



Cámara
Valencia

GUÍA DE

COMERCIO

SOSTENIBLE

www.camaravalencia.com

Noviembre 2017

INDICE

1 • I EL DESARROLLO SOSTENIBLE

- 1.1 • ¿En qué nos afectó y nos afecta estas Conferencias Internacionales?
- 1.2 • Y la UE, ¿Qué propone para el sector Comercio?
- 1.3 • En la actualidad: Objetivos de la ONU para el Desarrollo Sostenible. Agenda 2030.

2 • I CONSUMO Y PRODUCCIÓN SOSTENIBLES. EL PAPEL DEL COMERCIO

3 • I COMENCEMOS : ¿POR DÓNDE EMPIEZO PARA SER MÁS SOSTENIBLE?

- 1 • Economía
- 2 • Sociedad
- 3 • Medio ambiente

- Green Commerce
- La gestión de la energía y su impacto al medio ambiente.
- Comencemos por... Buenas prácticas medioambientales.



1 • EL DESARROLLO SOSTENIBLE

El desarrollo sostenible como *“una forma de desarrollo o progreso que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones venideras de satisfacer sus propias necesidades”*¹.

En pocas palabras, se puede definir, *desarrollo sostenible*, el mantenimiento y crecimiento del progreso económico y social respetando el medio ambiente y sin poner en peligro el uso futuro de los recursos naturales.

A finales de los años ochenta el informe Brudtland señaló ya que los países desarrollados, con sólo el 26% de la población mundial, consumían el 80% de la energía, el acero y otros metales y el papel del mundo, y el 40% aproximadamente, de todos los alimentos.

A partir de dicho informe, la ONU comenzó a proponer planes concretos para construir un *“estilo de vida realmente sostenible”* fundamentados en tres áreas principales de actuación:

- El crecimiento y la equidad económicos: sistemas y desarrollo económicos internacionales
 - La conservación de los recursos naturales y el medio ambiente para generaciones futuras
 - El desarrollo social: empleos, alimentación, educación, energía, cuidados de salud, agua, servicios sanitarios; respeto a la diversidad cultural y social; habilitando a todos los miembros de la sociedad para que sean protagonistas en formar su propio futuro.
5. Contaminación ambiental.

La primera Conferencia internacional sobre medio ambiente auspiciada por la ONU fue la *Conferencia de Estocolmo de 1972*. En dicha Conferencia se incorporó a los temas de trabajo de la

¹Comisión de Medio Ambiente y Desarrollo (1987). *Nuestro Futuro Común*. Alianza Editorial.



comunidad internacional la relación entre el desarrollo económico y la degradación ambiental, además de crearse el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA)² que es el principal organismo en materia de medio ambiente. Desde 1973 se han creado nuevos mecanismos y se han buscado medidas concretas y nuevos conocimientos para solucionar los problemas ambientales mundiales, combatir la pobreza y fomentar el desarrollo sostenible.

1.1 ¿En qué nos afectó y nos afecta estas Conferencias internacionales?

Tras el término de “*desarrollo sostenible*” subyace la definición conceptual de un modelo de desarrollo que va más allá del crecimiento económico de las empresas y de las personas de un país concreto, es el resultado de diferentes equilibrios con el fin de preservar tres tipos de valores: valor económico, valor ambiental y el valor social.

En 1983 la ONU se creó la “Comisión Mundial del Medio Ambiente y el Desarrollo”, con el objetivo de diseñar un “programa para el cambio”. Al frente del grupo de trabajo la ONU designó a Gro Harlem Brundtland a la que era por entonces primera ministra de Noruega. El resultado final, en 1987, de dicha Comisión se materializó con el llamado “Informe Brundtland” o “*Nuestro Futuro Común*”. En dicho Informe se propuso como vía alternativa al modelo de crecimiento, el “*desarrollo sostenible*”, definiéndose éste como:

² <http://www.cinu.org.mx/onu/estructura/programas/pnuma.htm>



"El desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades".

En la Cumbre de 1992 en Río de Janeiro la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y el Desarrollo (CNUMAD), participaron prácticamente todos los países del mundo y más de 105 jefes de Estado y de gobiernos. Uno de los documentos más interesantes que se publicaron en la Cumbre de Río fue la *"Declaración de Río sobre el medio ambiente y desarrollo"*, un breve texto que a partir de 27 puntos se proponía una serie de actuaciones y compromisos para los firmantes encaminadas a erradicar la pobreza y establecer un modelo de desarrollo sostenible en sus países.

Una de las conclusiones evidentes que la ONU iba extrayendo era que el desarrollo sostenible no era solamente un problema medioambiental, sino que debía incluir tanto al medio ambiente como al ser humano que habita en él. Este fue el reto de la nueva Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible que se celebró el año 2002, en Johannesburgo, donde se afirmó que dicha cumbre no era una reunión exclusivamente medioambiental sino algo nuevo y diferente, donde se hablaría del desarrollo económico, social y medioambiental, estando el hombre en el centro del debate. Pero con anterioridad a esa Cumbre hubo tres citas internacionales muy importantes y que fueron sentando las bases de la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible.

"El respeto de la naturaleza. Es necesario actuar con prudencia en la gestión y ordenación de todas las especies vivas y todos los recursos naturales, conforme a los preceptos del desarrollo sostenible. Sólo así podremos conservar y transmitir a nuestros descendientes las incommensurables riquezas que nos brinda la naturaleza. Es preciso modificar las actuales pautas insostenibles de producción y consumo en interés de nuestro bienestar futuro y en el de nuestros descendientes".³ "Declaración del Milenio"⁴.

³ Declaración del milenio, punto 6. Resolución aprobada por la Asamblea General de la ONU 2000.

⁴ <http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/ares552.html>

1.2. Y la UE, ¿Qué propone para el sector Comercio?

Desde la UE se han establecido los siguientes objetivos prioritarios para la sostenibilidad en el sector comercial, animando a los Estados miembros a que:

- Fomenten el desarrollo de *sistemas de gestión medioambiental (EMAS, ISO 14001, etc...)*, entre los comercios, incidiendo en la necesidad de una mayor sensibilización, así como programas de formación profesional y asistencia técnica.
- Política integrada y orientada hacia *el análisis del ciclo de vida del producto*, con propuestas concretas con el fin de reducir los residuos generados en un comercio.
- Mejorar la legislación y otros instrumentos en lo que se refiere al control integrado de la contaminación, favoreciendo una mayor integración de los costes externos e impulsando los acuerdos voluntarios entre sectores.
- Aplicación del principio de *quién contamina paga*, controlando a aquellos que no queriendo internalizar los costes de una adecuada gestión ambiental, no cumplen sistemáticamente la legislación y normativa vigente y que le es de aplicación.
- Mayor sensibilización de las empresas de comercio y distribución con respecto a los problemas medioambientales, mediante mayor información a las empresas sobre las mejores técnicas disponibles, los impactos de los materiales del producto y de embalaje, de modos de ser más *ecoficiente*, del etiquetado ecológico, del *ecodiseño*, etc...
- Fomento de la *Compra Pública Verde*, siendo conscientes que el 16% de la acción comercial la realizan las administraciones en toda la UE.
- Definición de empresas ecológicas y productos ecológicos, facilitando su desarrollo
- Prioridad a los problemas de las pyme para el desarrollo y el uso de tecnologías limpias para el medio ambiente, su aplicación y necesidad de ayuda a la financiación de dichas



tecnologías más limpias.

- Políticas dirigidas hacia un desarrollo de comercios sostenibles, que incluyan la definición del concepto de *eficiencia ecológica*, en la colaboración entre los gobiernos y las empresas, valiéndose de la capacidad innovadora de la industria/comercio y de incentivos adecuados y condiciones ventajosas tanto para la oferta como para la demanda.

1.3 En la actualidad: Objetivos de la ONU para el Desarrollo Sostenible. Agenda 2030

La Asamblea General de la ONU adoptó en 2015 la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

Los 17 objetivos que se desarrollan en dicha Agenda son:

- 1 • Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.
- 2 • Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.
- 3 • Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.
- 4 • Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.
- 5 • Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.

- 6 • Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.
- 7 • Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.
- 8 • Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.
- 9 • Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.
- 10 • Reducir la desigualdad en y entre los países.
- 11 • Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.
- 12 • Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.
- 13 • Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.
- 14 • Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.
- 15 • Promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y frenar la pérdida de la diversidad biológica.
- 16 • Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.



- 17 • Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

2 • | CONSUMO Y PRODUCCIÓN SOSTENIBLES. EL PAPEL DEL COMERCIO

De los 17 objetivos propuestos para hacer realidad el desarrollo sostenible nos vamos a detener en el 12.

El consumo y la producción sostenible, es el Objetivo 12, de los planteados desde la ONU. Consiste en fomentar el uso eficiente de los recursos y la energía, la construcción de infraestructuras que no dañen el medio ambiente, la mejora del acceso a los servicios básicos y la creación de empleos ecológicos, justamente remunerados y con buenas condiciones laborales. Todo ello se traduce en una mejor calidad de vida para todos y, además, ayuda a lograr planes generales de desarrollo, que rebajen costos económicos, ambientales y sociales, que aumenten la competitividad y que reduzcan la pobreza.

El objetivo del consumo y la producción sostenibles es hacer *más y mejores cosas con menos recursos*. Se trata de crear ganancias netas de las actividades económicas mediante la reducción de la utilización de los recursos, la degradación y la contaminación, logrando al mismo tiempo una mejor calidad de vida. En ese proceso participan distintos agentes, entre ellos empresas, comerciantes, consumidores, políticos, investigadores, científicos, medios de comunicación y organismos de cooperación para el desarrollo.

También es necesario adoptar un enfoque sistémico y lograr la cooperación entre los participantes de la cadena de suministro, desde el productor hasta el consumidor final. Consiste en sensibilizar a los consumidores mediante la educación sobre los modos de vida sostenibles, facilitándoles información adecuada a través del etiquetaje y las normas de uso.

La consecución de este Objetivo requiere un sólido marco para el consumo y la producción sostenibles que esté integrado en los planes nacionales y sectoriales, en las prácticas comerciales sostenibles y en el comportamiento de los consumidores. También

precisa que se respeten las normas internacionales sobre la gestión de los productos químicos y los desechos peligrosos.

• Desvincular el *crecimiento económico* del uso de los recursos naturales es fundamental para el desarrollo sostenible. Las cifras mundiales, sin embargo, apuntan a un empeoramiento de las tendencias: el consumo interno de materiales (la cantidad total de recursos naturales utilizados en procesos económicos) aumentó de 1,2kg a 1,3 kg por unidad del PIB entre 2000 y 2010. El consumo interno de materiales total también aumentó durante el mismo período, de 48 700 millones de toneladas a 71 000 millones. Ese aumento se debió en parte a un mayor uso de los recursos naturales, en particular en Asia Oriental.

• Los países siguen haciendo frente a problemas relacionados con la contaminación atmosférica, del suelo y del agua, y con la exposición a productos químicos tóxicos, bajo los auspicios de acuerdos ambientales multilaterales. Casi todos los Estados Miembros de las Naciones Unidas son parte en uno de esos instrumentos, como mínimo. Con arreglo a las obligaciones contraídas en virtud de tales convenios, los países deben presentar periódicamente datos e información sobre los desechos peligrosos, los contaminantes orgánicos persistentes y las sustancias nocivas para el ozono. Sin embargo, entre 2010 y 2014, solo proporcionaron los datos y la información solicitados el 57% de las partes en el Convenio de Basilea sobre el Control de los Movimientos Transfronterizos de los Desechos Peligrosos y su Eliminación, el 71% de las partes en el Convenio de Rotterdam sobre el Procedimiento de Consentimiento Fundamentado Previo aplicable a Ciertos Plaguicidas y Productos Químicos Peligrosos objeto de Comercio Internacional, y el 51% de las partes en el Convenio de Estocolmo sobre Contaminantes Orgánicos Persistentes. Todas las partes presentaron los informes solicitados en virtud del Protocolo de Montreal relativo a las Sustancias que Agotan la Capa de Ozono.

De este Objetivo número 12, se establecieron una serie de metas:

- : 12.1 · I 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 · I De aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales.
- 12.3 · I De aquí a 2030, reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per cápita 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 · I 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 · I De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.
- 12.6 · I 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.



12.7 · I Promover prácticas de adquisición pública que sean sostenibles, de conformidad con las políticas y prioridades nacionales.

12.8 · I 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.a · Ayudar a los países en desarrollo a fortalecer su capacidad científica y tecnológica para avanzar hacia modalidades de consumo y producción más sostenibles.

12.b · 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.c · Racionalizar los subsidios 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

Estos objetivos, los Estados miembros de la ONU deben llevarlos a la práctica en diversos formatos: legislaciones, normas voluntarias, incentivos fiscales, subvenciones, campañas de sensibilización e información, etc... Al final, afectará y llegarán a los comercios de una u otra forma. Por ello los comercios deben estar bien informados y deben jugar un papel proactivo ante todo este movimiento que va a afectar a nuestro modo de vivir, de consumir, en definitiva de relación en el mercado.

Un nuevo paradigma de relación comercial se está ya generando, ya no basta sólo la transacción económica, que siendo relevante no es suficiente para la adquisición de productos y servicios. Aquél comercio que esté preparado para estos cambios se encontrará en una posición de ventaja competitiva y podrá afrontar los nuevos retos con mayor empeño.



Fuente: ONU
www.grupotp.org



3 • I COMENCEMOS: ¿POR DÓNDE EMPIEZO PARA SER MÁS SOSTENIBLE?.

Los primeros pasos para ser más sostenible es comenzar por informarse sobre lo que es el desarrollo sostenible, ya esta misma Guía, ayuda al comercio a tener un conocimiento inicial de los que es y supone acercarse a la sostenibilidad.

El camino que emprende un comercio hacia la sostenibilidad puede llevarse a cabo a través de la *Responsabilidad Social de la Empresa*, que es la contribución que una empresa realiza al desarrollo sostenible. Es decir, se va a realizar un planteamiento a partir de actuaciones en los tres vectores del desarrollo sostenible: *economía, sociedad y medio ambiente*.

1 • I Economía.

Son acciones propias del vector *economía*, en una empresa sostenible:

- a. el mantenimiento de los puestos de trabajo y su incremento sostenible, con salarios dignos y ajustados a la normativa obligatoria y/o acuerdos voluntarios, en condiciones laborales adecuadas donde la seguridad y la prevención de riesgos laborales sea un trabajo prioritario.
- b. Es evidente que un adecuado ambiente laboral, donde se facilita y concilia la vida familiar y laboral, se tiende al respeto de la diversidad y no discriminación por género, creencia, ideas, etc..., la implantación de planes de igualdad, ayudarán al comercio a ser más competitivo.
- c. Transparencia, donde se comunica de manera transparente los valores y la estrategia a seguir por parte de la empresa. El cumplimiento de la legislación y normativa en materia, fiscal, laboral, mercantil, ambiental, etc...
- d. Acompañamiento al trabajador en su formación y capacitación dotándole de los concomimientos y destrezas necesarias para el desempeño de sus labores diarias, así como el diseñar de manera sencilla un plan de carrera y de desarrollo profesional del trabajador, etc...

Sin duda, todos estos instrumentos consiguen una mejora directa



de la competitividad de las empresas comerciales.

Sabe destacar que la *formación* del trabajador es un aspecto fundamental para que la empresa pueda ser más eficiente y consecuentemente colabore éste en el crecimiento económico del comercio.

Los instrumentos anteriormente mencionados junto con la *innovación*, es lo que hará de la empresa, en concreto, un comercio, sea una empresa más *sostenible* y *competitiva*.

.... 2 • I Sociedad.

El vector *social*, se conoce como la *acción social* de las empresas. Indudablemente, el comercio a nivel local, siempre ha sido una de las actividades económicas más importantes desde que el hombre pudo crear excedentes de productos y dedicarlos a intercambiarlos entre tribus y pueblos vecinos, naciendo el *comercio*.

El comercio "*al detall*", es un lugar no sólo de transacción económica, sino va más allá, estableciéndose un punto de intercambio de información, de sensibilización en tendencias y modas y un lugar de relación entre personas, necesaria para nuestro desarrollo personal y social.

Los estilos de vida también definen nuestra identidad; expresamos a los demás los valores que nos mueven en nuestra vida diaria. *Crear estilos de vida sostenibles* significa repensar nuestras formas de vida, cómo compramos, qué consumimos y cómo organizamos nuestra vida cotidiana. El comercio y las empresas en general, puede ayudar a desarrollar soluciones innovadoras para estilos de vida sostenibles, mientras que la educación y la información son cruciales para comprometer a los ciudadanos y jóvenes sobre cómo tomar decisiones de estilo de vida sostenible y consumir mejor.



Por ello, cuando el sector comercio opta decididamente por potenciar el desarrollo sostenible, pasa por el fomento de un *estilo de vida más sostenible*. Por una transmisión de información transparente y veraz, que genera confianza en el cliente y le provoca a éste un cambio de motivación en la compra en dicha tienda, pasando de la compra exclusiva del “*precio*” al “*aprecio*”, ya que el cliente valorará el esfuerzo que realiza dicho comercio en favor de la sostenibilidad.

La *acción social*, un acto de devolución a la misma sociedad de parte de los beneficios que la empresa obtiene por su actividad económica y en favor del bien común. Hay múltiples ejemplos y buenas prácticas en esta materia.

Entre los *beneficios* que una gestión socialmente responsable puede conllevar destacamos los siguientes: *mayor eficiencia* en la gestión, *mejora de imagen y marca de la empresa* y *mejoras sobre los valores y el entorno* de la empresa.

Siendo conscientes de los beneficios y oportunidades potenciales que trabajar en los aspectos sociales o acción social en el marco del desarrollo sostenible puede aportar a un comercio, es igualmente relevante destacar algunas de las implicaciones que supone la asunción de un enfoque socialmente responsable en la dirección de la empresa, entre otras:

- **Convicción:** la dirección del comercio debe asumir con total convencimiento la voluntad de hacer suyos determinados valores y principios de actuación orientados a satisfacer las expectativas de las partes interesadas y mostrar permanentemente un comportamiento ético y responsable.
- **Coherencia:** los valores y cultura empresarial del comercio en concreto, inspirados en el desarrollo sostenible, deben ser coherentes con las decisiones estratégicas y las acciones desarrolladas por dicho comercio.
- **Compromiso y responsabilidad:** los objetivos asumidos públicamente en favor del desarrollo sostenible deben asumirse y cumplirse siendo conscientes de sus consecuencias e impactos.
- **Enfoque estratégico:** la integración de la acción social y por extensión del desarrollo sostenible en un comercio debe partir del más alto nivel, afectando a las estrategias, políticas y objetivos que desde la dirección de éste se defina.





•**Sensibilización:** el éxito y permanencia del desarrollo sostenible, como modelo de desarrollo, se sustenta en la sensibilización continua tanto de las personas que conforman la empresa como de las partes interesadas con las que se relaciona (clientes, proveedores, ...).

•**Medición y mejora continua:** el seguimiento y control de los avances registrados garantizan la mejora progresiva de los modelos empresariales alineados con el desarrollo sostenible.

•**Transparencia y comunicación:** ya es en sí mismo una acción social el transmitir a la sociedad con rigor e imparcialidad, las actuaciones en esta materia que el comercio esté realizando o haya planificado el llevar a cabo. El sistema de planificar a través de marcarse objetivos y metas de una manera sencilla, es muy adecuado para la gestión de un comercio.

TRABAJO A PARTIR DE OBJETIVOS Y METAS.

El trabajo de planificación de las acciones sociales debe permitir a la empresa:

- Definir los objetivos de la empresa en el marco del desarrollo sostenible.
- Identificar las acciones asociadas al cumplimiento de estos objetivos.
- Coordinar los recursos de manera eficiente y eficaz en la realización de las acciones.
- Establecer un sistema simple de seguimiento y control de ejecución de las actividades planificadas por el comercio.

La Acción social en el marco del desarrollo sostenible hace referencia a actuaciones que benefician a la Comunidad donde está implantado el comercio como la colaboración con ONG, u otras asociaciones de ámbito civil/social que benefician a un colectivo concreto, o el patrocinio de actividades *culturales* (fallas, bandas

- de música, grupos juveniles...), lúdico deportivas (patrocinio de equipos de fútbol, rugby, etc), con *colectivos más desfavorecidos* (donación de alimentos y otras acciones) colaboración con el Ayuntamiento de la localidad para *engalanar* en épocas concretas del año y mantener limpio el barrio donde se ubique el comercio, como otras buenas prácticas que se realicen desde los comercios.

En este contexto, la aplicación de acciones sociales por parte del comercio tiene como objetivo invertir en su *futuro*, ya que se espera que el compromiso que han adoptado voluntariamente con la sociedad, contribuya a incrementar su rentabilidad, competitividad y permanencia en el mercado, además de ser la contribución empresarial al desarrollo sostenible.

3 • I Medio Ambiente.

Las diferentes acciones a desarrollar en el vector medio ambiente, son múltiples y están muy relacionadas entre los otros dos vectores, economía y sociedad. Por ejemplo un comercio que mejore la eficiencia energética, esta a su vez mejorando su cuenta de resultados económico, ya que reduce la factura de la luz y en consecuencia los gastos, pero también mejora el medio ambiente ya que colabora en la lucha contra el cambio climático reduciendo su *huella de carbono* debido a la reducción de gases de efecto invernadero, favoreciendo al medio ambiente y a la sociedad en general. Como se puede ver muchas de las actuaciones en el ámbito medioambiental se interrelacionan con lo económico y por extensión con lo social.

Otra relación muy interesante entre los vectores medio ambiente y economía es la llamada *economía circular*.

La economía circular sigue siendo un concepto muy relacionado con la eficiencia y con aprovechar al máximo los recursos, agua y energía, así como dar una "segunda oportunidad" a aquello que desechamos. La economía circular es evitar que los vertederos se colmaten, que utilicemos materias primas a partir de recursos naturales, cuando tenemos la posibilidad de abastecernos a partir de otros materiales que se desechan. Pero la efectividad de esta economía circular pasa por asumir la necesidad de cambios en nuestro estilo de vida que garanticen un futuro sostenible.





La Unión Europea y otras organizaciones de todo el mundo están logrando avances significativos en la lucha contra el cambio climático mediante la reducción de las emisiones de carbono. Se está demostrando que la disminución de las emisiones de carbono no perjudica el crecimiento económico, sino todo lo contrario. Se trata de pasos positivos, pero sabemos que estas medidas no serán suficientes para garantizar un futuro con bajos índices de carbono o que alcancemos el objetivo a largo plazo de la UE de «vivir bien, respetando los límites de nuestro planeta».

A finales de 2015, la Comisión Europea propuso un paquete legislativo sobre la economía circular, que constituye la respuesta de Europa para los años venideros. El paquete contempla diferentes fases del ciclo de vida extendido de un producto: desde la producción, la distribución y venta, pasando por el consumo, hasta la gestión de los residuos. Las acciones propuestas están concebidas para que los beneficios repercutan tanto en el medio ambiente como en la economía. Su objetivo es lograr que los materiales físicos y su valor se mantengan el mayor tiempo posible en el ciclo económico, y así se reduzcan los residuos, se fomente el ahorro energético y se disminuyan las emisiones de gases de efecto invernadero. Las propuestas están respaldadas por 54 medidas, que en la actualidad se traducen en políticas concretas en múltiples actividades y sectores económicos.

El cambio hacia una economía circular contribuirá a mitigar los problemas para el medio ambiente y para la salud de las personas que provoca la economía lineal actual, basada en el concepto de «producción-consumo-eliminación». No obstante, será necesario emprender cambios profundos en los sistemas de producción y consumo que vayan más allá del uso eficiente de los recursos y el reciclado de los residuos

Las acciones propuestas por la Unión Europea a través de las modificaciones legislativas y diseño de Planes de actuaciones, contribuirán a "cerrar el círculo" de los ciclos de vida de productos

a través de una mayor reciclaje y reutilización, y aportar beneficios tanto para el medio ambiente y la economía.

Las propuestas legislativas revisadas sobre residuos establecieron metas concretas para la reducción de residuos y establecen un camino ambicioso y creíble a largo plazo para la gestión de residuos y el reciclaje. Los elementos clave de la propuesta revisada de residuos incluyen:

- Un objetivo común de la UE para reciclar el 65% de los residuos municipales para el año 2030;
- Un objetivo común de la UE para reciclar el 75% de los residuos de envases en 2030;
- Un objetivo vertedero unión a reducir los residuos hasta un máximo de 10% de los residuos municipales para el año 2030;
- La prohibición de vertido de residuos recogidos de forma selectiva;
- Promoción de instrumentos económicos para desalentar el depósito en vertederos; las definiciones simplificadas y mejoradas y métodos de cálculo armonizados para las tasas de reciclaje en toda la UE; medidas concretas para promover la reutilización y estimular la simbiosis industrial convirtiendo una industria de subproducto en la materia prima de otra industria; incentivos económicos para los productores pongan productos más ecológicos en los planes de recuperación de apoyo al mercado y y reciclaje (por ejemplo, para el embalaje, baterías, equipos eléctricos y electrónicos, vehículos).



La economía circular ofrece una oportunidad para reinventar nuestra economía, por lo que es más sostenible y competitivo. Esto traerá beneficios para las empresas europeas, las industrias, los comercios y los ciudadanos por igual.

Green Commerce

Una experiencia en temas ambientales en el comercio es Green Commerce, proyecto apoyado por el Programa Life de la UE. Los principales objetivos del proyecto Green Commerce son:

- Implicar al pequeño comercio en la lucha contra el cambio climático
- Promover la responsabilidad medioambiental en el sector comercial
- Reducir el consumo energético y la producción de residuos mediante técnicas sencillas
- Estimular la innovación en temas medioambientales en el comercio difundiendo casos de éxito
- Sensibilizar a los consumidores sobre el desarrollo de hábitos de compra medioambientalmente respetuosos.

Según Green Commerce...

A grandes rasgos, se estima que el sector comercial puede ser el responsable de entre el 2 y el 3,5% de las emisiones del dióxido de carbono europeas. Los procesos en los que está implicado el comercio como eslabón de la cadena de suministro y distribución están en el centro de la discusión sobre los aspectos clave de definen las políticas de desarrollo sostenible: transporte, industria alimentaria, residuos, etc.

El sector comercial minorista está evolucionado en la dirección adecuada, reduciendo progresivamente el impacto de sus operaciones. Esto se debe, en gran medida por la adaptación de creciente regulación medioambiental, el desarrollo de tecnologías más eficientes, pero también por las propias decisiones éticas de los empresarios y adaptación a las preferencias de los consumidores, que valoran, cada vez más, la diferenciación y comercialización de servicios y productos considerados como "verdes".

Los principales ámbitos donde se concentran los problemas medioambientales del pequeño comercio, y por tanto, donde va a incidir el proyecto son:

- ***Energía:** Los ámbitos donde el comercio puede hacer mayores mejoras en ahorro energético son, sobre todo, en iluminación,

- acondicionamiento térmico y refrigeración.

- ***Reciclado de residuos:** Aproximadamente entre un 10% y un 15% de los residuos locales procede del sector comercial en forma de residuos comerciales, con la problemática añadida del gran volumen que ocupan.
- ***Bolsas de plástico, empaquetado:** Los plásticos desechables que se usan en embalajes, bolsas de plástico o botellas, representan casi un 40% del consumo europeo. Se estima que cada persona utiliza entre 130 y 160 bolsas de plástico al año.
- ***Agua:** Determinados subsectores y tipologías comerciales (por ejemplo el de la alimentación), son grandes consumidores de agua, lo que contribuye a agravar el problema de déficit hídrico de algunas regiones, especialmente en el ámbito mediterráneo. A través de este proyecto se pretende impulsar la puesta en marcha de medidas de ahorro de este recurso.
- ***Ecoetiquetado y consumo responsable:** El ecoetiquetado es un distintivo que informa y estimula a los consumidores a escoger productos y servicios con menores repercusiones sobre el medio ambiente. Si bien los ciudadanos se declaran preocupados por el medio ambiente, esta preocupación no es suficiente para que influya en su comportamiento habitual a la hora de la compra. Las etiquetas de calidad ambiental siguen siendo poco conocidas entre los ciudadanos. La Ecoetiqueta Europea mantiene unos niveles de reconocimiento bajos.
- ***Transporte:** Las actividades de distribución y suministro a los establecimientos comerciales generan impactos medioambientales derivados básicamente de las actividades de transporte. Un pequeño establecimiento realiza de media, diariamente, unas diez actividades de carga y descarga de mercancías, si bien en algunos subsectores (alimentación) son mucho más numerosas. El transporte de mercancías a los comercios, que se realiza generalmente mediante vehículos convencionales, genera en un establecimiento de tamaño medio entre 4 y 5 toneladas de CO₂eq al año, al que hay que añadir otros efectos derivados que produce en las ciudades y el impacto de otras actividades de la cadena logística y de distribución.





- ***Equipamiento comercial:** Es habitual encontrar en los pequeños comercios, diversos aparatos electrónicos como refrigeradores, hornos, teléfonos, fax, scanners, impresoras, copadoras, televisiones, DVD, equipos de audio, máquinas de vending (expendedoras), etc. Se pretende estimular el uso de equipamiento más eficiente en el sector comercial, certificada energéticamente y demostrando los beneficios ecológicos y económicos que suponen la implantación de dichos sistemas

La gestión de la energía y su impacto al medio ambiente.

La energía es esencial para el desarrollo económico y social y para mejorar la calidad de vida. Un desarrollo sostenible debe responder a las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras a la hora de satisfacer sus propias necesidades. Para un desarrollo sostenible es determinante el tipo de energía que se utiliza. Existen dos grandes grupos de energía en función de sus fuentes:

1. *Energía no renovable* (proviene de fuentes que se van agotando ya que no se puede reemplazar. Energías fósiles, energía nuclear)
2. *Energía renovable* (proviene de fuentes de energía naturales que no se agotan. Hidroeléctrica, solar, eólica, geotérmica, biomasa, etc..).

La producción, distribución y comercialización supone un coste que se incluye en la factura final de todo usuario. Si un comercio quiere ser más competitivo deberá reducir la factura energética (incluyendo consumo de electricidad, gas y otros combustibles para la movilidad de su flota de coches, camionetas de reparto, etc..).

Para empezar a trabajar la gestión energética en un comercio existen dos medidas sencillas que puede aplicar inmediatamente:

el ahorro de energía y la eficiencia energética. Es decir: **consumir menos y consumir mejor**. Comenzar por ahorrar energía y/o ser más eficiente es ser más competitivo.

En este contexto de competitividad entre las empresas, la energía juega un papel fundamental a la hora de suministrar los servicios y la calidad que un comercio ofrece a sus clientes. Es por ello que los objetivos de control de la demanda y el ahorro de energía se convierten en un aspecto de gestión empresarial de vital importancia y que debe asumir el sector del comercio, donde existe todavía un potencial importante para la mejora de la eficiencia energética.

El comercio deberá analizar las distintas vías y estrategias para reducir los consumos energéticos, mejorar su eficiencia y reducir sus costes energéticos y minimizar también el impacto medioambiental asociado a este consumo energético. A menor consumo energético menos emisión de gases de efecto invernadero y dicho comercio estará colaborando en la lucha contra el cambio climático.

La Comisión Europea ha señalado al sector comercial como uno de los sectores en los que el ahorro de energía puede ser más significativo, con un potencial de reducción estimado del 30% sobre el consumo actual.

En la actualidad uno de los mayores impactos al medio ambiente



por el uso de la energía es el cambio climático. Cuanta más energía se utilice más gases de efecto invernadero se estará emitiendo a la atmósfera con las consecuencias que nos están advirtiendo constantemente los científicos y técnicos conocedores de este fenómeno de origen humano. Nuestras actividades económicas influyen en nuestro entorno. Por eso ser más eficiente energéticamente no sólo conlleva una mejora en nuestros resultados económicos, sino una mejora al medio ambiente de forma sustancial.

La huella de carbono de un establecimiento comercial es el conjunto de emisiones de CO₂ que genera la actividad de este establecimiento.

La principal fuente de emisiones directas de un establecimiento comercial es el consumo energético en iluminación, climatización, calefacción, ventilación, y en los establecimientos de alimentación, en refrigeración. Si disminuye el consumo de energía, disminuye también la huella de carbono del establecimiento comercial.

Otras fuentes generadoras de emisiones de CO₂ en un establecimiento comercial están relacionadas con el transporte de mercancías y el transporte del personal y los clientes.

Controle el consumo de energía por segmentos: iluminación, climatización, frío industrial. Le ayudará a detectar dónde centrar sus esfuerzos de ahorro energético. Utilice aparatos eficientes energéticamente. Mire la etiqueta antes de comprarlos. Son más caros en el momento de compra pero gastan menos energía y se amortizan en pocos años.

Recuerde que cada kilovatio no consumido le reportará un ahorro energético y económico, mejorará la competitividad de su empresa, disminuirán las emisiones de gases de efecto invernadero y contribuirá al desarrollo sostenible y a la lucha contra el cambio climático

Comencemos por..... Buenas Prácticas Medioambientales.

Las Buenas Prácticas Medioambientales se pueden definir como *aquellas acciones que pretenden reducir el impacto ambiental*

negativo que causan las actividades económicas (procesos productivos) a través de cambios en la organización de los procesos y las actividades.

La aceptación de las Buenas Prácticas se debe a su simplicidad y bajo coste, así como a los resultados rápidos que se obtienen, suelen ser muy útiles y sencillas de aplicar. Como resultado de la implantación de las Buenas Prácticas se conseguirá:

- Reducir el consumo y el coste de la gestión de residuos (agua, energía, residuos, etc.), así como identificar posible subproductos
- Reducir las emisiones a la atmósfera, los ruidos y los vertidos de aguas.
- Mejorar la competitividad de la empresa.

De las posibles Buenas Prácticas, en principio, se han seleccionado aquellas que pueden ser de mayor interés para los comercios y se han clasificado en:

- a. Energía.
- b. Compras
- c. Limpieza
- d. Agua
- e. Riego
- f. Papel
- g. Información a los trabajadores.

a. Energía.

- Apagar las luces del puesto de trabajo/salas, servicios, almacén... cuando no sean necesarias y no haya presencia (instalar detectores de presencia, ...).
- Usar la climatización sólo cuando sea necesario.
- Evitar las corrientes de aire y cerrar correctamente puertas y ventanas, así se evitan pérdidas en los sistemas de aire acondicionado y calefacción y se disminuye el consumo de energía.
- Usar luz natural en la medida de lo posible. Mantenga las ventanas limpias y anime al personal a abrir las persianas en lugar de encender las luces.
- Utilizar lámparas de bajo consumo con tecnología LED u otra que suponga un ahorro en su consumo y sea adecuada al uso que se le vaya a destinar.
- La utilización de protecciones solares como toldos o cortinas, son un buen sistema para reducir la ganancia solar





en verano.

- Pintar la pared exterior en colores claros, permite que el sol refleje en la misma y evita el calentamiento del interior.
- Se recomienda zonificar el comercio, ya que han de refrigerarse sólo aquellas zonas que estén siendo ocupadas.
- Controlar la temperatura tanto en invierno como en verano (se considera apropiado mantenerse en torno a los 22 ° C).
- Aislar los edificios, se hará más eficaz la climatización evitando un consumo innecesario.



∴ b. Compras

- Comprar productos que vengan con el mínimo embalaje, o en envases con materiales de fácil reciclaje, biodegradables y de fácil valorización.
- Tener en cuenta antes de la compra de cualquier producto, la existencia de otros, de prestaciones iguales, que sean más respetuosos con el medio ambiente, como productos con sistema de etiquetado ecológico acreditado.
- Valorar el coste de la materia prima con criterio ecológico.
- En la compra de electrodomésticos tener en cuenta la información que lleva la "etiqueta energética" indicando el consumo de agua y de energía.
- Si se va a planificar compra de vehículos y es adecuado, optar por vehículos eléctricos, híbridos y/o fomentar el uso compartido de vehículos

∴ c. Limpieza

- Vigilar los productos químicos empleados en la limpieza, comprar productos señalados con menor agresividad ambiental.
- No verter al sistema de saneamiento público los restos de productos de limpieza. Utilizar los productos según las cantidades idóneas de dosificación que indique el fabricante, mantenerlos bien cerrados (para evitar emanaciones), aislados y guardados adecuadamente.
- Etiquetar bien los productos de limpieza evita peligro de accidentes.



- Almacenar los productos de limpieza de manera adecuada evitando derrames o pasarse de la fecha de caducidad.

d. Agua

- Asegurarse de cerrar bien los grifos y que no existan fugas y/o pérdidas. Arreglar los goteos de los grifos e informar a los usuarios. Una pérdida continuada puede desperdiciar hasta 20 litros de agua al día.
- En épocas de cierre estacional con cierta duración (vacaciones de verano, otras...), asegurarse que todas las llaves y grifos están bien cerradas.
- Cerrar los grifos durante el enjabonado de manos.

e. Riego

- En pequeñas instalaciones el agua de lluvia puede utilizarse para regar los jardines. Únicamente es necesario disponer de un sistema de captación, un depósito para su acumulación y un equipo de presión.
- En las zonas verdes está muy recomendado el riego por goteo o microaspersión, así como regar en horas donde el sol incida con poca intensidad para evitar evaporación. Crear zonas de umbría mediante técnicas de plantación de árboles para así reducir la temperatura del suelo y la evaporación.
- Utilizar especies de vegetación que requieran poca cantidad de agua y autóctona.

f. Papel

- Uso de papel reciclado y libre de cloro para cuadernos de notas, cartas, facturas, alimentación de ordenadores, folletos promocionales, tarjetas de visita, etc.
- Escribir, imprimir y fotocopiar por las dos caras, siempre que sea posible.
- Usar el papel escrito por una cara como papel borrador.
- Trabajar en soporte informático, reduciendo el uso de papel.
- Tirar el papel usado en las papeleras específicas para papel reciclado que hay al lado de las fotocopadoras. Fomentar la recogida selectiva desde origen.





- Utilizar medios de comunicación electrónicos para reducir el uso de impresoras.
- Comprar papel higiénico certificado con sistemas de bosques certificados donde se realiza gestión sostenible, evitando aquellos que llevan colorantes.

g. Información a los trabajadores.

- Es necesaria una adecuada formación ambiental a los trabajadores para que luego éstos puedan comunicar a los clientes las mejoras medioambientales de los servicios que ofrece el establecimiento.
- Facilitar formación ambiental al personal del departamento de compras, para evitar la adquisición de productos agresivos para el medio ambiente.
- Facilitar el conocimiento de los símbolos de peligrosidad y toxicidad y los logos y sistemas de etiquetado que identifican a los productos ecológicos.
- Colocar carteles en distintos puntos de las instalaciones informando sobre las buenas prácticas que los usuarios y trabajadores pueden adoptar en sus actividades diarias. Importante publicar información ambiental verdadera y no engañosa ya que de lo contrario se puede volver en su contra.

PARA SABER MÁS ...

- ... Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. ONU.
<http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/la-agenda-de-desarrollo-sostenible/>
- ... Estrategia de Economía Circular. Comisión Europea. Bruselas, 26.1.2017
COM(2017) 33 final.
<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:52017DC0033&from=ES>
- ... Plan de Acción sobre Consumo y Producción Sostenibles y una Política.
16.7.2008. COM(2008) 397 final.
<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:52008DC0397&from=ES>
- ... Manual Guía para un consumo sostenible. UNESCO. PNUMA. ONU.
<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001240/124085s.pdf>
- ... Guía de ahorro y eficiencia energética en locales comerciales de la Comunidad Valenciana. AVEN.
- ... Green Commerce, <http://www.lifeplusgreencommerce.eu/>

HERRAMIENTAS DE GESTIÓN EN EL COMERCIO:

- Diagnóstico del Punto de Venta
- Planes Tutoriales de Gestión en el Comercio
 - Mi escaparate: Como montar mi escaparate.
 - Mi tienda: Organización y distribución de secciones y familias.
 - Mi lineal: Cómo exponer mi producto.
 - Mi promoción: Promoción y animación.
 - Marketing digital.
- Cliente Misterioso.

OTROS TÍTULOS DE LA COLECCIÓN

- Qué debe saber un empresario sobre el comercio en la Comunidad Valenciana.
- Cómo rentabilizar el punto de venta: el merchandising.
- Criterios de atención al cliente en las empresas de servicio.
- Lo que debe saber el empresario sobre la franquicia.
- Conceptos básicos de escaparatismo.
- Aplicación de técnicas de venta o cómo lograr clientes satisfechos.
- Buenas prácticas de atención al cliente (díptico y póster).
- Cómo aplicar las técnicas de merchandising en la farmacia.
- Cómo incrementar las ventas en la óptica.
- Guía de idiomas en el Comercio: Italiano, Francés, Inglés y Alemán.
- Guía de idiomas en el Comercio: Ruso, Chino y Árabe.
- Carteles Comercio turístico: 7 idiomas. Horario. Hojas de reclamación.
- Carteles Valenciano: Horario.
- Gestión Económica de un Comercio.
- Guía Sistemas de Depósito Devolución y Retorno para el comercio.



**ADRECES D'INTERÈS****CONSELLERIA D'ECONOMIA SOSTENIBLE, SECTORS PRODUCTIUS, COMERÇ I TREBALL**

Direcció General de Comerç i Consum
Ciutat Administrativa 9 d'Octubre. Torre 2
C/ Castañ Tobeñas, 77
46018 - València
Telèfon: 012 - 963 866 000 - Fax: 961 209 566

SERVEI TERRITORIAL DE COMERÇ I CONSUM

C/Gregorio Gea, 27
46009 - València
Telèfon: 012 - 963 866 000 - Fax: 963 866 806

CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA, SERVICIOS Y NAVEGACIÓN DE VALENCIA

Gestión de Proyectos
C/Poeta Querol, 15
46002 - Valencia
cinterior@camaravalencia.com
www.camaravalencia.com

PLA D'INNOVACIÓ I SOSTENIBILITAT COMERCIAL



Cámara
Valencia

Cámara de Comercio de Valencia
C/ Poeta Querol, 15
46002 - Valencia
Teléfono: 963 103 900 - Fax: 963 531 746

info@camaravalencia.com