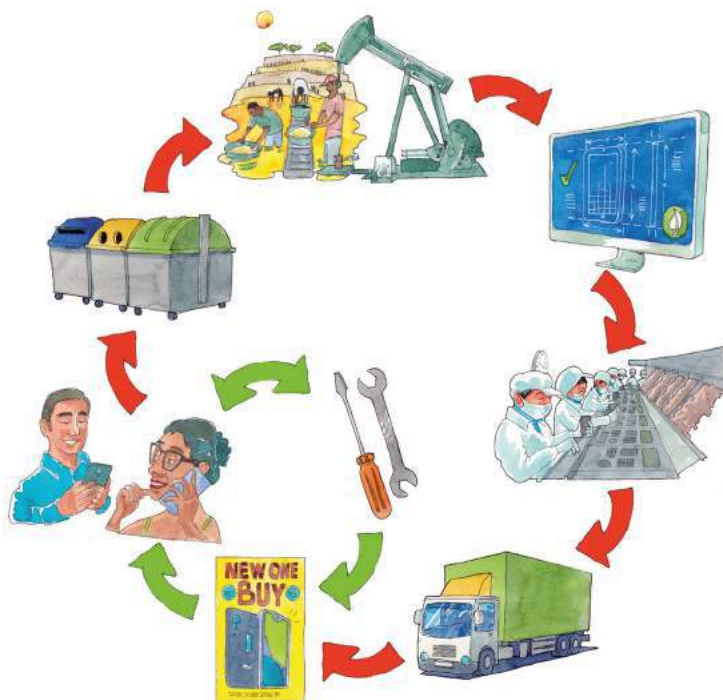


VIAJE A LA ECONOMÍA CIRCULAR

LIBRO FORMATIVO EN IMÁGENES SOBRE
LA ECONOMÍA CIRCULAR Y LOS CONSUMIDORES



**El cambio
redondo**
CONSUMIDORES PROTAGONISTAS
DE LA ECONOMÍA CIRCULAR



ADICAE
Consumidores Críticos,
Responsables y Solidarios

PRESENTACIÓN

La economía circular interpela directamente a nuestra forma de vida y nos aporta una mirada crítica hacia los modelos tradicionales de producción y consumo, que han dado la espalda a una certeza tan básica como imprescindible: no tenemos un planeta de repuesto. Si seguimos explotando los recursos naturales al ritmo actual, la presente crisis eco-social llevará sencillamente al colapso. Parece que el consenso es cada vez mayor, como promueven las grandes movilizaciones juveniles o los debates a propósito de la reciente Cumbre Mundial del Clima (COP25) celebrada en Madrid en diciembre de 2019, o como vienen planteando los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030: urge cambiar de paradigma, mirar hacia otras lógicas que se dan en la naturaleza y aprender de sus ciclos de vida: he ahí el “cambio redondo” necesario.

Como consumidores, podemos y debemos ser parte activa de esa necesaria transición a una economía más justa y sostenible. Solo a través de la toma de conciencia colectiva, y la organización en la defensa de nuestros derechos, podremos exigir marcos regulatorios y de control claros, políticas públicas eficaces y prácticas empresariales transparentes y responsables. Junto a ello, nuestro papel ejerciendo un consumo consciente y ético es también fundamental.

Con este libro, que aúna la divulgación formativa con la sensibilidad artística de su propuesta gráfica, ADICAE pretende acercarte a las nociones básicas y conceptos de la economía circular para que, ahora que parece que abundan productos y servicios con la etiqueta de “lo circular”, “lo sostenible” o “lo colaborativo”, puedas tener las herramientas suficientes para discernir si efectivamente lo son. Y para que puedas tener herramientas con las que analizar la realidad y extraer conclusiones y propuestas reivindicativas. Como consumidores críticos, responsables y solidarios, no vamos a dejar que la economía circular se convierta en una moda pasajera. Nos va el planeta mismo en ello.

Texto: Carlos Trias Pintó, con la colaboración de Curro García Corrales y Geraldin Cedeño, del Equipo Técnico ADICAE

Ilustrador: Joaquín González Dorao

Edita: Adicae, Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros. Con la colaboración del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social.

Maquetadora: Gabriela Busnadiego

Depósito Legal: Z 2145-2019

Impreso en Madrid, diciembre de 2019

ÍNDICE

1- El porqué de esta publicación	4
2- ¿Qué es la economía circular y cómo nos afecta?	6
• Un poco de historia circular en la UE	8
• Los conceptos claves de la circularidad	12
• Alianzas justas entre actores	18
• Un solo mundo: “pensar global, actuar local”. La “glocalidad”	19
• Cadenas de valor. Trazabilidad	21
3- Breve recorrido por las nuevas economías	23
4- Pistas para la acción circular	26
• ¿Cómo elegir al mejor proveedor?	26
• ‘Greenwashing’ y ‘socialwashing’: del dicho al hecho	27
• Estrategias de ‘Nudging’: alentar el comportamiento circular	28
• Barreras al consumo consciente y circular	29
• Recursos para la acción circular	31
5- Glosario	32
6- ¿Quieres saber más?	34

1 EL PORQUÉ DE ESTA PUBLICACIÓN

El modelo de crecimiento económico se ha venido basando en disponer de recursos energéticos, naturales y ciertas materias primas abundantes y baratas. Ese modelo, que se trastoca a raíz de la crisis energética de 1973, nos enfrenta hoy a las consecuencias catastróficas e imprevisibles del cambio climático y del agotamiento de los recursos.

Afrontamos un problema de desbordamiento global (patrones de insostenibilidad en la producción, consumo y presión demográfica) no solo climático. Es urgente preservar el capital natural y salvaguardar el bienestar de las personas. No es una opción, es una necesidad. Los estudios y proyecciones futuras son muy contundentes: hay que acelerar el cambio de tendencia, actuar con más intensidad y sumar más voluntades. El informe de la ONU denominado **GEO 6** de 2019, es contundente:

“el ritmo del consumo y las actividades lineales (extraer - fabricar - usar - desechar) ha incrementado la explotación de los recursos más allá de la capacidad de recuperación de los sistemas ecológicos, y ha provocado consecuencias perjudiciales a todos los niveles, desde el local hasta el mundial”.



Podemos lamentar la paulatina desaparición de muchas especies (por la caza descontrolada y el deterioro de los hábitats naturales), pero también debemos valorar nuestra capacidad de reacción: sabemos regenerar y proteger ecosistemas de gran valor (la existencia del plancton marino por su función en los sistemas ecológicos, es un ejemplo de ello).



Se trata entonces de transformar las modalidades de consumo y producción del modelo económico “crecer primero y limpiar después”, y en esto los consumidores -sin necesidad de grandes renunciadas- deben empoderarse y exigir continuamente, la información relevante en cuanto a decisiones-opciones de consumo y modificar sus hábitos, centrando su atención en el bienestar de las personas y del planeta.

Los pequeños y grandes cambios que debemos incorporar a nuestros hábitos cotidianos tienen que acompañarse de una toma de conciencia como ciudadanía en la defensa de nuestros derechos (reforzar el actual marco institucional de vigilancia, avanzar en lo legislativo y administrativo), y por eso ADICAE como asociación de consumidores, da un paso adelante con el proyecto en el que se enmarca esta publicación: un consumo consciente y ético no es solo el que apela a nuestros

comportamientos individuales sino también el que, junto a ello, nos invita a la acción colectiva y la organización frente a la opacidad y los abusos cotidianos del mercado en el modelo económico imperante.

Esta publicación de ADICAE pretende potenciar la suma virtuosa “sostenible y asequible”, a nuestro pleno alcance, mediante pequeños esfuerzos y algo de creatividad. El tránsito valdrá la pena y los desafíos de la circularidad vendrán acompañados de estímulos y recompensas.

¿Me va a salir caro esto de ser circular?

- Un producto agroalimentario local de temporada y libre de fertilizantes, insecticidas o conservantes puede ser igual de asequible que uno convencional, siempre que se acorte la cadena de comercialización (**productos Kilómetro 0**, basados en circuitos cortos de comercialización).
- Un aparato eléctrico más resistente y duradero contará con un mayor precio inicial pero, si prolongo o alargo su vida útil, me saldrá a cuenta.
- Si comparto determinados productos o servicios reduciré su precio: el coche, la bici o mi espacio de trabajo. Además, conoceré a otras personas, lo que propiciará nuevos intercambios.

2 ¿QUÉ ES LA ECONOMÍA CIRCULAR Y CÓMO NOS AFECTA?

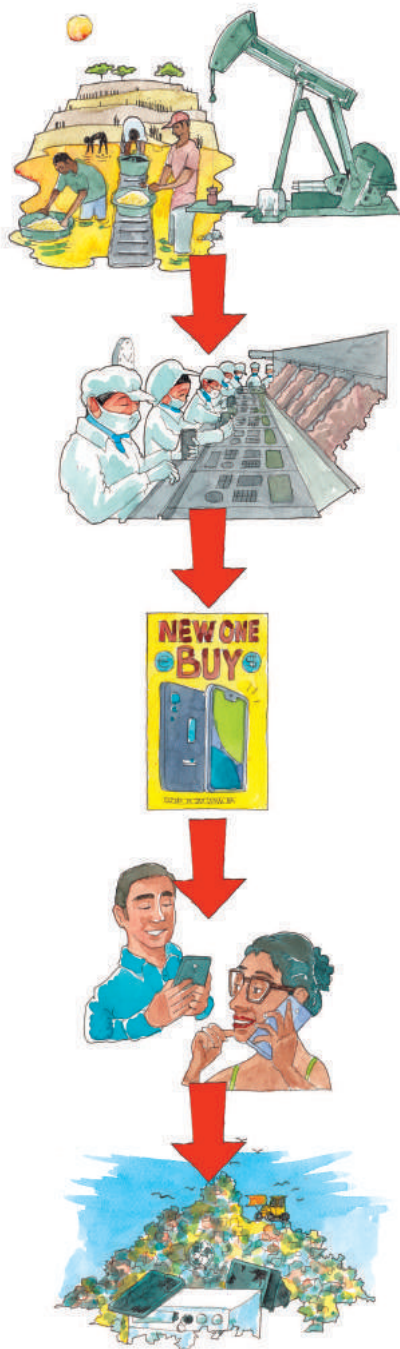
La economía circular “de la cuna a cuna” se contrapone a la economía lineal “de la cuna a la tumba” y supone el cambio de paradigma en el actual modelo de producción y consumo hacia una economía regenerativa en la que los procesos se asimilen a los de la naturaleza (donde todo recurso es un nutriente para la industria), reciclando los pro-

ductos de manera continua en el sistema. La metodología del Análisis del Ciclo de Vida (ACV) nos permite evaluar el **impacto ambiental** asociado a un producto, proceso o actividad identificando y cuantificando tanto el uso de materia y energía como las emisiones al entorno. El ACV incluye el ciclo completo a lo largo de la cadena de valor: etapas de extracción y procesamiento de materias primas, producción, transporte y distribución, uso, reutilización y mantenimiento, reciclado y disposición final.

La economía circular va mucho más allá de la preservación del medio ambiente. Puede ser el medio para alcanzar las metas propuestas en los **17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas**. El ODS 12 denominado “**producción y consumo responsable**” es de especial relevancia para demostrar el cambio de la economía circular a la economía lineal.

Según propone la ONU, garantizar modalidades de producción y consumo de bienes sostenibles pasa por:

- Generar modelos de actividades económicas perfiladas a la reducción de la utilización de los recursos, la degradación y la contaminación, logrando al mismo tiempo una mejor calidad de vida.
- Adoptar un enfoque sistémico y lograr la cooperación desde el productor hasta el consumidor final.



ECONOMÍA LINEAL

- Sensibilizar a los consumidores mediante la educación sobre los modos de vida sostenibles, facilitándoles información adecuada a través del etiquetaje y las normas de uso, entre otros.

"Si la población mundial llegase a alcanzar los 9600 millones en 2050, se necesitaría el equivalente de casi tres planetas para proporcionar los recursos naturales precisos para mantener el estilo de vida actual".

Lo importante es alcanzar un buen equilibrio, rastrear las oportunidades de mejora en nuestro entorno cotidiano y practicar la circularidad. La economía circular se asienta en el principio del valor compartido: la meta va a importar tanto como el propio recorrido.

A continuación, se muestra el recorrido del modelo económico circular en la normativa comunitaria europea en casi una década (así como los acontecimientos internacionales de impacto en el planeta relacionados con la circularidad).

— UN POCO DE HISTORIA CIRCULAR EN LA UE —

2014 (septiembre): La CE presentó Hacia una economía circular: un programa de cero residuos para Europa. Esta propuesta legislativa sobre residuos fue retirada para presentar un nuevo paquete a finales de 2015 que cubriría el ciclo económico completo, no solo objetivos de reducción de residuos.

2015 (septiembre)

- Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas (ODS) y Agenda 2030 y en 15 años, poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad.
- La alcaldía de París hizo un llamamiento a las "ciudades europeas en favor de una economía circular", que firmaron ciudades como Ámsterdam, Bruselas, Copenhague, Lisboa, Londres, Milán y Roma.

2015 (diciembre):

- En la Conferencia de París sobre el Clima (**COP21**) , 195 países firmaron el primer acuerdo vinculante mundial sobre el clima.
- El parlamento europeo adopta su ambicioso Plan de Acción de Economía Circular en los próximos 5 años con 54 acciones concretas para "cerrar el ciclo" en cada etapa de la cadena de valor desde la producción hasta el consumo, la reparación y la fabricación, la gestión de los residuos y las materias primas secundarias que se reintroducen en la economía.

2017

- Enero: La UE presenta un informe sobre la aplicación del Plan de acción para la economía circular introduciendo objetivos claves para modernizar y transformar la economía europea, desplazándola en una dirección más sostenible.
- Marzo: creación de la **Plataforma europea de partes interesadas de la economía circular** promovida por el Comité Económico y Social Europeo (CESE) y la CE. Para que la economía europea sea verdaderamente circular, deben intervenir todas las partes interesadas: autoridades públicas, empresas, sindicatos, consumidores y la sociedad civil en su conjunto.

2019

- Marzo: la CE adoptó un informe exhaustivo sobre los principales logros del Plan de Acción que esboza los desafíos futuros para allanar el camino hacia una economía circular.
- Marzo: publicación del sexto informe de Perspectivas del Medio Ambiente Mundial (GEO 6, por sus siglas en inglés) presentado durante la Cuarta Asamblea del Programa de Medio Ambiente de Naciones Unidas (PNUMA), hace un llamado a abordar urgentemente ODS y otros objetivos ambientales acordados a nivel internacional, como el Acuerdo de París.
- Julio: **Dictamen de iniciativa** promovido por el CESE "Los consumidores en la economía circular". Su principal objetivo es abogar por una reorientación estratégica de circularización de la economía situando a los consumidores en el centro de las políticas públicas.

Paralelo a esto, el estado español ha promovido espacios de participación de otros niveles de gobierno. En 2017, alrededor de 53 entidades españolas se han adherido a impulsar la transición hacia una economía circular baja en emisiones, en lo que se denominó la Declaración de Sevilla: el compromiso de los agentes económicos y sociales 2018-2020.

Después vino de la propuesta de Estrategia Española de Economía Circular (EEEC) o “España Circular 2030”, diseñada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, el de Transición Ecológica y el de Economía Industria y Competitividad. Dicha estrategia sigue en proceso de aprobación y seguramente deberá ser revisada conforme al desarrollo de normativa y metodología común de la UE al respecto.

Para ampliar la información sobre el contexto de referencia español y europeo, consultar la publicación de ADICAE “La economía circular en el sector agroalimentario”.

“...la transición hacia una economía circular exige la adopción de innovaciones no sólo tecnológicas sino también organizativas y sociales imprescindibles para impulsar el cambio necesario en los modelos de producción y consumo”.

Hay algunas Comunidades Autónomas que han desarrollado sus propias estrategias de economía circular con el propósito de adaptarse a los compromisos europeos.

La primera comunidad que aborda su regulación con rango de ley es Castilla-La Mancha, que entrará en vigor en 2020. De igual forma, es importante citar la Ley Andaluza de Bioeconomía, que aun no siendo una referencia amplia de economía circular, trata uno de los principales aspectos descritos en el paquete europeo de la circularidad.

Son varias las Comunidades Autónomas y los municipios que incorporan la economía circular como ejes de desarrollo, ya sea con objetivos programáticos traducidos en planes y programas específicos como en la generación de áreas de gestión específicas basadas en la circularidad. Cataluña es considerada pionera (2015) en llevar a norma iniciativas de economía verde y economía circular. También se encuentran las

iniciativas de Extremadura, Madrid, Euskadi, Andalucía, Castilla-La Mancha, entre otras, que se han impulsado con acuerdo al principio de la participación de los agentes sociales.

En cuanto a la normativa europea y nacional para hacer valer los derechos de los consumidores, ha sido enfocada principalmente en la información. Este marco legal ha sido insuficiente para reforzar la protección de los consumidores en aspectos como la acción y defensa colectiva a través de las entidades cualificadas o el resarcimiento y la compensación de los afectados en fraudes masivos.

En los últimos años, los consumidores europeos han sido víctimas de prácticas ilegales generalizadas de las empresas tales como los engaños sobre emisiones de gases contaminantes en coches en 2015 (Dieselgate), las cancelaciones masivas de vuelos en 2017, la contaminación de leche para bebés en Francia y otros países en 2017 y el uso generalizado por parte de los bancos de cláusulas contractuales abusivas en contratos hipotecarios.

Todo esto muy a pesar del peso que tienen los consumidores. Se corre el riesgo de que el consumidor pierda la confianza en las empresas, lo que pone en peligro uno de los pilares de la UE: el mercado único.

“El gasto de consumo representa el 56 % del PIB de la UE. Un entorno de consumo saludable es un factor esencial para el crecimiento económico”

Entre las novedades comunitarias legislativas se encuentra el *Nuevo acuerdo de los consumidores (2018)*, que pretende mejorar la transparencia al comprar por internet, sanciones efectivas y unas normas claras para resolver el problema de la calidad dual de productos en la UE.

Estas medidas, dentro de lo que se conoce como *New Deal for Consumers*, son traídas a colación en el dictamen del CESE planteando que “mejorar el marco de aplicación de la legislación en materia de consumo es clave para un desarrollo equilibrado de la circularidad”.

Adicionalmente, propone establecer “mecanismos de resarcimiento para los consumidores cuya adquisición de bienes y productos haya sido objeto de prácticas de obsolescencia prematura” u otorgar a las asociaciones de consumidores un papel destacado reforzando su rol “mediante asistencia técnica y recursos ad hoc” o “el escrutinio de las organizaciones de consumidores” sobre las mejores prácticas de empresas en la economía circular.

— LOS CONCEPTOS CLAVES DE LA CIRCULARIDAD —

■ “Erre que erre”

Hace casi dos décadas surgió y se masificó una propuesta orientada a productores y consumidores que fue mundialmente conocida como la regla de las R o 3R (Reducir, Reutilizar y Reciclar), concebida para disminuir la cantidad de recursos naturales que se empleaban para manufacturar nuevos productos, así como para limitar el volumen de residuos que se generaban.

A medida que se profundizó el modelo económico lineal y que las 3R no fueron suficientes para evitar el consumismo, se han ido sumando nuevas palabras como Repensar o Rediseñar, Reestructurar, Redistribuir, Recuperación y Reparación que nos acercan a consumir de manera sostenible, consciente y justa.

También podemos Rehúsar o Rechazar algunos consumos, que no significa “ni mucho, ni poco”.



Y aunque no empiece por “R”, ya contamos con numerosas iniciativas de **suprareciclaje o upcycling** (ver definición en glosario) que revalorizan los objetos que pasan por nuestras manos.

Externalidades

Las externalidades son efectos externos -positivos o negativos- de un producto o servicio sobre determinado entorno.

En el caso de las externalidades positivas por ejemplo, el Estado implementa sistemas de recompensas que pueden ser mediante la **fiscalidad ecológica** (ver definición en el glosario) con la reducción del IVA o la supresión de tasas o la **compra pública responsable** (ver definición en el glosario).

En cambio, las externalidades negativas son gravámenes fiscales para desincentivar prácticas o consumos. La intervención del Estado es justificada al aplicar impuestos sobre las actividades que afectan negativamente a las personas y al planeta, ya sea a través de impuestos especiales como los hidrocarburos o aplicando límites cuantitativos para restringirlas, como el establecimiento de un cupo anual de visitas a un espacio natural protegido.

Compensación de nuestras huellas

Cada actividad es susceptible de degradar el medioambiente, por lo que cada acto de consumo lleva asociado un impacto. Podemos reducirlos y a la vez compensar aquellos que no han podido ser evitados o que, en algunos casos, son inevitables. Puedes calcular el impacto y su compensación aquí:

<https://www.ceroco2.org/calculadoras/>

De cara a los impactos medioambientales, el Gobierno de España propone compensar la huella de carbono, por ejemplo, de nuestro vehículo (www.bosquia.es):

- 4 árboles (10.000 km. para vehículos que emiten 120 g CO₂ por km.),

- 8 árboles (20.000 km. para vehículos que emiten 120 g CO₂ por km.) y

- 12 árboles (30.000 km. para vehículos que emiten 120 g CO₂ por km.)

■ Impactos ambientales y sociales

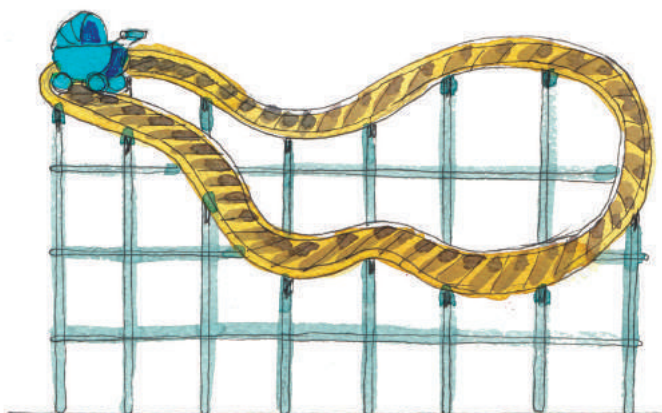
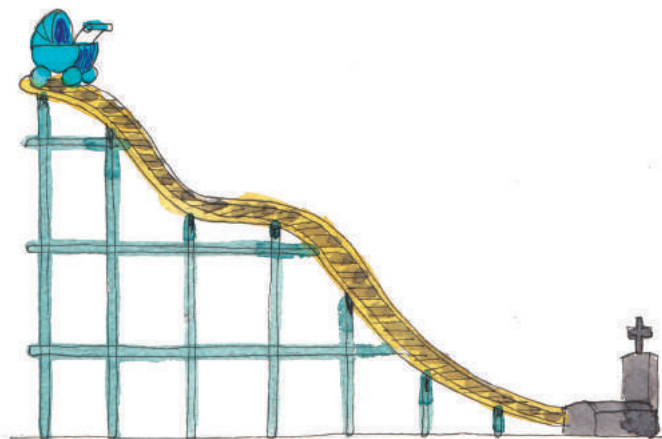
Se trata del efecto que produce la actividad humana sobre el medio ambiente. En lo cotidiano, es la movilidad lo que genera mayor impacto ambiental y social.

Para comparar los impactos ambientales y sociales entre los diferentes medios de transporte hay dos indicadores básicos: la energía empleada y el espacio disponible o número de plazas libres. Cuanta más energía consume el vehículo, y menos verde sea, mayores serán los impactos ambientales producidos. A su vez, cuantas más personas ocupen el vehículo no sólo disminuirá la huella individual de cada viajero sino que será más asequible el desplazamiento.



■ Ecodiseño

En la Unión Europea, los productos que consumen energía sólo se pueden vender si han sido fabricados bajo ciertos parámetros de diseño ecológico, o lo que también se conoce como ecodiseño. Es la **Directiva de Ecodiseño de la UE** la que establece cuáles son esos requisitos mínimos de eficiencia energética que hay que cumplir. Pero también afecta a algo tan importante como las prendas de vestir: <https://www.sostenibilidad.com/vida-sostenible/conoces-la-huella-ecologica-y-social-de-tu-ropa/>



■ Etiquetado

Ante la profusión de etiquetas, distintivos y declaraciones medioambientales, el consumidor encuentra dificultades para diferenciar los productos y confiar en la información disponible. ¿Cómo garantizar que se cumplen los requisitos de fiabilidad, relevancia, precisión y claridad y evitar la publicidad engañosa?

La ecoetiqueta europea o ecolabel, sistema gestionado por los Estados miembros y por las comunidades autónomas de España, es un buen referente que se debe ampliar con otros esquemas voluntarios. Otro caso de éxito es el etiquetado energético, que se aplica a aparatos eléctricos y electrodomésticos, y está prevista su extensión a otros productos (https://europa.eu/youreurope/business/product/energy-labels/index_es.htm)

■ Productos Kilómetro 0

Se trata de productos locales o de proximidad porque se producen y consumen en un radio bastante cerca que no supera los 100 km. Por tanto, hace referencia al esfuerzo colaborativo entre la producción, la distribución y el consumo para mejorar las economías locales, el medio ambiente, la salud y las relaciones sociales en un lugar determinado.



■ **Materias primas críticas**

Son minerales estratégicos del cual depende la fabricación de los componentes electrónicos más sofisticados. Las materias primas procedentes de los mercados internacionales deben respetar, en su fase extractiva, los derechos de las personas y prever su reciclaje. En 2017, Europa actualizó la lista propuesta en 2014

(https://ec.europa.eu/growth/sectors/raw-materials/specific-interest/critical_es)

■ **Sustancias peligrosas o potencialmente dañinas**

Algunas veces los consumidores usamos **sustancias químicas peligrosas**, potencialmente dañinas para la salud o el medio ambiente. Es imprescindible almacenarlos en espacios idóneos y reciclarlos adecuadamente con gestores autorizados.

■ **Responsabilidad Social Corporativa (RSC)**

Muestra la cara responsable de las empresas que producen los bienes y servicios que consumimos. Está basada en la gestión de los impactos que su actividad genera sobre la sociedad en general y el medioambiente.

Las empresas responsables deben aportar evidencias de su acción mediante la incorporación a sus informes financieros de información social, medioambiental y de buen gobierno corporativo, en lo que se denomina memoria integrada (<https://observatoriorsc.org/global-reporting-initiative/>)

Las reglas de oro para el respeto al medioambiente

- Eficiencia energética
- Durabilidad
- Utilización de materiales reciclados o reciclables
- Posibilidad de reparación y cambio de piezas

¿SABÍAS QUÉ?...

Un informe reciente de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) revela que el hambre y la obesidad tienen mucho que ver con la economía circular.

El alto consumo de bebidas azucaradas y alimentos ultraprocesados carece de los nutrientes adecuados y provoca altos niveles de hiperglucemia. El maridaje entre pobreza, exclusión y mala alimentación es letal. La dieta de las personas con vidas más precarias y en exclusión ha ido alejándose de la producción y el consumo local: la huerta va cediendo terreno a la “comida basura”, a menudo productos congelados que vienen de fuera.

ALIANZAS JUSTAS ENTRE ACTORES

Según el objetivo N° 17 de los ODS de Naciones Unidas (ODS 17), para aplicar con éxito la Agenda 2030 se requieren alianzas sólidas, inclusivas e integradas en todos los niveles entre los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil. Además, construidas sobre principios, valores, metas y una visión compartida que colocan a la gente y al planeta en el centro.

En marzo 2019, se dio un paso hacia la concreción del Plan para la implementación de la Agenda 2030 con la creación de un órgano consultivo y de seguimiento: el Consejo para el Desarrollo Sostenible que tal como se detalla en el Boletín Oficial del Estado, está conformado por cuarenta y ocho personas siendo una de ellas, representante de del ámbito de consumidores y usuarios a nivel estatal, a propuesta del Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU).

El papel que juegan los actores en estos y otros espacios debe ser más justo y equilibrado tanto en la representación como con el aporte en las decisiones y actuaciones reales. Sigue siendo necesario en todos los niveles y ámbitos, abandonar el enfoque de los consumidores como sujetos pasivos y sin voz.



Ante la crisis del modelo consumista dominado por el marketing, la publicidad y las prácticas que se imponen, hay que acelerar el ritmo de cumplimiento de acuerdos internacionales profundizando en aspectos sociales que requieren más atención como la resistencia a la implantación de las políticas adoptadas, al seguimiento estricto de su

cumplimiento y el posterior intercambio para evaluar y mejorar el compromiso de los gobiernos, administraciones subestatales, empresas y representantes de la sociedad civil.

Ante estos problemas estructurales no superados, los consumidores deben insistir en sus aportaciones reivindicativas para que las medidas que se tomen no se conviertan o se traduzcan en nuevas agresiones a la población en general y se supere o impida la indefensión de los consumidores dando paso a una verdadera participación política ciudadana.

Para ADICAE, la enorme distancia que existe entre los consumidores (la ciudadanía) y el poder político y económico-financiero debe superarse con un reforzamiento del fomento de otras formas de consumo, de la incidencia en las decisiones de compra, de ejercitar la capacidad de presión exigiendo que se cumplan los derechos frente a los grandes y pequeños abusos en el consumo de bienes y servicios.

Lo importante es alcanzar un buen equilibrio, rastrear las oportunidades de mejora en nuestro entorno cotidiano y practicar la circularidad. La economía circular se asienta en el principio del **valor compartido**: la meta va a importar tanto como el propio recorrido. Pero para eso hay que interactuar, identificar posibilidades de cooperación y asumir compromisos.

UN SOLO MUNDO: “PENSAR GLOBAL, ACTUAR LOCAL”. LA “GLOCALIDAD”

Nuestro mundo está crecientemente interconectado en la era digital. Con todos los riesgos y oportunidades que eso acarrea, la **globalidad** suprime las fronteras a nivel económico, político y social, pero a su vez genera saludables resistencias desde las tradiciones locales más arraigadas. Pensando globalmente y actuando localmente podremos adaptar los procesos innovadores a las características específicas de nuestro entorno.

La defensa de lo local y territorial debe ser entendido como una reacción de aquellos que quieren preservar sus tradiciones y costumbres ancestrales frente a nuevos procesos de socialización dentro del contexto general en que se desarrolla la sociedad actual.

— CADENAS DE VALOR. TRAZABILIDAD —

Hoy en día, mucho de lo que consumimos tiene su origen muy lejos de nosotros y ha pasado por numerosas manos. Algunas veces, las cadenas de suministro son muy amplias y poco transparentes, lo que



¿SABÍAS QUÉ?... Parte del cobalto que precisan las baterías de los coches eléctricos se obtiene de minas que emplean a refugiados de Ruanda, incorporando trabajo infantil y condiciones insalubres y de riesgo.

impide saber qué ha pasado con el producto a lo largo de su ciclo de vida. **La trazabilidad**, concepto que nace a raíz de la crisis de “las vacas locas”, permite conocer lo que ha sucedido en cada eslabón de la cadena del producto en cuestión.

Ya existen productos que acreditan el origen justo de cada uno de los elementos que incorporan. El rastreo de procedencia de las piezas que lo componen, y la generación de demanda de materiales responsables con las personas y el planeta, son un ejemplo de ello (<https://www.fairphone.com/es/>)

Después de todo, somos los que pagamos indirectamente -a través de nuestros impuestos-, los costes absorbidos por la sanidad pública tratando enfermedades contraídas a raíz de la mala calidad del aire o el contacto con sustancias químicas, ambas generadas por los impactos negativos de productos y servicios que no son verificados a lo largo de su ciclo de vida.

¿SABÍAS QUÉ?... Por su escasez en la corteza terrestre, y su concentración en países inestables geopolíticamente, es imprescindible activar la utilización de materias primas secundarias procedentes de residuos, especialmente las denominadas **materias primas críticas**, necesarias para la fabricación de componentes altamente tecnológicos.

En el sector de la automoción, el rodio, platino, paladio, y las denominadas **tierras raras**, son necesarios para la fabricación de los catalizadores.

En algunos casos, como el acero, la utilización de materias primas secundarias es menos intensivo en uso de energía.



3

BREVE RECORRIDO POR LAS NUEVAS ECONOMÍAS

Frente a los enormes desafíos mundiales de generar un nuevo orden económico se está intentando estructurar diferentes modelos y nomenclaturas. Todos ellos gozan de atributos comunes y la economía circular está llamada a convertirse en el referente universal.

La economía circular forma parte de los denominados nuevos modelos económicos sostenibles o nuevas economías que brevemente se describen a continuación.

■ Economía colaborativa

Se basa en privilegiar el acceso a bienes y servicios sobre la propiedad, e integra los principios de corresponsabilidad, colaboración y confianza. Las iniciativas van desde intercambio de alojamiento -tendencia llamada Couchsurfing-, hasta compartir espacio laboral -Coworking-, conseguir financiación mediante micromecenazgo -Crowdfunding- o alquilar espacios creativos por horas. Para aspectos más concretos sobre la economía colaborativa, puedes consultar el libro **"La economía circular en el sector agroalimentario"**.



■ Economía azul

Consiste en entender los desechos como recursos y busca soluciones inspiradas en el diseño de la naturaleza. Se centra en maximizar el rendimiento de nuestros recursos e infraestructuras actuales, y fundamentalmente de aprovechar los residuos, residuos que no se consideran tales, si no fuente de riqueza. Propone por ejemplo, el cul-

tivo de hongos a partir de desechos de alimentos o la biomasa con residuos domiciliarios.

Economía Social y Solidaria (ESS)

Conjunto de iniciativas socioeconómicas, formales o informales, individuales o colectivas, que priorizan la satisfacción de las necesidades de las personas. No admite formas empresariales donde prime el capital. Actúan orientadas por los valores de la equidad, la solidaridad, la sostenibilidad, la participación, la inclusión y el compromiso con la comunidad. Son los actores naturales de la innovación social.

Economía del Bien Común

Propone un sistema económico alternativo construido en base a los valores humanos universales. Sitúa el foco de acción en la cooperación y no en la competencia, en el bien común y no en el afán de lucro. Esta economía propone un balance para medir la eficacia bajo la cual las empresas contribuyen al bienestar social y que se centra en la dignidad humana, la solidaridad y la justicia, la sostenibilidad medioambiental y la transparencia y la participación democrática.

Procomún

Aquello que es propiedad de la comunidad y por tanto es preciso co-gestionarlo desde la ciudadanía, fomentando el liderazgo colectivo en base al trabajo comunitario y cooperativo. Se puede aplicar al ciclo del agua o al de la electricidad, a los huertos urbanos y a otros muchos espacios de acción colectiva.

Economía naranja

Está basado en el talento de la gente y en la riqueza del patrimonio cultural del mundo conjugando elementos (la ciencia, la tecnología, el arte y la creatividad) que si se comparten e intercambian, pueden desarrollar productos y servicios de alto valor intelectual.

4 PISTAS PARA LA ACCIÓN CIRCULAR

■ ¿Cómo elegir al mejor proveedor?

El ciudadano informado puede convertir su carro de compra en un carro de combate: se puede consumir menos y mejor. Aunque la economía circular alcanza múltiples expresiones, se pueden fijar unas pautas comunes para cualquier acto de consumo:

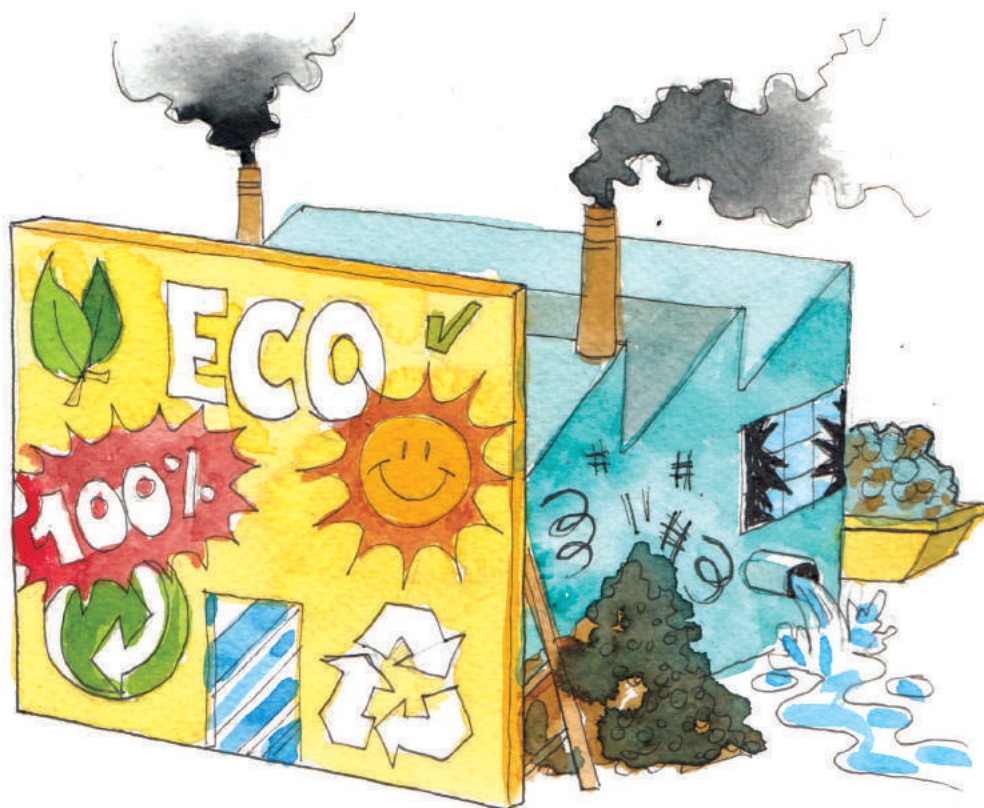


- Antes de comprar hay que buscar fórmulas alternativas de recuperación, **suprareciclaje**, intercambio, préstamo y/o alquiler.
- En la medida de lo posible, optar por el comercio cercano y el producto o servicio local.
- Interactuar primando las relaciones entre pares o de igual a igual. Se trata de generar un marco colaborativo y de confianza que a su vez propicie nuevas transacciones.

- Indagar el origen del producto y optar por etiquetas fiables como la ecoetiqueta europea. Hay etiquetas voluntarias que, en algunos casos, no está certificada por un tercero.

■ 'Greenwashing' y 'socialwhasing': del dicho al hecho

En los últimos tiempos, muchas empresas han incorporado profusamente las palabras **"sostenibilidad"** o **"responsabilidad"** en sus mensajes publicitarios.



Esas mismas empresas emiten declaraciones sociales y medioambientales que incorporan anualmente en su memoria integrada. Desafortunadamente, las declaraciones de las empresas contrastan notablemente con las reclamaciones de los consumidores.

Eso se denomina “lavado de cara” o engaño verde (en inglés, greenwashing), y también se aplica al ámbito social (socialwashing) o al gobierno corporativo. El Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa presenta un informe anual sobre “lo que no dicen las empresas”: <https://observatoriorsc.org/la-responsabilidad-social-corporativa-en-las-memorias-anuales-de-las-empresas-del-ibex-35/>

Del mismo modo que el greenwashing y socialwashing, existe el lavado colaborativo (collaborative o sharewashing) asociado a iniciativas o experiencias de economía colaborativa que dejan mucho que desear o que se acercan demasiado al comercio tradicional. Fijémonos en los problemas que se están generando en el sector del transporte donde operan empresas como Uber o Cabify. El debate sobre las implicaciones sociales, económicas, laborales, etc. es positivo y necesario.

Estrategias de nudging: alentar el comportamiento circular

Nuestros actos de consumo vienen determinados por múltiples factores. Somos personas de una racionalidad limitada, sumamente emocionales y, por tanto, especialmente sensibles a determinados estímulos.

El **nudge** (ver glosario) ya se usa en las políticas públicas y puede enfocarse a objetivos socioambientales y de mejora del estado de salud de la ciudadanía. Por ejemplo, si en un comedor público se sitúan los alimentos más sanos al comienzo de las vitrinas, se puede llegar a duplicar su consumo respecto a si se colocan a mitad o al final del expositor.

También se puede reducir el despilfarro de alimentos si se reduce el tamaño de los platos, dando opción a los usuarios a volver a servirse.



■ Barreras al consumo consciente y circular

La revolución digital aporta herramientas con un inmenso potencial para verificar lo que ha sucedido con un producto en su ciclo previo de vida, antes de llegar a nuestras manos.

Hasta que se extienda su uso, seguirá siendo muy difícil comparar entre productos y saber si el más barato finalmente nos va a salir caro; por ejemplo, en el caso de que incorpore alguna pieza de corta duración o no se pueda reparar.

Por ello, es muy importante seguir dando pasos con el **etiquetado**. El siguiente reto es que los fabricantes incorporen la estimación de la vida útil de su producto, y en concordancia, aumenten el periodo de garantía.

De hecho, muchos fabricantes de automóviles ya ofrecen una garantía de 10 años por corrosión de la carrocería. Esas son y deben ser las tendencias.



Atrévete con la economía circular

- Intercambio de ropa: <https://stylelovely.com/intercambio-de-ropa/>
- Comparte vehículo ajeno (plataforma BlaBlaCar) o propio (Social Car). También, paga solo por el trayecto o consumo (Car2go o Ube-equo).
- Comparte (Stukers) o intercambia tu casa: www.intercambiodecasa.es

Recursos para la acción circular

Son numerosos los ejemplos de buenas prácticas circulares. Te mostramos una selección para las necesidades del día a día:

- Oferta de productos y servicios responsables: <https://porelclima.com/>
- Establecimientos donde reparar, intercambiar, alquilar y prestar: <https://www.alargascencia.org/es>
- Bancos de tiempo (intercambio sin utilizar dinero, se contabilizan las horas de servicio prestado y recibido): <http://adbd.org/>
- Evita el desperdicio de comida: <https://toogoodtogo.es/es>
- Ropa ecológica: <https://www.ideo.com/eu>
- Compra/venta de ropa de segunda mano: <https://milmodelitos.es/>
- Compartir aparcamiento: <http://compartirparking.org/>
- Alquiler vacacional: <https://fairbnb.coop/es/>
- Cohousing Ecosocial: <https://www.entrepatis.org/>
- Recomendaciones prácticas interactivas: <http://guiaenergia.idae.es/>
- Propuestas educativas: <http://www.ismedioambiente.com/>

¿SABÍAS QUÉ?... El holandés Arjen Hoekstra -padre del concepto de huella hídrica- estimó que para fabricar una camiseta de algodón de 250 gr se usan unos 2.900 litros de agua, unos pantalones vaqueros de 1 kg 11.800 litros y un bastoncillo de algodón 4 litros.

Son solo ejemplos, pero su excesiva producción y consumo suponen vertidos y toneladas de residuos. En España por ejemplo, por persona se generan de 8 a 10 kg al año.

5 GLOSARIO

Sostenibilidad: La satisfacción de las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas, garantizando el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social.

Compra pública responsable: Las administraciones públicas cuentan con una inmensa capacidad de compra. Desde hace algunos años, gracias a la normativa de la Unión Europea, cuando realizan la contratación están obligadas a considerar -además del precio-, los aspectos sociales y medioambientales.



Prosumidor: Consumidor que participa en el proceso productivo de los bienes y servicios que adquiere para sí mismo.

Obsolescencia programada: Mala práctica de fabricantes y distribuidores consistente en acortar la vida útil de un producto por contar con piezas defectuosas, por la imposibilidad de ser reparado, por la falta de piezas de recambio, o la imposibilidad de sustituirlas, o por incompatibilidad. Afecta tanto al pequeño como al gran electrodoméstico, gadgets tecnológicos, coches, etc.



Suprareciclaje/upcycling: Acción de recuperar materiales o productos al final de su vida útil para transformarlos en nuevos productos de mayor utilidad.

Nudge: Pequeño impulso o suave incentivo que puede influir en el comportamiento de un consumidor. La creación voluntaria y organizada de nudges es una aplicación de la economía del comportamiento. El ejemplo más gráfico sería la conocida mosca que aparece en los urinarios públicos masculinos.

Alimentos ultraprocesados: No son propiamente comida, sino preparaciones industriales comestibles. Son insanas, estimulan el apetito de manera artificial y su consumo se relaciona con diversas enfermedades como la diabetes o la obesidad.

Fiscalidad ecológica: Implica penalizar mediante cargas fiscales (tasas o impuestos especiales) las actividades perjudiciales para el medio ambiente, bajo el principio de “el que contamina paga”.

Tierras raras: Grupo de 17 elementos de la tabla periódica que poseen propiedades fundamentales para la industria tecnológica. Es muy significativo que China domine este mercado tan estratégico.

6 ¿QUIERES SABER MÁS?

Enlaces web para incentivar la difusión de información e investigación de los lectores

- Resumen del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (2019), Perspectivas del Medio Ambiente Mundial, GEO 6: Planeta sano, personas sanas, Nairobi

https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/27652/GEO6SPM_SP.pdf?sequence=6&isAllowed=y

- Escuelas de pensamiento que han perfeccionado y desarrollado la economía circular

<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/es/economia-circular/escuelas-de-pensamiento>

- Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas (ODS)

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

- Resultados del Acuerdo de París COP21

<https://www.miteco.gob.es/es/cambio-climatico/temas/cumbre-cambio-climatico-cop21/resultados-cop-21-paris/default.aspx>

- Plataforma europea de partes interesadas de economía circular

<https://circulareconomy.europa.eu/platform/>

- El sector privado ante los ODS. Guía práctica para la acción

https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2017/02/Guia_ODS_PM_20170215_web.pdf

- Dictamen del CESE adoptado el 17 de julio 2019 “Los consumidores en la economía circular”

<https://www.eesc.europa.eu/en/our-work/opinions-information-reports/opinions/role-consumers-circular-economy-own-initiative-opinion>

- Directiva de Ecodiseño de la UE

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009L0125&from=ES>

- Etiqueta Ecológica Europea (EEE)

https://europa.eu/youreurope/business/product/energy-labels/index_es.htm

- Código de Residuos y Sustancias Peligrosas

<https://boe.es/legislacion/codigos/codigo.php?id=156&modo=1¬a=0&tab=2>

- Acerca de la elaboración de memorias de sostenibilidad

<https://observatoriorisc.org/global-reporting-initiative/>



Proyecto “La economía circular y los consumidores:
Actualidad y perspectivas de la gestión de los recursos
en los hogares como palanca de cambio del modelo
de consumo”



Con la colaboración



Con el apoyo del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social
Su contenido es responsabilidad exclusiva de la Asociación