

CUADERNO DE COMERCIO Y SOSTENIBILIDAD:

ODS 12. PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



**GENERALITAT
VALENCIANA**
Conselleria d'Economia
Sostenible, Sector Productiu,
Comerç i Treball



Cambres Consell de
de la Comunitat Valenciana

Cámara
Valencia

Índice

① Los ODS, un compromiso de todos.

② ¿En qué consiste el Objetivo de Desarrollo Sostenible 12?

③ PARTICIPA EN EL ODS 12:
20 propuestas para comenzar.

1

Los ODS,
un compromiso
de todos

Los ODS, *Objetivos para el Desarrollo Sostenible*, se propusieron en la Asamblea General de la ONU a partir de la aprobación en septiembre de 2015 de la *Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*, un plan de acción para los siguientes 15 años, en favor de las *personas, el planeta y la prosperidad*, que también tiene la intención de fortalecer la paz universal y el acceso a la justicia.

Con la Agenda 2030, los Estados miembros de la Naciones Unidas aprobaron una resolución en la que reconocen que el mayor desafío del mundo actual es la *erradicación de la pobreza* y afirman que sin lograrla no se llegará a un auténtico *desarrollo sostenible*. A partir de esta aprobación los países han ido creando diferentes estructuras y programas para dar a conocer los ODS y llevarlos a término, reconociendo que para poderlos llevar a cabo es necesaria la implicación de toda la sociedad, incluyendo sus diversas organizaciones (políticas, empresariales, sindicatos, organizaciones sociales, universidades y centros de conocimiento, colegios y demás). Los ODS son un compromiso *de todos para todos*, de las *personas actuales para los que vendrán*. Es un compromiso con resultados para el presente y para el futuro.



El *desarrollo sostenible* es uno de los objetivos fundamentales de la Unión Europea y por extensión de España y la Comunidad Valenciana. Afrontar la situación real de la escasez mundial de recursos naturales como el impacto causado en la producción, distribución, comercialización, uso y eliminación final, lleva a los diferentes gobiernos a publicar leyes y normas encaminadas a intentar crear un mercado estable y sostenible, donde el «hacer más con menos» pase a ser el principal reto de productores y consumidores. Para hacer frente a este desafío en un contexto de aceleración del cambio climático y de una demanda creciente de energía y recursos, las amenazas por inestabilidades geopolíticas que se derivan en conflictos armados, la Unión Europea ha puesto en marcha una amplia gama de políticas e iniciativas en favor de un consumo y una producción sostenibles. Estas tienen como objetivo mejorar el rendimiento medioambiental global de los productos a lo largo de todo su ciclo de vida, estimular la demanda de mejores productos y tecnologías de producción y ayudar a los consumidores a tomar decisiones con conocimiento de causa. En el marco del *Pacto Verde Europeo* y, en particular, del nuevo *Plan de Acción para la Economía Circular*, se anunció una iniciativa legislativa sobre una política de productos sostenible

a fin de conseguir que los productos sean adecuados para una economía climáticamente neutra, eficiente en el uso de los recursos y circular.

A nivel mundial, vivimos como si tuviéramos 1,75 planetas a nuestra disposición y se calcula que la población mundial llegará a los 10.000 millones de habitantes para 2050, con esta cifra harían falta casi 3 planetas para contar con los recursos naturales necesarios para mantener los modos de vida actuales.

La huella material, entendida como la cantidad total de materia prima extraída para consumo final, ha aumentado un 113% desde 1990. La demanda de materiales no se ha separado del crecimiento de la población ni del crecimiento del PIB en todo el mundo. Por ello y con la intención de no hipotecar a las generaciones futuras, todos tenemos una responsabilidad y un reto, participar en los ODS como una hoja de ruta que sea de ayuda para que cada comercio, cada persona pueda asumir dicho reto y colaborar en la consecución de los ODS. Todos podemos participar en mayor o menor medida en invertir cuanto antes la tendencia de hacer un mundo insostenible, estableciendo medidas urgentes para frenar una sobreexplotación de los recursos, fomentando la optimización y eficiencia de los procesos, promoviendo la justicia social y evitando la



degradación de nuestro entorno. Además, según recuerda la ONU, existe desigualdad en el reparto de los recursos. La huella material de los países de ingresos altos es mayor que su consumo nacional de materiales y es 13 veces el nivel de los países de ingresos bajos, lo que indica que el nivel de vida de las personas de las naciones más ricas depende en gran medida de los recursos extraídos de los países más pobres a través de las cadenas globales de suministro.

Desde la ONU advierten que el ritmo de cumplimiento de los ODS es bastante lento, la situación económica después de una grave crisis, la pandemia, la guerra de Ucrania y otros conflictos, la crisis energética, de materias primas y la lucha contra el cambio climático, están generando una gran desconfianza dudando en que se puedan alcanzar los ODS planteados en 2015. No obstante, considerando todas estas adversidades, antes de bajar los brazos debemos entre todos redoblar los esfuerzos y cooperar entre lo público y lo privado para conseguirlo. Esta llamada *Década de Acción* (20-30), es la *oportunidad*.

Siguiendo el informe de la **Red Española del Pacto Mundial** (ONU), los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible llaman a todos los actores del planeta a contribuir al cambio para alcanzar un horizonte sostenible en 2030: administraciones públicas, sociedad civil, mundo académico y empresas. Y dentro del ámbito empresarial el marco de Naciones Unidas plantea retos específicos para cada uno de los principales sectores económicos. Las medidas a impulsar

por las empresas para lograr los ODS dependerán en gran parte de su sector, así, por ejemplo, las del sector del comercio o agroalimentario tienen que hacer esfuerzos adicionales para garantizar la sostenibilidad de sus cadenas de suministro, mientras que las energéticas o las industriales deben priorizar ámbitos como la descarbonización. Todos los sectores han de afrontar su propia transición hacia modelos de negocio más sostenibles y por el camino todos ellos encontrarán dificultades, pero también importantes oportunidades. Cada sector cuenta por tanto con un amplio potencial de impacto sobre determinados Objetivos y metas de la Agenda 2030, pero para que estos potenciales impactos se materialicen con éxito son necesarias ciertas condiciones. La principal es que las empresas de un mismo sector cuenten con una visión compartida sobre cómo abordar los retos que plantean los ODS y por tanto sobre cómo propiciar una transformación sostenible en sus propias organizaciones y en el conjunto del sector.

Las acciones aisladas de una empresa tienen un impacto global muy escaso, pero si se realizan acciones para un sector, como el del *comercio*, y se anima a las empresas de esta actividad económica de manera *conjunta* y *colaborativa*, los resultados finales se multiplican. Por ello, es muy importante realizar actividades en favor de los ODS a nivel sectorial, para que en paralelo se puedan realizar acciones de carácter transversal entre sectores, intercambiando experiencias, buenas prácticas y proyectos llegando a formar una red en apoyo de los ODS.

Para lograr este *cambio sistémico* que propone los ODS, es necesario que la mayoría de las empresas de un sector impulsen objetivos comunes y acciones alineadas. Una *colaboración no competitiva*, que genere un impulso mayor en las acciones individuales de cada comercio (empresa). Esta colaboración entre comercios puede generar soluciones innovadoras que se beneficien dicho colectivo y redunden en la sociedad y el entorno. Por ejemplo, compartir buenas prácticas en materia de lucha contra el cambio climático, descarbonización o reducción de la huella de carbono, eficiencia energética, reducción de materiales de envase y embalaje o elementos sustitutos de menor impacto ambiental, comunicación de acciones/actuaciones en favor de la sostenibilidad, fomento de la economía circular, ecodiseño, favorecer la conciliación vida familiar y laboral entre otras.

Colaboraciones donde no importe el subsector, el tamaño y localización, donde se puedan poner en común actuaciones conjuntas y de impacto social, ambiental y económico. En cuanto a las acciones de colaboración entre empresas de diferentes sectores, se puede empezar con la cadena de suministro, a lo largo de la cadena de valor del producto. A modo de ejemplo, basándose en la información de la ONU, sirva de ejemplo las siguientes iniciativas sectoriales:

SECTOR	INICIATIVA
Textil y Moda	○ Alianza de las Naciones Unidas para la Moda Sostenible
Energético	○ Sustainable Energy for All (SEforALL)
Agroalimentario	○ Sustainable Agriculture Initiative Platform
Tecnológico	○ Circular Electronics Partnership
Financiero	○ Principios de Banca Responsable ○ Principios para la Sostenibilidad en Seguros ○ Alianza Financiera de Glasgow para las cero emisiones netas

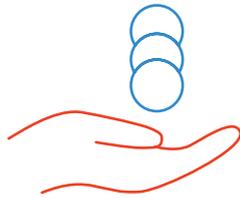
La *colaboración entre proveedores* es necesaria para poder obtener productos y servicios de menor impacto ambiental, evitando el pasar los impactos ambientales de una etapa a otra del ciclo de vida de un producto. La colaboración en la cadena de suministro, fabricación y distribución final tiene un efecto beneficioso para el medio ambiente, la economía y la sociedad.

Con el fin de regular y armonizar la actividad económica de las empresas, es necesario crear normas o regulaciones adecuadas, así como de mecanismos de verificación y control que hagan que los requisitos que se exigen a las empresas implicadas puedan verificarse. La *seguridad jurídica* comienza con una norma adecuada a la realidad de las empresas, en este caso, del comercio. En este sentido desde la Unión Europea se está produciendo una gran cantidad de normas relacionadas con la sostenibilidad, como, por ejemplo: el *Pacto Verde Europeo* y la *Ley Europea del Clima* cuyo compromiso es alcanzar la neutralidad climática en 2050 en la región; la futura directiva europea sobre *debida diligencia en derechos humanos*

y *medioambiente*; o la actualización de la *directiva de información no financiera* que fomentará el *reporting* empresarial en materia de sostenibilidad. A nivel nacional cabe destacar la *Estrategia de Desarrollo Sostenible 2030* o la *Ley de Cambio Climático y Transición Energética* y últimamente la *Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular*.

Otro aspecto fundamental para las empresas es la *financiación*, en este caso, el objetivo de la UE de sentar las bases de un sólido sistema financiero sostenible a través de marcos como la *nueva estrategia en materia de finanzas sostenibles* o la *taxonomía ambiental y social*, que ayudará a los inversores a identificar de manera certera oportunidades de inversión sostenible.

En concreto, el ODS 12 tiene como objetivo fundamental cambiar el modelo actual de producción y consumo para conseguir una gestión eficiente de los recursos naturales, poniendo en marcha procesos para evitar la pérdida de alimentos, un uso ecológico de los productos químicos y disminuir la generación de desechos.



2

¿En qué consiste el Objetivo de Desarrollo Sostenible 12?

La producción y el consumo mundial (fuerzas impulsoras de la economía mundial) dependen del uso de los recursos naturales, de la manera de procesarlos, de distribuirlos y consumirlos y de eliminar los residuos restantes después de haber intentado su máxima reutilización / reciclabilidad. El análisis y estudio del ciclo de vida de los productos es fundamental para poder abordar una auténtica reducción del impacto ambiental de dicho producto a lo largo de toda su vida útil, evitando traspasar impactos de una etapa a otra.

- Cada año, se estima que un tercio de toda la comida producida (el equivalente a 1300 millones de toneladas con un valor cercano al billón de dólares) acaba pudriéndose en los cubos de basura de los consumidores y minoristas, o estropeándose debido a un transporte y unas prácticas de recolección deficientes.
- Si todo el mundo cambiase sus bombillas por unas energéticamente eficientes, se ahorrarían 120.000 millones de dólares estadounidenses al año.
- La huella ecológica de la tierra con el actual modelo de producción y consumo, es el equivalente a cerca de dos planetas y en el 2050 será de tres planetas, para proporcionar los recursos naturales necesarios para mantener los estilos de vida actuales.

Como respuesta a la pandemia de la COVID-19 los países están elaborando *planes de recuperación* que reviertan las tendencias actuales y cambien nuestros patrones de consumo y producción hacia un futuro más sostenible. Es por ello que ahora es el momento oportuno para provocar un cambio hacia un modelo de producción y consumo más sostenible.

El *modelo de consumo y producción sostenible* se puede resumir en *hacer más*

El progreso económico y social conseguido durante el último siglo ha estado acompañado de una degradación medioambiental que está poniendo en peligro los mismos sistemas de los que depende nuestro desarrollo futuro (la supervivencia de la raza humana).

La ONU ofrece una serie de cifras interesante para ayudarnos a conocer la dimensión del problema y poder reflexionar con el fin de aportar soluciones, entre éstas cabe destacar:

y mejor con menos. También se trata de desvincular el crecimiento económico de la degradación medioambiental, aumentar la eficiencia de recursos (agua, energía y materias primas) y promover estilos de vida sostenibles.

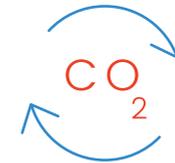
El consumo y la producción sostenibles también pueden contribuir de manera sustancial a la mitigación de la pobreza y a la transición hacia economías verdes y con bajas emisiones de carbono.

El progreso económico y social desarrollado en el último siglo ha estado ligado a una degradación ambiental que pone en peligro nuestro desarrollo futuro y nuestra supervivencia. Garantizar el bienestar de la población, a través del acceso al agua, energía, alimentos u otros bienes se traduce en un consumo de los recursos naturales presentes en nuestro planeta y, consecuentemente,

los modelos actuales de producción y consumo están agotando estos recursos y dañando los ecosistemas. Por eso es vital cambiar nuestro modelo productivo y de consumo para que sean más sostenibles.

Revisemos con mayor detalle los datos que ofrece la ONU y anteriormente se han citado algunos:

- Con el aumento del uso de minerales no metálicos en de la infraestructura y la construcción, ha habido una mejora significativa en el nivel de vida material. La «huella de material» per cápita de los países en desarrollo aumentó de 5 toneladas métricas en 2000 a 9, en 2017.
- El 93% de las 250 empresas más grandes del mundo presentan informes en materia de sostenibilidad.



Agua

- Menos del 3% del agua del mundo es fresca (potable), de la cual el 2,5% está congelada en la Antártida, el Ártico y los glaciares. Por tanto, la humanidad debe contar con tan solo el 0,5% para todas las necesidades del ecosistema, del ser humano y de agua dulce.
- El ser humano está contaminando el agua más rápido de lo que la naturaleza puede reciclar y purificar el agua en los ríos y lagos.
- Más de 1.000 millones de personas aún no tienen acceso a agua potable.
- El uso excesivo de agua contribuye a la escasez de agua mundial.
- El agua nos la regala la naturaleza, pero la infraestructura necesaria para gestionarla es costosa y, en ocasiones, genera un considerable impacto al medio ambiente.

Energía

- Si todas las personas del mundo utilizarán bombillas de bajo consumo, el mundo se ahorraría 120.000 millones de dólares al año.
- A pesar de los avances tecnológicos que han promovido el aumento de la eficiencia energética, el uso de energía en los países de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) seguirá creciendo otro 35% para 2020. El consumo doméstico y comercial de energía es la segunda área de uso de energía que más rápidamente ha crecido, después del transporte.
- En 2002, el stock de vehículos de motor en los países de la OCDE era de 550 millones (el 75% de los cuales eran automóviles particulares). Se prevé un aumento del 32% en la propiedad de vehículos para 2020. Al mismo tiempo, se prevé que los kilómetros de vehículos aumentarán en un 40% y que el transporte aéreo mundial se triplicará en el mismo período.
- Los hogares consumen el 29% de la energía mundial y, en consecuencia, contribuyen al 21% de las emisiones de CO2 resultantes.
- La participación de las energías renovables en el consumo final de energía alcanzó el 17,5% en 2015.

Esta información facilitada por la ONU debe ayudarnos a reflexionar sobre la importancia de cambiar aquellos hábitos y maneras de proceder que conllevan un despilfarro o ineficacia dentro de nuestras empresas y en acciones personales.

Comida

- Si bien los impactos ambientales más graves en los alimentos se producen en la fase de producción (agricultura y procesamiento de alimentos), los hogares influyen en estos impactos a través de sus hábitos y elecciones dietéticas. Esto, en consecuencia, afecta el medio ambiente a través del consumo de energía relacionada con los alimentos y la generación de residuos.
- Cada año, se calcula que un tercio de todos los alimentos producidos, equivalentes a 1300 millones de toneladas por valor de alrededor de 1000 millones de dólares, termina pudriéndose en los contenedores de los consumidores y minoristas, o se estropea debido a las malas prácticas del transporte y la cosecha.
- 2000 millones de personas en todo el mundo tienen sobrepeso o son obesas.
- La degradación de la tierra, la disminución de la fertilidad del suelo, el uso insostenible del agua, la sobrepesca y la degradación del medio marino están disminuyendo la capacidad de la base de recursos naturales para suministrar alimentos.
- El sector de la alimentación representa alrededor del 30% del consumo total de energía en el mundo y un 22% del total de las emisiones de gases de efecto invernadero

→ 2.1 Metas del ODS 12.

Tal y como se ha comentado anteriormente, cada ODS se extiende en *metas* concretas que en el caso del ODS 12, son:

- **12.1** Aplicar el *Marco Decenal de Programas sobre Modalidades de Consumo y Producción Sostenibles*, con la participación de todos los países y bajo el liderazgo de los países desarrollados, teniendo en cuenta el grado de desarrollo y las capacidades de los países en desarrollo.
- **12.2** De aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso *eficiente de los recursos naturales*.
- **12.3** De aquí a 2030, *reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per capita mundial* en la venta al por menor y a nivel de los consumidores y reducir las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y suministro, incluidas las pérdidas posteriores a la cosecha.
- **12.4** De aquí a 2020, lograr la *gestión ecológicamente racional de los productos químicos* y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de

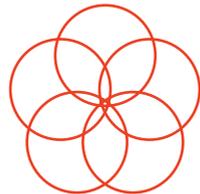
vida, de conformidad con los marcos internacionales convenidos, y reducir significativamente su liberación a la atmósfera, el agua y el suelo a fin de minimizar sus efectos adversos en la salud humana y el medio ambiente.

- **12.5** De aquí a 2030, *reducir considerablemente la generación de residuos* mediante actividades de *prevención, reducción, reciclado y reutilización*.
- **12.6** Alentar a las empresas, en especial las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que *adopten prácticas sostenibles* e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de *informes de sostenibilidad*.
- **12.7** Promover prácticas de *compra pública sostenibles*, de conformidad con las políticas y prioridades nacionales.



- 12.8 De aquí a 2030, asegurar que las personas de todo el mundo tengan la *información* y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza.
- 12.9 Ayudar a los países en desarrollo a *fortalecer su capacidad científica y tecnológica* para avanzar hacia modalidades de consumo y producción más sostenibles.
- 12.10 Elaborar y aplicar instrumentos para *vigilar los efectos* en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.
- 12.11 Racionalizar los *subsídios ineficientes a los combustibles fósiles* que fomentan el consumo antieconómico eliminando las distorsiones del mercado, de acuerdo con las circunstancias nacionales, incluso mediante la reestructuración de los sistemas tributarios y la eliminación gradual de los subsidios perjudiciales, cuando existan, para reflejar su impacto ambiental, teniendo plenamente en cuenta las necesidades y condiciones específicas de los países en desarrollo y minimizando los posibles efectos adversos en su desarrollo, de manera que se proteja a los pobres y a las comunidades afectadas.

Estas son las metas que desde la ONU se plantean en el ODS 12. Cada empresa, en concreto, cada comercio, debe reflexionar en cual de ellas puede participar, aunque pueda estimarse que es en muy poca cuantía, pero no se puede olvidar que entre todos los comercios, la contribución a la consecución de alguna de estas metas ya será de manera significativa. Toda piedra hace una pared, comencemos.



→ 2.2 Objetivo 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

Este objetivo, tal y como se ha estado exponiendo, es quizá uno de los que más afecta en un comercio. La *Agenda 2030* insta a los estados miembros de la ONU a lograr una gestión sostenible y un uso eficiente de los recursos naturales. En el caso concreto del consumo, propone que, en el 2030, se reduzca a la mitad el desperdicio de alimentos *per capita* mundial en la venta al por menor y a nivel de los consumidores y reducir las pérdidas

de alimentos en las cadenas de producción y suministro, incluidas las pérdidas posteriores a la cosecha, para ello se han de establecer actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización. Fomentar el consumo de productos ecológicos y/o de menor impacto ambiental, fomentando los llamados productos de KM0 donde los transportes (huella de carbono del producto) se reducen a los mínimos necesarios.

Un tercio de los alimentos producidos para el consumo humano se pierde o se desperdicia a nivel mundial, lo que equivale a aproximadamente 1.300 millones de toneladas por año.

FAO, 2020.



Alentar a los comercios, en especial las grandes cadenas de distribución a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en sus puntos de venta informando y animando a que los clientes y el público en general adopten prácticas de compra responsable, adquiriendo productos de menor impacto ambiental o más sostenibles.

Un aspecto importante para que el *desarrollo sostenible* tenga calado en el comer-

cio y entre la población en general es la *información*. Por ello, es importante organizar campañas de sensibilización e información (colaboración público/privada) con el fin de que las personas (clientes) tengan la información y los conocimientos suficientes para comprender e interiorizar el *desarrollo sostenible* y los estilos de vida en armonía con la naturaleza y así poder avanzar hacia modalidades de *consumo y producción más sostenibles*.

En 2019, solo en 7 meses se consumieron todos los recursos naturales que son capaces de regenerar los ecosistemas terrícolas en un año. Y en España todos los recursos naturales se gastaron incluso 2 meses antes, 15 días antes que en 2018.

Desde las diferentes administraciones se está impulsando el adoptar estilos de vida sostenibles entre toda la población, promover que el sector privado actúe bajo criterios de sostenibilidad e impulsar el cambio de modelo a través de políticas públicas, que estimule el uso de energías renovables y fomenten la contratación pública sostenible. Además, se pretende fomentar un turismo sostenible, que genere crecimiento económico y proteja la cultura y productos locales. No se debe olvidar, que en el fomento de un turismo sostenible, el destino tiene una importancia crucial, donde se in-

cluye, entre otros elementos, un comercio donde la sostenibilidad sea un aspecto estratégico. Es decir, para conseguir un turismo sostenible a partir de la propuesta de un destino sostenible, el comercio debe apostar por la sostenibilidad, ya que el concepto de turismo sostenible no se limita a los hoteles, restaurantes, bares, etc, sino a todos los elementos que conforman un "destino": infraestructura, gestión energética, comercio, movilidad sostenible, propuesta cultural (patrimonio cultural, museos, etc), gestión de residuos, jardines y parques, propuestas de actividades al aire libres, etc....

«El ODS 12 pretende cambiar el modelo actual de producción y consumo para conseguir una gestión eficiente de los recursos naturales»



Las empresas del sector privado juegan un rol clave para lograr estas metas, debiendo incorporar en sus modelos de producción y consumo criterios de *economía circular*, potenciando el consumo responsable entre sus grupos de interés y construyendo una

cultura empresarial ligada al *desarrollo sostenible*. Esto les permitirá también alinearse con los requisitos que se establecen en las nuevas normativas que se están desarrollando en los últimos años en España y Comunidad Valenciana.

¿Cómo puede un comercio contribuir al ODS 12?

Los comercios pueden contribuir de diferentes maneras al ODS 12. El comercio tiene su núcleo de negocio directamente ligado a este Objetivo 12, en la medida que es el punto donde se efectúa la *compra* y se *fomenta el consumo*. Por ello, la responsabilidad del comercio es, si cabe, aún mayor, independientemente de su subsector y tamaño, para que pueda tomar medidas y así contribuir al ODS 12.

Con las aportaciones por parte de los diferentes comercios, se va a intentar impulsar *modalidades de consumo y producción sostenible* para conseguir un planeta donde los recursos naturales se gestionen de forma responsable y eficiente, no se desperdicien alimentos y no se genere una incontrolada contaminación y desechos que perjudiquen al medioambiente y en definitiva a la misma sociedad que es "nuestro cliente". Además, busca impulsar la complicidad de todos los actores presentes en la sociedad: las *empresas*

(sector primario, industrias, logística y distribución, comercio...) la *administración pública* y la *sociedad civil* (consumidores) en general, fomentando un *consumo responsable* para alcanzar dicho objetivo 12. Por ejemplo, el sector agroalimentario es uno de los sectores con más impacto sobre los problemas que plantea en lo referente a este objetivo 12, ya que las cadenas agroalimentarias impactan sobre el medioambiente y su gestión ineficiente provoca un desperdicio de alimentos que se debería evitar. En España se desperdician alrededor de 7,7 millones de toneladas de alimentos al año, según el *Ministerio de agricultura, pesca y alimentación*. Para poder poner fin a esta situación es necesario que todas las empresas implicadas en la cadena de valor y de producto alimenticio, comiencen a adoptar criterios de *economía circular*, potenciar el consumo responsable entre sus clientes y construir una cultura empresarial ligada al *desarrollo sostenible*.

Un comercio puede colaborar en la consecución de este ODS, con alguna de las siguientes actuaciones propuestas:

- Integrar criterios de economía circular en el comercio, mediante políticas de prevención, reducción, reciclaje y reutilización de las materias primas, diseño adecuado de los envases y embalajes que utilicen, adaptar prácticas sostenibles y si se anima a relajar una memoria de sostenibilidad, reflejar las actuaciones que incidan en este objetivo 12.
- Tener una visión de ciclo de vida de los productos informando al cliente sobre cómo usar adecuadamente el producto para consumir menos energía, agua u otros materiales y como debe proceder una vez lo destine al abandono y pase a ser residuo. Darle una segunda oportunidad de manera adecuada y legal.
- Combatir el desperdicio alimentario en toda la cadena de valor y reducir las pérdidas de alimentos a lo largo de las cadenas de producción, distribución y suministro, en colaboración con proveedores, consumidores, minoristas y gobiernos.

- Minimizar la contaminación atmosférica, hídrica, del suelo y acústica y los residuos en los procesos de logística y distribución de productos y servicios e impulsar operaciones limpias, a través de elementos libres o bajos en sustancias y preparados peligrosos.
- Colaborar entre todos los comercios para potenciar buenas prácticas y procedimientos de producción y consumo sostenible.
- Impulsar la formación a los empleados, proveedores y consumidores en educación ambiental y compra responsable.
- Potenciar la venta de productos con sistema de ecoetiquetado y proporcionar información ambiental de los productos vendidos de manera transparente y confiable a los consumidores y otros grupos de interés.
- Promover envases y embalajes más sostenibles utilizando materiales biodegradables y colaborando con la cadena de valor para promover su reutilización y reciclaje.
- Participar en aquellos proyectos de I + D+ i para conseguir productos innovadores que disminuyan el impacto ambiental y contribuyan a la sostenibilidad.
- Llevar a cabo campañas de publicidad, marketing o sensibilización para fomentar las pautas de consumo responsable y sostenible entre la población de forma individual o en colaboración con asociaciones de consumidores u otras organizaciones de la sociedad civil. Por ejemplo, durante el mes de noviembre de 2017, En Ontinyent lanzaron una campaña, Pere Bernat, muy novedosa y comprometida con el medio ambiente (<http://comercioin.com/WEB/es/pere-bernat>), dentro de la campaña de concienciación y sensibilización de la población mediante unas actuaciones promovidas desde la Asociación de Comercio, el Ayuntamiento, la Generalitat Valenciana y la Diputación de Valencia.
- Informar de manera transparente y veraz, a los consumidores y clientes, de las bondades de los productos por su funcionalidad, beneficios y calidad, por ejemplo, sobre las frutas y verduras de tamaño y forma irregulares que se venden como alimentos frescos para el consumo humano y que en ocasiones son rechazadas injustificadamente.

Estas son un conjunto de actuaciones que quizá ya haya comercios que las están aplicando y otros que pudieran mejorar o aplicar. Deben servir como un inicio de reflexión para *pensar y actuar*.

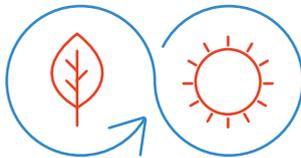
3

Participa en el ODS 12: 20 propuestas para comenzar.

Un ejercicio para comenzar es ordenar las propuestas anteriormente citadas en *actuaciones internas* y en *externas*, con el fin de organizar las acciones a realizar, que son las a continuación se van a proponer, más aquellas que fruto de la reflexión y propuesta de cada comercio pueda llevar a cabo.

→ 3.1 Actuaciones internas:

- ① Incorporar el ODS 12 en la visión empresarial, en las políticas y estrategias, y desarrollando objetivos e indicadores de sostenibilidad relacionados con este ODS. Por ejemplo, elaborando información pública sobre los esfuerzos e inversiones que está realizando el comercio en materia de sostenibilidad. Se podría anotar en una Excel sencilla de gestión de indicadores, el número de indicadores que el comercio se ha establecido con el fin de ser más sostenibles, analizando los valores entre series periódicas concretas (anuales).
Para saber más:
https://www.camaravalencia.com/es-ES/informacion/publicaciones-de-interes/publicaciones-y-documentos/comercio-distribucion/Documents/comercio_sostenible.pdf
- ② En el caso de la comercialización de alimentos, se ha de combatir el desperdicio alimentario en toda la cadena de valor y reduciendo las pérdidas de alimentos a lo largo de las cadenas de producción, distribución y suministro, en colaboración con proveedores, consumidores, minoristas y gobiernos. Por ejemplo, en una tienda de frutas, indicador de desperdicio de producto que no es apto para la venta. Anotar en una Excel sencilla de gestión de indicadores y analizar los valores entre meses y, con el tiempo, entre trimestres y otras series periódicas.
Mira esta solución:
<https://negociosostenible.camaravalencia.com/social/producto/servicio-contra-el-desperdicio-alimentario/>



- ③ Implantando medidas para optimizar el uso del agua y fomentando la reutilización hídrica en la extracción de materiales y transformación de productos. Por ejemplo, indicador de consumo de agua al mes. Anotar en una Excel sencilla de gestión de indicadores y analizar los valores entre meses y, con el tiempo, entre trimestres y otras series periódicas.

Para saber más:

<https://www.camaravalencia.com/es-ES/informacion/publicaciones-de-interes/publicaciones-y-documentos/comercio-distribucion/Documents/huella-hidrica.pdf>

- ④ Diseñando los productos y servicios de la empresa para que hagan un uso eficiente de la energía y los recursos naturales en todas las etapas a través de la cadena de valor. Por ejemplo, indicador de consumo de electricidad cada mes. Anotar en una Excel sencilla de gestión de indicadores y analizar los valores entre meses y, con el tiempo, entre trimestres y otras series periódicas.

Para saber más:

<https://www.camaravalencia.com/es-ES/informacion/publicaciones-de-interes/publicaciones-y-documentos/comercio-distribucion/Documents/comercio-cambio-climatico.pdf>

- ⑤ Extendiendo la vida útil del producto puesto en el mercado. Por ejemplo, para determinados productos y atendiendo a la información de los proveedores, se podría realizar un indicador de vida útil medio de los productos.

Anotar en una Excel sencilla de gestión de indicadores el tiempo de vida útil del producto que el proveedor califica a dicho producto.

Para saber más:

<https://www.camaravalencia.com/es-ES/informacion/publicaciones-de-interes/publicaciones-y-documentos/comercio-distribucion/Documents/economia-circular.pdf>

- ⑥ Invirtiendo en ecoinnovación para el desarrollo de prácticas y tecnología más sostenible. Promover la venta de productos que surgen de una ecoinnovación y primado aquellos que vienen avalados por entidades de certificación o centros tecnológicos/Universidades donde se hace patente sus propiedades más sostenibles frente a productos similares puestos en el mercado.

Para saber más:

https://www.camaravalencia.com/es-ES/informacion/publicaciones-de-interes/publicaciones-y-documentos/comercio-distribucion/Documents/cuaderno_ecodiseno.pdf

- ⑦ Fomentando el negocio con proveedores locales bajo criterios de sostenibilidad, reduciendo el impacto sobre el medioambiente del transporte de productos y servicios e impulsando una económica local sostenible. Por ejemplo, se puede establecer un indicador de proveedores de proximidad. Anotar en una Excel sencilla de gestión de indicadores el número de éstos y la participación en % de la cantidad total de venta. Se podría analizar los

valores entre meses y, con el tiempo, entre trimestres y otras series periódicas más largas. Es importante señalar que la característica de “proximidad” no puede tomarse como único requisito para poder decir que dicho producto es “más sostenible” se ha justificar con otros atributos que inciden en la sostenibilidad del producto.

- 8 En el caso de comercios que tengan productos perecederos o con fecha de caducidad determinada, es conveniente realizar un minucioso inventario con el fin de evitar el desperdicio o devolución por caducidad. Esta práctica habitual por motivos económicos tiene una trascendencia en el medio ambiente muy importante ya que se malgasta en materias primas, transporte aumentando la huella de carbono y colmata la gestión de residuos. Por ejemplo, indicador de cantidad de productos caducados y /o en mal estado cada mes. Anotar en una Excel sencilla de gestión de indicadores y analizar los valores entre meses y, con el tiempo, entre trimestres y otras series periódicas más largas.
- 9 La Optimización los envases y embalajes de los productos del comercio, utilizando materiales biodegradables y disminuyendo los residuos y la contaminación que generan. Optimizar el sistema de envase y embalaje es un beneficio económico, medioambien-

tal y social. Por ejemplo, indicador de consumo de materiales empelado para el envasado y embalaje de productos cada mes. Anotar en una Excel sencilla de gestión de indicadores, anotando la cantidad de envases y embalajes/ cantidad de producto (indicador Kr/Kp) y analizar los valores entre meses y, con el tiempo, entre trimestres y otras series periódicas más larga.

Para saber más:
<https://negociosostenible.camaravalencia.com/guia/guia-de-ecodisenode-envases-y-embalajes/>

- 10 Implantando sistemas certificados de gestión ambiental, eficiencia energética, economía circular (residuo cero), de ecodiseño y de información sobre sostenibilidad. En la actualidad todas estas actuaciones son susceptibles de ser certificadas bajo normas internacionales como ISO, GRI, ... o bien reglamentos o normas más locales o de ámbito nacional. En cualquier caso, los sistemas de certificación ayudan al comercio a organizarse de una manera concreta y avalan y dan una mayor credibilidad y confianza a los clientes, sobre su propósito y actuaciones realizadas, haciendo realidad la “mejora continua”.
- Para saber más:*
<https://negociosostenible.camaravalencia.com/guia/ejemplos-de-implantacion-iso-50001/>

→ 3.2 Actuaciones externas:

- 11 Integrando criterios de economía circular en la organización, mediante políticas de prevención, reducción, reutilización, reciclaje y valoración de residuos, adaptando prácticas sostenibles y reflejándolas en los informes de sostenibilidad.
Mira esta solución:
<https://negociosostenible.camaravalencia.com/ambiental/producto/aidimme-asesoramiento-en-memorias-de-sostenibilidad/>
- 12 Impulsando la eficiencia energética en toda la cadena de valor, incluidas la extracción, la fabricación, el embalaje y la logística, potenciando el uso de energías renovables.
Mira esta solución:
<https://negociosostenible.camaravalencia.com/ambiental/producto/instalaciones-solares-fotovoltaicas/>
- 13 Minimizando la contaminación atmosférica, hídrica, del suelo y acústica y los residuos en los procesos de producción y distribución de productos y servicios. Impulsando operaciones limpias, a través de elementos libres o bajos en sustancias tóxicas.
Mira esta solución:
<https://negociosostenible.camaravalencia.com/ambiental/producto/instalacion-de-contenedores-en-las-instalaciones-de-la-propia-empresa-o-de-su-red-de-contactos/>
- 14 Sustituyendo (retirando) gradualmente del mercado aquellos productos y servicios que impliquen un consumo excesivo de energía y de recursos naturales.
- 15 Utilizando materiales biodegradables, reciclables o reutilizables en la producción de productos y servicios colaborando con la cadena de valor.
Para saber más:
https://www.camaravalencia.com/es-ES/informacion/publicaciones-de-interes/publicaciones-y-documentos/comercio-distribucion/Documents/cuaderno_ecoeficiencia.pdf
- 16 Potenciando prácticas con el menor impacto negativo sobre la biodiversidad y los ecosistemas y potenciando aquellas que impacten de forma positiva sobre el medioambiente, la sociedad y la economía.
Para saber más:
https://www.camaravalencia.com/es-ES/informacion/publicaciones-de-interes/publicaciones-y-documentos/comercio-distribucion/Documents/Buenas_Practicas_Ambientales.pdf
- 17 Formando a empleados, proveedores y cadena de valor en su conjunto en prácticas y pautas de producción y consumo sostenible.
Mira el portal de sostenibilidad:
<https://negociosostenible.camaravalencia.com/ambiental/agenda/>

- 18 Potenciando el ecoetiquetado en los productos de la empresa y proporcionando información transparente y fiable a los consumidores y otros grupos de interés.

Mira esta solución:

<https://negociosostenible.camaravalencia.com/ambiental/producto/certificacion-de-sostenibilidad-y-contribucion-empresarial-a-los-ods/>

- 19 Estableciendo objetivo de reducción de residuos con el objetivo final de conseguir residuo cero. Economía circular.

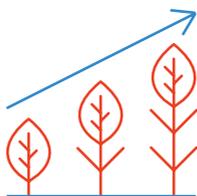
Mira esta solución:

<https://negociosostenible.camaravalencia.com/ambiental/producto/proyectos-integrales-de-economia-circular/>

- 20 Realizando un informe de progreso o memoria de sostenibilidad, para informar a sus grupos de interés de las contribuciones e implicaciones de la empresa en materia de sostenibilidad y fomentando estas prácticas en su cadena de suministro.

Mira esta solución:

<https://negociosostenible.camaravalencia.com/ambiental/producto/incrementamos-la-satisfaccion-y-motivacion-de-tus-trabajadores-a-traves-de-su-desarrollo-profesional-y-personal/>



camaravalencia.com

Cámara
Valencia

Cuaderno de Comercio y Sostenibilidad:
ODS 12. Producción y consumo responsables



Cámara de Comercio de Valencia. C/Poeta Querol 15 - 46002 València
camaravalencia.com