
ORGANIZACIÓN DE UN PREMIO DIRIGIDO A AQUELLOS ESTABLECIMIENTOS CON MEJOR RECOGIDA SELECTIVA

Justificación

La implicación ciudadana es la gran aliada de las políticas de reciclaje, clave para el éxito de las mismas, y por eso las instituciones exploran iniciativas originales que van más allá de las acciones de información y comunicación habituales. En este contexto, toman importancia las campañas que ofrecen un incentivo directo a los establecimientos, ya sea de forma económica o bien en especie.

En concreto, la creación de un premio dirigido a aquellos establecimientos que adopten comportamientos y hábitos de acuerdo con los principios del reciclaje es una de las acciones que las administraciones locales pueden promover; ya que incentiva a los propietarios de los mismos a realizar correctamente la separación de sus residuos. Esto puede impactar positivamente en las tasas de reciclaje y recogida selectiva a nivel municipal y a la vez promueve un buen comportamiento ambiental en el municipio.

Descripción

En actualidad aún existe una parte de los establecimientos comerciales que no realizan correctamente la recogida selectiva. Por este motivo, se recomienda impulsar actuaciones que incentiven el reciclado entre los establecimientos que aún no participen en el sistema. Para ello, la creación de un premio ambiental, orientado principalmente a los establecimientos de hostelería y restauración, es una herramienta que permite la adopción de buenas prácticas ambientales en materia de gestión de residuos. El uso de incentivos funciona como estímulo para que dichas campañas sean más efectivas y permitan alcanzar los objetivos de recogida selectiva de manera satisfactoria, con un impacto directo tanto en los ciudadanos como en los participantes.

La campaña se puede configurar de diversas maneras, variando en función de los retos establecido por los entes locales; por ejemplo, estableciendo un objetivo concreto de cantidad en peso de residuo recuperado, realizando una competición de recogida selectiva entre los establecimientos participantes, o bien a través de la acumulación de puntos obtenidos a través de los clientes.



En lo que respecta a los premios, además de dinero en metálico, existen diversas alternativas de incentivos que se pueden ofrecer a los establecimientos, como, por ejemplo:

- Bonos regalo de hotel, restaurante o spa.
- Vales de descuento en establecimientos comerciales (tiendas de moda, deporte, electrónica, cosmética, decoración, etc.)
- Vehículos de movilidad unipersonal: bicicletas eléctricas plegables y patinetes eléctricos.
- Dispositivos inteligentes: teléfonos móviles y tablets.
- Entradas de cine, teatro y festivales de música.
- Cajas regalo de experiencias.
- Viajes.

Cabe tener en cuenta además, que los establecimientos galardonados, además del propio premio; mejoran su imagen pública al reconocer su buena gestión ambiental; que puede ser reforzada a través de un distintivo que identifique a los participantes y ganadores de la campaña.

Para concretar las características de la actuación, se recomienda que el ente local o las entidades responsables del premio ambiental, según el caso, firmen un convenio con la asociación de restauradores u hosteleros, acordando el funcionamiento y las bases de la iniciativa, el mecanismo que deberán seguir los establecimientos para participar, así como el método de seguimiento y otorgamiento del premio según los resultados obtenidos. Aquellas actividades o establecimientos interesados en participar deben adherirse a la iniciativa a través de un registro. Cabe tener en cuenta que la participación en el concurso ambiental debe ser completamente voluntaria.



Figura 1. Entrega de los premios a los hosteleros de Puertollano (Castilla-La Mancha) que más vidrio han reciclado en sus establecimientos. Fuente: Ayuntamiento de Puertollano, 2018.



Asimismo, para garantizar la máxima participación en la iniciativa, se recomienda el desarrollo de una campaña informativa y de sensibilización dirigida a los participantes, donde se expliquen las bases del concurso y los incentivos asociados, así como de los beneficios tanto ambientales como económicos que implica la adopción de un comportamiento adecuado frente a la recogida selectiva. En esta campaña inicial, se puede realizar el reparto de medios de recogida específicos para la campaña (cubos, contenedores), en el que caso de que se haya previsto este refuerzo.

Durante el período establecido para la campaña, educadores ambientales, o personal técnico del municipio, realizarán un seguimiento de las cantidades recogidas por parte de los establecimientos participantes; así como de las posibles incidencias que puedan surgir.

Una vez finalizado el período establecido para la iniciativa, se recomienda realizar un acto comunicativo para mostrar el resultado de la campaña a la ciudadanía, así como para reforzar la imagen de los establecimientos participantes, animándolos a continuar segregando los residuos correctamente y participar en eventuales futuras campañas.

Finalmente, se recomienda la realización de un estudio posterior a la campaña, que permita evaluar el éxito de la iniciativa, y proponer mejoras en futuras campañas.

Medios necesarios

Los principales medios necesarios para la implementación de esta actuación son:

- Educadores ambientales o personal técnico municipal para hacer el recuento de las cantidades de residuos segregadas por parte del establecimiento y realizar el estudio posterior para otorgar el premio a aquel con mayor porcentaje de recogida selectiva.
- Campaña informativa de proximidad para dar a conocer las bases del concurso y las formas de conseguir el premio.
- En caso necesario, medios de contenerización para la recogida selectiva de los diferentes residuos, principalmente cubos de diferentes capacidades.



Zona de implementación recomendada

La actuación se puede desarrollar en zonas comerciales y de restauración, así como en zonas turísticas de cualquier tipo de municipio. No obstante, se recomienda que la implementación se haga de forma escalonada, en ámbitos geográficos delimitados y no muy amplios (barrios, cascos antiguos, zonas comerciales, etc.).

Beneficios y resultados

La organización de un premio ambiental que premie a los establecimientos que realicen una correcta segregación en origen de los residuos generados, debería incrementar los niveles de recogida selectiva.

Amenazas

La principal amenaza asociada es la baja participación de los establecimientos en la iniciativa, a causa de que el premio o incentivo no sea suficientemente atractivo, lo que se puede traducir en un menor impacto en la recogida selectiva.

Costes

Los costes asociados a la implementación de esta actuación son:

- El coste asociado al premio ambiental ya sea un premio en metálico o un premio en forma de bono o vale, que variará en función de la tipología de los mismos y del número de premios otorgados. A continuación, se especifican algunos costes aproximados: entre 300 – 1.000 euros para teléfonos móviles; entre 60 – 200 euros para bonos de hotel; entre 20 – 80 euros entradas a cines, teatros y festivales y bonos regalo entre 30 – 150 euros.
- El coste asociado a la campaña de comunicación es entre 5.000 – 10.000 euros, No obstante, son variables en función de cómo se defina la misma (por ejemplo, del número de establecimientos con potencial de participación, de si se editan materiales impresos, etc.) y del uso de personal propio del ente local.



-
- El coste asociado a la comunicación del premio (carteles, posters, OPIS, merchandising, etc.) es aproximadamente 1.000-2.000 euros.
 - En caso necesario, el coste de los cubos y contenedores dependerá de su capacidad y características: 8 €/unidad, uno de 90 l 35 €/unidad uno de 120 l, 43 €/unidad uno de 240 l y 69 €/unidad uno de 360 l.
 - En caso necesario, el coste asociado a informadores ambientales es de 25-40 €/hora.

En este sentido, cabe destacar que estos costes pueden variar considerablemente en función de las características y nombre de usuarios el cual esté dirigido el premio ambiental.

Fuentes de financiación

La creación de un premio ambiental municipal debería ser financiado a través de fuentes propias del Ayuntamiento. No obstante, cabe destacar que las campañas pueden ser colaborativas e implicar a otras entidades como por ejemplo Ecovidrio o Ecoembes, o bien organismos a escala local como las asociaciones o gremios de restauradores y hosteleros. Adicionalmente, cabe destacar que en el caso de lograr mejores resultados de recogida selectiva y, consecuentemente reducir la cantidad de la fracción resto, se puede mejorar la financiación en el ámbito de los residuos gracias al incremento de los ingresos procedentes de los sistemas integrados de gestión de residuos y a la reducción de los costes asociados al tratamiento de la fracción resto.

Indicadores

Los indicadores de seguimiento son variables en función del reto que se proponga:

- Evolución del porcentaje de recogida selectiva durante el período de vigencia del concurso y a posteriori (unidad: %).
- Número anual de premios concedidos (unidad: número de premios).



Municipios donde se ha implementado la actuación

Esta actuación se ha implementado en Vigo (295.364 habitantes¹; Galicia), Huelva (143.663 habitantes¹; Andalucía), Puertollano (47.035 habitantes¹; Castilla-La Mancha), Cuenca (54.690 habitantes¹, Castilla-La Mancha), Orihuela (77.414 habitantes¹, Comunidad Valenciana) y en Ourense (105.233 habitantes¹, Galicia).

¹ Instituto Nacional de Estadística, 2019.

