflexión sobre los hábitos de separación de residuos.



En el coloquio han participado la directora general de Medio Ambiente del Gobierno de Navarra, Ana Bretaña; el director de la Federación de Consumidores y Usuarios (CECU), David Sánchez; y el CEO de La Máquina de Humo, Alberto Corchado Arjona.

El material de la campaña está disponible en el siguiente enlace: <https://we.tl/t-uinDPRopdGXcjfR3>