



GRADO EN COMERCIO

TRABAJO DE FIN DE GRADO

PROGRAMA DE GESTIÓN Y COMPORTAMIENTO AMBIENTAL RESPONSABLE DE LOS
COMERCIOS DE LA CIUDAD DE ZAMORA

MARINA DIEZ SANDOVAL
FCO. JAVIER GÓMEZ GONZÁLEZ

FACULTAD DE COMERCIO

VALLADOLID, 25 DE JUNIO 2019

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

GRADO EN COMERCIO

CURSO ACADÉMICO 2018/2019

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**PROGRAMA DE GESTIÓN Y COMPORTAMIENTO
AMBIENTAL RESPONSABLE DE LOS COMERCIOS DE
LA CIUDAD DE ZAMORA**

Trabajo presentado por:

Firma:

Tutor:

Firma:

FACULTAD DE COMERCIO

Valladolid, 25 de junio de 2019

PROGRAMA DE GESTIÓN Y COMPORTAMIENTO AMBIENTAL RESPONSABLE DE LOS COMERCIOS DE LA CIUDAD DE ZAMORA

1. INTRODUCCIÓN:
 - 1.1. *JUSTIFICACIÓN.* *Pág. 6*
2. CRISIS AMBIENTAL Y MINERÍA URBANA.
 - 2.1. *CRISIS AMBIENTAL, ORIGEN Y DESARROLLO DE LOS PROBLEMAS AMBIENTALES.* *Pág.7*
 - 2.2. *MINERÍA URBANA. CONCEPTO Y DESARROLLO.* *Pág.8*
 - 2.3. *ECONOMÍA CIRCULAR.* *Pág.8*
 - 2.4. *MATERIAS CRÍTICAS SEGÚN LA UNIÓN EUROPEA.* *Pág.9*
 - 2.5. *EL CASO DE ESPAÑA.* *Pág.10*
3. IMPACTO AMBIENTAL DEL COMERCIO.
 - 3.1. *RELACIONES ENTRE LOS SISTEMAS ECOLÓGICOS Y ECONÓMICOS.*
Pág.12
 - 3.2. *RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD.* *Pág.13*
 - 3.3. *MARKETING DE RESPONSABILIDAD SOCIAL.* *Pág.14*
 - 3.4. *NORMAS AMBIENTALES.* *Pág.15*
 - 3.5. *ECOETIQUETAS.* *Pág.25*
 - 3.6. *CERTIFICACIONES.* *Pág.35*
 - 3.7. *SUBVENCIONES, INVERSIONES Y AYUDAS.* *Pág.36*
4. PROPUESTA DE PROGRAMA DE GESTIÓN Y COMPORTAMIENTO AMBIENTAL RESPONSABLE DE LOS COMERCIOS DE LA CIUDAD DE ZAMORA. PRESENTADA A “AZECO” Y AL AYUNTAMIENTO DE ZAMORA.
 - 4.1. *DATOS SOBRE LA POBLACIÓN DE ZAMORA.* *Pág.37*
 - 4.2. *EVOLUCIÓN DEL MERCADO LABORAL EN LA CIUDAD.* *Pág.41*
 - 4.3. *EL COMERCIO EN ZAMORA.* *Pág.44*
 - 4.4. *IMPACTO AMBIENTAL DEL COMERCIO EN ZAMORA.* *Pág.48*
 - 4.5. *ANÁLISIS Y DETECCIÓN DE PROBLEMAS EN ZAMORA.* *Pág.51*

4.6.	<i>PROGRAMA DE GESTION Y COMPORTAMIENTO AMBIENTALMENTE RESPONSABLE DE LOS COMERCIOS DE ZAMORA.</i>	
4.6.1.	<i>OBJETIVOS GENERALES.</i>	<i>Pág.52</i>
4.6.2.	<i>OBJEIVOS OPERATIVOS.</i>	<i>Pág.53</i>
4.6.3.	<i>PROGRAMAS DE ACTUACIONES Y ACTIVIDADES.</i>	
4.6.3.1.	<i>PROGRAMAREDUCE.</i>	<i>Pág.54</i>
4.6.3.2.	<i>PROGRAMARECICLA.</i>	<i>Pág.56</i>
4.6.3.3.	<i>PROGRAMA REUTILIZA.</i>	<i>Pág.56</i>
4.6.3.4.	<i>PROGRAMA CONCIENCIA.</i>	<i>Pág.57</i>
4.6.3.5.	<i>PROGRAMAINNOVA.</i>	<i>Pág.58</i>
4.6.3.6.	<i>PROGRAMA RENTABILIZA.</i>	<i>Pág.59</i>
4.7.	<i>PROCESOS DE APLICACIÓN Y EVALUACIÓN.</i>	<i>Pág.61</i>
5.	<i>CONCLUSIONES.</i>	<i>Pág.74</i>
6.	<i>ANEXOS.</i>	<i>Pág.76</i>
7.	<i>GLOSARIO.</i>	<i>Pág.78</i>
8.	<i>BIBLIOGRAFIA.</i>	<i>Pág.81</i>

*A mis queridos María, Ana e Iván, por siempre
alentar mi curiosidad y apoyar mis aventuras.*

*A mis padres Ángel y Nuria, a mis abuelos Juan y
María, y a Rodri, por llenar de alegría mi vida.*

*A Fco. Javier Gómez González, por su infinita paciencia,
amabilidad y buenos consejos. Gracias por apoyar
mi idea desde el principio.*

1. INTRODUCCION.

1.1. JUSTIFICACION.

En los años 70 se inicia con el informe del Club de Roma “*Los Límites del Crecimiento*”, el reto de hacer compatible el desarrollo con la conservación del medio ambiente.

... la Humanidad tiene la capacidad de hacer sostenible el Desarrollo para garantizar que éste satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades...

(Club de Roma, *Nuestro Futuro Común*. Donella Meadows)

El crecimiento de la industria, el comercio y la población, generan uno de los mayores problemas ambientales en las regiones metropolitanas y una excesiva generación de residuos.

Hoy en día, cada habitante genera más de un kilo diario de residuos, de los cuales menos de un 10% termina reciclándose, lo que supone un gran problema para la gestión de los residuos urbanos y la minimización de los impactos ambientales y sanitarios. La responsabilidad del manejo adecuado de los residuos está a cargo de los municipios, por lo que es importante identificar los factores y estrategias viables que se pueden llevar a cabo para mejorar la práctica de la gestión de residuos.

El presente trabajo tiene como meta impulsar un desarrollo sostenible basándose en modelos de economía circular y minería urbana en el marco del consumo de los comercios y servicios. Se promoverá el fomento de la responsabilidad compartida en la gestión de residuos y la participación ciudadana para su valoración, impulsando la modificación de comportamientos y hábitos de consumo, todo ello se realizará desarrollando un proyecto de “Programa de Gestión y Comportamiento Ambientalmente Responsable de los Comercios de Zamora”, que se prevé que sea elaborado y llevado a cabo por la “Asociación para el Desarrollo Sostenible de los Comercios y Servicios de Zamora”, cuya creación también se contempla en el presente trabajo. Disminuir la contaminación local,

contribuir al desarrollo de la localidad, mejorar la imagen urbana y comercial, servir como medio para la generación de empleos y incrementar el bienestar social, son algunos de los retos que este trabajo pretende conseguir para la ciudad de Zamora.

2. CRISIS AMBIENTAL Y MINERIA URBANA.

2.1. CRISIS AMBIENTAL. ORIGEN Y DESARROLLO DE LOS PROBLEMAS AMBIENTALES.

No podemos negar la evidencia de que el ser humano necesita los recursos naturales para subsistir, el problema se presenta en la limitación de estos recursos. La creciente explosión demográfica experimentada en los últimos años y la renovación e influencia de la nueva era industrial y tecnológica ha dado pie a la “Cuestión Ambiental”, ligada a la preservación, el mantenimiento y recuperación de los recursos naturales y ambientales, y su uso limitado.

La contaminación ambiental se produce por la entrada de sustancias externas en los ecosistemas naturales agroecosistemas o ecosistemas urbanos, y provocan alteraciones estructurales o de funcionamiento.

Hay tres factores fundamentales que inciden en el deterioro del medio ambiente y el desequilibrio ecológico en todo el mundo. En primer lugar, el crecimiento de la población y la pobreza son causa directa del deterioro ambiental. En segundo lugar, el impacto sobre el medio ambiente que causa el desarrollo del primer mundo; y por último la interacción entre todos ellos alimenta el deterioro ambiental acentuándolo.

Las industrias utilizan materias primas, energía, capital y trabajo humano para generar bienes socialmente deseables, pero sus procesos productivos tienen un coste elevado para el medio ambiente, ya que en los procesos productivos se generan gran cantidad de residuos encaminados a la degradación medioambiental.

Los efectos de la contaminación se manifiestan con la generación y propagación de enfermedades en los seres vivos, reduciendo su capacidad vital e incluso la desaparición de especies animales y vegetales. Los múltiples impactos de la contaminación son recibidos por la tierra, la atmósfera y en las aguas continentales y oceánicas.

2.2 MINERÍA URBANA. CONCEPTO Y DESARROLLO.

El concepto de minería urbana consiste en reciclar materiales de valor que podemos encontrar dentro de objetos obsoletos, residuos que se generan dentro de los ciclos urbanos, y recuperarlos para integrarlos dentro de un nuevo ciclo productivo.

Se trata de un proceso de recuperación de materiales residuales depositados en vertederos para su uso posterior como materiales secundarios y, cuando no es posible, para su aprovechamiento energético.

2.3. ECONOMÍA CIRCULAR.

La economía circular es aquella en la que se maximizan los recursos disponibles, tanto materiales como energéticos, para que estos permanezcan el mayor tiempo posible en el ciclo productivo. La economía circular aspira a reducir todo lo posible la generación de residuos y aprovechar al máximo aquellos cuya generación no se haya podido evitar. Lo que se aplica tanto a los ciclos biológicos como a los ciclos tecnológicos. Así se extraen materias primas, se fabrican productos y de los residuos generados se recuperan materiales y sustancias que posteriormente se reincorporan, de forma segura para la salud humana y el medio ambiente, de nuevo al proceso productivo. En última instancia se trata de desvincular el crecimiento económico del consumo finito de recursos.

EL modelo económico actual es un modelo lineal, basado en “tomar-fabricar-consumir-eliminar”. Este modelo es agresivo con el medio y agotará las fuentes de suministro, tanto materiales como energéticas. Además, en este tipo de economía hay una fuerte dependencia de las materias primas, lo que conlleva un riesgo asociado al suministro, precios elevados de las mismas y con mucha volatilidad, así como una reducción significativa del capital natural, además de las consiguientes pérdidas económicas.

Se hace, por tanto, necesario iniciar una senda de transición para pasar de la economía lineal a la economía circular.

Por ejemplo, en Europa, los coches particulares están aparcados el 92% del tiempo o el 31% de la comida es desechada a lo largo de la cadena (Ellen

MacArthur Foundation, 2015). De la misma manera los residuos generados en estos procesos ineficientes ocasionan unos costes de gestión que pueden alcanzar el 50% de los presupuestos municipales (Banco Mundial, 2016).

“La economía circular pretende desvincular, a gran escala y de manera extendida en toda la sociedad, el crecimiento del consumo de recursos finitos” (Ellen MacArthur Foundation, 2017). Es un conjunto de acciones llevadas a cabo con el objetivo de “enlazar” los ciclos de vida de productos a través de reutilización y reciclaje eficiente, de manera beneficiosa para la economía y el medio ambiente (Comisión Europea, 2015).

Un ejemplo de implementación de un entorno de economía circular es la ciudad industrial de Kalundborg Symbiosis, en Dinamarca. En ella, compañías publicas y privadas compran y venden productos residuales mutuos, con los beneficios económicos y ambientales que conlleva. Los principales beneficios son la reducción de coste y emisiones, crecimiento mediante el uso de menos recursos, mayor competitividad de las empresas y mayor resiliencia de las mismas (State of Green, 2017).

2.4. MATERIAS CRÍTICAS SEGÚN LA UNION EUROPEA.

El Departamento de Mercado Interno, Industria, Emprendimiento y Pequeñas Empresas de la Comisión Europea elabora y mantiene una lista de materias primas críticas.

La importancia económica no depende únicamente del valor de mercado de estos materiales, sino también de la relevancia o criticidad de sus aplicaciones. Se puede observar cómo entre los materiales con mayor importancia económica se encuentra el aluminio (aunque su riesgo de suministro es bajo porque se obtienen en gran medida de aluminio reciclado), se trata de uno de los elementos de los más utilizados en la industria y su precio de mercado no es de los más elevados. También aparece el tungsteno, cuya elevada importancia económica es debida principalmente a su precio de mercado.

Countries accounting for largest share of EU supply of CRMs

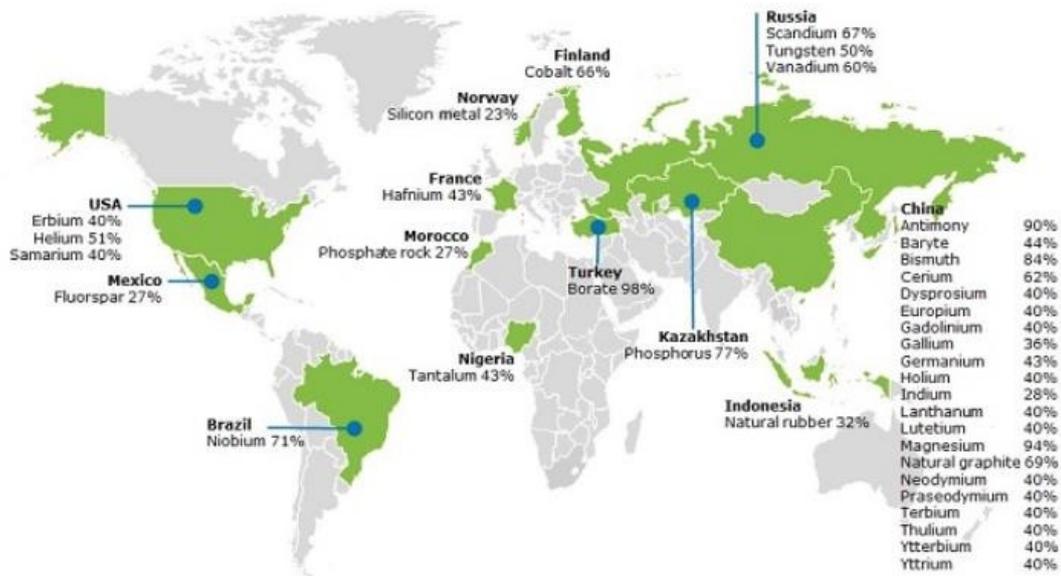


Gráfico 1. Países de procedencia de materiales críticos con destino UE (Comisión Europea, 2017)

Podemos destacar China como país proveedor de grandes cuotas de mercado de tierras raras, antimonio, magnesio, etc. Estos se encuentran entre los elementos más críticos (Gráfico 1.) debido tanto a su importancia económica como a su dependencia en las relaciones UE-China.

2.5. EL CASO DE ESPAÑA.

En España disponemos tanto de potencial como de tecnologías adecuadas para aplicar estos procesos de minería de vertedero, actividad que creará nuevos puestos de trabajo, reducirá la dependencia exterior de algunas materias primas y contribuirá a alcanzar los compromisos españoles de mitigación del cambio climático.

Se estima que en España hay alrededor de 1.513 vertederos ilegales a lo largo de todo el país, de los cuales en 2010 solo 142 eran reconocidos como vertederos controlados en activo.

Los vertederos, además de provocar grandes impactos nocivos para el medio ambiente, también son depósitos de recursos, algunos de los cuales son muy valiosos como metales preciosos o tierras raras. Aquí es donde incluimos el concepto de landfill mining, que hace referencia a la recuperación de materiales

residuales depositados en vertederos para su uso posterior como materiales secundarios o para su valorización energética.

Esta nueva perspectiva de minería de vertedero presenta, además de un interés económico, un potencial ambiental para mitigar el cambio climático, reducir la presión sobre los recursos naturales escasos, etc. La materialización de este potencial, sin embargo, depende de varios factores, como la cantidad y calidad de los recursos depositados en los vertederos, la capacidad tecnológica para la separación de los materiales, los costes de la tecnología de extracción y separación o el precio de estos recursos en el mercado, dependiente de la demanda de los mismos.

Los resultados de un estudio realizado por PlasticsEurope, muestran una clara dicotomía en España: con una positiva evolución en el reciclado mecánico y un estancamiento en la reducción de los residuos que acaban en los vertederos. Por ejemplo, en el periodo 2012-2016, en Europa se ha reducido un 20% la cantidad de plásticos enviados al vertedero, mientras que en España esta cantidad no solo no ha disminuido, sino que ha crecido un 4%. España es el segundo país de Europa que más plásticos está reciclando por habitante, con 18kg por persona al año; pero la situación es contraria en cuanto al depósito de vertederos, ya que España es el país europeo que más residuos plásticos desaprovecha enviándolos a los vertederos, con 23kg por persona al año (Plastics Europe, 2018).

En este ejemplo, si aprovecháramos el plástico desperdiciado en vertederos según las estadísticas del INE 2016, supondría un ahorro considerable, ya que su valor, sólo en términos de materias primas plásticas, es del orden de 1.500 millones de euros. Con esta cifra se podría pagar la factura anual de luz de un millón y medio de hogares españoles o pagar el salario medio de más de 56.000 personas.

“El imperativo global de utilizar más eficientemente los materiales puede probablemente crear tantas nuevas profesiones, empresas e industrias como la revolución en las comunicaciones creó en el siglo pasado”

(Worldwatch Institute, 1995).

3. IMPACTO AMBIENTAL DEL COMERCIO.

3.1. RELACIONES ENTRE LOS SISTEMAS ECOLOGICOS Y ECONOMICOS.

Cuando hablamos de las relaciones entre los sistemas ecológicos y económicos nos estamos refiriendo al flujo de extracciones de recursos naturales del sistema ecológico al sistema económico, debido a la necesidad de materias primas para el desarrollo de actividades económicas como la producción y el consumo. Por otro lado, hay una corriente de desechos que provienen de los sistemas económicos y se dirigen a los sistemas ecológicos. Este flujo indica el retorno de los recursos naturales al sistema ecológico después de haber sido utilizados (Bauman, 2000). Por lo tanto, el sistema ecológico se transforma en un activo que provee tres tipos de servicios:

- El sistema actúa como proveedor de los recursos naturales.
- Como desagadero de residuos.
- Como bien de consumo.

El pensamiento ecológico es sistémico o de redes, lo cual aplicado al estudio del medio ambiente nos lleva a observar los siguientes hechos:

- Un ecosistema no genera desperdicios, los desperdicios de unas especies son el alimento para otras.
- La materia circula continuamente a través de la trama de la vida
- La energía motriz de los ciclos ecológicos fluye del sol
- La diversidad incrementa la elasticidad.

Las decisiones de mercado se orientan a través de señales como los precios, que reflejan la escasez de bienes, basados en la oferta y demanda. Con una oferta dada, la demanda creciente dará como resultado precios crecientes. El uso, la explotación y la degradación de la naturaleza están empezando a reflejar en los precios el efecto ecológico del uso de los recursos y de la producción de bienes y servicios, o debería.

Las organizaciones tienden a prescindir de los costes de su actividad generados sobre el medio ambiente por varios motivos, entre ellos la inexistencia de un mercado que le asigne valores de transacción. Dada esta circunstancia, se

hace necesaria la concurrencia de varios mecanismos paliativos a esta situación, con el fin de incorporar los costes ambientales a los productos y servicios:

- Normas o leyes que regulen el impacto negativo sobre el medio ambiente.
- Organizaciones no gubernamentales con interés en el cuidado ambiental.
- Intervención de instituciones supranacionales que regulen la actividad contaminante de empresas y individuos.
- Cambio de valores colectivos y organizacionales que introduzcan los efectos medioambientales en las decisiones empresariales.

Según autores como Burkett (1999) y Foster (2000), las propias relaciones sociales de producción capitalista conducen al deterioro del medio ambiente. El propósito de la producción capitalista es el lucro, y el daño ambiental implica una mayor ganancia por el abaratamiento de los costes de producción. Dentro de la disminución de estos costes se encuentra la sobreexplotación de la naturaleza o la utilización de los espacios públicos como basureros privados. Las ganancias también se incrementan si se aumenta la rotación del capital, por lo que es necesario o imprescindible que los productos tengan una vida útil corta. De esta manera, se impulsa la producción de más productos cada vez menos duraderos, incrementando el consumo de recursos y la generación de basura.

“El estilo de vida capitalista tiende al consumo ilimitado y fomenta la producción infinita, lo que se contrapone a un planeta con recursos finitos, asunto poco resuelto por las medidas tecnológicas” (Daly, 1989).

3.2. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD.

Los costes ambientales se pueden reducir significativamente o eliminar como resultado de decisiones de negocios, desde cambios operacionales y de custodia, hasta inversión en tecnologías de procesos hasta el rediseño de procesos/productos. Existen costes ambientales, como por ejemplo los desechos de materias primas, que pueden proporcionar valor añadido a un proceso, sistema o producto.

Lo que este trabajo pretende concretar es que las organizaciones podrían eliminar costes ambientales e incrementar a la vez los beneficios económicos, si adoptaran estrategias de innovación en los negocios que impactaran en una mejora competitiva.

Según Porter, para la competitividad mundial, existen los siguientes principios:

- La ventaja competitiva se deriva fundamentalmente de la mejora, la innovación y el cambio.
- La ventaja competitiva abarca todo el sistema de valor.
- La ventaja competitiva se mantiene gracias a mejoras constantes.
- Para mantener la ventaja competitiva se requiere que sus fuentes se perfeccionen.
- Para mantener la ventaja se requiere un planteamiento mundial de la estrategia (Porter, 1991).

Para crear una ventaja competitiva se requiere una actitud estratégica empresarial enfocada a la búsqueda de nuevas fuentes o bien consolidar las existentes. Según Porter, hay dos tipos básicos de ventajas competitivas: bajos costes o diferenciación; y añade, “la importancia de cualquier fortaleza o debilidad que posee una empresa es, en su esencia, una función de su impacto sobre el coste relativo o la diferenciación”.

¿Deben las empresas enfocar su ventaja competitiva hacia la diferenciación en relación con la reducción de sus costes por la reutilización de sus desperdicios productivos?

3.3. MARKETING DE RESPONSABILIDAD SOCIAL.

Las empresas además de vender sus productos, deben ofrecer una buena imagen a sus clientes, y demostrar que también son socialmente responsables. Su objetivo no es solo la venta y generación de beneficios a corto plazo, sino la continuidad de las mismas en el largo plazo, ligado a la aceptación que logren en todos los eslabones sociales. El marketing social corporativo es la aplicación de las tecnologías del marketing comercial para el análisis, planificación, ejecución y evaluación de programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario

de los destinatarios específicos, para mejorar su bienestar personal, así como en el de la sociedad (Kotler y Roberto 1991).

El marketing social corporativo es una ventaja competitiva para las empresas y una forma de generar vínculos con sus clientes y demás partes interesadas para crear un beneficio mutuo. Estos vínculos se desarrollan con la ejecución de proyectos de interés social, colaboración con organizaciones no gubernamentales, participación en programas de desarrollo social, regeneración de zonas deprimidas, la educación, la formación profesional, el cuidado y protección del medio ambiente, el arte, la cultura... (Kotler y Roberto, 1991).

Las empresas deben ser competitivas con una visión futura en la que tengan como misión inmediata:

- Ser superiores
- Lograr supremacía en productos y servicios
- Ofrecer calidad superior
- Buscar diferencias mediante ventajas notables
- Mejorar constantemente procesos y resultados
- Crear y mantener clientes satisfechos y rentables

3.4. NORMAS AMBIENTALES.

Actualmente, la gestión de residuos urbanos en los países desarrollados ha experimentado una positiva evolución para adaptarse a un desarrollo sostenible. Centrándonos en la Unión Europea, la legislación comunitaria a través de la Directiva 91/156/CEE, conocida como directiva marco de residuos, establece la obligación para los estados miembros de la Unión de fomentar el desarrollo de tecnologías limpias, la valorización de los residuos mediante políticas de reutilización y reciclado, así como la utilización de los residuos como fuente de energía.

De este modo, el 5º Programa de Acción de la Unión Europea “Hacia un desarrollo sostenible” establece una estrategia para la gestión de los residuos urbanos basada en la siguiente jerarquía:

1. Prevención (reducción en la producción)
2. Reutilización. Reciclado.
3. Valorización energética.
4. Eliminación en vertedero controlado.

Esta jerarquía se ha incorporado en la legislación española a través de la Ley 10/98 de 21 de abril, de Residuos. La Resolución del Consejo de 24 de febrero de 1997, sobre una estrategia comunitaria de gestión de residuos, se recoge en nuestro ordenamiento a través de la Ley 11/97 de Envases y la Ley 10/98 de Residuos en los siguientes puntos:

- Problema del crecimiento del volumen de residuos generados.
- Aplicación de una política comunitaria global de gestión integrada de residuos.
- Cómo lograr un desarrollo sostenible con un alto nivel de protección ambiental.
- Estadísticas fiables de planificación.
- Responsabilidad en la gestión por parte de todos los agentes económicos, principio de responsabilidad compartida.
- Prevención como primer lugar de las actividades de gestión.
- Objetivos cuantitativos para reducir la cantidad de residuos e incrementar los niveles de reciclado, reutilización y valorización.
- Fomentar sistemas de devolución, recogida y valorización.
- Fomento de mercados para productos reciclados.
- Aplicación de normas adecuadas de emisión de residuos.
- Normas comunitarias de emisiones a la atmósfera, agua y suelo.
- Establecimiento de una red integrada de eliminación de residuos.
- Lucha contra delitos ecológicos.
- Planificación de la gestión de residuos a nivel local, regional, estatal y comunitario.
- Uso de medidas económicas para lograr los objetivos en materia de residuos.

- Medidas de apoyo a pequeñas y medianas empresas para incentivar medidas de gestión responsable de residuos.

Además, la Comisión Europea presentó en diciembre de 2015 al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de Regiones la Comunicación “Cerrar el círculo”, un plan de acción para la economía circular (COM(2015) 614 final). Entre las acciones que figuran en el Plan de Economía Circular están entre otras:

- Dentro de la producción, medidas sobre diseño ecológico, promoviendo la reparabilidad, la posibilidad de actualización, durabilidad y reciclabilidad de los productos.
- Dentro del consumo, la Comisión estudiará requisitos sobre durabilidad y disponibilidad de información relativa a reparaciones y piezas de recambio. Adoptará medidas sobre la contratación pública ecológica hacia aspectos de la economía circular.
- Incentivación y apoyo en la reducción de residuos, separación por parte de los consumidores y reducción de los costes de reciclado y reutilización.
- Elaboración de normas de calidad para las materias primas secundarias, con el fin de reforzar la confianza de los compradores en el mercado interior.
- Estrategias para el plástico en la economía circular.
- Medidas para reducir la basura marina.
- Medidas para reducir los residuos alimentarios.

De la misma manera, la Directiva 2008/98/CE sobre residuos, establece un marco jurídico para el tratamiento de los residuos en la UE. Su objetivo es proteger el medio ambiente y la salud humana enfatizando la importancia de utilizar unas técnicas adecuadas de gestión, recuperación y reciclado de residuos para reducir la presión sobre los recursos y mejorar su uso.

Puntos clave:

- La legislación establece una jerarquía de residuos: prevención, reutilización, reciclado, recuperación con otros fines (como la valorización energética) y eliminación.

- Confirma el principio “quien contamina paga”, por el que el productor original de los residuos debe pagar los costes de la gestión de dichos residuos.
- Introduce el concepto de “responsabilidad ampliada del productor”. Con ella se impone la obligación a los fabricantes de aceptar y eliminar los productos devueltos tras haber sido utilizados.
- Distingue entre residuos y subproductos. Estos últimos como resultantes de un proceso de producción que no es la finalidad primaria de dicho proceso, el cual debe poder utilizarse ulteriormente, a diferencia de los residuos.
- La gestión de los residuos debe realizarse sin crear riesgos para el agua, el aire, el suelo, las plantas o los animales, sin provocar incomodidades por el ruido o los olores y sin atentar contra los paisajes ni contra los lugares de especial interés.
- Los productores o poseedores de residuos deben tratarlos ellos mismos o hacer que sean tratados por un operador oficialmente reconocido. Estos deben estar autorizados y son inspeccionados periódicamente.
- Las autoridades nacionales competentes deben establecer planes de gestión y programas de prevención de residuos.
- Se aplican condiciones especiales a los residuos peligrosos, los aceites usados y los biorresiduos.
- Introduce unos objetivos de reciclado y recuperación que deberán alcanzarse antes de 2020 en relación con los residuos domésticos (50%) y los residuos procedentes de la construcción y las demoliciones (70%).
- Quedan fuera del ámbito de la legislación algunos tipos de residuos, como los residuos radioactivos, los explosivos desclasificados, las materias fecales, las aguas residuales y los cadáveres de animales.

Otras leyes de protección y evaluación ambiental españolas son:

- Ley 21/2013, de 9 de diciembre, de evaluación ambiental, la cuál da la competencia exclusiva al Estado en materia de legislación básica sobre

protección del medio ambiente. Regula la protección del medio ambiente y de los espacios naturales.

- Ley 42/2007 del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad, actualizada por la ley 33/2015, de 21 de septiembre, regula el establecimiento y la gestión de la Red Natura 2000 en España.
- Ley 30/2014 de Parques Naturales.
- Ley 26/2007 de Responsabilidad Medioambiental, regula la obligación de reparar cualquier daño causado en medios naturales por las actividades económicas que se estuvieran realizando.
- Ley 41/2010 de Protección del Medio Marino.
- Real Decreto Legislativo 1/2001, de 20 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Aguas, donde se establecen las condiciones para el uso público del agua, así como las competencias del Estado en relación con su dominio.
- Real Decreto 876/2014, de 10 de octubre, Reglamento General de Costas, regula la protección del litoral y los requisitos de ocupación.
- Ley 22/2011, de 28 de julio, de residuos y suelos contaminados.
- Reglamento (CE) 834/2007 sobre producción y etiquetado de productos ecológicos.
- Ley 45/2007 para el Desarrollo Sostenible del Medio Rural.
- Ley Orgánica 16/2007, de 13 de diciembre, complementaria de la Ley para el Desarrollo Sostenible del Medio Rural.
- Ley 6/2017, de 8 de mayo, de Protección del Medio Ambiente de La Rioja, la cual incorpora la compatibilización del desarrollo económico con el medio ambiente, los principios de acción preventiva así como el principio de quién contamina paga.

Sistemas de gestión ambiental ISO 14001. UNE-EN ISO 14001:2015.

La Organización Internacional de Normalización, en inglés “International Organization for Standardization”, es una entidad internacional encargada de crear estándares por los que se regirán la tecnología, los productos fabricados, la seguridad alimentaria o la agricultura. Está integrada por diferentes agencias de cada país miembro.

La adopción de estándares por parte de distintos países establece facilidades en el comercio a nivel mundial. Gracias a ellos, los consumidores se benefician ya que existen muchas normas que garantizan que los productos y servicios sean seguros, fiables y con una determinada calidad. Es un medio de protección para ellos.

Por otro lado, las empresas también obtienen ventajas con la estandarización, ya que su productividad se ve incrementada por la minimización de errores y de gastos innecesarios. Las empresas tienen la posibilidad de entrar en distintos mercados y abrir sus fronteras al poder comprar los productos de los distintos países y fabricantes en base a unas normas comunes, por lo que se potencia enormemente la globalización del comercio.

El cumplimiento de las normas ISO, debe ser evaluado por una tercera parte que es la que otorga la certificación final del cumplimiento de las normas. Los estándares están sometidos a actualizaciones, con el paso del tiempo se hacen necesarias ya que hay avances en la tecnología o en los hábitos de los usuarios que hacen que estas normas se queden obsoletas. Las empresas que quieran adaptarse a las normas ISO o cualquier otro estándar, deberán adecuar sus instalaciones o sus procesos para poder obtener la certificación.

AENOR, es una asociación privada que es el organismo que se ocupa a nivel nacional de la normalización. Esta asociación es la agencia nacional que representa a España en el ISO. AENOR, a su vez, esta compuesta por Comités Técnicos de Normalización y Subcomités formados por profesionales independientes que pertenecen a la administración, la industria o asociaciones profesionales. Tienen una relación directa con la norma, por lo que se garantiza la transparencia y la defensa de todos los intereses.

La norma ISO 14001 (UNE EN ISO 14001 en España) es el estándar internacional que se denomina "Sistemas de gestión ambiental. Requisitos con orientación para su uso". Las empresas u organizaciones que implanten y se certifiquen en esta norma, estarán demostrando que están llevando a cabo sus actividades productivas de acuerdo a los estándares que fija la norma en cuanto a materia medio ambiental, promoviendo la protección del medio natural y la prevención de la contaminación.

Una empresa certificada en ISO 14001, tiene establecidos unos objetivos en cuanto a medio ambiente. Estos objetivos deben ser coherentes y realistas, la

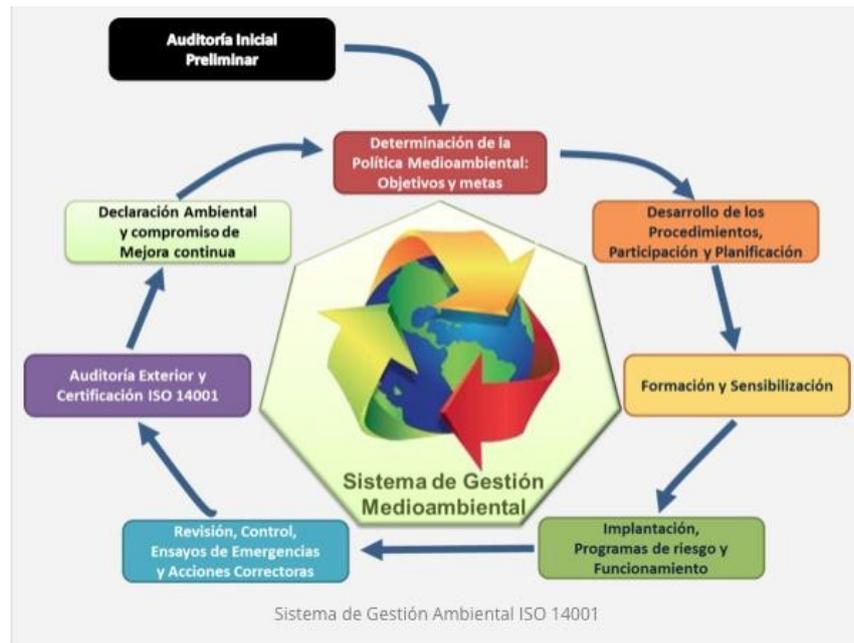
empresa debe estudiar e identificar todos los efectos medioambientales derivados de su actividad productiva para definirlos. El sistema de gestión adoptado contribuirá a la consecución de los objetivos, sin dejar de lado los requisitos legales a cumplir, guías de buenas prácticas o convenios.

Los requisitos generales de este Sistemas de Gestión Ambiental establecen la necesidad de determinar, documentar, implementar, mantener y mejorar el Sistema de Gestión de la norma de un modo continuo.

Para poder obtener el certificado ISO 14001, la empresa debe elaborar un plan de gestión ambiental en el que debe figurar:

- Objetivos ambientales a cumplir. Las políticas ambientales de la compañía deben adecuarse a la propia empresa y su actividad.
- Los procedimientos y medidas que se aplicarán para alcanzar los objetivos ambientales establecidos.
- Definición de los responsables de cada tarea. Todos los componentes de la empresa deben tener conocimiento de los procedimientos de la norma y cierto grado de compromiso.
- Identificación de los requisitos legales que se deben aplicar para la certificación ISO 14001.
- Las acciones o actividades de capacitación y adaptación del personal, así como el método de evaluación de las mismas.
- Preparación de la documentación necesaria donde se muestre todo el plan a seguir para el cumplimiento de la normativa.
- Control de los avances o cambios que se den e introducción de medidas correctoras o preventivas en caso necesario.
- Realización de auditorías de seguimiento y revisión para asegurar el cumplimiento correcto del sistema. La mejora continua del sistema es un compromiso.

Gráfica 2. Fases de implantación de un sistema de gestión ISO 14001:



Ventajas de la norma ISO 14001(CTM):

- Con su implantación se reducen los consumos de materias primas y energías. Las tareas de producción se realizan bajo criterios más eficientes y respetuosos.
- Se minimiza la generación de residuos y de otras emisiones, incluyendo una mejora en la gestión de los residuos producidos, como puede ser su reincorporación al proceso productivo minimizando los desperdicios y aumentando los beneficios.
- Agiliza la concesión de licencias y permisos, y permite diferenciar la empresa respecto a otras que la tengan instalada.
- Mejora de la reputación de la empresa por el compromiso con el medio ambiente.
- Reduce de los costes de almacenamiento, embalaje y transporte, disminuyendo también el impacto ambiental.
- La certificación facilita la entrada a nuevos mercados donde es necesaria.
- Disminución de las penalizaciones económicas por multas o sanciones por actividades nocivas.

Reglamento 761/2001 EMAS.

El Sistema Comunitario de Gestión y Auditoría Medioambiental (Eco-Management and Audit Scheme (EMAS)) es un sistema puesto a disposición de organizaciones que de forma voluntaria deseen:

- Evaluar y mejorar su comportamiento medioambiental.
- Difundir la información pertinente relacionada con su gestión medioambiental, al público y a otras partes interesadas.

Se trata de un símbolo de la gestión medioambiental moderna, de la transparencia y de la participación medioambiental, y está concebido como un sistema de mercado. EMAS esta gestionado por los Estados Miembros de la UE.

El objetivo específico de EMAS es promover la mejora continua del comportamiento medioambiental de las organizaciones mediante:

- La implantación de sistemas de gestión medioambiental.
- La evaluación sistemática, objetiva y periódica del funcionamiento de los sistemas de gestión.
- La difusión de la información sobre el comportamiento medioambiental de la organización.
- El diálogo abierto con el público y otras partes interesadas.
- La formación del personal de la organización, de forma profesional y permanente, que conlleve a la implicación activa en la mejora del comportamiento medioambiental.

Ventajas para las organizaciones:

- Una Gestión medioambiental de calidad.
- Un cumplimiento de la legislación medioambiental existente, favoreciendo la obtención de ayudas, permisos y licencias.

Aparte de estas ventajas, la adhesión al Reglamento EMAS conlleva una serie de beneficios asociados a la implantación de Sistemas de Gestión, los cuales pueden agruparse en dos tipos:

- Beneficios fácilmente cuantificables, destacando la reducción de costes producida fundamentalmente por:

- Reducción de los consumos de recursos naturales (energía, agua y materias primas)
- Minimización de los residuos generados.
- Recuperación de subproductos, mediante el nuevo empleo en el proceso propio o en otros procesos.
- Beneficios sin costes asociados, que suelen estar relacionados con:
 - Mejora de las relaciones con las autoridades, permitiendo acceder a subvenciones, ayudas fiscales, etc. Y garantizando el cumplimiento con la legislación.
 - Ventajas competitivas: mejora la imagen de la organización de cara a los clientes, accionistas, socios, etc.
 - Motivación de los empleados: aumento de la sensibilización y mayor formación e información de los trabajadores.
 - Nuevas oportunidades de negocio.
 - Mejora en las relaciones con los consumidores y aumento de la confianza del consumidor.
 - Ventajas en la contratación pública.
 - Puede vincularse a la normativa ambiental simplificando obligaciones o trámites administrativos.

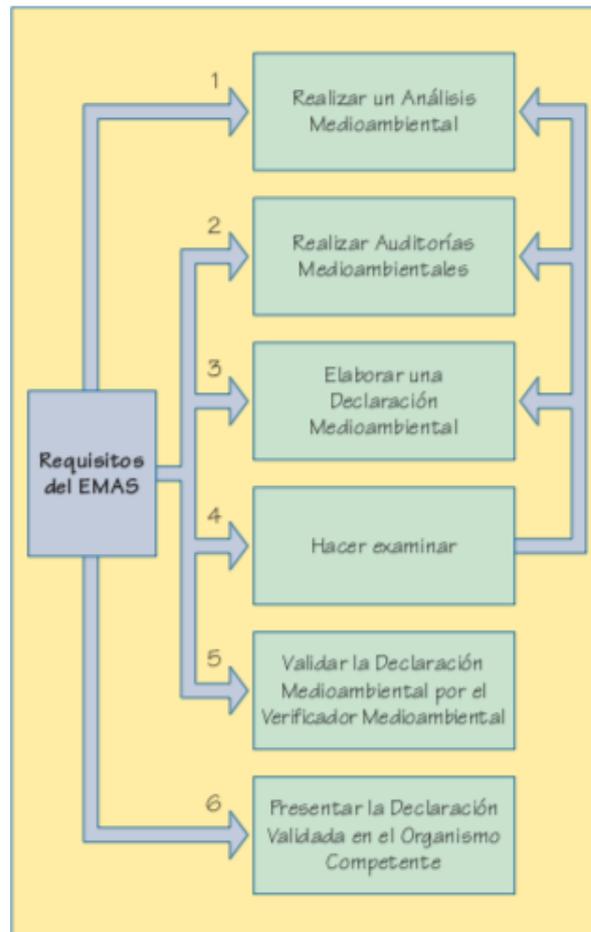


Gráfico 3. Reglamento EMAS. (Guía práctica)

3.5. ECOETIQUETAS.

El concepto de compra verde significa la integración del componente medioambiental en la toma de decisiones de compra de bienes y contratación de servicios. Esto significa escoger los productos en función de su composición, contenido, el envoltorio, las posibilidades de que sean reciclados, el residuo que generan, la eficiencia energética o si están en posesión de alguna ecoetiqueta.

Las ecoetiquetas identifican aquellos productos o servicios cuyos efectos medioambientales durante todo su ciclo de vida sean menores que los de su misma categoría que no pueden obtener el distintivo. Se trata de sistemas voluntarios de calificación ambiental o social que identifican y certifican de forma oficial que ciertos productos o servicios, dentro de una categoría determinada, tienen un menor impacto negativo sobre el medio ambiente o sobre las condiciones sociales y laborales.

Hay tres tipos de ecoetiquetas:

- Tipo I/ ecoetiqueta certificada (ISO 14024): Son definidas como “programas voluntarios asentándose en criterios múltiples determinados por terceros, que conceden desde la demanda de una preferencia general a favor del medio ambiente, la etiqueta a un producto dentro de una categoría concreta sobre la base de las consideraciones del ciclo de vida”.

- Tipo II/ autodeclaración ambiental de producto (ISO 14021): Son autodeclaraciones de los propios fabricantes sobre el rendimiento ambiental de sus productos, es decir, descripción de impacto medioambiental anunciada por los fabricantes, importadores o distribuidores. No poseen verificación independiente, no utilizan criterios de referencia estandarizados y representan la categoría de ecoetiquetas menos informativas de los tres tipos.

- Tipo III/ EPD (Environmental Product Declaration). (ISO 14025): Son declaraciones ambientales que proporcionan información cuantitativa muy precisa basada en indicadores específicos. Se fundamentan en una verificación independiente que recurre a un listado de indicadores preestablecidos para enumerar los impactos ambientales a lo largo del ciclo de vida de un producto, conforme a las categorías de información establecida por el sector industrial y organismo independiente.

Ecoetiquetas más utilizadas en el mercado:

Etiqueta Ecológica de la Unión Europea:

Identifica de forma voluntaria productos que tienen un impacto ambiental reducido. Para la concesión de esta etiqueta se tienen en cuenta los impactos en: el uso de los recursos naturales y energía; emisiones a la atmósfera, agua y suelo; deposición de los residuos; ruido y efectos sobre ecosistemas. Hoy en día la etiqueta ecológica de la UE cubre una amplia gama de productos y servicios, con los grupos ampliándose continuamente. Grupos de producción incluyen los productos de limpieza, electrodomésticos, productos de papel, textiles y productos

para el hogar y jardín, lubricantes y servicios tales como alojamiento turístico.

<http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>.

Marca AENOR-Medio Ambiente:

Gestionada desde la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) es una marca de conformidad con normas UNE de criterios ecológicos, concebida para distinguir productos que tengan una menor incidencia en el medio ambiente durante su ciclo de vida.

<http://www.aenor.es/>



Ángel Azul alemán:

Sistema de ecoetiqueta pionero en el mundo que utiliza como símbolo el Ángel Azul, empleado en el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), con el término etiqueta ecológica debajo y una explicación del porque ese producto es ecológico.



Cisne Nórdico noruego:

Los criterios ecológicos están basados en el ciclo de vida del producto, incluyendo criterios como el consumo de recursos naturales y energía, las emisiones al aire, agua y al suelo. Esta etiqueta tiene una especial importancia en la industria papelera de los países nórdicos ya que sus procesos de producción de pasta de papel siguen los criterios ecológicos impuestos por este sistema de certificación, esta pasta puede ser exportada después a otros países como materia prima para producir distintas calidades de papel. La inclusión de esta etiqueta en la pasta de origen asegura que se han seguido estrictos controles ambientales y que el impacto del producto final es ecológicamente tolerable.



Etiqueta Eficiencia energética:

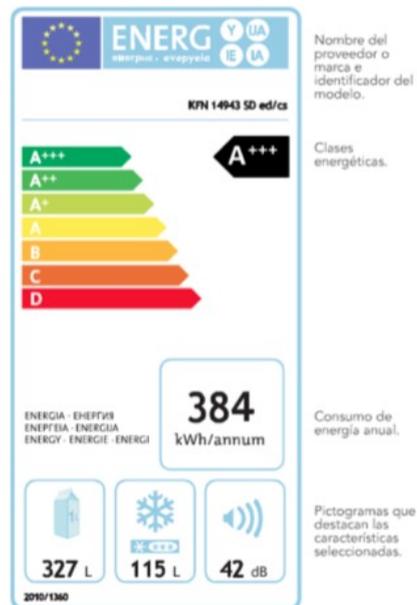
Es obligatoria, informa mediante un código de letras el consumo del aparato en relación al consumo medio de un aparato de similares características. Aporta información sobre:

- Los niveles de eficiencia energética, desde la A a la G (de mayor a menor eficiencia).
- Datos del fabricante, tipo de producto, modelo.
- Puede llevar también la etiqueta ecológica de la Unión Europea si satisface los requisitos y le ha sido concedida (es voluntaria).

- Dependiendo del electrodoméstico del que se trate informa también sobre otros aspectos y parámetros del electrodoméstico tales como la eficiencia de secado, de centrifugado, capacidad, volumen de alimentos, ruido, etc.

- La bandera de la Unión Europea y una referencia a la normativa que la regula en cada aparato.

Según la legislación vigente, es obligatorio para el vendedor exhibir la etiqueta de cada modelo de electrodoméstico, así como es obligatorio para el fabricante facilitar al vendedor los valores que evalúan un modelo de electrodoméstico con etiqueta energética.



UE ENERGY STAR:

Esta etiqueta identifica a una serie de productos que también responden a criterios de eficiencia energética: monitores de ordenador, impresoras, scanner, videos, y que se pueden encontrar en cualquier comercio del gremio. A través de este enlace <http://www.eu-energystar.org/es/> se pueden encontrar los modelos de los equipos ofimáticos con mayor eficiencia energética y que mejor se adapten a sus criterios de rendimiento, y además encontraremos información y consejos sobre las ventajas que supone la compra del equipo ofimático más eficiente desde el punto de vista energético, qué configuración de ahorro de energía resulta más ventajosa y cómo sacarle el máximo rendimiento.



FSC (Certificación forestal):

Es un organismo internacional que certifica que los bosques se han gestionado respetando el medio ambiente y los derechos humanos. Está integrado por asociaciones ecologistas, silvicultores, industrias de la madera, organizaciones indígenas e instituciones de certificación. El FSC etiqueta la madera, papel, corcho, etc., que provienen de estos bosques certificados.



<http://www.es.fsc.org/>

PEFC:

Se trata de una certificación que promueve la gestión sostenible de los bosques para conseguir el equilibrio social, económico y ambiental de los mismos. Los productos de origen forestal certificados por PEFC garantizan a los consumidores que están comprando productos de bosques gestionados sosteniblemente, contribuyendo al mantenimiento de los ecosistemas y a la diversidad biológica.



ISO 14001:

Las empresas certificadas poseen un sistema de gestión mediante el cual identifican sus principales impactos en el medio ambiente e intentan mejorarlos de manera continua. Es de ámbito internacional, como ya hemos mencionado anteriormente.

<http://www.iso.org/iso/home.html>



EMAS:

El sistema comunitario de gestión y auditoría ambiental (EMAS) es un mecanismo voluntario destinado a las empresas y organizaciones que deseen evaluar, gestionar y mejorar su comportamiento en materia ambiental. Regulado por un Reglamento Europeo es más exigente que la ISO 14001.



http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm

FAIRTRADE:

La certificación de productos Fair Trade es realizada por las organizaciones miembros de Fair Trade Labelling Organizations (FLO). Estas organizaciones, ya sean europeas, norteamericanas o japonesas, certifican los productos agrícolas como café, cacao, miel, azúcar, banano y té, que han sido comprados directamente a los pequeños productores de países en desarrollo, a quienes se les ha garantizado un precio justo. Es importante aclarar que esta certificación no implica un manejo ambiental estricto, aunque el aspecto ambiental si es tenido en cuenta por estas certificadoras.



SIGRE:

Equivalente al punto verde en los envases de productos farmacéuticos. Mediante la inclusión del símbolo SIGRE en sus envases, los laboratorios adheridos al sistema garantizan que los envases y productos que comercializan serán gestionados adecuadamente para evitar que puedan dañar el medio ambiente. SIGRE garantiza el reciclado de los materiales de envasado, contribuyendo además a evitar que los restos de medicamentos y los medicamentos en mal estado o caducados, sean tirados a la basura sin recibir un tratamiento adecuado para su eliminación.



Agricultura Ecológica de la Unión Europea:

El sello de agricultura ecológica de la Unión Europea ofrece a los consumidores plenas garantías de que el origen y la calidad de los alimentos y bebidas cumplen los requisitos establecidos en el reglamento de agricultura ecológica de la Unión Europea. Es obligatorio para todos los alimentos ecológicos preenvasados en la UE. Asimismo, se puede utilizar el logotipo de forma voluntaria en alimentos ecológicos no preenvasados producidos en la UE o para cualquiera de los productos ecológicos importados de terceros países.



Producto Natura 2000:

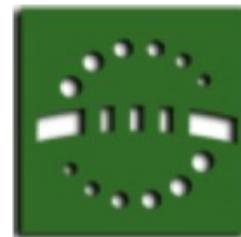
Es un sello que certifica la procedencia y los valores ambientales de los productos obtenidos en espacios de la Red Natura 2000. Este etiquetado garantiza que la obtención y fabricación de los productos es respetuosa con el lugar Natura 2000. Es el único sello en el mercado español que garantiza compromisos medioambientales en lugares cercanos al consumidor, que trabajan por un fin común, promoviendo unos valores compartidos: conformas la red ecológica europea de áreas de conservación de la biodiversidad y de las actividades humanas que la sustentan, buscando mantener el empleo y las rentas, a través del desarrollo sostenible. La calidad ambiental y el acervo cultural de estos espacios hacen posible la elaboración de productos singulares o la oferta de servicios con este distintivo propio. El objetivo es aprovechar esta valorización para obtener productos respetuosos con la naturaleza, a través de la garantía que da la ubicación en un espacio natural bien

conservado. Sirve también para dar a conocer al gran público la zona de la que proceden estos productos, que forma parte de una red internacional de espacios de reconocido valor natural (Línea Verde, 2017).



Distintivo de Garantía de Calidad Ambiental:

Es un sistema de etiquetado ecológico que se creó a través del Decreto 316/1994, de 4 de noviembre, de la Generalidad de Cataluña. Inicialmente el alcance del distintivo se concentraba en garantizar la calidad ambiental de determinadas propiedades o características de los productos. Mediante Decreto 296/1998, de 17 de noviembre, se amplió el ámbito del distintivo de garantía de calidad ambiental a los servicios.



<http://www.gencat.net/mediamb/qamb/cast/distintiu.htm>

Distintivos en otros países:

ENVIRONMENTAL CHOICE
NUEVA ZELANDA
<http://www.ianz.govt.nz>



ECO-MARK JAPON
<http://www.jeas.org>



GREEN SEAL EEUU
<http://www.green seal.org>



GREEN MARK TAIWAN
<http://www.green seal.org>



ECO-MARK INDIA
<http://envfor.nic.in/cpcb/eco mark>



3.6. CERTIFICACIONES.

Qué es una certificación

“Según la definición de la norma UNE-EN 45020, la certificación es el proceso mediante el que una tercera parte da garantía escrita de que un producto, proceso o servicio es conforme con unos requisitos específicos. Partiendo de esta definición podemos observar que en la misma intervienen tres partes diferenciadas: en primer lugar, el organismo que elabora las normas técnicas que determinan los requisitos específicos base de la certificación; en segundo lugar, la entidad que emite el documento que demuestra el cumplimiento de dichas normas y, en tercer lugar, la entidad certificada.”

La certificación ecológica o ambiental se basa en la incorporación de criterios medioambientales en los procesos de gestión productiva, empresarial y comercial, tales como la eficiencia energética, el empleo de energías renovables, la minimización de emisión de gases de efecto invernadero, el uso de productos procedentes de la agricultura ecológica o la adecuada gestión de los residuos.

Relación entre la certificación ambiental y la ecoetiqueta:

Las certificaciones ambientales controlan que los impactos ambientales de actividades, productos y servicios no superan un determinado nivel y evolucionan para acercarse a un nivel de menor impacto.

3.7. SUBVENCIONES, INVERSIONES Y AYUDAS.

Dentro del marco de ayudas, subvenciones e inversiones para llevar a cabo proyectos de desarrollo sostenible, medio ambiente y gestión de residuos, existen entre otras, las siguientes a nivel nacional y europeo:

- Financiación del Fondo Social Europeo en el marco del Programa Operativo de Inclusión Social y Economía Social. Para entidades sin ánimo de lucro en España.
- Ayudas Eco- innovación de la Comisión Europea. Apoyan ideas sobre productos, servicios y procesos innovadores que protejan el medio ambiente.
- Programa Integral de Cualificación y Empleo. Sistema Nacional de Garantía Juvenil. Por la Cámara de Comercio, ayuda económica de 4.950 euros por contratación en el desarrollo de nuevas actividades empresariales.
- ES Horizonte 2020, para cualquier empresa que vaya a desarrollar un proyecto innovador, el fondo cubrirá hasta el 100% de los costes elegibles del proyecto.
- Premios europeos a la creatividad y el emprendimiento social (PECES), premios para distintos ámbitos como el empleo, la formación, la cultura, etc. Nacen para estimular el emprendimiento, la creatividad y la innovación de los jóvenes.
- IMF Emprende, iniciativa para fomentar y apoyar a emprendedores en la creación de empresas de desarrollo sostenible. Proporcionan asesoramiento, tutorización, formación, apoyo con los primeros gastos y acceso a la financiación.
- Plan de Acción Verde de la Unión Europea, para la activación de estrategias para fomentar el diseño sostenible y la economía circular, promoviendo la reutilización y el reciclaje y reducción del consumo de materias primas y energía.

- SUEZ Environnement, hasta el 50% del total del presupuesto, para proyectos de asociaciones, emprendedores sociales, que estén dirigidos a solventar problemas urbanos y periurbanos de manejo de residuos, saneamiento, agua...
- Programa LIFE de la Unión Europea, instrumento financiero de la Unión Europea dedicado de forma exclusiva al medio ambiente, financian proyectos de medio ambiente y uso eficiente de los recursos, residuos y agua.
- Fondos FEDER (gestionados por las administraciones públicas, central, autonómica y local) para realizar proyectos en las zonas dedicados al desarrollo del transporte, la comunicación, la energía, el medio ambiente, la investigación y la innovación, la rehabilitación urbana, la formación, el turismo, la cultura, la reconversión industrial y el desarrollo rural.
- Subvenciones ambientales de interés social, para entidades del tercer sector u organizaciones no gubernamentales., concedidas por el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente de España.
- Fundación Biodiversidad, convoca periódicamente ayudas para el desarrollo de actividades en el ámbito de la biodiversidad, el cambio climático y el desarrollo sostenible.
- Programa empleaverde confinado por el Fondo Social Europeo (FSE), para la concesión de subvenciones para la realización de proyectos de desarrollo sostenible.

4. PROPUESTA DE PROGRAMA DE GESTIÓN Y COMPORTAMIENTO AMBIENTALMENTE RESPONSABLE DE LOS COMERCIOS DE LA CIUDAD DE ZAMORA, PRESENTADA A “AZECO” PARA SU APLICACIÓN.

4.1. DATOS SOBRE LA POBLACIÓN DE ZAMORA.

Zamora está situada entre el centro y el noroeste de la península ibérica, pegando con la frontera de Portugal y formando parte de la comunidad de Castilla y León. En lo que respecta al municipio, cuenta con una población total de 61.827 habitantes, con un crecimiento interanual de -0,9%:

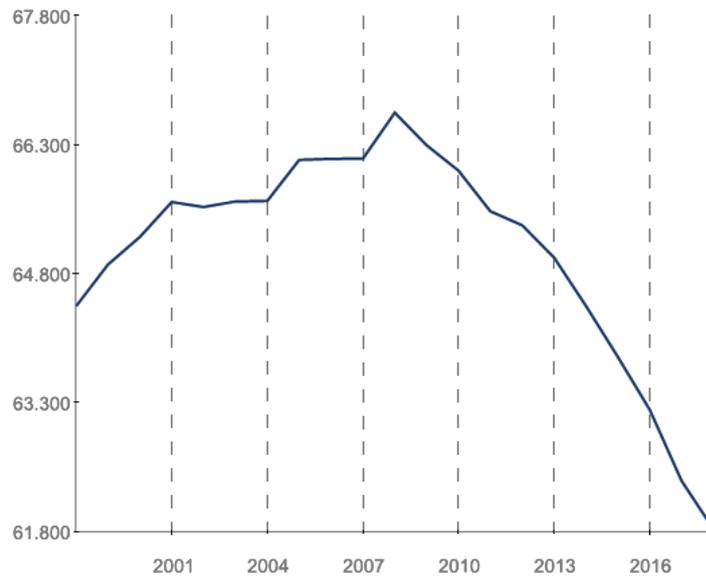


Gráfico 4. Evolución del crecimiento de la población. Fuente: “Zamora en cifras”.

Lamentablemente, la despoblación en Zamora es un grave problema, el exilio de los jóvenes provocado por la falta de futuro y oportunidades de la provincia, unido al descenso de la natalidad han desencadenado con el paso de los años la siguiente estructura de la población:

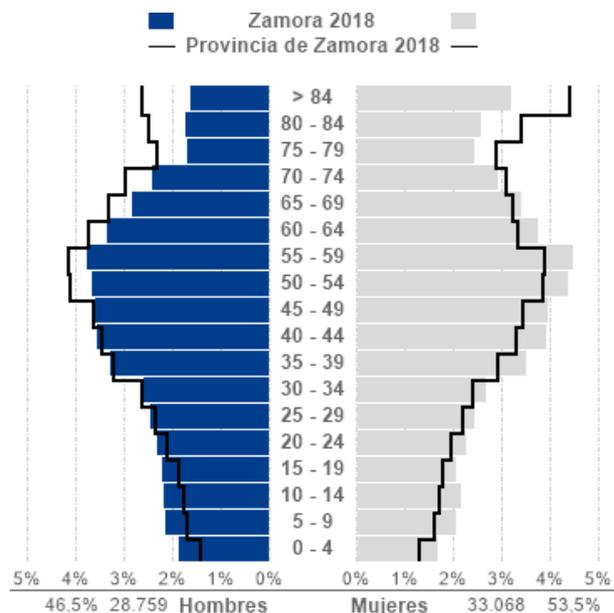


Gráfico 5. Estructura de la población. Fuente: “Zamora en cifras”.

La población joven de Zamora, entre los 20 y 34 años son apenas el 14,58% (9.013 habitantes) de la población total de la provincia, mientras que la población envejecida de más de 65 años constituye el 24,5%.

El crecimiento natural de la población está en declive, el 12,8% de la población tiene menos de 16 años y el crecimiento interanual es del -7,5%, en este gráfico podemos comprobar la diferencia entre nacimientos y defunciones, produciéndose en 2016 el mayor ratio diferencial con -321 personas:

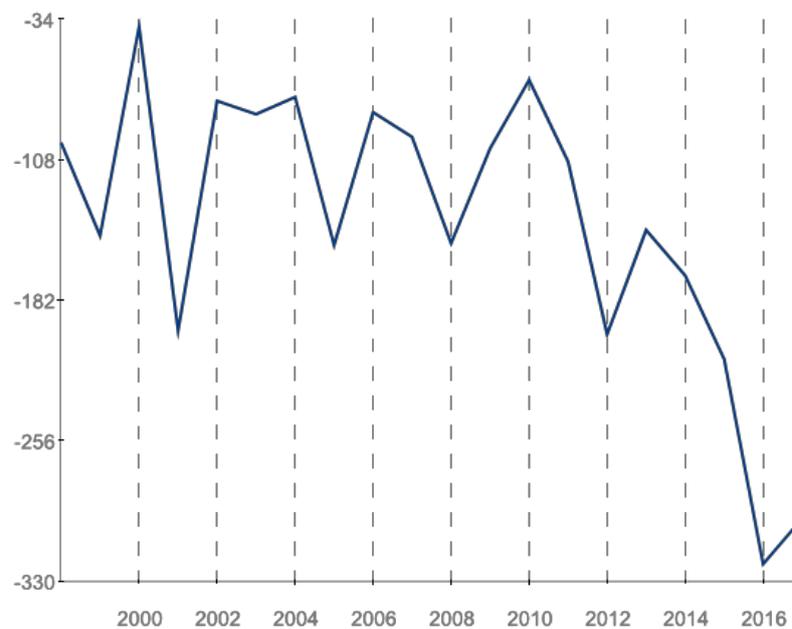


Gráfico 6. Diferencias entre nacimientos y defunciones. Fuente: "Zamora en Cifras".

En los últimos datos del 2018, se aprecia una ligera reducción de esta diferencia situándose en -297 personas; lo cuál significa que hayan nacido más niños, sino que han muerto menos personas, ya que si analizamos la tasa de natalidad en relación entre los nacimientos y la población media por cada mil habitantes:



Gráfico 7. Relación entre los nacimientos y la población media por cada mil habitantes. Fuente: “Zamora en cifras”.

Se observa que la tasa de natalidad por mil habitantes es tan sólo del 6,5% en 2017; con un crecimiento interanual de esta tasa del -2,4%.

Si los jóvenes marchan a otras ciudades en busca de oportunidades de trabajo y cada vez son menos las personas que tienen hijos, Zamora está condenada a ser una ciudad con una población vetusta, dónde las oportunidades de trabajo radiquen en puestos funcionariados, en el turismo y en la gastronomía; por lo tanto hay que incentivar los comercios y la hostelería; la unión del pequeño autónomo para poder hacer frente a la competencia de las grandes multinacionales, cada vez más fuertes en nuestra sociedad, y poder crear nuevas oportunidades de innovación, visión y futuro para los jóvenes.

Analizando el mercado de trabajo, según los últimos datos de abril 2019 registrados por el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE) se han registrado 1.848 contratos, con un crecimiento interanual del 1,7%, de los cuales 876 han sido para hombres y 972 para mujeres. Los puestos más ofertados en la provincia han sido para las siguientes actividades económicas:

- Industria de la alimentación.
- Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas.
- Servicios de alojamiento.
- Servicios de comidas y bebidas.

- Servicios a edificios y actividades de jardinería.

4.2. EVOLUCIÓN DEL MERCADO LABORAL EN LA CIUDAD.

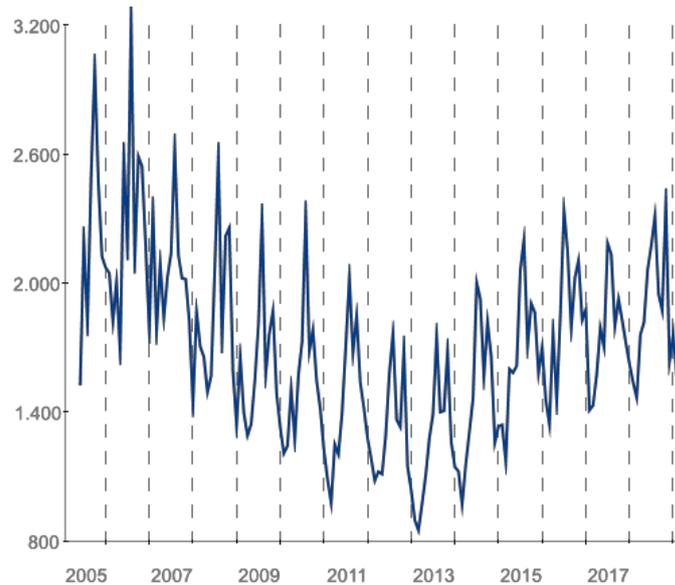


Gráfico 8. Evolución del mercado laboral. Fuente: “Zamora en cifras”.

Como se puede observar, el mercado laboral sufrió una caída tras la crisis del 2008, iniciándose una lenta recuperación a partir del 2014.

En cuanto a los parados registrados en el mes de abril 2019 la cifra se redujo a 4.673 parados, un 8,3% menos respecto al año anterior:



Gráfico 9. Evolución del número de parados. Fuente: "Zamora en cifras".

Entre los parados registrados 1.950 son hombres y 2.723 mujeres. Entre las actividades más demandadas por los jóvenes entre 20 y 34 años encontramos las siguientes:

- Agricultura, ganadería, caza y servicios relacionados con las mismas.
- Comercio al por menor, excepto de vehículos a motor y motocicletas.
- Servicios de alojamientos.
- Servicios de comidas y bebidas.
- Actividades relacionadas con el empleo.
- Educación.
- Asistencia en establecimientos residenciales.

El porcentaje de trabajadores autónomos sobre el total de trabajadores según el Instituto Nacional de la Seguridad Social, se sitúa en el 17,9%, con un descenso del 1,8% respecto al año pasado. La evolución de los mismos en años anteriores ha sido:



Gráfico 10. Evolución de los trabajadores autónomos. Fuente: "Zamora en cifras".

Se puede comprobar que en 2010 se produjo un aumento en el número de trabajadores autónomos que alcanzó el 19,5% en junio de 2014 y fue decreciendo hasta el 17,6% en septiembre de 2018, alcanzándose casi la cifra del 17,3% en

2008. La cuestión planteada sería, ¿por qué no se ha podido mantener el número de autónomos en la provincia?

El número de empresas en la provincia es de 4.798, dato del Directorio Central de Empresas del INE en el año 2018 y la trágica evolución es clara:

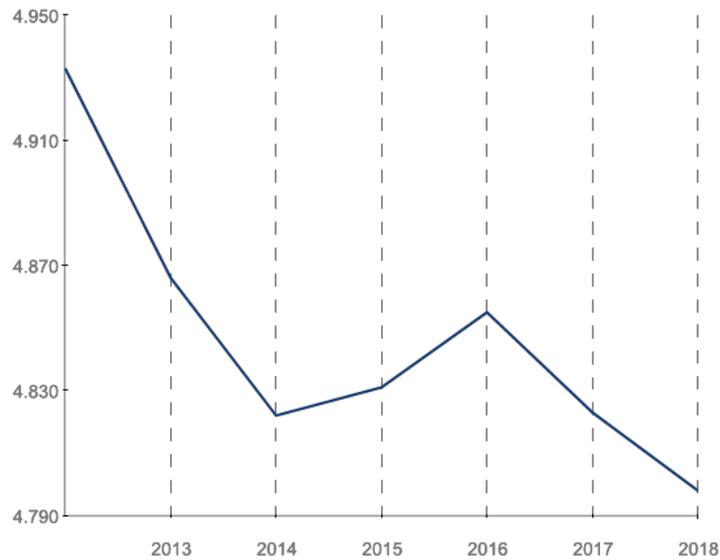


Gráfico 11. Evolución del número de empresas. Fuente: “Zamora en cifras”.

El siguiente gráfico detalla las empresas por sector de actividad en Zamora:

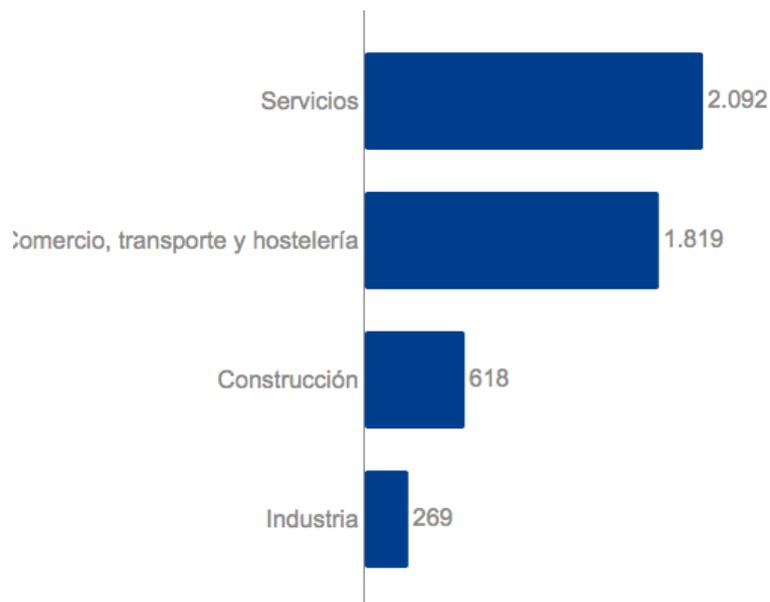


Gráfico 12. Número de empresas por sector de actividad. Fuente: “Zamora en cifras”.

El sector servicios encabeza la actividad económica, seguido por el comercio, la hostelería y el transporte. La ciudad necesita invertir en los autónomos ya que ocupan un puesto importante en la economía de la ciudad y uno de los más afectados por la crisis económica. Fomentar la creación de nuevos comercios y crear medidas para mejorar la rentabilidad de los mismos tomando conciencia de los problemas medioambientales de la actualidad serán los cimientos del desarrollo del programa de gestión ambiental responsable de los comercios de Zamora.

Como último dato, según la Agencia Tributaria, la renta bruta media de las declaraciones del IRPF en 2016 en Zamora fue de 23.513 euros, con un crecimiento del 0,9% respecto el año anterior. Ocupa la 53ª posición dentro de los municipios de Castilla y León y la 707ª de toda España. De entre los municipios de León, Salamanca, Valladolid, Ávila, Soria, Segovia, Palencia y Burgos, Zamora tiene la renta bruta media más baja.

4.3. EL COMERCIO EN ZAMORA.

Zamora es una pequeña ciudad dónde las actividades de comercio y hostelería son las más importantes, formando parte de ello 2.205 empresas y 14.150 trabajadores.

Las empresas comerciales están distribuidas por los siguientes sectores:

- Oficinas bancarias, representan el 2,2% del comercio de la ciudad, aunque cada vez hay menos sucursales.
- Supermercados, son el 1,95% de las empresas zamoranas, aunque en el último año se abrieron 5 nuevos supermercados, desplazando en algunas zonas a los pequeños comerciales minoristas de alimentación.
- Hipermercados y centros comerciales, en Zamora hay dos centros comerciales, el “Centro comercial Vista Alegre” impulsado por el Froiz y el actual “Carrefour”, que fue el que desplazó hace algunos años al único centro comercial que había en Zamora por aquel entonces, el “Eroski”.
- Empresas comerciales mayoristas, actualmente hay 227 empresas, representando el 7,2% del comercio de Zamora.
- Empresas comerciales minoristas, el punto fuerte de la ciudad, con una representación del 70,9% del total de empresas comerciales.

- Bares y restaurantes, una parte muy importante del turismo en Zamora, la hostelería representa el 17,7% de la actividad comercial en la ciudad.

El eje comercial de Zamora es la calle peatonal Santa Clara, situada en el centro y que finaliza en la plaza mayor de la ciudad, concentra una gran cantidad de comercios y servicios, dónde se sitúan las cadenas de ropa, artículos y joyerías más populares. La avenida Tres Cruces, situada también en el centro, concentra también gran número de comercios, destacando más la venta de productos alimenticios como las charcuterías y fruterías, y otros comercios como droguerías, mercerías, librerías...

El famoso Mercado de Abastos de Zamora esta situado en el centro de la ciudad, cerca de la calle peatonal principal de Santa Clara, en la plaza del Fresco, se construyó en el año 1902, desde entonces proveedor de productos frescos de la ciudad. En él se venden productos locales y de calidad, espacio con gran variedad y calidad en los productos, desde carne, pescado y hortalizas, hasta productos cocinados listos para llevar a casa.

Los dos centros comerciales están situados en las salidas extremas de la ciudad respectivamente. En ellos podemos encontrar un hipermercado en cada uno y comercios enfocados a la ropa, menaje, joyerías, artesanía, bricolaje; y servicios de hostelería, restauración y mecánica; además de otros destinados al ocio como los cines y los gimnasios.

El resto de comercios están situados mayoritariamente en los barrios céntricos de la ciudad y los pequeños comercios minoristas en el interior de los diversos barrios zamoranos. Entre ellos encontramos charcuterías, fruterías, librerías, inmobiliarias, zapaterías, pastelerías y panaderías.

Los bares y restaurantes están desplegados por toda la ciudad, aunque mayormente en la zona céntrica, como en la plaza mayor y alrededores y el parque central de "La Marina".

En cuanto a los establecimientos hoteleros en Zamora tienen alrededor de 30 años de antigüedad, destacando entre ellos el Parador de Zamora, palacio construido en el siglo XV por los primeros condes de Alba de Aliste y que, tras las consecuencias de las guerras comuneras, un incendio y su utilización como hospicio municipal, fue restaurado por Jesús Valverde en 1968 para servir de actual Parador de Zamora. La ocupación global anual está entorno al 58%, aunque según los últimos indicadores de la Encuesta de Ocupación Hotelera desarrollada por el INE, la evolución de la demanda hotelera en la provincia de

Zamora ha sufrido un incremento en la tasa de variación anual del 14,5% frente al parón general del resto de provincias de Castilla y León, aumentándose así el número de pernотaciones para la ciudad en 2018.

Por otro lado, en Zamora encontramos diversos grupos de asociaciones de empresarios. En 1977 se constituyó la Asociación Zamorana de Empresarios para representar y defender el sector común, promoviendo el desarrollo social y económico de la provincia. Hoy está consolidada como la Confederación CEOE*CEPYME ZAMORA, trabajan por un futuro próspero para la provincia y para la defensa de sus intereses legítimos del sector empresarial.

Dentro de las asociaciones podemos encontrar:

- “ASCONZA”, Asociación de Constructores de la Provincia de Zamora.
- “ATEZA”, Asociación Textil de Empresarios Zamoranos.
- “AZACHA”, Asociación Zamorana de Chacineros.
- “AZCOMUEBLE”, Asociación Zamorana de Comerciantes de Muebles.
- “AZVYL”, Asociación Zamorana de Vinos y Licores.
- “AZETA”, Asociación Zamorana de Empresarios de Talleres y Automoción.
- “AZECO”, Federación de Asociaciones de Empresarios de Comercio de Zamora.
- “AZCOPA”, Asociación Zamorana de Confitería y Pastelería.
- “AZEPI”, Asociación Zamorana de Empresarios de Piel y Calzado.
- “ESZA”, Asociación Zamorana de Empresarios de Estaciones de Servicio.
- “APRINZA”, Asociación Zamorana de Promotores Inmobiliarios.
- “AZAL”, Asociación Zamorana de Librerías, Papelerías y Material Didáctico.

CEOE*CEPYME Zamora tiene diversos programas como orientación al empleo y al autoempleo, programa de inmigración, orientación a personas jóvenes, orientación a trabajadores ocupados y estrategia integrada de empleo; así como una agencia de colocación y un programa O.F.I. (Orientación, Formación e Inserción Profesional), cofinanciado por la Junta de Castilla y León y por el Fondo Social Europeo para el periodo de programación 2014-2020. Además, cada trimestre anual sacan una revista titulada “Zamora Empresarial”, con la última información de interés vinculada al mundo de la empresa de la provincial, acuerdos, subvenciones, alianzas, campañas publicitarias y comerciales, noticias

y nuevas directivas nacionales y europeas, así como información de cursos y proyectos.

AZECO crea todos los años una “Feria del Stock”, dónde diversos comercios de la capital, Benavente y Toro se reúnen para ofrecer productos fuera de temporada a unos precios muy bajos. Se trata del género que no se ha vendido durante la anterior temporada de rebajas, dónde se pueden encontrar descuentos de hasta el 90% en los artículos. Además, para fidelizar o compensar a los compradores, se realizan sorteos de cheques entre los clientes que hayan realizado compras durante la Feria.

También, AZECO se encarga de organizar las jornadas de “Black Friday” y la “Feria de Vehículos de Ocasión”; promueve a las instituciones para que actúen en defensa de los derechos y necesidades del comercio zamorano y crea campañas para incentivar el comercio, como la “Campaña de Navidad AZECO”, que se desarrolla tanto en la capital como en las localidades de Toro y Benavente y en la que se unen alrededor de casi 300 establecimientos. La iniciativa comercial consiste en repartir diez cheques de 300 euros y uno de 5.000 euros entre los clientes que compren en los comercios participantes, una forma más de premiar a los clientes que realicen las compras en los pequeños comercios de la capital.

Dentro del mundo de internet, encontramos “Zamora Contigo”(<https://zamoracontigo.com>), una página web dónde todos los comercios de la zona que quieran participar podrán darse a conocer por él, publicar anuncios publicitarios e incluso comercializar sus productos y servicios por medio de esta plataforma. Actualmente hay un número de 80 empresas registradas. Por otro lado, también podemos encontrar en la misma diversas publicaciones relacionadas con ofertas de empleo o eventos que realizarán los propios comercios participantes en la ciudad.

No hay que olvidar el importante papel que juega la “Cámara de Zamora”, que ofrece múltiple información para emprendedores, formación, comercio nacional e internacional e innovación. Eventos como talleres formativos y cursos gratuitos de todo tipo, así como la actualidad reflejada en los datos y publicaciones públicas de la Consejería de Economía y Empleo, subvenciones, estadísticas y análisis son algunas de las funciones que realiza la Cámara como órgano consultivo y de colaboración con las Administraciones Públicas. Además, presta ayuda, asesoramiento y servicios a las empresas y emprendedores y representa, promueve y defiende los intereses del comercio, la industria y los servicios, en este caso, de la provincia de Zamora.

4.4. IMPACTO AMBIENTAL DEL COMERCIO EN ZAMORA.

Para realizar un estudio del impacto ambiental del comercio de Zamora se analizarán:

- Análisis de la situación actual. Las condiciones ambientales existentes. Tipos de residuos.

Para llevar a cabo el desarrollo de gestión de residuos es imprescindible un conocimiento previo de la realidad y de la problemática ambiental de los residuos en nuestra ciudad. Los residuos comerciales son según la clasificación legal de la Ley 22/2011, de 28 de julio, de residuos y suelos contaminados, todos aquellos generados por la propia actividad del comercio, al por mayor y al por menor, de los servicios de restauración y bares, de las oficinas y de los mercados, así como del sector servicios.

El comercio en Zamora produce una cantidad significativa de residuos, entre ellos bolsas de plástico, envoltorios, envases y embalajes, flejes, excedentes de mercancía sin valor económico, productos defectuosos, productos caducados, papel, vidrio, aluminio entre los más cotidianos. Pero también encontramos residuos electrónicos de aparatos obsoletos, madera de viejos muebles, tejidos, enseres, aceites y residuos peligrosos de la actividad diaria de los negocios.

Al final de cada año, cada zamorano ha generado 365 kilos de basura, un kilo diario, 70 toneladas cada 24 horas solo en la ciudad de Zamora. No existen datos de los residuos generados por el comercio, pero se considera que son de mucha mayor entidad por unidad que los generados por una unidad familiar.

- Impactos negativos de la actividad comercial y de servicios en el medio ambiente y en la sociedad.

El consumo desmedido de parte de la población mundial ha producido que los recursos naturales se consuman a un ritmo más rápido del que el planeta es capaz de generar, con el riesgo de producir en un futuro no muy lejano un catastrófico déficit de recursos.

La basura que la actividad comercial genera, causa impactos negativos en el agua, el aire, los bosques, la tierra, en los animales y en conjunto en la sociedad. La alteración de todos estos componentes produce la pérdida de salud y disminución de la calidad de vida.

Entre los impactos negativos de la actividad comercial encontramos:

- Contaminación de los desechos urbanos, por un tratamiento inadecuado de los residuos y un consumo masivo y descontrolado.
- Contaminación del aire urbano y doméstico, por el aumento del tráfico debido a las nuevas técnicas de venta por internet, que requieren de un mayor número de servicios de repartidores y a la escasa organización los servicios de mensajería y transporte, ineficiencia en los métodos de optimización logísticos...
- Contaminación de los recursos hidráulicos. El deterioro de la calidad del agua y su disminución aumenta el coste marginal de su abastecimiento. La eliminación incorrecta de los residuos está deteriorando la calidad del agua, y el derecho y la inadecuada utilización de la misma esta produciendo la necesidad de explotar fuentes nuevas.
- Consumo de energía, ineficiente, poca utilización de nuevas tecnologías que ahorran energía.
- Degradación de la tierra y de los ecosistemas, por la basura de los vertederos y la que esta descontrolada y acaba en zonas verdes y no habilitadas para ello.

- Recogida de residuos en Zamora.

La recogida de residuos en la provincia de Zamora se lleva a cabo mediante los siguientes agentes:

- Consorcio Provincial de Residuos, para la gestión de residuos sólidos urbanos de la provincia de Zamora, formado por la Diputación Provincial de Zamora. Su objeto es la gestión directa o indirecta de los servicios de tratamiento de residuos sólidos urbanos y su aprovechamiento. Entre sus funciones están las operaciones de almacenamiento, tratamiento y eliminación de los residuos. Cuenta con seis plantas de transferencia y un Centro de Tratamiento de Residuos. El consorcio también lleva a cabo la recogida selectiva de papel y envases con la colaboración de la Diputación.
- Punto Limpio, gestionado por el Ayuntamiento de Zamora, por la Concejalía de Medio Ambiente. Es de uso exclusivo para particulares, no pudiendo ser utilizado por empresas ni organizaciones. Se trata de un sistema de recogida selectiva de residuos voluminosos y peligrosos generados por los hogares.

- Ambilamp, empresa privada para recogida de lámparas o fluorescentes para profesionales de la iluminación. Contratada por el Ayuntamiento de Zamora.
- Empresas privadas que se encargan de la recogida de los residuos de las empresas de Zamora, químico-sanitarios, radioactivos y otros residuos peligrosos.
- Diagrama de flujo de los residuos generados en el comercio en general.

En el siguiente diagrama de flujo podemos ver que tipo de basura en porcentaje genera cada tipo de comercio y donde terminan los residuos:

- El comercio de la carne genera: un 82% de materia orgánica (restos cárnicos: piel, huesos y casquería); un 10% de plástico (cajas de distribución, film de embalar, cajas de porexpan); y un 8% de cartón (cajas). De entre ello sólo el cartón se recicla y tan solo la parte proporcional de las cajas de distribución son devueltas al mayorista, el resto del plástico termina en la basura, al igual que la materia orgánica.
- El comercio de pescado y marisco genera: un 75% de materia orgánica (restos varios: piel, espinas y casquería); un 16% de plástico (cajas de distribución, cajas de porexpan, bolsas de malla); un 7% de madera (cajas de distribución); y un 2% de cartón (cajas). De entre todos ello, sólo se recicla el cartón y se devuelven el 90% de las cajas de distribución de plástico a los mayoristas, el resto son considerados desperdicios que van directamente a la basura.
- El comercio de las frutas y verduras genera: un 74% de materia orgánica (restos vegetales: hojas, frutas y verduras en mal estado); un 5% de plástico (cajas de distribución y envoltorios); un 10% de madera (cajas de distribución); y un 11% de cartón (cajas de distribución). De todo ello sólo se recicla el cartón y se devuelven las cajas de plástico de distribución, el resto termina en la basura.
- Otros alimentos de venta en comercios generan: un 22% de materia orgánica (restos varios: espinas, pesca salada, restos de bollería, etc.); un 13% de plástico (envases, bolsas film, film de embalar, etc.); un 1% de madera (cajas de distribución); un 50% de cartón (cajas); y un 14% de otros materiales (metales procedentes de latas de conserva, etc.). De todos los residuos solo se recicla el cartón, el resto de materiales van directamente a la basura.

- Comercio de productos no alimenticios generan: un 6% de plástico (bolsas film) y un 94% de cartón (cajas); de los cuales solo son reciclados el cartón.

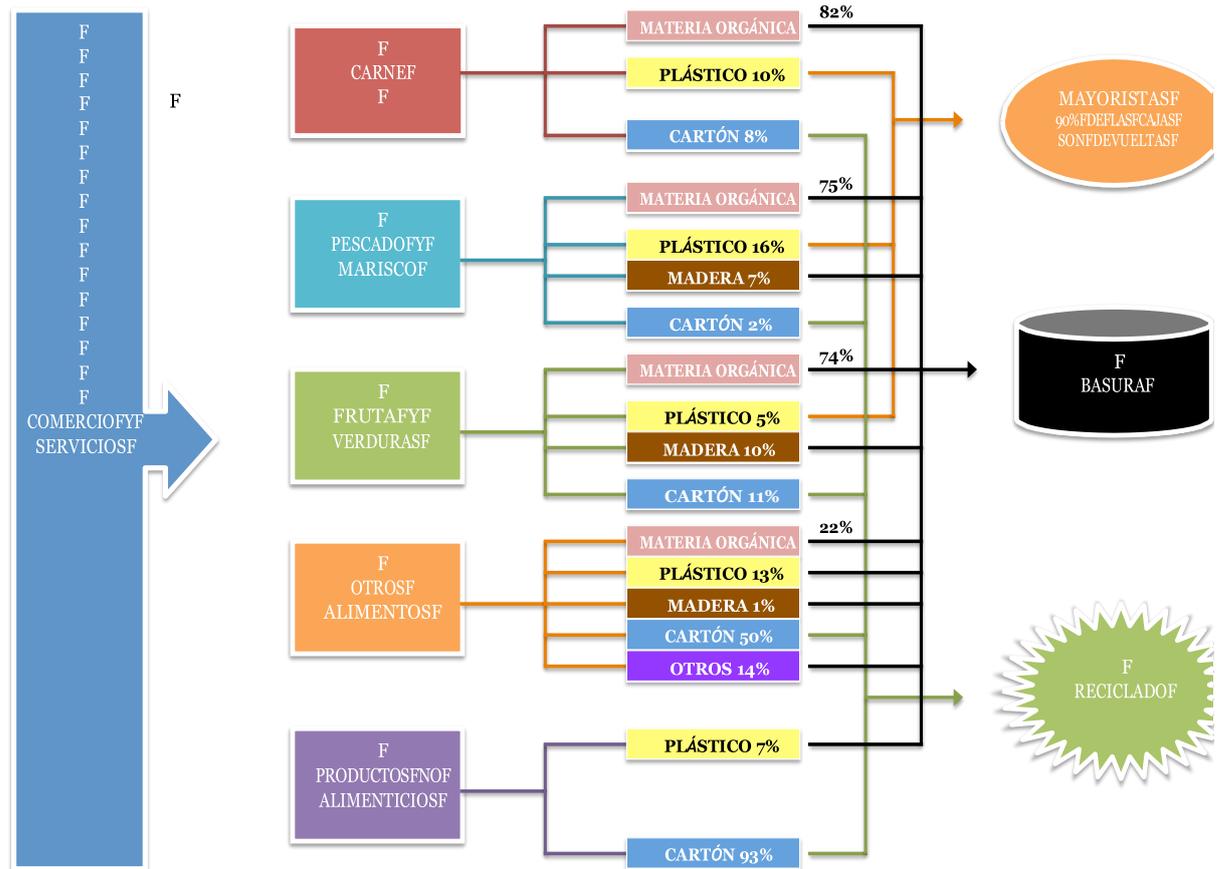


DIAGRAMA DE FLUJO DE LOS RESIDUOS DEL COMERCIO DE ZAMORA. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

4.5. ANÁLISIS Y DETECCIÓN DE PROBLEMAS EN ZAMORA.

- No hay diferenciación de los residuos domésticos y los comerciales.
- Solo se recicla individualmente cartón y vidrio
- No hay prácticas de reutilización y aprovechamiento.
- Pocas capacidades de gestión y mano de obra.

- Desconocimiento en el tema medio ambiental
- Problema básico, inexistencia de gestión en el proceso.
- Falta de conciencia ambiental y voluntad política.
- Inexistente o escasa planificación y administración ambiental.
- Insuficiente comprensión por el medio ambiente.
- Escasas ayudas y subvenciones.
- El compromiso ambiental que hay en Zamora es ineficiente.

4.6. PROGRAMA DE GESTION Y COMPORTAMIENTO AMBIENTALMENTE RESPONSABLE DE LOS COMERCIOS DE ZAMORA.

4.6.1. OBJETIVOS.

Los objetivos de este programa están asociados al ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), todas aquellas acciones que puede llevar a cabo una empresa (en este caso los comercios) para responsabilizarse de los impactos de su actividad comercial en la sociedad y el medio ambiente, reduciendo los impactos nocivos que estos puedan tener.

La responsabilidad ambiental implica que las empresas han de asumir las externalidades que genera su actividad productiva (Núñez, 2003) adoptando un enfoque de carácter preventivo frente a los retos medioambientales, un compromiso con iniciativas que promuevan la responsabilidad ambiental, así como el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente (Rondinelli y Vastag, 1996) que mejoren las ineficiencias del sistema productivo.

Muy a menudo, las estrategias de gestión implican nuevas innovaciones tecnológicas o ecoinnovaciones, las cuales contribuyen a evitar el deterioro medio ambiental potenciando a su vez mejoras en la productividad y competitividad de las empresas, apoyando al desarrollo sostenible. Lo que se pretende lograr es una mayor eficiencia económica, de la calidad de vida y de las necesidades humanas, a través de la eficiencia ecológica.

Para ello realizaremos un “Programa de Gestión y Comportamiento Ambiental Responsable” para los comercios de Zamora, dónde los objetivos generales se centrarán en:

- Construir una nueva cultura social y ambiental entre los comercios y la ciudadanía zamorana, que implique un aprovechamiento integral y responsable de los recursos, promoviendo la responsabilidad y el control en los problemas ambientales.
- Apoyar los hábitos de consumo y los estilos de vida saludables responsables con el medio ambiente a través de acceso a la información medio ambiental, de los medios de comunicación y de las asociaciones de comercio y consumidores; transmitiendo información de cómo hacer una gestión adecuada de residuos y rentabilizando los recursos de los comercios y servicios.
- Establecer un servicio de atención e información a los comerciantes, distribuidores, consumidores y escolares de forma presencial, telefónica o por medios telemáticos.
- Crear un comercio de “residuo cero” en Zamora, diferenciándonos así del resto de ciudades y dando ejemplo a las mismas para impulsar un cambio social en el consumo responsable.

4.6.2. OBJETIVOS OPERATIVOS.

- Usar eficientemente la energía, utilizando las mejores técnicas e instalaciones, revisando periódicamente los consumos y los aislamientos térmicos en los equipos de frío y calor.
- Gestionar el agua de la forma más eficiente y responsable, realizando un control periódico de los consumos y aplicando técnicas de reutilización y reducción del consumo de agua.
- Valorizar los residuos, reciclado, extracción de productos o sustancias de valor, transformación de los mismos...
- Optimización de los envases de los productos, utilización de envases reciclados o de materiales mas biodegradables, plan de prevención de envases...
- Calcular el impacto medioambiental de la actividad comercial y crear objetivos de mejora.
- Mejorar la gestión de los residuos y materiales peligrosos.

- Formación ambiental a los trabajadores y premiar la actitud y la innovación en materia medioambiental.
- Reducir el volumen de los vertidos contaminantes de agua residual.
- Diseño de nuevos productos y participación con proveedores que consideren el factor ambiental y elaboren productos más sostenibles, potenciando el ecodiseño.
- Implantación de sistemas de gestión medioambiental y responsabilidad social empresarial.
- Campañas publicitarias para impulsar el comercio justo, limpio, ecológico y de calidad de Zamora, tanto dentro de la provincia como en otras ciudades más próximas como: Galicia, Asturias, Cantabria, el norte de Portugal y por supuesto las restantes que componen Castilla y León y Madrid.
- Facilitar la adecuación y modernización en este aspecto a los comercios tradicionales.
- Promocionar el comercio zamorano y concienciar a la gente de los beneficios de comprar en la ciudad.

4.6.3. PROGRAMAS. ACTUACIONES. ACTIVIDADES.

4.6.3.1. PROGRAMA REDUCE.

Con el Programa Reduce nos enfocamos a reducir en la medida de lo posible los desperdicios basados en la generación de residuos. Para ello se llevarán a cabo una serie de medidas:

1. Creación de bolsas reutilizables con el logo e imagen del comercio de Zamora.
2. Creación de un código de buenas prácticas sobre empaquetado en el pequeño comercio en el que se incluyan acciones:
 - Fomentar el uso de embalajes reutilizables y retornables, eliminando las bolsas de plástico.
 - Apoyar la comercialización de productos reciclados.
 - Apoyo a la venta de productos ecológicos.

- Intentar eliminar el uso de bandejas de poliexpan y plástico, sustituyéndolo por materiales más fácilmente reciclables o reutilizables.
 - Fomentar las compras responsables, reduciendo el número de envases por unidad de producto y los envases reutilizables.
3. Creación de un Plan de Apoyo a la eficiencia energética de los comercios de Zamora. Estará formado por las siguientes medidas:
- Cambio hacia la iluminación led.
 - Creación de material publicado con buenas prácticas.
 - Asesoría sobre ayudas disponibles en la materia.
 - Premio a la mejor actuación de eficiencia energética.
 - Curso de formación sobre eficiencia energética a propietarios/as y empleados/as.
4. Creación de un Plan de Reducción de envasado, el cual incluirá las siguientes acciones:
- Reutilización de los envases siempre que sea posible.
 - Evitar los productos muy envasados con envoltorios superfluos.
 - Promocionar las compras de productos a granel para evitar y disminuir el número de envases.
 - Apostar por los productos y productores locales, ecológicos y de comercio justo.
 - Evitar los envases que no pueden ser reciclados.
 - Crear un sistema de devolución de envases, con depósito, devolución y retorno.
 - Impulsar que en los restaurantes y cafeterías se deshagan de los plásticos y envasados de un solo uso, fomentando la utilización de envases reutilizables.
5. Creación de un Plan de consumo eficiente de agua, materias primas como aceites en los restaurantes y despilfarro de alimentos y otros recursos:
- Curso de formación en la materia.

6. Creación de una placa distintiva para certificar a los establecimientos comerciales: “Establecimiento colaborador con la reducción de residuos”, el cuál favorecerá a los comercios y servicios por medios publicitarios.

4.6.3.2. PROGRAMA RECICLA

Se entiende por reciclaje la transformación de los residuos para su fin inicial o para otros fines. Los residuos heterogeneizados hacen que sean muy difíciles de tratar en su conjunto, lo que justifica la necesidad de la clasificación y separación de los diferentes materiales que componen los residuos.

Reciclar conlleva el ahorro de recursos naturales y energía, y a su vez influye en la menor contaminación del agua, del aire y del suelo. El Programa Recicla se centrará en las siguientes acciones para llevar a acabo medidas de reciclado eficientes:

- Crear campañas de reciclado al menos una vez al mes, facilitando a la población en los puntos de comercios de la ciudad, contenedores de reciclado por material: vidrio, cartón, plásticos, textil y objetos y componentes electrónicos.
- Programa contra el desperdicio de alimentos.
- Recogida de aceite usado en la hostelería de Zamora.
- Facilitar la recogida domiciliaria, “puerta a puerta”, en los comercios, hoteles, restaurantes... de electrodomésticos, muebles y otro tipo de enseres que por su volumen o componentes no puedan ser fácilmente reciclados.
- Contratación de un transportista que facilite un servicio común para todos los comercios, evitando los costes de desplazamientos múltiples y reduciendo la contaminación ambiental.

4.6.3.3. PROGRAMA REUTILIZA

La reutilización está estrechamente relacionada con la prevención de residuos. Es una forma muy eficaz de generar menor cantidad de residuos, consiste en volver a utilizar los objetos que ya no usamos dándoles el mismo uso

o uno nuevo antes de depositarlos en un contenedor. Entre las medidas del Programa Reutiliza encontramos:

- o Creación de un proceso de reutilización de productos.
- o Mercadillo de venta de productos perecederos semanalmente, donde los comerciantes locales de alimentos podrán vender los productos y alimentos que vayan a caducar a precios más bajos.
- o Mercadillo mensual de ropa de segunda mano.
- o Mercadillo semanal de libros, enseres y objetos de segunda mano.
- o Creación de un portal en Facebook dónde los comerciantes y hosteleros podrán ofertar maquinaria, objetos o enseres de segunda mano, que ya no utilicen para su reutilización.
- o Programa de reutilización de equipos informáticos, recoger todos aquellos equipos informáticos en desuso para poder proporcionar uno semi-nuevo reutilizando todos aquellos componentes válidos y reciclando de forma adecuada los que no lo son.

4.6.3.4. PROGRAMA CONCIENCIA

La mejor forma de implantar un Programa de comportamiento social responsable en materia de medio ambiente y desarrollo sostenible es concienciando a la población de la inminente necesidad de un cambio en el modelo de consumo y de la gestión de los residuos, ya que no supone una opción, sino una obligación.

El Programa Conciencia esta enfocado hacia la educación ambiental en la población, tanto ciudadanos, como comerciantes, distribuidores y fabricantes. Para ello se crearán una serie de recursos y medios:

- o Charlas y campañas de concienciación, comunicación y sensibilización ciudadana, en colegios, universidades, asociaciones de vecinos, de comerciantes y sindicales, promoviendo la participación de la población en el reciclaje, la reutilización y la reducción de producción de residuos y el impacto que la contaminación esta produciendo en el mundo.
- o Regalar bolsas y envases reutilizables gratuitos promocionales en los comercios de Zamora, para facilitar las compras a granel, individuales y

sustituyendo en el comercio la utilización de plásticos de un solo uso por los reutilizables proporcionados a los clientes, para que se habitúen hacer las compras con estos mismos.

- Dar a conocer los beneficios de los productos ecológicos y promocionar el comercio local y de proximidad mediante charlas en las universidades, en asociaciones y el teatro.
- Crear una campaña de marketing social: “Zamora concienciada con el medio ambiente”.
- Proporcionar asesoramiento e información sobre subvenciones a empresas y comercios para el cambio hacia el desarrollo sostenible.
- Creación de un Comité medio ambiental con entidades colaboradoras públicas y privadas.

4.6.3.5. PROGRAMA INNOVA

La innovación es uno de los factores clave en este proceso de lucha hacia el futuro encaminado hacia una economía “cero residuos”. El Programa Innova tiene el objetivo de impulsar el emprendimiento y la innovación colaborativa para crear nuevos procesos y caminos en la gestión de residuos ya que “los límites de la reutilización pueden ser tan amplios como nuestra propia imaginación”.

Para ello se llevarán a cabo las siguientes acciones:

- Fomentar entre la asociación de comerciantes y empresarios formación sobre la materia.
- Creación de concursos y premios a la innovación, tanto en las universidades y colegios, como en las empresas.
- Concurso “Ideas verdes”, ideas de negocio relacionadas con la gestión de residuos, la ciudadanía, el reciclaje o el ecodiseño.
- Participación de la ciudad en proyectos encaminados hacia una estrategia de “Smart City”
- Crear un sello distintivo para la venta de productos zamoranos ecológicos y respetuosos con el medio ambiente, de comercio justo, para impulsar y distinguir el producto zamorano en la ciudad y fuera de ella, diferenciándonos del resto.

- Creación de concurso de packaging ecológico.
- Implantación de un SDDR, Sistema de Depósito, Devolución y Retorno.
- Creación de AZI, “Agencia Zamorana de Innovación”.
- Participar con AETICAL, “Federación de Asociaciones de Empresas de Tecnologías de la Información, Comunicaciones y Electrónica de Castilla y León”, promocionando el comercio de Zamora mediante ferias, exposiciones y actividades publicitadas en la página web de AETICAL.
- Creación de una aplicación móvil que nos permita localizar los contenedores de reciclaje más cercanos y nos ayude a saber identificar los residuos y la manera correcta de reciclar.

4.6.3.6. PROGRAMA RENTABILIZA

Llevando a cabo una correcta gestión de los residuos y utilizando diferentes métodos para el ahorro en el consumo de electricidad, agua, etc., se puede llegar a una mayor rentabilidad en el negocio. Para ello se presentarán diferentes acciones para diferentes negocios:

- **Sector de la restauración:** plan estratégico para reducir la cantidad de alimentos que se desperdician, reducir las pérdidas económicas y aumentar el reciclaje y reutilización de materiales. Puntos a seguir:

1. Analizar los residuos del negocio:
 - Desechos en la fabricación de platos, utilizar utensilios correctos para la preparación de los alimentos, reducir la utilización de productos envasados y aumentar las comprar a granel.
 - Analizar las sobras de los clientes y platos más demandados para saber qué productos y ingredientes rechazan los clientes para hacer una revaluación del menú.
2. Adaptación de los menús:
 - Eliminar los platos que no producen ganancias.

- Creación de nuevos platos con productos que den mayores rendimientos.
 - Reducir la cantidad de alimentos en los platos donde los clientes suelen dejar siempre sobras.
 - Cambiar o reducir ingredientes que no aporten valor y que produzcan pérdidas.
3. Optimizar el stock del restaurante, gestionar la caducidad de los productos con platos promocionales; conocer las preferencias de los clientes para saber lo que se va a vender y reducir la inversión de los ingredientes poco rentables y aumentarla en los que más se consumen.
 4. Formación al personal de servicio de los restaurantes en hábitos de reciclado y tratamiento de residuos, creando un sencillo manual de la gestión diaria.
 5. Utilizar servilletas y productos reciclados.
 6. Incluir platos trashcooking, una nueva tendencia que consiste en aprovechar los residuos orgánicos que se generan en los restaurantes para introducirlos en nuevas recetas, como pieles, semillas y entrañas.
 7. Crear eventos pop-up con productos reciclados.
 8. Crear un sello de diferenciación para los restaurantes concienciados y responsables con el medio ambiente, creando una imagen positiva en los clientes.
- **Sector comercio y servicios:** acciones para reducir la generación de residuos en los comercios y rentabilizar el negocio al máximo en base a buenas prácticas como:
1. Dentro de las compras y aprovisionamientos, optar por los productos con menos envases y embalajes, utilizar papel o cartón para envoltorios ya que son menos perjudiciales para el medio ambiente y trabajar con proveedores certificados medioambientalmente en la mayor medida de lo posible.
 2. Respecto a la publicidad, evitar los folletos repartidos y buzoneados e invertir más en marketing digital en las redes sociales. Publicitar en el local la política de gestión de residuos y tratar de involucrar al cliente en ella en la medida de lo posible.

3. En el almacenamiento, evitar la obsolescencia de los productos incentivando la oferta promocional en los mismos y evitando así que se conviertan en residuos.

4. En cuanto al embalaje de productos, fomentar que los clientes acudan con bolsa de tela reutilizable, no embalar los productos a no ser que sea imprescindible, utilizar envases con materiales reciclados y biodegradables.

5. En la administración utilizar papel reciclado, reutilizar el papel y el cartón en la medida de lo posible, disponer de un contenedor para el reciclaje del papel y el cartón; utilizar tóner y tinta reutilizables, bolígrafos recargables, portaminas, archivadores con anillas...

6. En la limpieza, evitar los productos agresivos y contaminantes para el medio ambiente, utilizar plantas aromatizadas en vez de ambientadores y no utilizar aerosoles, sino pulverizadores.

4.7. PROCESOS DE APLICACIÓN Y EVALUACIÓN.

Marco organizativo

En primer lugar, se creará la “Asociación para el Desarrollo Sostenible de los Comercios y Servicios de Zamora” sin ánimo de lucro, siguiendo el derecho fundamental de asociación reconocido en el artículo 22 de la Constitución Española y en función de las disposiciones generales de la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación.

En el Acta Fundacional se nombrará a la junta directiva de la Asociación, que estará compuesta por:

- Presidente: Marina Diez Sandoval
- Secretario: Iván Vega Vega
- Tesorero: María Zamarreño Moreno
- Vicepresidente: Raquel Ramos Barroso
- Vocales: La asociación estará formada por 6 vocales pertenecientes tres de ellos a “AZECO” (Federación de Asociaciones de Empresarios de Comercio de Zamora) y otros tres vocales pertenecientes a

asociaciones de ecologistas de Zamora: dos de ellos a “Ecologistas en Acción Zamora” y uno a “Planta un Quercus”.

Los asociados podrán ser todos los comerciantes, hosteleros, prestadores de servicios, de centros de formación y escuelas y cualquier persona que esté interesada en la mejora de la eficiencia ecológica, reciclaje y desarrollo sostenible de Zamora.

La denominación será “Asociación para el Desarrollo Sostenible de los Comercios y Servicios de Zamora”. El domicilio estará situado en la zona céntrica de la ciudad, cercano a la zona comercial para que los comerciantes tengan fácil acceso al mismo. Los fines de la asociación serán llevar a cabo todos los programas anteriormente descritos para impulsar el comercio de Zamora mejorando la eficiencia en el reciclado y pudiendo llevar a cabo proyectos de minería urbana y economía circular. El ámbito territorial de actuación será local, Zamora capital.

En los anexos I y II respectivamente se detallan los requisitos y la solicitud de inscripción.

A parte de la Junta Directiva, la asociación precisará de los servicios de:

- Un técnico que se ocupe de la promoción y la gestión de los programas y servicios.
- Un técnico de medio ambiente, que se encargará de los cursos de formación y prevención en materia de reciclaje y minería urbana.
- Dos transportistas para los servicios del “Programa Recicla”.

El patrimonio inicial de la Asociación será de 0 euros.

Los recursos económicos de la asociación estarán formados por:

- Las cuotas de los socios: 50 euros mensuales.
- Ayudas Ayuntamiento de Zamora.
- Ayudas AZECO.
- Donativos.
- Herencias, legados y donaciones.

- Subvenciones, ayudas y auxilio de la Administración estatal, regional o provincial, así como ayudas y subvenciones europeas y de instituciones de carácter privado.
- Cualquier otro recurso lícito.

Marco presupuestario

AÑO 0

PREVISIÓN DE INGRESOS

PRESUPUESTO AÑO 2020 INGRESOS (en Euros)

Ref.	EPÍGRAFES	INGRESOS	
		PRESUPUESTO	
	OPERACIONES DE FUNCIONAMIENTO		
1	INGRESOS DE LA ASOCIACION POR LA ACTIVIDAD PROPIA		73.500,00
	a) Cuotas de los socios	60.000,00	
	b) Ingresos colaboradores	8.000,00	
	c) Subvenciones, donaciones y legados	5.500,00	
2	INGRESOS FINANCIEROS		0,00
	Total de ingresos operaciones de funcionamiento		73.500,00
	TOTAL INGRESOS PRESUPUESTADOS		73.500,00

MEMORA EXPLICATIVA

Previsión de ingresos.

El primer año hemos presupuestado que tendremos una aproximación a 100 socios en la asociación, los cuales pagarán una cuota mensual de 50 euros, lo que nos lleva a un ingreso anual de 60.000 euros.

Los ingresos computados derivados de los convenios de colaboración suscritos con el Ayuntamiento de Zamora y con AZECO son:

CONVENIO	EUROS
AYUNTAMIENTO DE ZAMORA	6.000,00
AZECO	2.000,00
TOTAL	8.000,00

En cuanto a los ingresos imputados a subvenciones y donaciones se desglosarían en:

SUBVENCIÓN O DONACION CONCEDIDA/IMPUTADA	EUROS
JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN	2.500,00
DIPUTACIÓN PROVINCIA ZAMORA	1.500,00
MINISTERIO DE CULTURA	1.500,00
TOTAL	5.500,00

Por lo que el total de ingresos previstos para el ejercicio 2020 es **73.500,00 euros**.

PREVISIÓN DE GASTOS:

El alquiler de la sede de la asociación es de 300 euros mensuales, con un gasto total de 3.600 euros anuales.

Los sueldos del personal se desglosarían mensualmente de la siguiente manera:

PERSONAL CONTRATADO	EUROS
TECNICO PROMOCIÓN Y GESTIÓN	
a) Salario Neto	1.400,00
b) Seguridad Social	432,60
TECNICO DE MEDIO AMBIENTE	
a) Salario Neto	800,00
b) Seguridad Social	247,20
TRANSPORTISTA	
a) Salario Neto	1.000,00
b) Seguridad Social	309,00
TOTAL	4.188,80

El porcentaje base aplicable para el cálculo de la seguridad social de cada trabajador es del 30'9%.

En cuanto al servicio de transporte se efectuará con una furgoneta de compra de segunda mano en buen estado por un importe de 7.600 euros y el seguro de circulación aproximadamente 350 euros más 50 del alta.

Según el régimen de actividades de la asociación, los beneficios irán destinados íntegramente al cumplimiento de los fines de la misma, entre ellos los

siguientes costes operativos en función de los programas y servicios que se proporcionarán dentro del año 0 de constitución de la asociación:

PROGRAMA	EUROS
PROGRAMA REDUCE	
- BOLSAS DE TELA LOGOTIPO	4.500,00
- CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS SOBRE EMPAQUETADO	300,00
- PLAN DE APOYO A LA EFICIENCIA ENERGÉTICA.	
A) MATERIAL BUENAS PRÁCTICAS	200,00
B) CURSO FORMACIÓN	0,00
C) PREMIO A LA MEJOR ACTUACIÓN	500,00
PROGRAMA RECICLA	
- PROGRAMA MESUAL DE RECICLADO CON CONTENEDORES EN LOS PUTOS COMERCIALES DE ZAMORA	200,00
- GASOLINA TRANSPORTISTA SERVICIO COMÚN	1.920,00
A) PROGRAMA CONTRA EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS	
B) PROGRAMA RECOGIDA "PUERTA A PUERTA"	
PROGRAMA REUTILIZA	
- ACCIONES SOCIALES EN COLEGIOS	0,00
- MERCADILLO SEMANAL DE PRODUCTOS PERECEDEROS	0,00
- MERCADILLO MENSUAL DE ROPA DE 2ª MANO	0,00
- MERCADILLO SEMANAL DE LIBROS, ENSERES Y OBJETOS DE 2ª MANO	0,00
- CREACIÓN DEL PORTAL EN FACEBOOK PARA COMERCIANTES Y HOSTELEROS DE VENTA DE MAQUINARIA Y ENSERES DE 2ª MANO	0,00
PROGRAMA CONCIENCIA	
- CHARLAS Y CAMPAÑAS DE CONCIENCIACIÓN	0,00
- CAMPAÑA DE MARKETING SOCIAL "ZAMORA CONCIENCIADA CON EL MEDIO AMBIENTE"	600,00
- ASESORAMIENTO E INFORMACIÓN SOBRE SUBVENCIONES Y AYUDAS AL DESARROLLO SOSTENIBLE	0,00
PROGRAMA INNOVA	
- FORMACIÓN PARA COMERCIANTES Y EMPRESARIOS	0,00
- CONCURSO A LA INNOVACIÓN PARA COLEGIOS	
A) PUBLICIDAD	50,00
B) PREMIO	200,00
- INSCRIPCIÓN PARA PROMOCIONARNOS CON AETICAL	
A) FERIAS TRIMESTRALES DE PRODUCTO ECOLÓGICO ZAMORANO	300,00
PROGRAMA RENTABILIZA	
- FORMACIÓN Y CHARLAS EN MINERÍA URBANA	0,00
MANTENIMIENTO/FACTURAS SEDE	480,00
TOTAL	9.250,00

El primer año solo se llevarán a cabo los programas que figuran en esta tabla, en años posteriores, como se prevé un mayor número de socios y

subvenciones, la asociación podrá llevar a cabo el resto de programas progresivamente.

Se repartirán 10.000 bolsas reutilizables con el logotipo de la asociación con un coste por unidad de 0,45 euros. Se repartirán también entre los socios comerciantes códigos impresos de buenas prácticas para la formación de sus empleados por un valor de 300 euros.

En cuanto a los cursos y charlas de formación serán realizados por el técnico de medio ambiente y el técnico de gestión, con la colaboración de socios y la junta colectiva de la asociación, por lo que su coste operacional será cero, ya que el salario del trabajador ya está incluido en los gastos.

Los contenedores para la campaña mensual de reciclado serán reutilizados mensualmente, su composición es de cartón pluma por lo que su coste unitario será de 5 euros. Habrá cinco contenedores cada uno de ellos para: textil, calzado, componentes electrónicos y móviles, pilas y otro para productos tóxicos. Estarán repartidos por 8 puntos diferentes de la zona comercial, por lo que el coste total será de 200 euros.

El transportista empezará el primer año teniendo dos días de servicio semanales, calculando unos gastos de gasolina por día de 20 euros, lo que al final de año nos da un coste total en gasolina de 1.920 euros.

Los mercadillos estarán patrocinados por el Ayuntamiento y ADECO, por lo que su coste operativo será cero ya que el técnico de gestión y algún miembro de la junta serán los encargados de la coordinación de cada uno de ellos.

Para las campañas de marketing social se utilizarán técnicas de publicidad de tipo performance detalladas más adelante y publicidad en redes sociales, periódico con el patrocinio de “La Opinión de Zamora”, en la radio de Zamora y en los cines. La publicidad en el cine tendrá un coste mensual de 50 euros.

En función del crecimiento progresivo anual de la asociación se podrán recibir un mayor número de ayudas estatales y europeas para poder llevar a cabo el resto de partidas de los programas. Para poder llegar a ellas, a los dos años de constitución de la asociación presentaremos la solicitud de declaración de utilidad pública, para ellos el patrimonio neto de la asociación del ejercicio anterior a la fecha de solicitud deberá ser positivo.

La previsión para los primeros cinco años de la asociación será la siguiente:

Ref	EPIGRAFES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
	INGRESOS					
1	POR ACTIVIDAD PROPIA					
	A) CUOTAS SOCIOS	60.000,00	78.000,00	90.000,00	102.000,00	114.000,00
	B) COLABORADORES	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00
	C) SUBVENCIONES	5.500,00	6.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
	TOTAL INGRESOS	73.500,00	92.000,00	108.000,00	120.000,00	132.000,00
	GASTOS					
1	ALQUILER SEDE	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
2	SUELDOS	38.400,00	45.600,00	57.600,00	57.600,00	74.400,00
3	SEGURIDAD SOCIAL	11.865,60	14.090,40	17.798,40	17.798,40	22.989,60
4	SEGURO FURGÓN	8.000,00	400,00	400,00	400,00	400,00
5	GASTOS OPERATIVOS	9.250,00	10.250,00	15.500,00	28.200,00	30.200,00
	TOTAL GASTOS	71.115,60	73.940,40	94.898,40	107.598,40	131.589,60
	INGRESOS	73.500,00	92.000,00	108.000,00	120.000,00	132.000,00
	- GASTOS	71.115,60	73.940,40	94.898,40	107.598,40	131.589,60
	RESULTADO	2.384,40	18.059,60	13.101,60	12.401,60	410,40

Marco operativo a 5 años.

El programa operativo del año 0 lo hemos visto desglosado en el anterior apartado, el resto de programas hasta el año 4 se organizará de la siguiente manera:

AÑO 1:

- Programa Reduce

Se llevarán a cabo todas las actividades previstas del primer año mas el Plan de Consumo Eficiente con el respectivo curso de formación. Como este año aumentaremos las horas para cursos y formación elevaremos la jornada laboral del técnico de medio ambiente de 5 a 8 horas diarias para poder cubrir todas las horas de formación.

- Programa Recicla

Se llevarán a cabo todas las actividades realizadas en el año 0.

- Programa Reutiliza

Se llevarán a cabo todas las actividades realizadas en el año 0.

- Programa Conciencia

Se llevarán a cabo todas las actividades del primer año más la promoción en universidades, el teatro y otras provincias, el cuál conllevará un gasto publicitario de 1.000 euros.

- Programa Innova

Se llevarán a cabo todas las actividades realizadas en el primer año.

- Programa Rentabiliza

Se llevarán a cabo todas las actividades realizadas en el año 0.

AÑO 2

- Programa Reduce

Se llevarán a cabo todas las actividades previstas del segundo año mas la creación de una placa distintiva para certificar a los establecimientos comerciales: “Establecimiento colaborador con la reducción de residuos”, cada placa costará 15 euros y será entregada a todos aquellos establecimientos que estén colaborando con la reducción de residuos, los cuales vamos suponer que sean todos los socios que estén colaborando con la asociación en el año 2, es decir 150, por lo que tendremos un gasto de 2.250 euros.

- Programa Recicla

Se llevarán a cabo todas las actividades realizadas en el año 1 más el servicio de aceite usado, por ello la contratación de un segundo transportista, ya que este año también pasaremos de tener un servicio de recogida de dos días semanales a 4 días a la semana.

- Programa Reutiliza

Se llevarán a cabo todas las actividades realizadas en el año 1 más las acciones sociales además de en los colegios en las universidades.

- Programa Conciencia

Se llevarán a cabo todas las actividades del segundo año.

- Programa Innova

Se llevarán a cabo todas las actividades realizadas en el segundo año con la incorporación del concurso “ideas verdes” con un premio de 2.000 euros y un segundo premio de 1.000 euros. También se creará un taller para la participación en proyectos “Smart city”.

- Programa Rentabiliza

Se llevarán a cabo todas las actividades realizadas en el segundo año.

AÑO 3

- Programa Reduce

Se llevarán a cabo todas las actividades previstas del tercer año más el Plan de Reducción de Envasado, creando un sistema de devolución de envases en el que los transportistas jugarán el papel más importante.

- Programa Recicla

Se llevarán a cabo todas las actividades realizadas en el año 2.

- Programa Reutiliza

Se llevarán a cabo todas las actividades realizadas en el año 2.

- Programa Conciencia

Se llevarán a cabo todas las actividades del tercer año junto con la promoción de regalar bolsas y envases reutilizables para la compra a granel en los comercios. Se repartirán 10.000 bolsas con el logo con un valor de 4.500 euros y 10.000 envases con un coste de 4.000 euros.

- Programa Innova

Se llevarán a cabo todas las actividades realizadas en el tercer año más la creación del concurso "Packaging ecológico" dotado con un primer premio de 3.000 euros y un segundo premio de 1.000 euros.

Además, se creará un sello distintivo para cada establecimiento de venta de productos zamoranos ecológicos y respetuosos con el medio ambiente, de comercio justo, bajo la denominación "Producto Zamorano respetuoso con el medio ambiente". Se otorgará con un vinilo para poder poner en la puerta o el escaparate del comercio. El coste de la fabricación de los vinilos será de 100 euros.

- Programa Rentabiliza

Se llevarán a cabo todas las actividades realizadas en el tercer año más la creación de un sello de diferenciación para los restaurantes y bares concienciados con el medio ambiente, el distintivo irá bajo la denominación "Hostelería Ecológica

zamorana”. Para ello se otorgará un vinilo para poder ponerlo a la entrada del establecimiento. Los costes de los vinilos serán de 100 euros.

AÑO 4

- Programa Reduce

Se llevarán a cabo todas las actividades previstas del cuarto año.

- Programa Recicla

Se llevarán a cabo todas las actividades realizadas en el año 3.

- Programa Reutiliza

Se llevarán a cabo todas las actividades realizadas en el año 3 junto con un nuevo programa para la reutilización de equipos informáticos. Para llevarlo a cabo contrataremos a un técnico informático a 8 horas diarias, con un salario de 1.400 euros mensuales que se encargará de dar servicio a los comerciantes y restaurar en la medida de lo posible todos los equipos informáticos que puedan tener alguna salida útil.

- Programa Conciencia

Se llevarán a cabo todas las actividades del cuarto año y además se creará un Comité Medio Ambiental con entidades públicas y privadas para poder tratar problemas y aportar soluciones sobre reciclado y sostenibilidad comercial y de servicios.

- Programa Innova

Se llevarán a cabo todas las actividades realizadas en el cuarto año y también se creará con ayuda del técnico informático una aplicación móvil que nos permita localizar los contenedores de reciclaje más cercanos y nos ayude a saber identificar los residuos y la manera correcta de reciclar. Se trataría de una aplicación básica híbrida o nativa, con un desarrollo para la creación de aproximadamente 200 horas, calculando el coste con la contratación de los servicios de un programador freelance, estaría entorno a los 1.500/2.000 euros.

- Programa Rentabiliza

Se llevarán a cabo todas las actividades realizadas en el cuarto año.

Plan de comunicación

Para captar socios utilizaremos la dinámica “Convence al cliente para convencer al comerciante”

Los recursos de comunicación informativos y publicitarios que se utilizarán serán lo más limpios posibles para poder dar ejemplo de las políticas de la asociación.

Se realizarán:

- Performance:
 - Grupo de animación callejero por las calles más transitadas de la ciudad.
 - Teatro reivindicativo/experimental. Se recrearán situaciones realistas para observar el impacto que ocasiona el la gente.
 - Proyección de imágenes impactantes por las calles comerciales de la ciudad para crear conciencia.
- Anuncio en los cines de Zamora, con la participación de los cines como colaboradores.
- Medios de comunicación:
 - La Opinión de Zamora, patrocinará la asociación gratuitamente como colaborador de la misma.
 - A través de las campañas de los grupos medio ambientales de Zamora.
 - A través de Cadena Cope, Cadena Ser y Europa FM Zamora, serán patrocinadores de las campañas.
 - Plan de marketing digital: página en Facebook, crear un blog en Twitter y en página web de AETICAL.
- Mediante las bolsas de tela y los envases reutilizables que estarán estampados con el logotipo de la asociación y el nombre “Zamora Cero”.

Marco fiscal

Obligaciones de carácter censal o declarativo:

- **CIF.** Para las relaciones con la Hacienda Pública y el tráfico mercantil. El modelo de presentación sería el 036.

- **Alta de actividad económica.** La asociación esta obligada por contratar personal para llevar a cabo los objetivos de la misma.

- **Declaración de donaciones recibidas.** Se trata de una declaración informativa para entidades acogidas al Régimen Fiscal Especial contenido en la Ley 49/2002, para asociaciones declaradas de utilidad pública; por lo que habrá que realizar esta declaración a partir del tercer año que es cuando la asociación entraría dentro de esta definición.

La Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del derecho de asociación establece en el artículo 32.1.e) que, para que una asociación pueda ser declarada de utilidad pública debe cumplir el requisito de que se encuentre constituida e inscrita en el Registro correspondiente, al menos durante los dos años inmediatamente anteriores a la presentación de la solicitud. Además, la asociación deberá tener un patrimonio neto positivo, ya que entre otros requisitos también se encuentra si la entidad cuenta con medios personales y materiales adecuados y una organización idónea que garanticen el cumplimiento de sus fines estatutarios.

También es importante señalar que al aplicar el régimen fiscal especial de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, en caso de disolución, se deberá destinar la totalidad del patrimonio a entidades públicas de naturaleza no fundacional que persigan fines de interés general o al mecenazgo, debiendo estar esta circunstancia expresamente contemplada en los estatutos de la asociación.

- **Declaración de operaciones con terceros.** Modelo 347. Para todas las operaciones con clientes, proveedores y acreedores que en el cómputo anual hayan superado los 3.005 euros. Se presentará en el mes de febrero.

- **Declaración de retenciones de trabajadores y profesionales.** Modelo 111, por las nóminas de los trabajadores y el abono de facturas a profesionales. Se presentarán hasta el día 20 de los meses enero, abril, julio y octubre.

- **Resumen anual del IVA.** Modelo 390, se presentará los 30 primeros días del mes de enero.

- **Resumen anual de retenciones e ingresos a cuenta.** Modelo 190. Se presentará entre el 1 y el 31 de enero.

- **Libro de socios.** Permanentemente en actualización registrando las altas y bajas.
- **Libro de actas.** Donde se recogerán las reuniones de los órganos de gobierno y representación.
- **Declaración de las cuentas anuales.** Deberán depositarse en la Secretaría General Técnica del Ministerio del Interior, en el Registro Nacional de Asociaciones.

Obligaciones de carácter contributivo:

- **Impuesto sobre Actividades Económicas.** Durante los primeros dos años de actividad y posteriormente si la cifra de negocios no supera el importe neto de un millón de euros, la asociación estará exenta de este impuesto. No obstante, la asociación deberá comunicar dicha exención al dar de alta la actividad económica mediante el modelo 036.
- **IVA.** La asociación esta obligada al pago del impuesto en las compras que lleven a efecto. Para operaciones no exentas, tendrá la obligación de repercutir el IVA correspondiente e ingresarlo en Hacienda, pudiendo desgravar de esta cantidad el IVA soportado. Además, la asociación tendrá las siguientes obligaciones:
 - o Llevar un libro de bienes de inversión.
 - o Libro de provisiones de fondos y suplidos (en su caso).
 - o Libro diario
 - o Balance anual
 - o Declaración anual de operaciones con terceros
- **IRPF.** Al ser un impuesto que grava la renta de las personas físicas, las asociaciones no son sujetos pasivos de este impuesto, pero estará obligada a practicar retenciones por este concepto a las personas físicas a las que satisface rentas de trabajo, es decir, por los trabajadores contratados, profesionales autónomos y arrendadores de locales.
- **Impuesto de Sociedades.** Deberá presentarse la declaración entre el 1 y el 25 de julio de cada año sobre los datos del último ejercicio cerrado. La asociación no estará acogida los dos primeros años al régimen fiscal especial de la Ley 49/2002, por lo que en el año 1 al hacer los cálculos del ejercicio del año 0

observamos que tenemos unos ingresos inferiores a 75.000 euros que es el margen para la obligación de presentar la declaración, por lo que no se presentará.

En el año 2, al hacer la declaración del año 1, observamos que tenemos unos ingresos superiores a 75.000 euros, por lo que habrá que presentar la declaración con el tipo impositivo del 25% sobre los beneficios.

En el año 3, al declararse la asociación como de utilidad pública deberemos declarar obligatoriamente todos los años a partir de ese momento, lo que el tipo impositivo será del 10% sobre los beneficios.

5. CONCLUSIONES.

Algunas de las ideas mostradas requieren un enfoque y una investigación más científica de los métodos que se pueden aplicar a determinadas circunstancias; pero el verdadero objetivo es estimular y concienciar a la sociedad de la inminente necesidad de un cambio en la forma de los hábitos de consumo.

Dentro del contexto de la comercialización y la prestación de servicio, los empresarios deben jugar un doble papel: no sólo generar renta y riqueza, si no que deben también actuar como promotores de metas sociales hacia un marco global y sostenible, asumiendo como tal su responsabilidad social.

Todo ello lleva implícito un cambio en el modelo de producción, distribución y consumo más sostenible, introduciendo políticas de gestión e innovación ambiental, para mejorar la calidad de vida y los beneficios, la ética de todos los agentes implicados en el cambio desde el primer eslabón de la cadena: la educación. Por ello, animo a todos los centros escolares a la implantación de valores éticos, morales y culturales sobre reciclado y medio ambiente, así como a las universidades a crear asignaturas integradas en los planes de estudio sobre economía circular.

“La realidad del comercio actual se explica así: una vez que un producto llega al mercado, pierde todo recuerdo de los abusos que se han cometido en su elaboración, tanto en el plano humano como en el de la naturaleza”.

Susan George.

Cambiamos esta realidad...

6. ANEXOS.

ANEXO I. REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN.

DOCUMENTACIÓN NECESARIA PARA LA INSCRIPCIÓN DE ASOCIACIONES DE ÁMBITO LOCAL, PROVINCIAL O AUTONÓMICO EN EL REGISTRO PROVINCIAL DE ASOCIACIONES:

(Constituidas al amparo del artículo 22 de la Constitución Española y de la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación).

1.- **Instancia** (por duplicado) suscrita por el promotor al que hayan designado de entre todos, interesando la inscripción, en la que deberán constar todos los datos de identificación del solicitante, domicilio a efectos de notificación, teléfono, lugar, fecha y firma.

2.- **Acta de constitución ó fundacional** (2 ejemplares), firmados en original en la última hoja por los promotores, con expresión del domicilio y D.N.I.. **Consentimiento expreso** de los interesados para autorizar la consulta de sus datos de identidad (acuerdo 4º).

3.- **Estatutos** (2 ejemplares), con la firma original en todas sus páginas, de los promotores de la Asociación. (Si las firmas son ilegibles, consignar debajo de las mismas el núm. del D.N.I., al menos en la primera página).

4.- **Certificado ó documento acreditativo** de que se cuenta con la conformidad de quien ostenta la representación o titularidad del domicilio (en caso de que sea de un particular), centro o establecimiento designado como domicilio social de la Entidad, para su utilización a tal fin.

Justificante del pago de la **tasa** correspondiente, conforme a lo establecido en la Ley 4/2012, de 17 de julio, de Medidas Financieras y Administrativas, que modifica, entre otros, los artículos 25 y 27 de la Ley 12/2001, de 20 de diciembre, de Tasas y Precios Públicos de Castilla y León. **Tasa: 25,25 euros (ámbito local o provincial y 45,45 euros (ámbito autonómico)). Enlace:**

<http://servicios.jcyl.es/pdfserver/servlet/PDFServletEngine?op=get&file=tasa/tasa.pdf&tipo=TSAS>

ANEXO II. SOLICITUD INSCRIPCIÓN.

D/D^a. Marina Diez Sandoval

con D.N.I. Número 71038043J y domiciliado/a en Zamora C/.Nuñez de Balboa, nº26 C.P. 49021 y a efecto de notificaciones en Zamora, C/.Nuñez de Balboa, nº26, C.P.49021, teléfono 685558342 página y correo electrónico - marina.diez.sndvl@gmail.com.

EXPONE:

1.- Que la entidad denominada "Asociación para el Desarrollo Sostenible de los Comercios y Servicios de Zamora", asociación que fue constituida en Zamora, a fecha 02/01/2020, como consta en el Acta Fundacional, entre otros acuerdos, adoptó el de designar al/a la que suscribe para solicitar su inscripción en el registro correspondiente.

2.- Que en cumplimiento de lo indicado en el Acta Fundacional, en concordancia con lo dispuesto en el artículo 22.3 de la Constitución y en la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación, acompaña a este escrito:

- **Acta Fundacional:** (por duplicado) con la firma original de todos los socios fundadores en la última hoja.
- **Estatutos:** (por duplicado) con la firma original de todos los socios fundadores en todas sus hojas.
- **Documento acreditativo** de que se cuenta con la autorización de quien ostenta la representación o titularidad del centro o establecimiento designado como domicilio social de la Entidad, para su utilización a tal fin.
- **Justificante del abono de la tasa correspondiente.**

SOLICITA:

La inscripción de la Asociación en el Registro de Asociaciones.

En Zamora a 02 de Enero de 2020.

7. GLOSARIO.

- **Análisis del Ciclo de Vida.** Conjunto sistemático de procedimientos para recopilar y examinar las entradas y salidas de materiales y de energía, y de los impactos ambientales asociados directamente al funcionamiento de un producto o a un sistema de servicios a través de su ciclo de vida. Se trata de una herramienta de diseño que investiga y evalúa los impactos ambientales de un producto o servicio durante todas las etapas de su existencia: extracción, producción, distribución, uso y fin de vida (reutilización, reciclaje, valorización y eliminación/disposición de los residuos).

- **Agricultura ecológica.** Producción basada en mantener o aumentar la fertilidad de la tierra de modo natural, escogiendo semillas de plantas autóctonas, adaptadas al medio, y manteniendo la biodiversidad del entorno, de manera que los ciclos naturales puedan cerrarse, evitando plagas mediante la presencia de depredadores y asociación de cultivos. En su conservación se mantiene las propiedades del producto original, sin añadir aditivos de síntesis de ningún tipo.

- **Biodegradable.** Hace referencia a un objeto que se puede descomponer a través de la acción de organismos vivos. La mayoría del plástico derivado del petróleo no se biodegrada, simplemente se fragmenta en trozos más pequeños.

- **Cadena de suministro.** Conjunto de proveedores que proporcionan productos, bienes, servicios y suministros a una empresa u organización y que pueden ser objeto de tracción ambiental por parte de las mismas a través de sus decisiones de compra y contratación.

- **Cadena de valor.** Describe los procesos de una empresa por los que transcurre, de manera horizontal a lo largo del ciclo de vida de un producto o servicio, desde la materia prima a través de varias etapas de transformación, hasta el consumo.

- **Comercio justo.** Sistema comercial solidario y alternativo al convencional que se basa en unas condiciones laborales y salarios dignos, trato de igualdad y retribuciones económicas equitativas entre hombre y mujeres, respeto de los derechos de los trabajadores, prohibición de explotación laboral y protección del medio ambiente.

- **Compostable.** Material que consigue descomponerse en un compostador y aporta nutrientes a la tierra cuando se completa el proceso.
- **Compras socialmente responsables.** Integración de los aspectos sociales, ambientales y éticos en las decisiones de compra y contratación de servicios y suministros de una empresa u organización. Una política de compras es responsable cuando su cadena de suministro y la relación con los proveedores de una empresa u organización está basada en la sostenibilidad social y ambiental.
- **Compras verdes.** Adquisición de producto y servicios respetuosos con el medio ambiente, que durante su ciclo de vida ofrecen el nivel de calidad del servicio adecuado y generan un impacto ambiental menor, que requieren de menos recursos, evitan o reducen la generación de residuos y emisiones, no contienen elementos tóxicos, facilitan su posterior reciclaje e incorporan materiales reciclados.
- **Desarrollo sostenible.** Desarrollo que satisface las necesidades de las personas en el presente, sin comprometer los recursos de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades. Para ser sostenible cualquier uso que se haga de los recursos ha de prever el stock de los mismos y las consecuencias de su utilización en el contexto social, económico y físico de la población actual y futura.
- **Economía circular.** Modelo económico que tiene como base la reparación y la regeneración. Este modelo aspira a retirar los residuos de la ecuación y a minimizar los impactos negativos para nuestro planeta. Se basa en un diseño de productos de larga duración, en su mantenimiento, reparación, reutilización y en los bucles de reciclaje cerrados.
- **Etiqueta ecológica.** Etiqueta adherida aquellos productos comercializados que son más respetuosos con el medio ambiente, con el objetivo de estimular a los consumidores a comprarlos. El objetivo es promover productos que pueden reducir los efectos ambientales adversos, en comparación con otros productos de su misma categoría, contribuyendo así a un uso eficaz de los recursos y a un elevado nivel de protección del medio ambiente.
- **Residuo.** Cualquier producto en estado sólido, líquido o gaseoso procedente de un proceso de extracción, transformación o utilización, que carente de valor para su propietario, éste decide abandonar.

- **Residuos Cero.** Movimiento que fomenta el rediseño de los ciclos de vida de los productos para que todos ellos puedan ser reutilizados. El objetivo de este movimiento es que no se envíe basura a los vertederos o a las incineradoras. Esto conlleva ser más consciente de todas las compras que realizamos y reutilizar, o reciclar, todo para cambiar el estilo de vida y los hábitos de consumo, para imitar a los ciclos naturales sostenibles.

- **Residuos Peligrosos.** Aquellos que contienen en su composición una o varias sustancias que les confieren características peligrosas, en cantidades o concentraciones tales, que representan un riesgo para la salud humana, los recursos naturales o el medio ambiente.

- **Residuos Sólidos Urbanos (URS).** Según la normativa española se definen como los generados en los domicilios particulares, comercios, oficinas y servicios, así como todos aquellos que no tengan la calificación de peligrosos y que por su naturaleza o composición puedan asimilarse a los producidos en los anteriores lugares o actividades (Ley 10/1998, de 21 de abril).

- **Responsabilidad Social Empresarial.** Según la definición por la Comisión Europea del año 2011, se trata de la responsabilidad de las empresas por sus impactos en la sociedad. La Norma ISO 26000 también la define como “la responsabilidad de una organización antes los impactos que sus decisiones ocasionan antes la sociedad y el medio ambiente mediante un comportamiento ético y transparente”.

- **Sistema de Gestión Ambiental.** Se trata de un sistema estructurado de gestión que incluye la estructura organizativa, la planificación de las actividades, las responsabilidades, las prácticas, los procesos, los procedimientos y los recursos para desarrollar, implantar, ejecutar, revisar y mantener al día la política y los compromisos ambientales que suscribe una empresa u organización.

- **Sustentabilidad.** Enfoque de gestión humana del planeta basado en una perspectiva ética que reconoce los límites y potenciales de la naturaleza y las capacidades y potencialidades humanas para promover una economía responsable, sociedades democráticas solidarias y justas, así como una valoración de la diversidad cultural y los múltiples saberes.

8. BIBLIOGRAFIA.

- ANARPLA (Asociación Nacional de Recicladores de Plástico) y Ecoembes. (2018). *Guía de Buenas Prácticas par la correcta gestión ambiental de los establecimientos de reciclado de envases plásticos*. Ecoembes. Madrid.
- Ayuntamiento de Albacete (2014). *Guía didáctica sobre Gestión de los Residuos Urbanos en Albacete*. Albacete.
- Ayuntamiento de Madrid (2018). *Estrategia de Residuos*. Madrid.
- Ayuntamiento de Madrid. Área de Gobierno de Medio Ambiente (2010). *Educación para el consumo sostenible. Guía de buenas prácticas para reducir los residuos urbanos*. Madrid.
- BBVA Research (2019). *Situación Castilla y León 2019*. Madrid.
- Boletín Oficial de la provincia de Zamora (2012). *Ordenanza municipal reguladora de la limpieza y de residuos urbanos*, Nº 82, págs.. 26-49. Zamora.
- Cardona Gall; M. M. (2007). *Minimización de Residuos: una política de gestión ambiental empresarial*. P+L. Valle de Aburrá, Colombia.
- Comisión Europea. (2010). MEMO/10/263. *Presentación de una lista de 14 materias primas minerales fundamentales*. Bruselas.
- Comisión Europea. (2017). *Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones relativa a la lista de 2017 de materias primas fundamentales para la UE*, COM 490 final. Bruselas.
- Consejo Internacional de Iniciativas Ambientales Locales (ICLEI). (1994). *La Carta de Aalborg. Carta de la Ciudades Europeas hacia la Sostenibilidad*. Aalborg, Dinamarca.
- Diputación Foral de Álava (2018). *Plan de prevención y gestión de residuos urbanos de Araba-Álava (2017-2030)*. Diputación Foral de Álava, Vitoria.
- Diputación Foral de Bizkaia (2015). *Residuos domésticos y su reducción*. Diputación Foral de Bizkaia. Bizkaia.

- Diputación Provincial de Zamora (2007). *Plan para la gestión y tratamiento integral de residuos de la provincia de Zamora*. Diputación Provincial de Zamora. Zamora.
- Durán Romero, G. (2012). Empresas y gestión ambiental en el marco de la responsabilidad social corporativa, *Economía industrial*, N° 371, págs. 129-138. Madrid.
- Ecodes. Ecología y Desarrollo (2006). *Manual de Aplicación de Sistema de Gestión Sostenible*. Ecodes. Madrid.
- Ecoembes (2018). *Resumen Ejecutivo 2018*. Ecoembes. Madrid.
- Ecoembes y el Instituto Sindical de Trabajo, Ambiente y Salud, ISTAS (2017). *Compras verdes y socialmente responsables*. Ecoembes. Madrid.
- ECOLOGICAL (2018). *El sector ecológico en España*. EcoLogical. Valencia.
- EDOSS y Pérez Garrido Ingenieros (2004). *Agenda 21 Zamora. Zamora*.
- EZ. Basura Cero (2009). *Plan Director de Gestión de los residuos de Gipuzkoa*. Gipuzkoa.
- Federación Española de Municipios y Provincias. Ecoembes (2018). *Emprendimiento Local por la Economía Circular*. Ecoembes. Madrid.
- GreenBiz Group (2017). *State of Green Bussiness 2017*. Trucost.
- Greenpeace (2015). *Un millón de acciones contra el plástico*. Greenpeace. Madrid.
- Herman E. Daly, John B. Cobb (1993). *Para el Bien Común: reorientando la economías hacia la comunidad, el ambiente y un futuro sostenible*. Fondo de Cultura Económica. USA.
- IHOBE. Sociedad Pública Gestión Ambiental (1999). *Recomendaciones para la Reducción de Residuos*. IHOBE. Sociedad Pública Gestión Ambiental. Bilbao.
- INE (2008). *Principales indicadores de España para el seguimiento de la Estrategia de DS de la UE. INE (2008). Desarrollo Sostenible 2008*. NE. Madrid.

- Junta de Castilla y León. Consejería de Fomento y Medio Ambiente (2013). *Informe de la calidad del aire en Castilla y León*. Valladolid.
- Kotler, P. and Roberto, E. (1991). *Social Marketing*. Díaz Santos S.A. Madrid.
- Lorenzo Díaz, M. M. (2002). *Marketing Ecológico y Sistemas de Gestión Ambiental: conceptos y estrategias empresariales*. Universidad de Vigo Vigo.
- Lourdes Álvarez Prado y Dr. Ignasi Puig Ventosa (2006). *La Fiscalidad de los residuos comerciales*, ENT Environment and Management N°94, págs. 22-29. Barcelona.
- Ministerio de Economía, Industria y Competitividad (2018). *Estadísticas PYME, Evolución e Indicadores*, N° 16, págs.. 51-79. Madrid.
- Ministerio de industria, Turismo y Comercio (2004). *Gestión de los residuos en los mercados municipales*. Madrid.
- Ministerio del Medio Ambiente (2018). *Programa Santiago Recicla. Estrategias locales para la minimización de residuos*. Fundación Tierra Viva. SEREMI. Santiago, Chile.
- Nuñez. G. (2003). *La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible*. Naciones Unidas. Santiago de Chile.
- Plastics Europe (2018). *Annual Review 2017-2018*. Plastics Europe. Bruselas.
- Plataforma Aire Limpio “Incineradoras No” (2014). *Propuesta Alternativa Gestión de Residuos Municipales en la Comunidad de Madrid*. Madrid.
- Rondinelli, D. y Vastag, G. (1996). *International Environmental Standards and Corporate Policies: An Integrative Framework*. Reprint Series. California.
- SISMEGA S.L. Ecoembes (2010). *Recomendaciones para el diseño de un servicio municipal de recogida puerta a puerta de papel y cartón comercial*. Ecoembes. Madrid.
- Unicaja Banco, Analistas Económicos de Andalucía (2019). *Previsiones Económicas de Castilla y León*, N° 17/2019, págs.. 16-42. Málaga.

- Universidad de Madrid (2014). *Guía para elaborar estudios de impacto ambiental*. Madrid.

Enlaces de interés:

- Acciona. *La sociedad de consumo y su impacto ambiental en el planeta*. Disponible en la web: <https://www.sostenibilidad.com/desarrollo-sostenible/sociedad-consumo-impacto-ambiental-planeta/>
- Ainia. Guía técnica de envase y embalaje. Novedades de interés sobre envases y embalajes disponibles en la web: <http://www.guiaenvase.com/bases/guiaenvase.nsf/>
- Andrés Pascual. *10 Acciones que las empresas pueden hacer para reducir el impacto ambiental*. Disponible en la web: <https://www.ainia.es/tecnoalimentalia/tecnologia/10-acciones-que-las-empresas-pueden-hacer-para-reducir-el-impacto-ambiental/>
- Ayudas, subvenciones (2019). Convocatoria para la selección de operaciones financiadas por el Fondo Social Europeo, disponible en la web: <https://www.ayudas-subvenciones.es/subvencion/17473/convocatoria-para-la-seleccion-de-operaciones-que-se-financiaran-con-el-fondo-social-europeo-en-el-marco-del-programa-operativo-de-inclusion-social-y-economia-social>
- BradPlumer (2018). The New York Times, *Exportar la contaminación a través del comercio*. Disponible en la web: <https://www.nytimes.com/es/2018/09/05/emisiones-carbono-comercio/>
- Carlos Campillos (2018). *Nuevas tendencias para reducir el uso de plásticos*. Disponible en la web: <https://www.esglobal.org/nuevas-tendencias-para-reducir-el-uso-de-plasticos/>
- Ecologistas en acción (2004). *Cómo reducir los residuos*. Disponible en la web: <https://www.ecologistasenaccion.org/207/>
- Ellen Macarthur Foundation (2019). *Publicaciones de la autora sobre la economía circular*. Disponible en la web: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/es/publicaciones>
- Emma Woollacott (2018). Artículo sobre “minas urbanas”. Disponible en la web: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-44749073>

- Estudio sobre minería urbana. Disponible en la web: http://www.noushorizons.cat/sites/default/files/MINERIA_URBANA.pdf
- Expansión (2019). Datos por municipios. Disponible en la web: <https://datosmacro.expansion.com/paro/espana/municipios/castilla-leon/zamora/zamora>
- Fundación Gestión y Participación Social. Información sobre el impuesto de sociedades en Asociaciones. Disponible en la web: http://www.asociaciones.org/index.php?option=com_content&view=article&id=494&Itemid=58
- Javier Sánchez (2019). *Deterioro ambiental: definición, causas y consecuencias*. Disponible en la web: <https://www.ecologiaverde.com/deterioro-ambiental-definicion-causas-y-consecuencias-1393.html>
- Línea verde (2017). *El Ecoetiquetado*. Disponible en la web: http://www.lineaverdemunicipal.com/_lv/consejos-ambientales/el-ecoetiquetado/ecoetiquetado-etiqueta-ecologica.pdf
- Manuel Porras (2018). *Cuánto cuesta una App móvil y cómo desarrollarla. Precio y tipos*. Disponible en la web: <https://aulacm.com/precio-desarrollar-app-aplicacion-movil/>
- Maria Calaf Forn (2014). *Minería Urbana: extracción de recursos de los vertederos*. Disponible en la web: https://www.researchgate.net/publication/296431576_Mineria_urbana_extraccion_de_recursos_de_los_vertederos
- Ministerio del Interior. Información sobre la solicitud de declaración de utilidad pública, requisitos y documentación. Disponible en la web: <http://www.interior.gob.es/web/servicios-al-ciudadano/asociaciones/utilidad-publica/solicitud-de-declaracion-de-utilidad-publica>
- Ministerio para la Transición Ecológica (2019). Información sobre el Programa LIFE de la Unión Europea. Disponible en la web: <https://www.miteco.gob.es/es/ministerio/servicios/ayudas-subsvenciones/programa-life/default.aspx>

- Ministerio para la Transición Ecológica. Buscador de convocatorias de ayuda de la Fundación Biodiversidad. Disponible en la web: <https://fundacion-biodiversidad.es/index.php?q=convocatorias/convocatorias-de-ayudas>
- Nodoká (2019). Información sobre subvenciones a proyectos de medio ambiente 2019. Disponible en la web: <https://nodoka.co/es/convocatorias/subvenciones-a-proyectos-de-medio-ambiente-2019>
- Pilar Bermejo (2018). *Minería urbana versus convencional*. Disponible en la web: <https://www.elcorreogallego.es/opinion/firmas/ecg/pilar-bermejo-mineria-urbana-versus-convencional/idEdicion-2018-05-10/idNoticia-1114538/>
- Planeta Recicla (2017). *20 Leyes de medio ambiente que debes conocer*. Disponible en la web: <https://www.ecoembes.com/es/planeta-recicla/blog/20-leyes-de-medio-ambiente-que-debes-conocer>
- Plastic Europe, información institucional de la Asociación. Disponible en la web www.plasticseurope.org
- Prensa RTVE (2018). *Crónicas muestra las ventajas de la minería urbana*. Vídeo disponible en la web: <http://www.rtve.es/rtve/20180127/cronicas-muestra-ventajas-mineria-urbana/1668420.shtml>
- Promoingenio. Información sobre subvenciones y ayudas. Disponible en la web: <https://promoingenio.com/subvenciones-y-ayudas/>
- Residuos Profesional (2018). *Ultimátum de Bruselas a España por los vertederos ilegales*. Disponible en la web: <https://www.residuosprofesional.com/ultimatum-espana-vertederos-ilegales/>
- RETEMA (2006). *Tecnología e innovación, factores clave para el futuro de la gestión de residuos*. Disponible en la web: <https://www.retema.es/noticia/tecnologia-e-innovacion-factores-clave-para-el-futuro-de-la-gestion-de-residuos-GUrMR>
- RETEMA (2018). *Ayudas a la innovación ecológica para elevar la competitividad empresarial*. Disponible en la web:

<https://www.retema.es/noticia/ayudas-a-la-innovacion-ecologica-para-elevar-la-competitividad-empresarial-4VfXA>

- Rogelio Villalba (2019). *Obligaciones de las asociaciones y entidades no lucrativas*. Disponible en la web: <https://asepyme.com/obligaciones-de-las-asociaciones/>
- Tania Alonso (2018). *Minería Urbana: la riqueza detrás de los residuos electrónicos*. Disponible en la web: <https://www.bloglenovo.es/mineria-urbana-para-reciclar-residuos-electronicos/>
- UNEP (2001). *Manual de Medio Ambiente y Comercio*. Disponible en la web: https://www.iisd.org/pdf/envirotrade_handbook_es.pdf
- Zamora en cifras (2018). Portal estadístico. Disponible en la web: <http://portalestadistico.com/municipioencifras/?pn=zamora&pc=NGT70>