

ECONOMÍA CIRCULAR EN EL SECTOR DEL COMERCIO



HUB

empleo verde

Konecta
fundación

CON EL APOYO DE
J.P.Morgan

ECONOMÍA CIRCULAR EN EL SECTOR DEL
COMERCIO EN **ALCOBENDAS**

ECONOMÍA CIRCULAR EN EL SECTOR DEL COMERCIO EN ALCOBENDAS

Promotor



Facilitador



Dinamizador



Participantes



ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN: ECONOMÍA CIRCULAR.....	5
1. De la economía lineal a la economía circular	
2. ECONOMÍA CIRCULAR EN EL CONTEXTO DEL COMERCIO	7
1. Los principios básicos de la economía circular	
2. Pensar localmente	
3. PROCEDIMIENTOS DE IMPLANTACIÓN DE LA ECONOMÍA CIRCULAR EN EL COMERCIO.....	12
1. Antecedentes	
2. Proceso de co-creación y trabajo alrededor de la economía circular en comercios	
3. Conclusiones	
4. INVENTARIO DE ACCIONES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ECONOMÍA CIRCULAR EN LOS COMERCIOS	15
5. IMPACTO DEL PROGRAMA EN LOS ODS Y LA AGENDA 2030	23
1. Sinergias entre ODS y economía circular	
6. BIBLIOGRAFÍA.....	25

01

INTRODUCCIÓN: ECONOMÍA CIRCULAR

De la economía lineal a la economía circular

La tradicional Economía Lineal, dominante hasta el momento, y muy discutida debido a su dependencia de recursos no renovables, deja lugar ahora a la Economía Circular, entendida como una nueva manera de generar valor económico, ambientalmente y socialmente más responsable, resiliente y competitiva.

El modelo económico tradicional tiene un carácter principalmente lineal, el cual implica que, primero, los recursos naturales se extraen y son incorporados como materia prima en los procesos productivos, para transformarlos luego en productos. Segundo, estos productos son comprados y utilizados por consumidores/as, y tercero, tan pronto como los productos ya no satisfacen del todo las necesidades de sus consumidores/as, se tiran, generando residuos constantemente. En contra de esto aparece un nuevo paradigma: **la economía circular**. La economía circular pretende instaurar un cambio en la manera que producimos y consumimos, para encontrar un modelo económico más sostenible y responsable con el medio ambiente y el entorno. Esto supone dejar atrás el modelo de economía lineal, sustituyéndolo por uno nuevo de sociedad implicada en optimizar los flujos de recursos materiales, incluido el agua, la energía y los residuos.

En resumen, es una economía cuyo objetivo es que el valor de los productos, materiales y recursos se mantenga en circulación durante el mayor tiempo posible y que se reduzca al mínimo la generación de residuos no aprovechables. Se actúa así a favor de la durabilidad y aumento de la vida útil de los materiales y productos, de la reparación, reutilización y del reciclado de los residuos.

La economía circular podría reducir hasta un 99% los desechos de algunos sectores industriales y un 99% de sus emisiones de gases de efecto invernadero, ayudando así a proteger el medio ambiente y combatir el cambio climático. 12 diciembre 2018. News ONU.

GRAFICO 1. ECONOMÍA CIRCULAR



Fuente: Adaptación del diagrama del sistema de economía circular de Ellen MacArthur Foundation.

En palabras más sencillas: este modelo implica reutilizar, reparar, reciclar, renovar y compartir los materiales y productos para que éstos sigan siendo útiles y, por lo tanto, mantengan su valor económico, así como todos los procesos destinados a hacer posible lo anterior, por medio del eco-diseño, los mercados virtuales de intercambio y otras acciones auxiliares.

02

ECONOMÍA CIRCULAR EN EL CONTEXTO DEL COMERCIO

Los principios básicos de la Economía Circular

Un buen desarrollo de la Economía Circular implica el respeto de ciertos principios como:

Sistema "Multi-R"

El sistema Multi-R consiste en una ampliación de la "Regla de las tres erres" (3R) ecológicas. REDUCIR - REUTILIZAR - RECICLAR

En primer lugar, tener claro que las 3R buscan reducir el volumen de residuos generados y desarrollar hábitos de consumo más responsables, reduciendo la cantidad de residuos enviados al vertedero y reduciendo así la huella de carbono.

- **Reducir:** la R más importante de las tres, se trata de reducir la cantidad producida de desechos, la mejor manera de ayudar al medioambiente.
- **Reutilizar:** la segunda R más importante, se basa en reutilizar objetos y recursos para darles una segunda vida útil.
- **Reciclar:** la última R, pero una de las más populares. Mediante la recogida selectiva y el reciclaje se reduce la necesidad de nuevos materiales, pero se requiere energía para su transformación y reutilización.

A continuación, entra el sistema Multi-R que consiste en una ampliación de la regla de las 3R:

- **Repensar:** se basa en cuestionar si existen alternativas más eficientes, ecológicas o sostenibles para cubrir esa necesidad, evitando los productos que tengan un gran impacto ambiental.
- **Rediseñar:** se trata a traducir las cuestiones anteriores en un diseño tangible y duradero, enfrentándose también a la obsolescencia programada.
- **Refabricar:** se trata en aumentar al máximo la sostenibilidad en la producción y respetar las cuestiones anteriores.

- **Reparar:** se basa en prolongar la vida útil de los productos a través de la reparación y evitar que queden obsoletos.
- **Redistribuir:** se trata de distribuir y permitir compartir productos o materiales, extendiendo su vida útil y disminuyendo la necesidad de la producción de nuevos.
- **Recuperar:** consiste en encontrar soluciones para recuperar los productos de apariencia no reciclable, como la energía o el agua. En este contexto, el concepto de residuo debería tender a desaparecer. No obstante, no siempre es posible evitar la generación de residuos, por lo que, estos deben ser considerados como una fuente de recursos y valor a través de su valorización.

GRAFICO 2. DE UN SISTEMA 3R A MULTI-R



Pensar localmente

Circuito corto en primer lugar Se debe aplicar una jerarquía territorial desarrollando ciclos tan cortos como sea posible, introduciendo políticas sostenibles para municipios, comarcas y regiones, antes de considerar el nivel nacional e internacional.

GRAFICO 3. PIENSA EN LOCAL



Los comercios se encuentran al final de las cadenas de valor, siendo el último eslabón antes del consumo del producto. Por ello, juegan un rol fundamental como interlocutores principales con el consumidor y tienen el potencial de contribuir a derribar algunas de las barreras que impiden la creación de procesos circulares. Se enumeran a continuación los puntos clave donde

los comercios podrían tener un mayor impacto al contribuir con la Economía Circular:

1. Control de la cadena de suministro:

Si bien el comercio no puede influir de forma directa en el diseño y la fabricación del producto, sí que puede establecer un sistema de control de proveedores, dando prioridad a aquellos capaces de demostrar que siguen principios éticos en la gestión de su impacto ambiental. Los siguientes puntos se deberían de tener en cuenta a la hora de elegir un proveedor:

- a) **Eco-diseño:** averigüe si su proveedor sigue criterios de eco-diseño, es decir, si diseña sus productos para reducir su impacto ambiental, especialmente pensando en el consumo energético, así como en su posible recirculación al final de su vida útil.
- b) **Eco-etiquetado:** las eco-etiquetas son un sistema para visualizar aquellos productos en cuya producción se han tenido en cuenta aspectos ambientales. Existen multitud de ecoetiquetas, algunas más restrictivas que otras.

Normalmente las otorgan entidades externas independientes que someten a los fabricantes a un control mediante auditorías. Ciertos grupos empresariales también crean sus propias etiquetas que se otorgan a sí mismos. Puede informarse de las eco-etiquetas existentes en su sector e informar a su clientela sobre su significado.

- c) **Materias Primas:** averiguar la procedencia de las materias primas. Puede preguntar a sus proveedores sobre esto y priorizar aquellos productos que utilicen materias primas más sostenibles y reciclables.
- d) **Proximidad:** dé prioridad a los productos de proximidad. Siempre será más sencillo para una empresa recircular sus productos

al final de su vida útil si el residuo se produce a poca distancia de sus instalaciones.

2. Circularidad Cotidiana:

Los grandes cambios nunca llegan de golpe. Nuestro comportamiento es la suma de todas las pequeñas acciones que realizamos a lo largo del tiempo. Por ello, la transición a la circularidad no se puede hacer a través de un solo acto que nos transforme, sino que se deben de redirigir nuestras actuaciones transformándolas en hábitos; debemos empezar poco a poco, con pequeños pasos.

Podemos examinar nuestro comercio e ir implantando algunas prácticas circulares: ¿Qué tipo de embalaje utilizamos? ¿Es reciclable? O más aún: ¿Es necesario? Se trata de hacer un listado de aspectos ambientales de nuestro comercio y trabajarlo con el tiempo. Un ejemplo de posibles puntos a considerar serían los siguientes:

- a) **Energía:** ¿Tengo posibilidad de reducir mi consumo energético aislando mejor mi local? ¿Podría abastecerme de energías renovables ahorrando también dinero?
- b) **Agua:** ¿Podría utilizar menos agua? ¿Podría establecer un uso en cascada de mi agua?
- c) **Materiales utilizados:** ¿Podría incluir materiales reciclados y reciclables en mi negocio?

3. Logística Inversa:

Como se ha mencionado anteriormente, el comercio es el punto más cercano al consumidor dentro de la cadena de valor. Por ello, puede jugar un rol más importante para salvar esa brecha entre consumidores y productores, y facilitar una recogida selectiva de los productos al final de su vida útil, facilitando así que los

productores puedan recopilarlos y cumplir más fácilmente con sus obligaciones de reciclaje.

Además, los comercios pueden ser un muy buen ejemplo para sus consumidores, a la hora de realizar una correcta separación de residuos para su retirada por parte del organismo correspondiente. Analizamos ambos casos a continuación

- a) **Residuos Propios:** los comercios tienen la oportunidad de hacer visible la viabilidad de hacer una separación de los residuos propios y depositarlos en sus correspondientes contenedores o entregarlos al organismo que se haga cargo de ellos. La legislación más reciente establece nuevas fracciones de residuos cuya recogida separada será obligatoria antes del 2025.

De no cumplir estos criterios, los municipios tendrán que pagar sanciones según el volumen de residuo producido. En este contexto, los comercios pueden contribuir a reducir estas sanciones facilitando al municipio la retirada separada. Los volúmenes de residuos producidos dependerán del tipo de negocio que desempeñe el comercio.

- b) **Residuos de terceros:** una de las mayores barreras a la economía circular, dentro del grupo de barreras económicas, se trata de la dificultad de realizar una logística inversa, es decir, la posibilidad de que el fabricante de un producto lo gestione al final de su vida útil y lo convierta en materias primas secundarias útiles para su proceso productivo o con potencial para ser incluidas en otras cadenas de valor.

Los comercios, podrían realizar esa función de nexo entre consumidor y fabricante, encargándose de la recogida de estos productos al final de su vida útil.

Existen ejemplos claros como son las recogidas de tapones, los puntos SIGRE de

recogida de medicamentos, o contenedores de recogida de textil y zapatos. De la misma forma, algunas tiendas de electrónica ejercen también ese papel encargándose de gestionar la reparación de productos estropeados.

Esta práctica puede extenderse a otros sectores tanto si involucran al fabricante del producto como si simplemente recopilan los productos y los revenden a potenciales usuarios de los materiales. Por último, en algunos sectores, los comercios tienen gran potencial como reparadores de productos averiados, pudiéndolos devolver a su anterior dueño a cambio de un precio, o volviéndolos a poner a la venta.

- c) **Compartir:** otra práctica importante que pueden desempeñar los comercios, se trata de potenciar el compartir. Por un lado, comercios con cercanía territorial, pueden crear redes para compartir e intercambiar productos, materiales, infraestructura, etc. que puedan ser útil a más de un comercio, o que haya dejado de ser útil para uno, pero pueda ser usado por otro. De la misma forma, los comercios pueden ser nexos de intercambio para sus clientes.

4. Información al consumidor:

El comercio puede jugar un papel importante, siendo el personal que trabaja conocedor de su sector, como punto de información sobre diferentes aspectos de sus productos, incluyendo los aspectos ambientales y relacionados con la circularidad.

Todos los puntos clave y las acciones mencionadas aquí pueden ser comunicadas eficazmente a la clientela del comercio. Se obtendrán ventajas por dos vías:

- a) **Cercanía y confianza:** convertirse en un referente en un sector, siempre es una ventaja. Proveer al consumidor de

información valiosa y de una forma comprensible, generará sentimientos de cercanía y ayudará a crear confianza entre el comercio y su clientela.

- b) **Verdadera conciencia ambiental:** la sociedad actual está desarrollando conciencia ambiental. El consumidor medio empieza a considerar los aspectos ambientales de un producto o servicio a la hora de adquirirlo. Así mismo, existe un porcentaje no desdeñable de la población que tiene verdadera conciencia y considera el medio ambiente un aspecto importante a la hora de tomar la decisión de adquirir un producto o servicio.

Para un comercio, ser capaz de demostrar esa conciencia por el medio ambiente, puede suponer ventajas a la hora de atraer a una nueva clientela y de mantener a la que ya tenía. Puede usar esto mismo para dar más salida a unas marcas y productos que a otros, en función de sus preferencias.

03

PROCEDIMIENTO DE IMPLANTACIÓN DE LA ECONOMÍA CIRCULAR EN EL SECTOR COMERCIO

Antecedentes

Alcobendas tiene una extensión de 4.412 hectáreas y cuenta en la actualidad con una población de 118.417 habitantes (dato oficial a 31/12/2020). Situada al norte de Madrid (España), ejerce una notable influencia en el "corredor norte" de la región madrileña. Comprende cinco áreas empresariales con importante presencia de sedes de empresas multinacionales.

En cuanto a las zonas comerciales clave de Alcobendas están situadas en tres zonas clave, la zona centro con casi el 40% de presencia de comercios, las zonas industriales y zona Norte con un 40% de acumulación de comercios y las urbanizaciones con un 20%.

GRAFICO 4. MAPA DE DISTRITOS



En cuanto a los residuos, encontramos que los españoles generan 442 kilos de residuos por persona al año, lo que supone un 9% menos que la media de los ciudadanos de la Unión Europea, pero España presenta un 53% más de presencia de residuos en los vertederos que el resto de los europeos, según un análisis publicado por EAE Business School.

Si extrapolamos estos datos al impacto que generan los comercios en la generación de residuo en Alcobendas, entendemos la necesidad de cambiar y sensibilizar sobre las diferentes medidas de economía circular para lograr un residuo o de impacto en el comercio.

Hay que decir que la gestión de los residuos que impacta en estas zonas está vinculada a la recogida urbana de residuo normalizada. En cuanto a comercios, no existe una recogida específica y todo el residuo que pueden llegar a generar se incorpora al circuito local de gestión de residuos mediante contenedores. Esto hace que la presión de los residuos aumente de forma considerable en las zonas con mayor presencia de comercios.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), en su último informe sobre la región de Madrid, destaca a la ciudad de Alcobendas como uno de los activos económicos de la región.

Encontramos que en la ciudad de Alcobendas hay casi 1.000 comercios, concentrados básicamente en 4 zonas: CENTRO (384 aprox.), EMPRESARIAL (139 aprox.), NORTE (200 aprox.) y URBANIZACIONES (236 aprox.)

Si entendemos que la ciudad mantiene una prosperidad y unas perspectivas comerciales al alza, es posible que los comercios aumenten de forma progresiva en los próximos años, suponiendo un impacto mayor en la generación de residuo.

Es por ello que apostar por una economía circular como motor de cambio medioambiental y social en Alcobendas desde los comercios supondrá una mejora considerable con impactos sustanciales en la manera de vivir en la ciudad.

Los comercios de Alcobendas tienen el potencial mediante acciones sencillas de desarrollar una reducción de residuos generados de hasta un 50% y un modelo más eficiente del tratamiento y recogida de los mismos de un 90% de sus residuos propios, controlando la cadena de suministro. Tienen el potencial de generar información y didáctica para que los ciudadanos

potencien prácticas sostenibles y circulares suponiendo reducciones importantes en los residuos cotidianos y en el CO₂ invertido en los procesos.

Proceso de co-creación y trabajo alrededor de la economía circular en comercios

Desde el Hub Empleo Verde, promotor del reto, se plantea al Ayuntamiento de Alcobendas el reto de implantar la Economía Circular en sectores empresariales de su municipio, para conseguir un ejemplo práctico y visible de una localidad que quiera desarrollar como pioneros en España, un manual de economía circular en todos sus campos y que sirva de escaparate de concienciación a todos los ciudadanos y agentes sociales y empresariales del municipio.

Se define con el Ayuntamiento de Alcobendas los sectores o agrupaciones a involucrar en la elaboración del manual, en este caso, se establece que los **comercios locales** sean el foco inicial pues demuestran un alto grado de implicación en las acciones participativas. Se contacta para ello por parte del Ayuntamiento, con las asociaciones de comerciantes del municipio, AICA y La Menina, y se les propone su participación en el proyecto, a la cual las dos acceden. Una vez definido el grupo de trabajo, se les traslada el procedimiento que se llevará a cabo.

Metodología de trabajo

Se trabaja a través de Grupos de Discusión formado por un máximo de 12 personas compuestos por:

- Responsables del Hub Empleo Verde.
- Ayuntamiento de Alcobendas.
- AICA y comerciantes de la asociación.
- La Menina y comerciantes de la asociación.

Se realizan 3 sesiones mediante videollamada en el mes de marzo de 2023 y cada sesión es moderada por parte del Hub Empleo Verde y por los expertos en Economía Circular de R2 Innovación.

La **primera reunión** es para presentar el proyecto, conocerse los participantes del grupo seleccionado (Técnicos municipales, representantes de asociaciones de comerciantes, comercios y 2 expertos externos) y explicar la metodología de participación. En esa sesión se traslada qué es la economía circular, cómo los comercios pueden aportar desde su lugar en la cadena, dando ejemplos e ideas, y finalmente se les propone que traigan para la siguiente reunión qué acciones de economía circular podrían llevarse a cabo en su comercio.

En la **segunda reunión**, se plantean las diferentes propuestas de acciones de economía circular para ese grupo, se debaten y priorizan. A raíz de compartir las diferentes ideas, surgen nuevas propuestas que se valoran como interesantes para incluir.

En la **tercera reunión**, se debate cómo se podría implementar las acciones que fueron más valoradas en las sesiones anteriores y su viabilidad para llevarlas a cabo en el día a día. Se extraen las conclusiones finales.

La creación de cada una de las sesiones y la unión del contenido de todas ellas procede a la creación digital del MANUAL DE ECONOMÍA CIRCULAR en ALCOBENDAS, el cual puede servir como base innovadora y pionera para futuros grupos de trabajo en otras localidades.

Se procederá a la difusión del mismo en medios de comunicación y redes sociales para hacerlo extensivo a toda la sociedad.

Conclusiones

Durante el proceso de reflexión y trabajo, el grupo específico, junto con los expertos han desarrollado las siguientes conclusiones:

- 1º. Los comercios tienen un potencial sensibilizador muy alto, pero falta **sensibilización** hacia la importancia de procesos de economía circular factibles tanto en la sociedad en general, como en el comercio en particular.

- 2º. Deben establecerse **medidas sencillas de impacto** y que no supongan un esfuerzo extra al trabajo de los comercios. Las acciones deben estar apoyadas en la implementación, no pueden requerir un trabajo extra de los comercios.
- 3º. La propuesta de valor dentro de la economía circular debe evidenciarse y **aportar “beneficios” a los propios comercios**, sea por posicionamiento o por dinamización.
- 4º. Se entiende que procesos y acciones basadas en la economía circular aumentará la **mejora de la percepción de “ciudad habitable”** para los ciudadanos y puede llegar a atraer a otros sectores de consumidores.

04

INVENTARIO DE ACCIONES PARA LA IMPLEMENTACIÓN EN LA ECONOMÍA CIRCULAR DE LOS COMERCIOS

Tras el proceso de co-creación llevado a cabo, se proponen las siguientes medidas para introducir la Economía Circular en los comercios y se detallan a continuación:

ACCIÓN 1

ANÁLISIS/ DIAGNÓSTICO DE LA REALIDAD MEDIOAMBIENTAL ACTUAL EN EL COMERCIO

1. PRINCIPIOS DE LA ECONOMÍA CIRCULAR

Reducir, reutilizar, reciclar, repensar, rediseñar, redistribuir.

2. CONTEXTO

Como se ha definido más arriba, los primeros pasos a dar se deben centrar en el análisis del estado actual de la situación. Para ello, se pueden establecer indicadores de huella ambiental que nos permitan medir el impacto de diferentes factores ambientales. Los principales serían:

- Consumo energético y su equivalencia en emisiones de CO₂ equivalentes: se utiliza para medir la huella de carbono de una actividad y nos permite estimar el impacto del comercio sobre el cambio climático. Para estimarlo, es necesario aproximar la huella total de carbono de cada producto que se vende o de cada servicio que se realiza. Esto se puede hacer bien por información por parte de la empresa que lo provea o basándose en bibliografía. A esta huella hay que sumarle los consumos energéticos propios del local o instalación del negocio. Por último, se deben añadir otras fuentes de emisiones como vehículos de reparto o aquellos relacionados con retoques finales que se le pueda dar al producto. Para estimar la huella global de conjunto de comercios, es necesario sumar el conjunto de huellas en unidades de CO₂ equivalente.
- Huella Hídrica: al igual que con las emisiones de efecto invernadero, la huella de agua no se puede limitar a calcular el gasto de este recurso que se hace en el local. Es necesario tener una estimación de la huella hídrica de cada uno de nuestros productos, ya sea por bibliografía o por información del proveedor en el contexto de una certificación de calidad.
- Huella de Residuos: en cuanto a los residuos, los indicadores se pueden establecer en global o haciendo una diferenciación entre materiales reciclables, biodegradables, o no reciclables. El indicador se mide en peso producido por cada tipo, descontando el uso de material reciclado.
- Huella Ambiental: la huella ambiental de cualquier producto, empresa, o actividad, está compuesta por la suma de las 3 huellas anteriores.

Para involucrar a los comercios en el establecimiento de los indicadores anteriores, así como su actualización, durante las reuniones se planteó organizar talleres para el cálculo de la Huella Ambiental en cada comercio, que puede finalizar con el cálculo global de la huella ambiental de todos los comercios de una asociación o un municipio.

3. DESAFÍO / ACCIÓN

DESARROLLO DE UNA GAMIFICACIÓN (CONCURSO) PARA POTENCIAR A LOS COMERCIOS MÁS CIRCULARES

Una vez superado lo anterior, con la finalidad de involucrar cada vez más a la población objetivo, durante las mesas de Economía Circular de Alcobendas, se propuso crear un proceso competitivo, en el que los diferentes comercios pudieran medir su huella ambiental siendo premiados aquellos que menor huella produjeran, o que fueran capaces de reducirla. Se pueden crear premios sectoriales para las diferentes áreas económicas presentes, o dar premios para cada una de las huellas (de carbono, hídrica, de residuos, y la Global ambiental).

ORGANIZACIÓN DE TALLERES DE CÁLCULO DE HUELLA AMBIENTAL EN EL COMERCIO.

Con el fin de establecer un diagnóstico inicial de trabajo y la base para un sello basado en la mejora continua.

4. ÁMBITO DE AGENDA 2030



5. RESULTADOS ESPERADOS

- Conocer la situación actual del municipio, e involucrar a su población.
- Sensibilizar a la población y a los consumidores.
- Comunicar la importancia de un comercio sostenible y circular.

PROCEDIMIENTO DE IMPLANTACIÓN

Inventario y mapeo de comercios; entrevistas con una muestra representativa de comercios; investigación y cuestionario de campo; análisis de resultados e informe de conclusiones

VALORACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA ACCIÓN

Evaluaciones intermedias y entregables establecidos

ACCIÓN 2

RECOGIDA SELECTIVA, LOCAL – SOCIAL PARA RESIDUOS NO PELIGROSOS

1. PRINCIPIOS DE LA ECONOMÍA CIRCULAR

Reducir, reciclar, repensar, redistribuir, recuperar.

2. CONTEXTO

Uno de los puntos clave que se plantea en la ciudad es que los comercios gestionan sus residuos en los contenedores de residuos urbanos normales. En muchos casos estos contenedores se saturan de residuo y no están al acceso de muchos de los comercios que no pueden gestionar los residuos propios como es debido. En otros casos los contenedores están lejos de las zonas o no son exclusivos, fomentando así una falta de ergonomía de reciclaje.

3. DESAFÍO / ACCIÓN

Creación de islas de reciclaje móviles con personas de colectivos vulnerables que recojan residuos y fomentar la retirada de residuos por días en cada zona comercial evitando la acumulación de basura en la calle. Esta práctica ya funciona en diferentes ciudades. Esta acción proporciona una recogida de residuo separada de origen y apoya a los comercios para preparar y optimizar el transporte de los residuos y la valorización del mismo.

Por otro lado, generas empleo y sensibilización en personas en exclusión social que necesitan desarrollo en su vida laboral. Por último, ofreces un impacto indirecto en la acumulación de residuo en los contenedores, mejorando la gestión de los mismos. Es una forma de, además, de solucionar un problema que tiene el ayuntamiento que debe colocar más contenedores de basura específica en ciertas zonas del municipio. Se evitaría que el ayuntamiento

La asociación de comerciantes está dándole un servicio de alto valor a sus asociados y los comercios solucionan el problema de la acumulación de gestión de residuos

4. ÁMBITO DE AGENDA 2030



5. RESULTADOS ESPERADOS

- Mejora de la gestión de los residuos propios.
- Mejora de la sensibilización medioambiental y de social.
- Generación de oportunidades.
- Reducción de la huella de carbono.

PROCEDIMIENTO DE IMPLANTACIÓN

Selección de una entidad social posible, apoyo en el desarrollo del proceso de gestión selectiva, acuerdo con la empresa local de gestión de residuo, acuerdo con planta de gestión de residuo para valorizar el residuo recogido, implementación y evaluación de los resultados

VALORACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA ACCIÓN

Evaluaciones intermedias y entregables establecidos

ACCIÓN 3

PLATAFORMA LOCAL o RESIDUOS ALIMENTACIÓN.

1. PRINCIPIOS DE LA ECONOMÍA CIRCULAR

Reducir, reutilizar, repensar, rediseñar, refabricar, redistribuir, recuperar.

2. CONTEXTO

Se identifica en la zona el potencial de vender producto cocinado o preparado antes de que se convierta en un residuo. Esta práctica se apoya en otras plataformas y experiencias que puede ser un potencial de abaratar precio para los usuarios finales y a la vez anteponernos a un residuo. Creación de una plataforma municipal donde se ponga en contacto a comercios con personas que quieren vender a bajo precio el excedente de su producto.

Se da prioridad a los productos de proximidad. Siempre será más sencillo para una empresa recircular sus productos al final de su vida útil si el residuo se produce a poca distancia de sus instalaciones.

3. DESAFÍO / ACCIÓN

Creación de una plataforma municipal donde se ponga en contacto a comercios con personas que quieren vender a bajo precio el excedente de su producto. Inicialmente se puede sumar a plataformas existentes o bien generar espacios de sensibilización y formación para los clientes para ver la dimensión de la aceptación de la acción.

4. ÁMBITO DE AGENDA 2030



5. RESULTADOS ESPERADOS

- Mejora de la gestión de los residuos propios.
- Mejora de la sensibilización medioambiental y de social.
- Generación de oportunidades.
- Reducción de la huella de carbono.

PROCEDIMIENTO DE IMPLANTACIÓN

Selección de plataformas existentes, apoyo en el desarrollo de una plataforma municipal nueva, dinamización de los comercios para que participen en la acción.

VALORACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA ACCIÓN

Evaluaciones intermedias y entregables establecidos

ACCIÓN 4

CONCIENCIANDO AL CLIENTE SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA CIRCULARIDAD

1. PRINCIPIOS DE LA ECONOMÍA CIRCULAR

Reducir, reutilizar, reciclar, repensar, rediseñar, redistribuir, recuperar.

2. CONTEXTO

Una de las evidencias en el proceso de cocreación es la falta de conciencia sobre el problema de la circularidad y la falta de sensibilización en las posibles aportaciones que realizar. Es por ello que pensamos en desarrollar diferentes acciones de sensibilización para los ciudadanos y comercios.

3. DESAFÍO / ACCIÓN

1º Mes de la reducción de envases: crear una cartilla de sellos para consumidores en papel compostable. Si se rellenan 10 sellos que marquen que el consumidor ha acudido a 10 comercios durante el mes y no ha solicitado bolsa ni embalaje de regalo puede entrar en un sorteo de productos o regalos. Las cartillas rellenas podrán después plantarse en un acto de los comercios de Alcobendas participantes en la iniciativa.

Iniciativa donde se implica activamente a consumidor, comercio, Ayuntamiento y asociaciones de comerciantes.

2º Crear pequeños contenedores hechos de material reciclado en los comercios, para depositar las bolsas de tela que no utilizamos y que puedan utilizar otros consumidores que no tengan bolsa/envase para llevarse la compra. Reducimos la utilización de bolsas de plástico y tela y les damos una segunda vida.

Iniciativa inspirada en acciones de otro municipio. Se puede implicar para la realización de estos contenedores a los colegios o asociaciones para que realicen la decoración de estos pequeños contenedores o los realicen (a partir de material reciclado como cajas de cartón, de madera, etc. que aporten los propios comercios).

4. ÁMBITO DE AGENDA 2030



5. RESULTADOS ESPERADOS

- Mejora de la gestión de los residuos propios.
- Mejora de la sensibilización medioambiental y de social.
- Reducción de la huella de carbono.

PROCEDIMIENTO DE IMPLANTACIÓN

Crear un plan de acciones en comercios con un foro de comerciantes, agendar dichas acciones en fechas clave, para cada acción una planificación previa, una implantación, gestión de recursos y logística de implementación.

VALORACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA ACCIÓN

Evaluaciones intermedias y medición de impacto y efectividad de la acción.

ACCIÓN 5

BUENAS PRÁCTICAS EN LA ECONOMÍA CIRCULAR DEL COMERCIO

1. PRINCIPIOS DE LA ECONOMÍA CIRCULAR

Reducir, reutilizar, reciclar, repensar, rediseñar.

2. CONTEXTO

Una de las evidencias en el proceso de cocreación es la falta de conciencia sobre el problema de la circularidad y la falta de sensibilización en las posibles aportaciones que realizar. Es por ello que pensamos en desarrollar diferentes acciones de sensibilización para los comercios con un impacto en su publicidad a nivel local.

3. DESAFÍO / ACCIÓN

- Incluir la sensibilización a la hora de vender un producto a un consumidor.
- Si bien el comercio no puede influir de forma directa en el diseño y la fabricación del producto, sí que puede establecer un sistema de control de proveedores.
- Utilizar la propia sensibilización medioambiental y circular para atraer clientes: buscar actividades que se puedan hacer en los comercios para sensibilizar. La idea es que cada uno desde su ámbito pueda informar sobre el medioambiente y la economía circular, atrayendo a los clientes como comercio ecológico y sostenible.

Ejemplo → tienda de artículos para el hogar que organiza dentro de su tienda una demostración de la línea de productos ECO que tiene explicando el impacto que tiene la utilización de químicos de droguería en aire y agua, en las personas, etc.

Ejemplo → librería infantil, realiza cuenta cuentos de los plásticos en el mar para sensibilizar a los peques y a las familias sobre este tema. Invitaron a otros comercios que realizan productos reciclados con plásticos del mar para que contaran como los reciclan.

4. ÁMBITO DE AGENDA 2030



5. RESULTADOS ESPERADOS

- Mejora de la gestión de los residuos propios.
- Mejora de la sensibilización medioambiental.
- Reducción de la huella de carbono.

PROCEDIMIENTO DE IMPLANTACIÓN

Generación de una formación para la venta en clave circular, crear un inventario de recomendaciones, generar un inventario de observación para la gestión de proveedores, crear un plan de acciones por comercio para potenciar la circularidad, proponer actividades posibles para que cada comercio las realice. Comunicar en redes las acciones.

VALORACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA ACCIÓN

Evaluar el impacto en la venta y en los ciudadanos a nivel de satisfacción.

05

IMPACTO DEL PROGRAMA EN LOS ODS Y LA AGENDA 2030

Sinergias entre ODS y Economía Circular

Para una correcta implantación de un sistema circular, se debe prestar atención y tener en cuenta todos los elementos y factores internos y externos que conforman el “ecosistema” a transformar. Muchas de las actividades que propone la economía circular, tienen aspectos muy positivos y concuerdan con los ODS

Por su parte, recordemos que la economía circular se basa en 3 principios clave:

1. Preservar y mejorar el capital natural, controlando existencias finitas y equilibrando los flujos de recursos renovables.
2. Optimizar el uso de los recursos, rotando productos, componentes y materiales con la máxima utilidad en todo momento, tanto en los ciclos técnicos como en los biológicos.
3. Fomentar la eficacia del sistema, revelando y eliminando externalidades negativas.

Podemos decir que la transición hacia un modelo económico más circular está completamente alineada con la Agenda 2030 de las Naciones Unidas. De hecho, la economía circular es una palanca clave para alcanzar los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU:



ODS 7 – ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE

Las 2 principales metas que se buscan con el establecimiento de este ODS son las siguientes:

1. Aumentar considerablemente la proporción de energías renovables en el conjunto de fuentes energéticas.
2. Duplicar la tasa mundial de mejora de la eficiencia energética. La transición a un modelo económico circular ayudará a alcanzar las metas del ODS 7, ya que los contaminantes combustibles fósiles serán sustituidos en la producción energética por nuevos recursos y fuentes alternativas de energía.



ODS 12 – PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

Este ODS se sitúa en el centro de la economía circular. Su misión es que borremos de nuestra mente y de nuestro vocabulario el concepto de residuo, desecho o desperdicio y que lleguemos a pensar únicamente en recursos.

Para alcanzar dicho objetivo será necesaria una revisión completa de los patrones lineales de producción y consumo, en favor de un modelo circular: un nuevo modelo en el que todos los productos se diseñan y producen considerando su reutilización, su reciclaje, la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales, y la reducción de la generación de residuos.

Realizar este cambio al nuevo modelo sólo será posible gracias a la implicación de las empresas, consumidores y administraciones públicas.

Para finalizar, nos gustaría indicar que los ODS se definieron para desarrollar de forma global las dimensiones económica, social y medioambiental (triple balance), y la economía circular se encuentra en la intersección de estas dimensiones de la sostenibilidad. El desarrollo de la economía circular debe empujar, por su definición, en la consecución de los ODS y contribuir a la reorientación sostenible.

06

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes de vídeos y materiales:

- <https://ellenmacarthurfoundation.org/es>
- “Nuevo Plan de acción para la economía circular, por una Europa más limpia y más competitiva”
https://ec.europa.eu/environment/strategy/circular-economy-action-plan_en
- Informe de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social europeo y al Comité de las Regiones
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:52019DC0190&from=EN>
- “El problema del desperdicio de comida. Un análisis crítico” de EAE Business School.
<https://www.eae.es/actualidad/noticias/espana-genera-443-kilos-de-residuos-capita-un-9-menos-que-en-europa>

Objetivos de Desarrollo Sostenible que propone la Agenda 2030.

- Comisión Europea, «Impacts of circular economy policies on the labour market» («Efectos de las políticas de economía circular en el mercado laboral»), abril de 2018.
https://ec.europa.eu/eurostat/tgmrefreshTableAction.do?tab=table&plugin=1&pcode=cei_cie010&language=en
https://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=cei_srm030&plugin=1
- Circle Economy, «The Circularity Gap Report» («Informe sobre las carencias en la circularidad»), enero de 2018.

- GUÍA DE ECONOMÍA CIRCULAR PARA PYMES Y EMPRENDEDORAS/ES DE CIUDAD REAL. Programa URBACT.
<https://www.impefe.es/programa-urbact/>
- Cuaderno de comercio y sostenibilidad: economía circular. Cámara Comercio Valencia.
<https://www.camaravalencia.com/es-ES/Paginas/Inicio.aspx>
- Guide to resource efficiency in manufacturing: Experiences from improving resource efficiency in manufacturing companies (2012), Europe INNOVA.
- Guía para la promoción de la economía circular desde el ámbito local. Ihobe, Sociedad Pública de Gestión Ambiental.
www.udalsarea2030.eus
- Dpto. de Medio Ambiente y Política Territorial del Gobierno Vasco. www.ingurumena.eus

Guías: