

L'ECONOMIA CIRCULAR

EN L'ECOSISTEMA

COMUNITAT VALENCIANA

EMPRESARIAL DE LA

Direcció

María Navarro

Equip responsable

Rafael Armero

Olivia Fontanillo

Pablo Llobell

President ADCV

Ángel Martínez

Investigació de camp

GfK Emer Ad Hoc Research, SL

Consultors

Elena Galante

Arturo Jiménez

Disseny i maquetació

Tapas Duras

Finançat per

Agència Valenciana

de la Innovació (Generalitat

Valenciana)

©Asociación de Diseñadores
de la Comunitat Valenciana

Impulsa:

ADCV

Asociación de
Diseñadores
de la Comunitat
Valenciana

Finança:



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu



AVI AGÈNCIA VALENCIANA
DE LA INNOVACIÓ

04 Introducció

09 Conclusions

21 Recomanacions

L'informe 'L'economia circular en l'ecosistema empresarial de la Comunitat Valenciana' forma part del projecte EnCircular, llançat en 2020, l'objectiu principal del qual és contribuir a la transformació cap a un nou sistema competitiu i solvent, alhora que sostenible i integrador.

Impulsada per l'Associació de Dissenyadors de la Comunitat Valenciana, amb el recolzament de l'Agència Valenciana de la Innovació, la iniciativa té el seu principal fonament en la plataforma digital encircular.es, punt de trobada, informació i formació, així com de generació de sinergies i projectes en aliança entre els diferents tipus d'agents compromesos amb la implantació d'un model d'economia circular en la Comunitat Valenciana.

L'estudi que ací presentem és el **primer diagnòstic que es realitza sobre la situació de la circularitat en l'esfera empresarial de la Comunitat Valenciana**. La seua fase d'investigació s'ha executat amb la col·laboració de la consultora especialitzada GfK, qui ha dut a terme 472 enquestes a empreses (no autònoms) amb seu en la Comunitat Valenciana, que pertanyen als principals sectors industrials, comerç, serveis i turisme de la regió i que han sigut entrevistades telefònicament entre octubre i desembre de 2021.

Aquesta investigació compleix amb un dels fins fundacionals d'EnCircular: **aprofundir en el coneixement de l'ecosistema valencià vinculat a l'economia circular, indagar en els seus reptes i dificultats per tal de poder plantejar propostes i solucions que reforcen la seua capacitat innovadora.**

Per a dur a terme l'estudi, s'ha comptat amb la col·laboració dels especialistes Elena Galante, assessora experta en sostenibilitat i responsabilitat social, i Arturo Jiménez, soci director de The Blue Plan.

El contingut d'aquest informe ofereix testimoniatge del context i l'anàlisi del mateix per a aportar algunes claus que permeten l'avanç cap a un nou paradigma de producció i consum. Simultàniament, es pretén fomentar la cultura i la capacitat innovadores en l'entorn empresarial.

Els resultats reflecteixen una realitat que resulta molt pertinent conèixer per a definir plans i estratègies d'ecoinnovació cap a models més solvents i sostenibles, ajustats a les necessitats dels diferents sectors econòmics, que propicien la reducció d'impactes negatius i, al mateix temps, contribuïsquen a una millora de la productivitat i la competitivitat.

Existeixen diferents vies per a abordar aquests reptes i, entre elles, destaca **l'ús del disseny com a eina per a integrar les estratègies d'innovació en les empreses i, per tant, també les relacionades amb la transició circular.**

Una de les conclusions de l'informe 'L'economia del disseny de la Comunitat Valenciana'¹ és que, en aquelles empreses que fan un ús intensiu del disseny, la probabilitat d'innovació és del doble que en aquelles que no l'utilitzen. En l'informe actual es confirma aquesta correlació entre l'ús del disseny en les empreses i la capacitat d'innovació, però, a més, s'afegeix a aquesta estreta relació **l'aposta per la circularitat. Es pot afirmar que les empreses que fan un ús intensiu del disseny en la seua gestió són aquelles que innoven i, al seu torn, les que majorment incorporen la circularitat i cuiden dels seus impactes en l'entorn i en les persones.**

La utilitat del disseny en la innovació mereix especial atenció, ja que és, en una gran part, una realitat poc coneguda pel sector empresarial. L'avantatge competitiu que ofereix el disseny en la gestió de les organitzacions l'ha convertit en un dels recursos identificats com de major rendibilitat per les pròpies empreses (com també es reflecteix en l'informe 'L'economia del disseny en la Comunitat Valenciana').

A això cal afegir que a la nostra regió la dimensió empresarial fa difícil el desenvolupament d'una innovació basada en la investigació bàsica.

El disseny, per contra, és una opció a l'abast de qualsevol petita o mitjana empresa. I, per extensió, pot ajudar a reforçar la presència de la Comunitat Valenciana en el mapa de la innovació circular.

Aquest estudi sobre l'economia circular en l'ecosistema empresarial suposa un impuls a crear noves maneres d'entendre i gestionar l'economia amb l'objectiu d'aconseguir un desenvolupament competitiu i sostenible. I aporta claus que aplanen el terreny per a aconseguir una indústria i empresa climàticament neutres i eficients en l'ús de recursos, preparades per a consolidar els objectius aconseguits, per a treballar fermament en aquells pendents i per a continuar el procés transformador del lineal al circular. Una indústria i empresa capaces de dirigir una gestió amb beneficis econòmics en coordinació amb l'avanç del compliment dels objectius per a l'acció climàtica global.

1 Informe 'L'economia del disseny de la Comunitat Valenciana', Associació de Dissenyadors de la Comunitat Valenciana (2018)
<https://economyadisseny.com/contenido-descargable/>

10/33

L'economia circular es manifesta de manera explícita en l'estratègia empresarial del 67,8% de les empreses entrevistades, arribant a la xifra de 84,7% en aquelles que tenen més de 100 persones ocupades. El 8,5% de les empreses que encara no la integra de manera estratègica té previst fer-ho en els pròxims tres anys.

Aquestes són les dades resultants si definim l'economia circular com un nou model de producció i consum en el qual es promou que el valor de productes, materials i recursos es mantinga durant el major temps possible, la reducció de residus i el màxim aprofitament d'aquells que no es poden evitar. Les característiques d'aquest sistema es resumeixen amb les diferents `R` de la circularitat: Reutilitzar, Repensar, Reparar, Recondicionar, Recuperar, Remanufacturar i Reciclar.

**L'economia
circular està
molt present
en l'estratègia
empresarial**

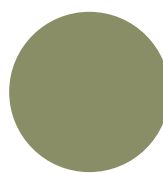
Malgrat aquesta creixent incorporació estratègica de l'economia circular en les empreses, només la meitat de les que la integren la té en compte o la posa en valor en la seua comunicació corporativa i en la seua estratègia de marca. Les empreses amb una gestió basada en un ús destacat del disseny presenten un elevat grau d'integració en tots dos aspectes.

Comunicació com a desafiament empresarial

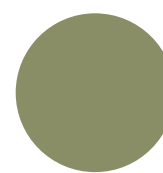
Integració de l'economia circular

Comunicació corporativa

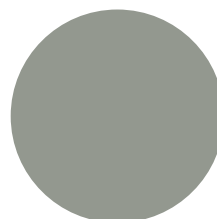
Estratègia de marca



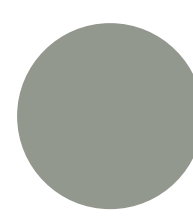
21,2%



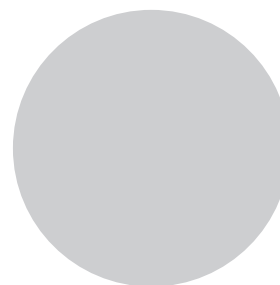
21%



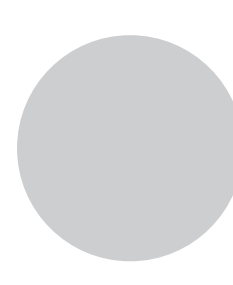
28,2%



24,6%



36,6%



29,9%



7,2%



11,2%



6,7%



13,3%

- Molt integrada
- Bastant integrada
- Ni molt ni poc
- Poc integrada
- Gens integrada

12/33

Les empreses que compten amb el disseny com a element central o estratègic en la seua activitat empresarial (situant-se en l'escaló 3 i 4 de la Design Ladder*) són aquelles que innoven en un major percentatge (79,6%) i a més, són les que incorporen més intensivament estratègies de disseny per a aconseguir la circularitat en els seus models de negoci i millorar l'impacte mediambiental.

La meitat de les empreses que fa un ús intensiu del disseny en la seua gestió implementa les estratègies circulars de manera especialitzada per professionals del disseny.

Podem confirmar que existeix un clar binomi entre disseny i circularitat i entre disseny i innovació. Fet que evidencia l'alt impacte que el disseny té en la relació amb la innovació i la circularitat.

Estreta relació entre disseny, innovació i circularitat

*En la Design Ladder se situa a les empreses en un dels quatre escalons que indiquen el grau d'implementació del disseny, des de l'absència del mateix fins al nivell més estratègic. Si vols conèixer més detalladament aquesta eina de medició del disseny pots fer-ho en [aquest enllaç](#).

13/33

Quasi la totalitat de les empreses, en concret 9 de cada 10, fa ús d'estratègies de disseny per a planificar la transició cap a l'economia circular en els seus models de negoci. La pràctica totalitat de les empreses (93%) té actualment implementades almenys 4 estratègies circulars i un 64,8% està executant 7.

Destaquen les estratègies relacionades amb processos d'optimització que permeten emprar menys recursos sense dur a terme grans transformacions o inversions, com allargar la vida útil dels recursos i la no generació de residus. Un 87,2% de les empreses entrevistades ha optat pel redisseny de productes o serveis amb criteris de circularitat com a estratègia per a integrar la circularitat en la seua gestió.

El nombre mitjà d'estratègies en distribució implementades entre les empreses enquestades

El disseny és clau per a la integració de la circularitat

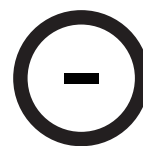
14/33

és de 3 de 8, destacant la d'utilitzar envasos eco-responsables (66,7%) i la de planificar rutes més eficients (61,8%). No obstant això, crida l'atenció que l'estratègia menys executada siga la implantació de sistemes de mobilitat zero emissions.

ESTRATÈGIES MÉS I MENYS UTILITZADES PER A INTEGRAR LA CIRCULARITAT EN LES FASES DE → DISSENY I PRODUCCIÓ



- + Assegurar el màxim manteniment possible a la seua infraestructura o equips propis per a mantindre'ls en bon estat d'ús i allargar la seua vida útil
- + Evitar o limitar la generació de residus
- + Facilitar i fomentar el retorn i recuperació d'alguns productes, algunes de les seues parts o envasos
- + Reutilitzar o reciclar els béns produïts o que posa a la disposició del client
- + Dur a terme una labor de comunicació interna per a conscienciar al personal propi
- + Reduir el nombre de materials utilitzat.
- + Oferir recanvis de peces o components dels productes finals per a la seua reparació o manteniment
- + Introduir canvis en el tipus de materials utilitzats seguint criteris de sostenibilitat o reduir l'ús d'energia per a elaborar productes o serveis

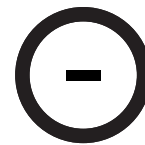


- Comptar amb sistemes propis de generació d'energies netes
- Comptar amb processos per a reutilitzar l'aigua dins de l'empresa
- Utilitzar mecanismes per a l'estalvi d'aigua
- Substituir la venda de productes per l'opció de lloguer o pagament per ús

ESTRATÈGIES MÉS I MENYS UTILITZADES PER A INTEGRAR LA CIRCULARITAT EN LES FASES DE → DISTRIBUCIÓ I CONSUM



- + Utilitzar embalatges biodegradables
- + Utilitzar embalatges reciclats
- + Evitar el sobreembalatge
- + Planificar rutes de transport més eficients
- + Usar el disseny per a envasos
- + Comptar amb embalatges o bosses per a diversos usos o reciclables
- + Incloure en la informació i comunicació al consumidor dades relacionades amb l'ús de materials sostenibles
- + Reducció de l'ús d'energia en els processos de distribució i venda



- Implantar sistemes de mobilitat zero emissions
- Transmetre i comunicar els valors de sostenibilitat de l'empresa a través de productes, màrqueting i publicitat
- Reduir el volum i/o pes dels productes que produeix o utilitza

16/33

El 58% de les empreses enquestades realitza algun tipus d'innovació, sent la centrada en productes, béns i serveis la més habitual.

De les innovacions que duen a terme el total d'empreses, un 40% està relacionat amb l'economia circular.

Les empreses amb més de 100 persones treballant i les que tenen una major vinculació amb el disseny en la seua gestió empresarial són les que més integren la innovació amb l'economia circular, ja siga en part o íntegrament.

El teixit empresarial valencià incorpora la innovació de manera moderada

Les empreses que integren el disseny i li atorguen un valor estratègic en la seua gestió són més sostenibles que aquelles que no l'usen. Entre les característiques circulars de les empreses intensives en l'ús del disseny, es troben:

- Són empreses que generen més innovació relacionada amb l'economia circular.
- Tenen un major grau d'implantació de l'economia circular en la seua estratègia, en la seua comunicació corporativa i en la seua creació de marca.
- Realitzen una major medició de l'impacte social, ambiental i de la seua petjada de carboni i compten amb més certificacions ambientals.
- Empren un nombre d'estratègies de circularitat superior, tant en la fase de disseny i producció com en les de distribució i consum.

**Les empreses
que
incorporen
el disseny
en la seua
estratègia
són més
sostenibles**

18 / 33

El 71,7% de les empreses enquestades desconeix les ajudes existents per a millorar la circularitat empresarial i tan sols el 5% les ha sol·licitades en els últims 3 anys. De les empreses coneixedores de les ajudes, un 82,3% no n'ha demanat cap. Es pot concloure que la valoració dels sistemes de suport públic per a millorar la circularitat de les empreses és baixa.

Les barreres més assenyalades quant a accés a les ajudes són: la falta d'adequació de la convocatòria a les seues necessitats empresarials, les dificultats per a conèixer la convocatòria i que els requisits són massa exigents.

Desconnexió entre els sistemes públics de suport a la circularitat i l'empresa

19/33

Només la meitat de les empreses entrevistades mesura l'efecte que genera la seua activitat sobre la societat i el medi ambient. Les pertanyents al sector hostaler i les més grans, tant per nombre d'empleats com per facturació, analitzen l'impacte social i ambiental en major mesura.

El 20,6% de les empreses realitza l'anàlisi de les seues emissions de gasos d'efecte d'hivernacle, sent el sector hostaler i les companyies amb més treballadors les que presenten una medició de la petjada de carboni significativament superior a la resta. Tan sols el 6,8% de les empreses compta amb alguna certificació ambiental.

Les organitzacions que innoven i que tenen una major consideració del disseny en la seua activitat també realitzen una major medició de l'impacte social i ambiental.

Escàs control i medició de l'impacte social i ambiental

20 / 33

Sumades a aquestes conclusions, és interessant destacar la ratificació amb les dades de la present investigació de dues de les afirmacions de l'informe 'L'economia del disseny en la Comunitat Valenciana' que vam realitzar també amb el recolzament de l'Agència Valenciana de la Innovació en 2018.

La primera d'elles és que 'les empreses fan un ús professional del disseny'. En concret, en aquest informe més de 50% de les empreses enquestades l'incorpora en la seua dinàmica empresarial.

La segona, l'existència de correlació entre innovació i disseny. Segons l'actual estudi, la innovació en les empreses és majorment reconeguda amb un alt percentatge (81,5%) en aquelles que fan ús del disseny que en les que no (37,2%).

Recomanacions

Actualment la integració de l'economia circular en el teixit empresarial de la Comunitat Valenciana es troba en un nivell moderat. Aquest informe revela algunes línies d'actuació en les quals existeix una excel·lent oportunitat de millora per a aconseguir una economia sostenible.

A continuació, oferim propostes centrades en formació, processos, cooperació empresarial, medició, comunicació i suports públics.

1. Formació de líders empresarials en matèria d'economia circular

La formació i l'aprenentatge de capacitats vinculades a la sostenibilitat són prioritats a atendre en la implantació d'una economia circular. És necessari, així doncs, augmentar les destreses en aquest àmbit de les persones treballadores en l'empresa i, especialment, les habilitats de lideratge en matèria de sostenibilitat entre les persones a càrrec de la presa de decisions i la gestió empresarial.

Una adequada qualificació del personal responsable d'aplicar els principis de la circularitat en les empreses facilita el control sobre els riscos i avantatges competitiu que poden derivar-se davant els reptes ambientals i socials. Per això resulta interessant promoure la figura de director de sostenibilitat en les empreses o gestor en recursos, materials i processos sostenibles.

També interessa facilitar eines que afavorisquen l'acostament a les diferents fórmules estratègiques que poden donar resposta a les necessitats de les empreses o desafiaments davant la implantació de la circularitat. Per exemple, donar a conèixer instruments enfocats a la innovació circular que permeten plantejar nous models de negoci o redefinir els ja existents, divulgar recursos que empen estratègies de disseny orientades a millorar la circularitat o entendre els beneficis, no sols ambientals, de productes o serveis segons criteris de disseny circular.

Tot això, amb l'objectiu de crear un marc de referència econòmic, mediambiental i social en el qual l'empresa pugui basar les seues accions orientades a la sostenibilitat i identificar oportunitats de negoci i innovació.

2. Incentivar la cooperació empresarial

Relacionat amb el punt anterior, resulta convenient traçar un pla per a estimular la col·laboració circular en l'esfera empresarial valenciana. **La cooperació entre empreses és un dels elements clau que les organitzacions han d'abordar per a maximitzar els beneficis econòmics, alhora que integrar i millorar la gestió de la seua activitat cap a la circularitat.**

Una col·laboració on les empreses comparteixen les seues capacitats o recursos per a augmentar i mantindre avantatges competitius, optimitzar l'eficiència i possibilitar millors resultats econòmics i ambientals. Aquest tipus d'aliances és considerat pel 68,7% de les empreses espanyoles com a positiu per al creixement de la

seua grandària, segons l'últim Observatori de Competitivitat Empresarial de la Cambra de Comerç d'Espanya¹.

Trobem en aquest tipus d'acords una forma de facilitar la integració circular en una doble direcció. D'una banda, afavorint que les empreses puguen augmentar la seua dimensió i, per tant, tinguen majors possibilitats d'implementar la circularitat (com es demostra en el nostre informe). D'altra banda, i sabent que el teixit empresarial valencià està format majoritàriament per pimes amb recursos limitats per a innovar, la cooperació empresarial permet minimitzar la inversió o els costos associats a materials, energia, gestió de residus, subproductes o infraestructures, al mateix temps que compartir coneixement i experiència.

Per tant, pot resultar interessant el foment de fòrums especialitzats en cooperació empresarial i espais de treball conjunt i d'aprenentatge cooperatiu, la creació de plataformes de connexió, l'establiment de xarxes de contacte i facilitadores de sinergies entre diferents agents circulars o la divulgació de casos d'èxit i bones pràctiques.

1 Observatori de Competitivitat Empresarial sobre la cooperació empresarial. Cambra de Comerç d'Espanya. Des. 2021 https://www.camara.es/sites/default/files/publicaciones/observatorio_competitividad_cooperacion_empresarial_-_n7-2022.pdf

3. Promoure la implementació de sistemes de medició i indicadors d'impactes

A mitjà termini, es recomana la posada en marxa d'indicadors de seguiment que permeten reconéixer i mesurar l'abast d'objectius en sostenibilitat en les empreses i assegurar la seua eficàcia. Sistemes per a dissenyar una estratègia sòlida de descarbonització i conéixer l'impacte social i ambiental de l'activitat econòmica. **Mètodes per a avaluar més enllà dels beneficis econòmics i per a**

incrementar l'ambició de l'acció empresarial contra el canvi climàtic.

Referent a això, convé desenvolupar accions de reforç enfocades a la gestió de la petjada de carboni en sectors de gran consum energètic com la indústria i el transport. El control de les emissions de carboni permet, en primer terme, que les empreses

prenguen consciència de la contribució de la seua activitat al deteriorament climàtic i, en segon lloc, plantejar mesures per a contrarestar aquest impacte.

També es recomana analitzar les barreres que impedeixen que les empreses facen el salt a la mobilitat zero emissions quan es denota interès per la gestió dels impactes ambientals de la distribució.

4. Millorar la comunicació relacionada amb la circularitat

Tant la comunicació corporativa com l'estratègia de marca són dos pilars fonamentals per al posicionament de les empreses en el mercat i per a augmentar les oportunitats de retorn. Tots dos elements defineixen com l'empresa és percebuda per les persones usuàries o consumidores i condicionen, en bona part, l'èxit dels seus productes o serveis.

És curiós que, sent així, només

la meitat de les empreses valencianes que inverteixen recursos per a incorporar l'economia circular es preocupe per transmetre els seus esforços com a part de la seua imatge i comunicació de marca. Més encara quan estudis recents demostren com les generacions joves estan prioritant els valors relacionats amb la sostenibilitat en les seues decisions de compra² i la demanda

a favor d'empreses que contribuïsquen favorablement al desenvolupament sostenible és cada vegada major³.

Les organitzacions que aconseguixen assoliments circulars haurien de posar-los en valor i donar-los visibilitat, objectius als quals el disseny contribueix, treballant en la definició, planificació i implementació de la comunicació, també en el desenvolupament de la identitat corporativa o l'experiència de marca.

Afegir que, a nivell intern, una comunicació corporativa que integra l'economia circular com a part del seu compromís implica un acte de transparència sobre la gestió d'aquest tema dins de l'empresa i un exercici per a involucrar i sensibilitzar als treballadors i treballadores.

2 Gen Z Influencing All Generations to Make Sustainability-First Purchase Decisions. First Insight i el Baker Retailing Center de la Wharton School de la Universitat de Pennsilvània <https://www.firstinsight.com/press-releases/the-state-of-consumer-spending-gen-z-influencing-all-generations-to-make-sustainability-first-purchase-decisions>. Nov. 2021 i What Matters to Today's Consumer, llançat per l'Institut d'Investigació de Capgemini, 2022 https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2022/01/CRI_What-matters-to-todays-consumer_Final-Web.pdf

3 'El 73% dels espanyols ja pren decisions de consum per motius ètics o sostenibilitat'. Un altre consum per a un futur millor, Organització de Consumidors i Usuaris (OCU) i Fòrum de Nova Economia i Innovació Social (NESI) 2018.

5. Adequació de les convocatòries públiques de recolzament a les empreses

En general, segons els resultats de l'estudi, no existeix una bona valoració dels sistemes de suport públic per a introduir la innovació circular en les empreses. El marge de millora és especialment ampli en l'adequació de les convocatòries a les necessitats del teixit empresarial i, sobretot, a l'hora de facilitar el procés de justificació i cobrament.

Seria recomanable a curt termini prioritzar aquest tema des de l'Administració per a aconseguir concebre instruments de recolzament prou ajustats a la realitat de les companyies i atendre aspectes com la usabilitat i agilitat en els processos de tramitació, millorant l'experiència d'usuari.

Les polítiques sobre economia circular i, en concret, els instruments del sector públic

per a donar suport al seu desenvolupament, necessiten ser sensibles a les percepcions, els interessos i les realitats de les empreses valencianes.

Una proposta interessant en l'elaboració de mesures de recolzament a la innovació circular seria involucrar en la seua definició als agents beneficiaris. Aquesta opció seria possible a través de processos participatius i de diàleg, el propòsit del qual siga promoure oportunitats i generar accions que satisfacen les necessitats de l'ecosistema innovador.

6. Suport a les pimes en la implementació de processos de la circularitat a través del disseny

La posada en marxa de l'estratègia espanyola d'economia circular i la creixent legislació en matèria de canvi climàtic i transició energètica fan necessari afavorir la recerca i adequació de mecanismes per a la integració dels principis circulars en el teixit empresarial. Les empreses de la Comunitat Valenciana necessiten adaptar les seues estructures, productes i serveis, processos i organització per a

no quedar-se fora d'aquest nou sistema de desenvolupament.

A curt termini, una inversió competitiva i accessible a les empreses de qualsevol grandària és la del disseny, un recurs d'alta rendibilitat empresarial que facilita l'augment de la productivitat i la integració de la innovació circular. El disseny aconseguix tot el seu potencial quan s'incorpora des de l'inici del

plantejament dels projectes. Existeixen investigaciones⁴ que demostren l'evidència de la relació causal entre l'orientació al disseny i l'avantatge competitiu tant en diferenciació del producte com en eficàcia empresarial, per la qual cosa es pot assegurar que un major grau de l'ús del disseny en els sectors econòmics propiciarà major rendiment i millora de l'ocupació.

Una bona manera d'impulsar el disseny en les estratègies seria crear un sistema d'incentius per a aquelles empreses que l'atenguen o que aposten per la figura del gestor de disseny. Per a conèixer l'ús del disseny que una empresa podria arribar a fer en la seua pròpia estratègia per a aconseguir de manera exitosa els seus objectius existeix l'eina d'autodiagnòstic personalitzat d'accés gratuït desenvolupada

per l'ADCV amb suport de l'Agència Valenciana de la Innovació (AVI): [D-Toolbox](#).

4 Investigació "Escala d'Orientació al Disseny" de la Dra. Mónica Cantó Primo (2018).

VALENCIA

Resum executiu

→ Metodologia

L'univers de l'estudi 'L'economia circular en l'ecosistema empresarial de la Comunitat Valenciana' està constituït per les empreses (no autònoms) amb seu en la Comunitat Valenciana, sent la mostra de 472 empreses, entrevistades telefònicament (CATI). El treball de camp es va desenvolupar per l'empresa GfK entre octubre i desembre de 2021.

12.2021