

ESTRATEGIAS DE **COMUNICACIÓN** Y RENDICIÓN DE CUENTAS

para una
Economía Circular
a nivel local



ESTRATEGIAS DE **COMUNICACIÓN** Y RENDICIÓN DE CUENTAS

para una
Economía Circular
a nivel local

Elaborado por la Federación Española de
Municipios y Provincias, Ecoembes y la
Universidad Autónoma de Madrid

Puede acceder a todos los **enlaces** que figuran en
este documento en la versión digital disponible en la
web de Municipios Circulares:

www.municipiosyeconomiacircular.org

ESTRATEGIAS DE **COMUNICACIÓN** Y RENDICIÓN DE CUENTAS
para una **Economía Circular a nivel local**

INDICE

TEMA 1	
CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE ESTRATEGIAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO DE LA ECONOMÍA CIRCULAR EN EL ÁMBITO MUNICIPAL	
Jorge Agudo González, <i>Universidad Autónoma de Madrid</i>	8
1. La co-creación y el co-desarrollo en el marco de la Economía Circular	9
1.1. Las implicaciones del ODS 17 en la configuración de modelos de gobernanza participativa y colaborativa	9
1.2. La gobernanza colaborativa y la co-creación.....	11
1.3. El ámbito local como escenario para configurar acciones orientadas a alcanzar los objetivos globales de la Agenda 2030 mediante los instrumentos que recomienda el ODS 17.....	13
2. La co-creación en la legislación española, con especial referencia al ámbito local	18
2.1. El estado de la cuestión en la legislación vigente. Algunos avances	18
2.2. El papel de las Administraciones municipales en la co-creación	22
2.2.1. El fomento de la co-creación mediante fórmulas y mecanismos “informales” como las iniciativas de organización, apoyo y asistencia	22
2.2.2. La financiación de la co-creación.....	23
2.2.3. La colaboración público-privada vinculada a la co-creación	24
Bibliografía	26
TEMA 2	
PROGRAMAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO DE LA ECONOMÍA CIRCULAR	
David Cenicerros Aransay, <i>Ecoembes</i>	27
1. Introducción	28
2. Definición y Aspectos clave	29
2.1. Programa de co-creación y co-desarrollo.....	29
2.2. Aspectos Clave	30
2.2.1. Delimitación del marco trabajo y los roles de los participantes.....	30
2.2.2. Mapeo de agentes implicados	31
2.2.3. Pensamiento sistémico y diseño de incentivos	32
2.3. Equipo de trabajo	33
2.3.1. Skin in the Game	34
2.3.2. Cazadores de elefantes en la habitación.....	34
2.3.3. Descubridores de nidos de serpientes	35
2.3.4. Optimizar las restricciones.....	35
2.3.5. Tamaño y componentes del equipo.....	35
2.3.6. Amenazas en la gestión del equipo.....	36
3. Planificación de programas	38
3.1. Revisión del entorno y punto de partida.....	38
3.2. Proyección de la ganancia potencial	39
3.3. Herramientas de planificación	39
3.3.1. ROI Circular (Retorno de Inversión Circular)	39
3.3.2. Cálculo del ROI Circular	40
3.3.3. Social Impact Assessment (SIA).....	40
3.3.4. Análisis de Ciclo de vida.....	41
4. Diseño de programas	43
4.1. Diseño de la operativa	43
4.1.1. Forma de interactuar	43
4.1.2. Roles de los diferentes agentes	43
4.1.3. Beneficio estimado para cada agente	43

ESTRATEGIAS DE **COMUNICACIÓN** Y RENDICIÓN DE CUENTAS
para una **Economía Circular a nivel local**

INDICE

4.1.4. Esfuerzo exigido a cada agente	44
4.1.5. Flexibilidad y adaptación	44
4.2. Alianzas y capacidad para la gestión	44
4.3. Diseño del control y seguimiento	44
4.4. Herramientas de diseño.....	45
4.4.1. Caso práctico.....	45
5. Pilotaje de programas	47
5.1. Determinación área de pilotaje	47
5.1.1. Intereses en el co-diseño del piloto	47
5.1.2. Evitar el problema del polizón.....	47
5.2. Timing y fechas de desarrollo	48
5.3. Evaluación y futuro	48
6. Escalado de programas	49
6.1. Faseado y seguimiento	49
6.2. Crecimiento y comunicación.....	49
7. Control de programas	50
7.1. Evaluación de resultados y análisis de mejora	50
7.2. Cambio comportamental	50
Bibliografía	51

TEMA 3

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO DE LA ECONOMÍA CIRCULAR

David Ceniceros Aransay, <i>Ecoembes</i>	52
1. Introducción	53
2. Reducción	55
2.1. Too Good To Go.....	55
2.2. Karos Mobility.....	56
3. Reparación	57
3.1. Konpondu	57
3.2. Re-Cycling	58
3.3. Repair Café	59
4. Reutilización	60
4.1. Eric	60
4.2. Wat'Savereuse	61
5. Reciclaje	62
5.1. Reciclos.....	62
5.2. TerraCycle.....	63
6. Recuperación	64
6.1. Libera	64
6.2. Upcycling the Oceans	65
7. Conclusiones	66
Bibliografía	67

TEMA 4

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO EN EL ÁMBITO MUNICIPAL

Ricardo Luis Izquierdo Escribano, <i>Ayuntamiento de Fuenlabrada</i>	68
1. Modelo estratégico para los municipios sobre Economía Circular	69
1.1. Plan de Acción Municipal	69
1.2. Minimización de la utilización de recursos naturales.....	71

ESTRATEGIAS DE
COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS
para una **Economía Circular a nivel local**

INDICE

1.2.1. Plan de prevención de residuos municipales de Burgos 2021-2026	71
1.2.2. Promoción de la segregación en origen y tratamiento de los residuos orgánicos (Biorresiduos).....	73
1.2.3. Centro de recuperación y reutilización Espai Com Nou. Mancomunitat Penedès-Garraf	74
1.2.4. Recogida selectiva móvil en el centro histórico Palma de Mallorca.....	75
1.2.5. Cátedra de Economía Circular del Ayuntamiento de Fuenlabrada / Universidad Rey Juan Carlos (URJC)	76
1.3. Gestión del consumo de agua	78
1.3.1. El Ayuntamiento de Teror: campaña 'Piénsatelo' para concienciar del uso responsable del agua	78
1.3.2. Red de agua regenerada para riego de parques y jardines. Canal Isabel II	79
1.4. Sostenibilidad de los espacios urbanos	81
1.4.1. Instituto Municipal de la Vivienda de Fuenlabrada (IMVF)	81
1.4.2. Adeje Verde comunidad energética	82
1.5. Movilidad sostenible	84
1.5.1. PMUS Bilbao	84
1.6. Espacios y conductas saludables	86
1.6.1. Red de desarrollo rural sostenible del territorio Sierra Espuña	86
1.6.2. Estrategia de alimentación sostenible y saludable de Zaragoza.....	87
1.7. Políticas de transversalidad.....	88
1.7.1. Instrucción para la contratación socialmente responsable y sostenible del Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz	88
1.7.2. Experiencias de éxito en e-Administración de las entidades locales	89
1.7.3. La administración electrónica en el Ayuntamiento de Logroño	90

TEMA 5

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS DEL DESPLIEGUE DE LA ECONOMÍA CIRCULAR

María del Mar Alonso Almeida y Fernando Borrajo Millán, <i>Universidad Autónoma de Madrid</i>	91
1. Introducción	92
2. Ciudades circulares: comunicación y rendición de cuentas	93
3. Rendición de cuentas en los municipios	97
4. Normas AA1000	100
4.1. Norma AA1000AP (2018) Principios de Accountability	100
4.2. AA1000AS - Norma de Aseguramiento	101
4.3. AA1000SES (2015) - Norma de Compromiso de los Grupos de Interés.....	102
Bibliografía.....	104

TEMA 6

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN

Fernando Borrajo Millán y Fernando Borrajo Millán, <i>Universidad Autónoma de Madrid</i>	105
1. Introducción	106
2. Comunicación en las corporaciones municipales	107
3. Investigación preliminar	110
4. Desarrollo de un plan de comunicación	111
5. Roles de comunicación y su desarrollo	115
6. Comunicación y redes sociales	120
Bibliografía.....	123

TEMA 7

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN DEL DESPLIEGUE DE LA ECONOMÍA CIRCULAR

María del Mar Alonso Almeida, <i>Universidad Autónoma de Madrid</i>	124
1. Introducción	125

ESTRATEGIAS DE
COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS
para una **Economía Circular a nivel local**

INDICE

2. Casos prácticos: Innovación Social y Economía Circular	125
2.1. Ejemplos de Innovación Social.....	126
2.1.1. Red de Compostaje Comunitario de Barcelona.....	126
2.1.2. Compostaje Comunitario en la Mancomunidad de Municipios Sostenibles de Cantabria	127
2.1.3. Compostaje Comunitario en la Universidad Autónoma de Madrid (UAM).....	127
3. Casos prácticos: Co-creación y Economía Circular	128
3.1. Gestión de residuos.....	129
3.1.1. Talleres de co-creación para el diseño de nuevos sistemas de recogida de residuos.....	129
3.1.2. Diseño de campañas de sensibilización	129
3.1.3. Compostaje comunitario	130
3.1.4. Compostaje doméstico	134
3.2. Alimentación sostenible y consumo responsable	136
3.2.1. Creación de huertos urbanos comunitarios.....	136
3.2.2. Diseño de programas de reducción del desperdicio alimentario.....	137
4. Casos prácticos: observatorios de Economía Circular.....	139
Bibliografía.....	143

TEMA 8

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS DEL DESPLIEGUE DE LA ECONOMÍA CIRCULAR EN EL ÁMBITO MUNICIPAL

Víctor Manuel Sarabia Herrero, <i>Ayuntamiento de Madrid</i>	144
1. Introducción.....	145
2. La comunicación del despliegue de la Economía Circular	145
2.1. Campaña Acierta con la Orgánica en Madrid	146
2.2. Campaña Ayuntamiento de Málaga para fomentar el uso del contenedor marrón	149
2.3. Ayuntamiento de Barcelona	150
2.4. Campaña sobre residuo orgánico del Ayuntamiento de Valencia.....	152
2.5. Campaña Separa tus residuos orgánicos en Granada	153
2.6. Campaña en Castilla la Mancha	154
2.7. Ayuntamiento de Langreo.....	156
2.8. Ayuntamiento de Logroño.....	158
2.9. Ayuntamiento de Murchante	161
3. La rendición de cuentas	164
3.1. Ayuntamiento de Madrid.....	164
3.2. Ayuntamiento de Barcelona	166
3.3. Diputación Valladolid	166
3.4. Ayuntamiento de Málaga	166
3.5. Ayuntamiento de Fuenlabrada.....	166
3.6. Cuadro de mando de consumo energético. Junta de Castilla y León.....	167
3.7. Gestión de residuos sólidos orgánicos. Ayuntamiento de Santiago de Compostela	167
4. Mejora de la prestación de servicios	168
4.1. Mapa de protección civil. Generalitat de Catalunya	168
4.2. Guía Farmacológica. Junta de Andalucía	168
5. Toma de decisiones y formulación de políticas	169
5.1. El Mapa de ruido. Ayuntamiento de Valladolid	169
5.2. Plataforma de gestión turística inteligente. Ayuntamiento de Conil	169
5.3. CitizenLab Ayuntamiento de Madrid.....	170

TEMA 1

Conceptos básicos sobre **ESTRATEGIAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO** de la Economía Circular en el ámbito municipal

Jorge Agudo González,
Catedrático de Derecho Administrativo,
Universidad Autónoma de Madrid



TEMA 1

Conceptos básicos sobre
ESTRATEGIAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular en el ámbito municipal

1 La co-creación y el co-desarrollo en el marco de la Economía Circular

1.1. Las implicaciones del ODS 17 en la configuración de modelos de gobernanza participativa y colaborativa

El ODS 17 “**Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible**” es singular en comparación con los otros dieciséis ODS. El ODS 17 es el único objetivo que no se refiere a una temática específica, sino que asume una perspectiva transversal y horizontal que permea y se ha de articular en relación con el logro de los otros ODS. En este sentido, se puede afirmar que los ODS de las Naciones Unidas no sólo establecen una agenda para la solución de problemas globales, sino que también proporcionan, con la incorporación del ODS 17, una recomendación sobre cómo los actores públicos pueden producir soluciones y lograr un impacto real en y a través de la movilización de los actores sociales. Concretamente, el ODS 17 promueve una forma de lograr los otros ODS que apuesta por un modo de gobernanza renovada e intensa entre los diferentes actores, públicos y privados, como medio para avanzar hacia los objetivos de la Agenda 2030. Sobre este ODS, se puede encontrar un trabajo completo en E. Bulmer (2022).

Ciertamente, el ODS 17 es una palanca de cambio. Este objetivo destaca la importancia central de las alianzas, las redes y la colaboración. En el centro de esas dinámicas se deben congregarse una amplia gama de actores públicos y privados -gobiernos y administraciones, sector público, universidades, empresas del sector privado- y, por supuesto, la propia sociedad civil -organizaciones de distinta naturaleza, activistas políticos, comunidades locales, ONGs, etc.-, y su finalidad es la resolución creativa, legítima y eficaz de problemas que permitan la realización progresiva del resto de ODS.

Antes de proseguir, una reflexión no menor. Pensemos, por un momento, que la Agenda 2030 y los ODS afrontan problemas que pueden ser calificados como *wicked problems*. De los criterios que comúnmente definen a este tipo de problemas, destacaría dos:

1º) El abordaje de cuestiones caracterizadas por una alta complejidad, diversidad y enorme dimensión, que requieren de conocimiento procedente de múltiples disciplinas, de muchos grupos interesados o afectados, de diferentes niveles de poder, etc. De hecho, son problemas tan complejos que todavía el estado del conocimiento científico-técnico no permite en muchos casos generar soluciones concluyentes. Hay, por este motivo, muchas posibilidades de que las acciones unilaterales recojan propuestas que sean incompatibles, discordantes o desacertadas, aunque, en teoría, deberían ser cabalmente coherentes con otros proyectos, iniciativas y acciones;

2º) La solución de problemas de esta naturaleza entraña conflictos de intereses que pueden ser fuente de controversias entre los actores en presencia y entre los distintos niveles de Administración. Son problemas que, por las razones señaladas anteriormente, tienen márgenes de acción muy amplios y,

TEMA 1

Conceptos básicos sobre ESTRATEGIAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO de la Economía Circular en el ámbito municipal

por este motivo, los enfoques pueden ser a priori muy distintos. Esto, lógicamente, aumenta aún más las posibilidades de conflicto. A esto se ha de añadir la generación sobrevenida de nuevos problemas o de nuevas aristas desconocidas de problemas preexistentes que obliguen a replantear aquello que pudiera haberse entendido como seguro. Son muchas actuaciones enormemente complejas y no necesariamente compatibles, nuevos aspectos sobrevenidos a considerar desde perspectivas diversas y originales, una exigencia de conocimientos extremadamente amplia, muchos actores y sujetos interesados y afectados...

Pues bien, ante este tipo de problemas, el ODS 17 apuesta por una forma de “hacer las cosas” basada en la colaboración y en la cooperación mutua. Esta estrategia encaja bien con la complejidad de los problemas globales que encaran los ODS. En un mundo en el que el conocimiento y la información, los recursos y las responsabilidades de gobernanza están distribuidos entre una amplia gama de actores, resulta difícil mantener fórmulas de acción basadas en la unilateralidad y en un pretendido monopolio del *know-how*. Son problemas demasiado complejos y de una dimensión tal, que es poco probable que un solo actor posea todos los recursos e ideas necesarios, así como todos los medios, como para ser autosuficiente en la toma de iniciativas y en la adopción de medidas eficaces y eficientes.

El ODS 17 se concreta en 19 Metas. De las Metas del ODS 17, a los efectos recién señalados, nos interesan especialmente las que se despliegan bajo el título de “Alianzas entre múltiples interesados”. Son las Metas 17.16 y 17.17:

17.16. “Mejorar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible, complementada por alianzas entre múltiples interesados que movilicen e intercambien conocimientos, especialización, tecnología y recursos financieros, a fin de apoyar el logro de los ODS en todos los países, particularmente los países en desarrollo”.

17.17. “Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las alianzas”.

Las Metas 17.16 y 17.17 alientan la puesta en marcha de fórmulas que podríamos englobar en el concepto de gobernanza colaborativa. Dentro del compendio de las diferentes formas de gestionar asuntos comunes, como ya se ha anticipado, el ODS 17 fomenta la formación de alianzas, asociaciones o redes de múltiples partes interesadas.

Por un lado, las Metas aluden a la constitución de “alianzas”. Este concepto debe ser entendido de forma amplia, es decir, como cualquier acuerdo que permita a dos o más actores públicos y/o privados colaborar para alcanzar un objetivo común creando algún tipo de sinergia que les permita aprovechar recíprocamente los talentos de cada socio. Alianza puede significar, por tanto, agrupación, asociación, colectividad o comunidad... y puede articularse mediante acuerdos formalizados en contratos o convenios, pero también podrá forjarse a través de arreglos informales, pactos y “acuerdos de caballeros”.

Estas alianzas son la base de la arquitectura de redes de gobernanza. Las redes permiten conformar relaciones entre actores interdependientes, formar alianzas e, incluso, conectar distintas alianzas... Sujetos y grupos, en todo caso, que unen sus fuerzas porque dependen mutuamente de los recursos y competencias de los demás, y donde se negocia y delibera para producir soluciones efectivas. Es importante reseñar que

TEMA 1

Conceptos básicos sobre ESTRATEGIAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO de la Economía Circular en el ámbito municipal

Las redes se basan en relaciones horizontales, esto es, son relaciones en las que ningún actor ocupa una posición preeminente que le habilite al ejercicio de la autoridad sobre el resto. Asimismo, las redes se articulan en un espacio institucional relativamente autoorganizado y donde las normas, reglas y valores son establecidas por los propios participantes.

En este contexto colaborativo es donde entra en juego el enfoque de la co-creación en el marco de la Economía Circular. La literatura sobre esta cuestión todavía no es muy amplia. Las reflexiones que siguen, no obstante, han encontrado una inspiración importante en el trabajo coordinado por C. Ansell, E. Sørensen, J. Torfing (2022).

Los procesos de co-creación y co-desarrollo están perfectamente integrados con el contexto de gobernanza múltiple del ODS 17 y las Metas 17.16 y 17.17. La co-creación se articula, precisamente, mediante la colaboración a través de grupos de actores diversos -públicos y privados, de las Administraciones y los organismos públicos y de la sociedad civil y los agentes económicos- que procuran el trabajo conjunto para el intercambio de conocimientos, de experiencias, de tecnología y de otros recursos, con el fin de generar sinergias público-privadas y la producción de resultados que afronten innovadoramente los problemas que afrontan los ODS.

En otras palabras, las fórmulas de co-creación y de co-desarrollo son una manifestación entre las muchas que el ODS 17 alienta en sus Metas 17.16 y 17.17.

1.2. La gobernanza colaborativa y la co-creación

Las Metas del ODS 17, aplicadas a los procesos de implantación de una Economía Circular, se materializan de forma idónea en la co-creación y el co-desarrollo.

Las Metas del ODS 17 no dejan lugar a dudas sobre la importancia y el impacto de las alianzas y de las redes para la implementación de los ODS. Esas relaciones más o menos formales de actores públicos y privados respaldan el logro de los ODS movilizando y compartiendo conocimientos, experiencias, ideas y recursos, cuya formación debe alentarse y promoverse para procurar soluciones innovadoras.

Las alianzas y las redes son formas de gobernanza colaborativa. La gobernanza colaborativa es una estrategia para abordar problemas complejos y ofrece una alternativa tanto a la actuación unilateral y prescriptiva de las Administraciones, como a la competencia de los mercados. Tiene como objetivo mejorar la capacidad de resolución de problemas sociales alineando a los actores relevantes y facilitando el aprendizaje mutuo. Por tanto, se podría sintetizar diciendo que es una forma de gobernanza caracterizada por buscar la gestión constructiva de las diferencias, con el fin de encontrar soluciones a problemas comunes.

A mi juicio, la co-creación realmente no es algo intrínsecamente distinto a lo recién descrito; de hecho, se podría decir que es una expresión cualificada de gobernanza colaborativa. En todo caso, se podría afirmar que hablamos de un modelo de alianzas caracterizadas por un deseo de gobernanza *bottom-up* que se formaliza mediante la colaboración activa.

TEMA 1

Conceptos básicos sobre ESTRATEGIAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO de la Economía Circular en el ámbito municipal

La característica que mejor define a la co-creación quizás sea que necesariamente no es iniciada y facilitada por Administraciones y organismos públicos, sino que puede ser iniciada conjuntamente por actores públicos y/o privados. No es, por tanto, un proceso de arriba hacia abajo que requiera la iniciativa o la actuación singular de las Administraciones o de que éstas implementen agendas en las que encajar este tipo de acciones. Más bien, requiere un proceso interactivo e iterativo que implica una búsqueda proactiva de soluciones en la que los actores comparten responsabilidades y, al mismo tiempo, toman parte en el desempeño de funciones de liderazgo.

En atención a lo expresado, se pueden identificar tres elementos característicos de la co-creación:

- 1º) La conexión de diferentes actores que comparten el interés por abordar un problema y darle solución, compartiendo conocimientos y experiencias, y movilizándolo proactivamente recursos;
- 2º) La capacidad para llevar a cabo tareas de liderazgo y mantener la influencia a lo largo de todo el proceso de creación, ostentando la capacidad y asumiendo las responsabilidades tanto para iniciar la acción, como para definir del problema, diseñar soluciones y ponerlas en marcha; y
- 3º) La finalidad del proceso es resolver creativamente un problema, aportando soluciones que no solo beneficien a los actores participantes, sino también a la sociedad en general.

La autonomía de las alianzas y de las redes para la co-creación respecto de las autoridades públicas explica que pueda ser especialmente útiles en países con una institucionalidad débil. Sin embargo, no quiere decir que en países con una institucionalidad fuerte no puedan tomarse iniciativas de co-creación; quiere decir que allí donde las Administraciones y entidades públicas mantengan dosis de liderazgo unilateral, asuman iniciativas y las dirijan, etc. estaremos ante otras fórmulas de actuación, que podrán derivar hacia formas de gobernanza colaborativa en la medida en que se cedan los liderazgos y la dirección del proceso. Ahora bien, en tanto en cuanto eso no suceda, estaremos ante un modo de actuar que nada tiene que ver con la co-creación.

La co-creación se podría describir como un proceso iterativo de conciertos, ajustes, adaptaciones y correcciones. En esencia a esto nos referíamos cuando hablábamos de que la gobernanza colaborativa implica gestionar las diferencias: poner en común intereses y ser capaces de identificar problemas comunes, llegar a acuerdos sobre cómo abordar el problema, compartir conocimientos, procurar soluciones compartidas, ponerlas en marcha, evaluarlas, mejorarlas, etc.

La iteración es inherente al proceso de co-creación. Puede tener lugar en varias fases del proceso alternativa o cumulativamente. Mostraremos algunos ejemplos que tienen lugar a lo largo de todo el proceso.

Establecer relaciones de colaboración sólo puede tener éxito si existe una iniciativa sólida -donde puedan estar representados los actores relevantes y los afectados-. La solidez del punto de partida generará motivación, seriedad y, sobre todo, confianza. Solamente así las partes podrán abrirse a compartir experiencias, ideas y recursos, invirtiendo tiempo y dinero en encontrar soluciones conjuntas. La idea es que quienes finalmente participen encuentren en sus socios a sujetos capaces de asumir responsabilidades y liderazgos. Esto es importante por lo que luego se dirá sobre el respaldo a las soluciones creadas: la posibilidad de participar en la formulación de nuevas soluciones tiende a hacer que los actores sociales las respalden o, al menos, que se abstengan de protestar y tratar de detenerlas.

TEMA 1

Conceptos básicos sobre **ESTRATEGIAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO** de la Economía Circular en el ámbito municipal

Ahora bien, si el punto de arranque no es sólido, quienes hayan tomado la iniciativa deberán reelaborar las listas de participantes, afinar las invitaciones... Entre los inconvenientes a considerar, por ejemplo, hay que evitar sesgos de selección participativa, que tienden a concitar el interés en los actores más fuertes y con recursos, en la medida en que suelen ser quienes participa con mayor asiduidad, olvidando a otros actores con menos recursos. Por esta razón, los promotores deberían ofrecer ciertas garantías de las buenas intenciones de los actores participantes, transmitiendo la idea de que quienes participen serán escuchados y tenidos en cuenta y no dependerán o no serán “vigilados” por otros actores más “fuertes” o “poderosos”.

Poner en común distintas vertientes de una misma cuestión contribuirá a definir el problema de un modo multifacético. Esto, lógicamente, requerirá llegar a una visión compartida del problema, pues en otro caso no será posible buscar una solución creativa conjunta. En este sentido, debemos tener en cuenta que actores con diferentes experiencias, ideas e intereses pueden generar riesgos de conflictos que podrían desalentar la participación o bloquear el proceso. Nuevamente, las negociaciones deberán repetirse, si es necesario, con la intención de alcanzar, paso a paso, hasta lograr un posicionamiento común viable.

Por otro lado, la novedad de la solución puede encontrar barreras en el contexto en el que se pretenda implementar -aversión al cambio, altos riesgos, dificultades en la aplicación, falta de medios humanos y técnicos, etc.-. Ese contexto puede provocar la falta de financiación, la pérdida de apoyos, el rechazo a la aplicación de las soluciones... El grupo de actores, en una nueva iteración, deberá evaluar, adaptar y mejorar el proyecto para asegurarse los apoyos y para garantizar resultados exitosos.

1.3. El ámbito local como escenario para configurar acciones orientadas a alcanzar los objetivos globales de la Agenda 2030 mediante los instrumentos que recomienda el ODS 17

La implementación de los ODS es multinivel y multisectorial. El lema de la Agenda 21 de las Naciones Unidas “pensar globalmente, actuar localmente”, nos puso sobre aviso de que la acción local también es fundamental para abordar problemas complejos y desafíos globales.

Sin embargo, un primer inconveniente que nos asalta de forma inmediata ante esta formulación de principio es su credibilidad. En primer lugar, la lógica podría sugerirnos que los problemas globales requieren acciones a un nivel supranacional y mundial. En segundo lugar, aunque esas acciones de gran dimensionamiento pudieran ser compatibles con acciones locales, parecería evidente que poner en valor la acción local no puede significar nunca subestimar la necesidad de una acción a niveles superiores -estatales, supranacionales, internacionales. En definitiva, estas dos afirmaciones nos obligan a plantearnos en qué medida acciones con incidencia local pueden ser verdaderamente eficaces para influir en la solución de problemas complejísimo y de una enorme dimensión como son los que se asumen en los ODS.

Podríamos tener la tentación de contestar a esta pregunta de forma precipitada y simplista, afirmando que no es realista pensar que los actores públicos y privados a nivel local puedan realmente impulsar acciones que puedan significar un avance relevante para lograr los ODS. Sin embargo, esta respuesta evidenciaría una incomprensión de la trascendencia y el sentido de las acciones locales.

TEMA 1

Conceptos básicos sobre **ESTRATEGIAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO** de la Economía Circular en el ámbito municipal

No hace falta decir que una única acción a nivel micro poco puede cambiar a nivel global. Ahora bien, muchas acciones de esa naturaleza, sí que pueden ser relevantes. Son importantes no sólo porque la acumulación de efectos y las sinergias puedan llegar a tener consecuencias realmente trascendentes, sino también por algo tanto o más importante: porque son la manifestación de la incorporación de una idiosincrasia en la forma de actuar de muchos actores que alienta un cambio de paradigma en el modo de afrontar los grandes problemas que acucian a nuestra civilización.

Este planteamiento optimista con las acciones locales ha de partir de un presupuesto imprescindible: la “localización” eficaz a nivel local de acciones para lograr los ODS. Esta ida de “localización” para trasladar los objetivos de sostenibilidad globales y nacionales al contexto local, permitiendo que esos objetivos se vuelvan concretos y relevantes para los actores locales, no es ni mucho menos novedosa, ni artificial: es un proceso de adaptación de los objetivos globales a las características y circunstancias de las condiciones locales.

Esta idea de localización está implícita, por ejemplo, en las Agendas urbanas impulsadas desde diversos niveles como una expresión de la nueva gobernanza multinivel en el contexto de la Agenda 2030, para reorientar las estrategias de desarrollo urbano sostenible integrado impulsadas en España. Una visión general de esta cuestión se puede encontrar en M. C. García Peña (2020) y en E. Gañán, R. Merinero y M. A. Huete (2022).

Esa traducción de los ODS a nivel local no sólo es fundamental para identificar qué se puede hacer con dosis de éxito, sino también y, sobre todo, quiénes pueden tomar las iniciativas. Puede decirse que el orden de ese proceso sería el siguiente:

- 1º) Tanto la cercanía de los actores locales a los problemas, como la vivencia de las experiencias que generan, permiten entender que sean estos actores quienes estén en mejor posición para identificar el problema y detectar cómo abordarlo;
- 2º) La cotidianeidad y la proximidad a las cuestiones a afrontar fortalece la motivación colectiva y su capacidad para involucrarse en las acciones a emprender;
- 3º) Si las acciones a desarrollar parecen significativas y pertinentes para los actores locales, entonces, su cercanía y familiaridad con los problemas, favorecerá que los interesados articulen las fórmulas para la traducción de los grandes objetivos en estrategias concretas.

En pocas palabras, el abordaje desde lo local contribuye a aunar esfuerzos colectivos encaminados a fomentar soluciones cooperativas e innovadoras. En definitiva, la traducción de los objetivos globales en aspiraciones locales tiene un potencial ampliador de la base de apoyo a los ODS -tiende a ampliar la aceptación de estrategias, iniciativas y proyectos- y, por ello, de eventual éxito de las acciones. De algún modo se podría decir que la proximidad mitiga una eventual resistencia inicial a abordar problemas de gran dimensión como los asumidos por los ODS.

A la vista de las afirmaciones precedentes, podría decirse que el abordaje de problemas complejos en sede local presenta ventajas entendidas en términos de éxito en la colaboración, la cooperación o, en la terminología que aquí manejamos, en la co-creación y co-desarrollo de acciones.

TEMA 1

Conceptos básicos sobre **ESTRATEGIAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO** de la Economía Circular en el ámbito municipal

En el plano de quienes intervienen en las acciones, en primer lugar, se podría decir que la participación en la acción local es menos demandante o más flexible en términos de tiempo y en la intensidad de compromiso que la participación en la política nacional. Esto favorece participar y unirse a iniciativas. En consecuencia, esto también fomenta que las interdependencias entre los diferentes actores involucrados se hagan más patentes. Esto, dando un paso más, facilita la coordinación de tareas y la movilización de recursos -la escala de la acción contribuye a ello- y, algo más importante si cabe, promueve la responsabilidad social, en la medida en que les ayuda a sentirse útiles e influyentes sobre las iniciativas y las decisiones que los afectan. Precisamente por todo esto, mostrar compromiso con estas acciones puede mejorar el estatus y el crédito de los políticos, de las entidades públicas, de las empresas privadas, así como de las ONGs y de los ciudadanos individuales que participen. Dicho de otra forma, participar puede ayudar a construir reputaciones locales.

En el plano de los actores, también en sede local es más probable que puedan eludirse los conflictos partidistas y las batallas ideológicas asociadas a la política nacional que pueden dificultar la toma de iniciativas o el apoyo a las asumidas por actores privados. Además, la gestión administrativa en sede local evita trámites burocráticos complejos y largos que suelen residenciarse en niveles administrativos superiores. En definitiva, la gobernanza local tiende a ser más pragmática. Además, a nivel de rendición de cuentas, la acción local también tiene la gran ventaja de que proporciona medios más inmediatos a los ciudadanos y actores locales para reclamar de los gobiernos locales por su acción o inacción. En otras palabras, la dimensión local estimula un examen competente y crítico de los procesos de gobernanza pública, así como de sus resultados.

Por otro lado, y desde la perspectiva de la dimensión y trascendencia de las acciones, la acción local es muy interesante porque la proximidad a problemas concretos hace viable apoyar un enfoque holístico para el logro de objetivos. Es decir, cuanto más cerca se está de los problemas de la vida real, más difícil es no ser consciente de las interconexiones entre los distintos vértices de los problemas. La acción local proporciona, por ello, un escenario más sencillo para promover una acción desde diferentes vertientes. En fin, la proximidad estimula acciones integrales e integradoras porque son abarcables, porque son realistas y porque, precisamente por todo lo anterior, evidencian de forma más palpable que abordar un problema complejo con éxito solamente puede hacerse sin desconsiderar aspectos intervencionales o interconectados.

Los incentivos a involucrarse y tomar partido en acciones locales también pueden verse contrarrestados por obstáculos o barreras limitativas y/o impeditivas.

Los obstáculos más fuertes son los derivados de las legislaciones. Las competencias, la financiación y las tutelas existentes sobre las Administraciones locales pueden limitar administrativamente el poder fomentar, colaborar y/o formar alianzas sólidas con los actores privados. Sin embargo, en el ámbito de la Economía Circular y la co-creación, como podré mostrar más adelante, la legislación no aporta de momento más límites que los generales derivados de la legislación administrativa general, de la legislación de régimen local y de las leyes sectoriales. Más adelante tendré ocasión de pronunciarme sobre este aspecto, pero a priori no puede decirse que existan condicionantes impeditivos y ni siquiera intensos a estos tipos de iniciativas.

Frente a estas barreras duras o fuertes, encontramos otros obstáculos de menor intensidad que generalmente tienen su raíz en los hábitos, la cultura, la tradición o los sentimientos de la comunidad.

TEMA 1

Conceptos básicos sobre **ESTRATEGIAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO** de la Economía Circular en el ámbito municipal

A mi juicio, cuanto menor sea el ámbito de la acción y más pequeña sea la fortaleza de los actores, más posibilidades hay de que los proyectos puedan verse obstaculizados porque las habilidades profesionales y la capacidad de liderazgo de los actores locales sean igualmente limitadas. Asimismo, cuanto más apegados a una comprensión tradicional y rutinaria de los problemas estén las personas, más posibilidades hay de que no muestren interés en ir más allá por su inherente renuencia al cambio.

La propensión a emprender acciones locales también puede estar relacionada con el grado de identificación de los habitantes con su localidad. Un sentimiento comunitario débil hace que las personas centren sus acciones egoístamente, esto es, se focalicen en lo estrictamente personal o familiar.

Esto último es muy probable que vaya acompañado de una cultura participativa débil. En tal caso, la ausencia de compromiso con la comunidad, las carencias en habilidades organizativas y la ausencia de vínculos de red con otros actores pueden ser una barrera definitiva para involucrar a los actores en actividades. Cuando hay pocas organizaciones cívico-sociales y empresas con nuevas ideas y competencias de agencia, habrá menos capacidad local para iniciar y llevar a cabo proyectos. Por este motivo, es tan importante que a nivel local se fomenten las acciones participativas, el fomento del asociacionismo, etc.

Si tratamos de poner en común las circunstancias definitorias de la co-creación anteriormente expuestas con las consideraciones recién realizadas sobre la adaptación de las acciones para lograr los ODS en el ámbito local, podríamos llegar a la conclusión de que una estrategia de co-creación puede ser eficaz a nivel local para lograr los ODS. Para ello, se pueden manejar varios argumentos. Me inspiro nuevamente en los expuestos por C. Ansell, E. Sørensen, J. Torfing (2022: 47 y ss.):

1. La co-creación puede servir como una estrategia de contextualización, personalización e incorporación de objetivos globales. Para ello es necesario que las acciones que traducen los objetivos globales sean capaces de conectar con las circunstancias y las necesidades de la localidad o de la zona. Solamente así las acciones podrán ser significativas en el ámbito local. Ésta es una forma eficaz para que los actores locales no se pongan de espaldas a los grandes objetivos aparentemente inalcanzables y, tanto o más importante, para que no se tengan que resignar a ser parte pasiva de las agendas, políticas y programas aprobados en los niveles administrativos superiores.
2. La co-creación puede provocar una suerte de apropiación social de los ODS. Al participar en estas iniciativas, los actores locales generan un sentido de pertenencia a un proyecto que entienden como propio. Ese alineamiento íntimo con los proyectos incita la movilización y la facilitación de medios y recursos.
3. La co-creación procura la generación de actores competentes y hábiles, capaces de actuar eficazmente por sí mismos. Con independencia de que los actores locales puedan requerir de facilitadores públicos o privados que generen las condiciones idóneas para que los actores de la sociedad civil den un paso al frente, la co-creación concibe a los actores locales, en sí mismos considerados, como activos para el logro de los ODS. En otras palabras, la co-creación puede cultivar una ciudadanía activa con capacidad para el cambio.
4. La involucración activa en proyectos de co-creación contribuye a fortalecer la responsabilidad y, consecuentemente, a exigir responsabilidades a quienes, agentes públicos o privados, por acción

TEMA 1

Conceptos básicos sobre **ESTRATEGIAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO** de la Economía Circular en el ámbito municipal

u omisión, intenten limitar o debilitar el proyecto. Por tanto, puede decirse que las estrategias de co-creación generan un compromiso y una responsabilidad con las acciones que insta a supervisar y examinar críticamente a quienes -los gobiernos municipales- no empleen todos los medios disponibles a su alcance para lograr los ODS articulados a través de acciones locales. Se puede afirmar, por tanto, que la co-creación fomenta la rendición de cuentas, pero no necesariamente a través de los mecanismos formales de rendición de cuentas, sino más bien mediante mecanismos de rendición de cuentas sociales mucho más informales.

5. La co-creación alienta a los ciudadanos y a los grupos de interés a compartir y crear conjuntamente datos y conocimientos y, por este motivo, a participar en el aprendizaje mutuo. Estas sinergias son la fuente de la modificación adaptativa de conductas y comportamientos, con el fin de encauzarlos hacia los objetivos marcados.
6. La involucración en procesos de co-creación permite generar sinergias y forjar conexiones entre los esfuerzos de actores diversos que, de otro modo, estarían aislados y tendrían una repercusión mucho más limitada. Así pues, tratándose de acciones locales, la co-creación sirve como instrumento de integración de objetivos *bottom-up*.
7. La co-creación es una oportunidad para identificar puntos de apoyo sobre los que procurar un cambio transformador. Una estrategia positiva, en este sentido, es identificar aquellos elementos respecto de los que haya más probabilidades de generar vectores de cambio. La co-creación puede involucrar a los actores, precisamente, para la identificación de esos elementos que actúen como palancas de impulso hacia un cambio constructivo.
8. La co-creación puede identificar y combinar recursos y habilidades existentes pero que no son aprovechados por diversos motivos. Existen muchas habilidades y recursos que suelen quedar ocultos o no ser considerados porque los ciudadanos y las partes interesadas no imaginan cómo se pueden utilizar, o bien cómo se pueden combinar o agrupar para alcanzar objetivos de sostenibilidad. La co-creación puede ayudar a identificar oportunidades para combinar, compartir, agrupar y reunir recursos comunitarios o aprovechar los recursos externos existentes.

En conclusión, mediante los procesos de co-creación se facilitan las conexiones entre actores y, por ello, se fomenta la creación de redes de apoyo a favor de la sostenibilidad. Se contribuye así a crear las condiciones que estimulen los procesos colaborativos, el equilibrio de esfuerzos, el escalamiento de soluciones innovadoras, etc.

TEMA 1

Conceptos básicos sobre
ESTRATEGIAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular en el ámbito municipal

2 La co-creación en la legislación española, con especial referencia al ámbito local

Un análisis del estado de la cuestión en la legislación general en España nos depara una triple conclusión:

- 1ª) Si por algo se puede decir que se caracteriza la legislación vigente es por su inadaptación general a los retos de la gobernanza colaborativa y de la co-creación;
- 2ª) Es cierto, no obstante, que hay avances y algunas manifestaciones expresas y claras al respecto; ahora bien, son casi anecdóticas; y
- 3ª) A pesar de lo dicho, la legislación general puede ser interpretada y aplicada en términos que se aproximen a los requerimientos de la gobernanza colaborativa en general y de la co-creación en particular. Esto último, no obstante, es un reto que necesita de Administraciones comprometidas.

En el siguiente apartado abordaremos los dos primeros puntos recién indicados, mientras que dejaremos la exposición del tercero para el último epígrafe.

2.1. El estado de la cuestión en la legislación vigente. Algunos avances

La legislación vigente aborda la participación de los ciudadanos y de las organizaciones civiles desde una perspectiva que podríamos calificar como “clásica”. La normativa vigente concibe la participación encauzada a través del trámite de información pública. El público en general puede presentar sus alegaciones, pero sin adquirir, por ello, la condición de interesado en el procedimiento. Así se pronuncia el art. 83 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, que regula el trámite de información pública.

Ésta es la tónica general en la gran mayoría de normas e, incluso, en aquellas más modernas y cercanas temáticamente a las cuestiones que aquí nos interesan -en una línea similar se expresan el art. 10 de la Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una Economía Circular, o bien el art. 39 de la Ley 7/2021, de 20 de mayo, de cambio climático y transición energética-, así como en aquellas en las que la participación incluso adquiere el rango de derecho subjetivo -caso del art. 16 de la Ley 27/2006, de 18 de julio, por la que se regulan los derechos de acceso a la información, de participación pública y de acceso a la justicia en materia de medio ambiente-.

En el ámbito local, el art. 69 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local, fomenta que las Corporaciones locales faciliten la participación previendo “formas, medios y procedimientos de participación” que, sin perjuicio de requerir concreción ulterior, en ningún caso, podrán menoscabar las

TEMA 1

Conceptos básicos sobre **ESTRATEGIAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO** de la Economía Circular en el ámbito municipal

facultades de decisión que corresponden a los órganos representativos (apartado 2º). Asimismo, el art. 72 del mismo cuerpo legal prevé el fomento del asociacionismo para la defensa de los intereses generales o sectoriales de los vecinos. Esto último, como ya he anticipado, es muy importante para generar las condiciones sociales necesarias para incitar la generación de ciudadanos proactivos.

De alguna manera, por tanto, podría decirse que la legislación general aborda una limitada gobernanza participativa que, en todo caso, está muy lejos de los requerimientos de una gobernanza colaborativa en sentido estricto como reivindica la co-creación.

En esa evolución hacia la incorporación de elementos de gobernanza participativa y colaborativa, varias leyes de distintas Comunidades Autónomas han incorporado progresos de los que merece la pena dejar constancia. Esos avances están en la línea de los principios de “gobierno abierto” y, específicamente, del Objetivo Estratégico 10 “Mejorar los instrumentos de intervención y la gobernanza” de la Agenda Urbana Española. Sobre este particular, véase J. López Pagán (2020).

Nos referimos a la Ley 7/2017, de 27 de diciembre, de Participación Ciudadana de Andalucía, la Ley 10/2019, de 10 de abril, de Transparencia y de Participación de la Comunidad de Madrid, o a la Ley 4/2023, de 13 de abril, de Participación Ciudadana y Fomento del Asociacionismo de la Comunidad Valenciana. Es de justicia poner de relieve que estas leyes suponen un avance en un modelo de gobernanza donde la participación va más allá de la mera presentación de alegaciones en el trámite de información pública. Insistimos en que este paso es crucial para generar un semillero de ciudadanos interesados en colaborar activamente. Sin este paso inicial no se puede avanzar. Por este motivo, me gustaría destacar algunos aspectos de estas leyes.

En cuanto al fomento de la participación, por ejemplo, el art. 12 de la Ley 7/2017, de 27 de diciembre, de Participación Ciudadana de Andalucía, dispone que la participación se concretará en los siguientes procesos:

- a) Deliberación participativa;
- b) Participación ciudadana en la elaboración de presupuestos;
- c) Participación ciudadana mediante consultas populares;
- d) Participación ciudadana en la proposición de políticas públicas y elaboración de normas; y
- e) Participación ciudadana en el seguimiento y evaluación de las políticas públicas y de la prestación de los servicios públicos.

En términos bastante parecidos se pronuncia el art. 10 de la Ley 4/2023, de 13 de abril, de Participación Ciudadana y Fomento del Asociacionismo de la Comunidad Valenciana. Este último precepto menciona los siguientes mecanismos de participación:

- 1) Los procesos de participación ciudadana;
- 2) La iniciativa ciudadana;
- 3) La participación en la producción normativa y en los instrumentos de planificación de las políticas públicas;
- 4) Los presupuestos participativos;
- 5) Las consultas; y
- 6) La evaluación y seguimiento de las políticas públicas y de la prestación de los servicios públicos.

TEMA 1

Conceptos básicos sobre **ESTRATEGIAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO** de la Economía Circular en el ámbito municipal

En cuanto al objeto de los procesos participativos, por ejemplo, el art. 13 de la ley andaluza prevé cuestiones de relevancia como pueden ser:

- a) Proposición, adopción, seguimiento y evaluación de las políticas públicas con singular impacto o relevancia;
- b) La elaboración de instrumentos de planificación para la determinación de política;
- c) La priorización sobre aspectos puntuales del gasto;
- d) La elaboración de leyes y reglamentos;
- e) La prestación, seguimiento y evaluación de los servicios públicos.

En el caso de la ley valenciana la técnica legislativa es distinta, pues se remite al correspondiente acuerdo de inicio del proceso para determinar la naturaleza y carácter del proceso, así como sus objetivos y el asunto o asuntos objeto de deliberación (art. 11). Lo más interesante en este caso es que se especifica que: "La metodología del proceso contará con técnicas deliberativas y propositivas mediante las que se obtendrán unas conclusiones resultantes, que serán vinculantes para el ente convocante si así se prevé expresamente". Aún más, a diferencia de la ley andaluza (art. 16), en la que no se prevé que los efectos de los procesos participativos puedan ser vinculantes para la Administración, en la ley valencia sí que se admite ese efecto si es así previsto (art. 11).

En fin, ambas leyes todavía piensan en una participación dirigida por las Administraciones públicas, pero al mismo tiempo abren una puerta a que los ciudadanos puedan incidir deliberativamente en la formación y análisis de las políticas públicas.

Dicho esto, y volviendo al análisis de las leyes citadas, de forma explícita no puede afirmarse que ninguna de esas tres leyes autonómicas prevea algo que pueda ser considerado como semejante a la co-creación. Sin embargo, sí que se pueden encontrar algunas referencias que pueden ser interpretadas como un paso en esa dirección.

En este sentido, de las leyes autonómicas quizás destaque la mencionada Ley 10/2019, de 10 de abril, de Transparencia y de Participación de la Comunidad de Madrid. El art. 56 de la ley, entre los instrumentos de participación, cita las consultas públicas, los foros de consulta y los paneles ciudadanos, que no son medidas muy distintas a las de las otras leyes -todas tienen carácter consultivo/deliberativo más o menos específico-, pero, además, incorpora los "grupos colaborativos de trabajo sectoriales", que sí son un avance interesante en la línea que aquí se ha venido analizando.

Estos "grupos colaborativos de trabajo sectoriales" son definidos legalmente como "espacios de encuentro entre la Administración competente y sectores específicos afectados por asuntos de interés público especializado". La ley no añade nada más, pero sí que podríamos interpretar estos grupos colaborativos como un mecanismo de fomento para generar agrupaciones, redes y otras fórmulas de colaboración que perfectamente podría concretarse en iniciativas en procesos de co-creación.

Sin perjuicio de las previsiones legales generales, en algunas leyes sectoriales sí que se pueden encontrar algunos ejemplos de gobernanza participativa y colaborativa cuyo parangón con los procesos de co-creación parece totalmente razonable. Ciertamente es, en cualquier caso, que las leyes, al menos de momento, no utilizan esa terminología, pero sí que se pueden identificar como alusiones expresas o tácitas próximas a la co-creación.

TEMA 1

Conceptos básicos sobre **ESTRATEGIAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO** de la Economía Circular en el ámbito municipal

Un ejemplo podría ser el art. 50 de la Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una Economía Circular. Recuérdese que este precepto se refiere a la “Constitución de los sistemas colectivos de responsabilidad ampliada”. El precepto alude a la asociación de productores que opten por un sistema colectivo para el cumplimiento de las obligaciones derivadas de la responsabilidad ampliada. Esta “responsabilidad ampliada”, recordemos, se concreta en un conjunto de medidas adoptadas para garantizar que los productores de productos asuman la responsabilidad financiera o bien la responsabilidad financiera y organizativa de la gestión de la fase de residuo del ciclo de vida de un producto (art. 2.aj). Dicho de otro modo, estos sistemas colectivos procuran la asociación entre agentes y actores que son los responsables de acordar soluciones para la gestión de residuos. De hecho, el art. 41 dispone que estos sistemas deberán fijar objetivos de gestión de residuos, definir con claridad las funciones y responsabilidades de todos los actores pertinentes que intervengan, “incluidos los productores de productos que comercializan productos, los distribuidores, los sistemas de responsabilidad ampliada, los consumidores y usuarios finales, los gestores públicos o privados de residuos, las autoridades autonómicas y locales, y cuando proceda, los operadores de reutilización y preparación para la reutilización y las entidades de economía social”. Los sistemas colectivos, además, según el art. 51.1.a), deberán ajustar su funcionamiento a reglas de transparencia y objetividad en las formas de incorporación de los productores a los sistemas colectivos, estableciendo sistemas de incorporación ágiles y sencillos, sin discriminaciones. En fin, no es descabellado afirmar que estos sistemas colectivos de responsabilidad ampliada comparten la idiosincrasia de la co-creación.

En otro orden de cosas, y con una denominación particular, aunque muy descriptiva -la de “simbiosis industrial”, tanto la Ley 3/2023, de 30 de marzo, de Economía Circular de Andalucía, como la Ley 1/2024, de 17 de abril, de Economía Circular de la Comunidad de Madrid, prevén el fomento de formas de co-creación. Ambas normas prevén el fomento de esa simbiosis industrial con diversas medidas por parte de la Administración autonómica.

El art. 39 de la ley andaluza regula las “Relaciones de simbiosis industrial en cadenas de valor de productos clave”, con el siguiente tenor:

- “1. La Administración de la Junta de Andalucía establecerá los mecanismos normativos y administrativos adecuados para el establecimiento de relaciones de simbiosis industrial, facilitando las conexiones industriales y propiciando encuentros intersectoriales con la participación de los gestores de los residuos.*
- 2. Asimismo, fomentará la creación de empresas y entidades de diversa naturaleza que establezcan o propicien relaciones de simbiosis industrial”.*

La ley madrileña no emplea la misma literalidad, pero el sentido de la regulación es parecido. El art. 15 de la ley dispone lo siguiente bajo el epígrafe “Simbiosis industrial”:

- “1. Tendrá la consideración de simbiosis industrial cualquier asociación de empresas que desarrollen relaciones de colaboración entre ellas para mejorar el uso de los recursos y reducir sus impactos ambientales de manera conjunta.*
- 2. La Administración de la Comunidad de Madrid, a través de las consejerías que ostentan las competencias de medio ambiente, de urbanismo, de suelo, de fomento del desarrollo económico e*

TEMA 1

Conceptos básicos sobre **ESTRATEGIAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO** de la Economía Circular en el ámbito municipal

industrial y de administración local, promoverá la simbiosis industrial, a través del impulso de proyectos, medidas y acciones que contribuyan a generar ecosistemas industriales circulares o vinculados”.

Nuevamente, no es absurdo decir que el legislador autonómico también aquí incorpora acicates para apoyar procesos de co-creación y co-desarrollo. Desde luego estas dos previsiones legales son los dos mejores ejemplos con que cuenta nuestro ordenamiento.

2.2. El papel de las Administraciones municipales en la co-creación

Sobre la capacidad de actuación de las Administraciones locales en la localización de los objetivos de desarrollo sostenible y la planificación estratégica en materia ambiental hay trabajos interesantes. Véase, por ejemplo, M. R. Alonso Ibáñez (2020) y J. R. Fuentes i Gasó (2020). También los hay, en esa misma perspectiva, vinculada a la Economía Circular. Al respecto, A. Nogueira López y X. Vence Deza (2021). Sin embargo, sobre la aplicación de todas esas conclusiones vinculada a una forma de gobernanza colaborativa especialmente desarrollada e integradora como es la co-creación, la bibliografía es inexistente, al menos en el ámbito jurídico.

La co-creación es una fórmula compleja de gobernanza más horizontal, distributiva y relacional que cualquier actuación administrativa, por mucho que ésta se abra a la participación y a la colaboración. Gran parte de los ejemplos expuestos en el epígrafe anterior, aún direccionados en la línea de la gobernanza colaborativa, siguen manteniéndose en el ámbito de las acciones dirigidas por las Administraciones públicas o, al menos, en el marco de la iniciativa y el fomento de esas Administraciones.

Recordando las limitaciones que todavía perduran en la legislación vigente sobre la puesta en marcha de formas de co-creación, sin embargo, a mi juicio, se puede hacer una interpretación razonable de esa normativa que pudiera servir como base para la implantación tendencial de fórmulas colaborativas de co-creación. A continuación, se pasa a reflexionar sobre el modo en que esa práctica podría articularse.

2.2.1. El fomento de la co-creación mediante fórmulas y mecanismos “informales” como las iniciativas de organización, apoyo y asistencia

Las Corporaciones municipales, a pesar de la ausencia de una norma que les otorgue competencias específicas para tomar iniciativas de co-creación, no cabe duda de que pueden tomarlas en virtud de las competencias que les otorga la legislación general de régimen local (arts. 25 y 26 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local). La recogida de residuos, la limpieza viaria, el tratamiento de residuos o el medio ambiente urbano, son servicios de competencia municipal, según su respectiva población, que permiten una integración fuerte de las demandas de la Economía Circular y, por esta razón, la procura de soluciones innovadoras que bien puede articularse a través de la co-creación y el co-desarrollo.

A tales efectos, insistimos sin mayor base legal, las Corporaciones locales podrían promover acciones con un talante cuasi informal. En cierto modo, a este tipo de iniciativas se refieren ya dos leyes de la

TEMA 1

Conceptos básicos sobre ESTRATEGIAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO de la Economía Circular en el ámbito municipal

Comunidad de Madrid que ya hemos citado, tanto el art. 16 de la Ley 1/2024, de 17 de abril, de Economía Circular, como el art. 56 de la Ley 10/2019, de 10 de abril, de Transparencia y de Participación, cuando se refiere a los "grupos colaborativos de trabajo sectoriales".

Para decidir qué hacer, en primer lugar, es importante identificar los principales actores presentes en el municipio y analizar sus características respecto a su misión y actividades, disposición para participar, colaborar y contribuir al proceso de construcción colectiva de la Agenda 2030. Hecha esta tarea, son varias las posibles acciones a emprender.

Por ejemplo, podrían promoverse plataformas que susciten la conectividad, tanto horizontalmente entre las partes interesadas de la plataforma, como verticalmente entre los niveles y escalas de gobierno. Esas plataformas desempeñarán el papel de facilitar la coordinación de los esfuerzos de desarrollo sostenible. En otras palabras, las Administraciones municipales, con la creación de estas plataformas, estarían llevando a cabo una estrategia de activación de la agrupación de actores y, por ello, de la generación de redes.

Esas plataformas pueden tener múltiples formas y cometidos. Una principal y básica es la generación de espacios de formación, aprendizaje e intercambio de experiencias, ideas y conocimientos. La oferta de talleres es un modo sencillo y poco costoso para cumplir estos fines. Una versión más sofisticada es la de organizar *living labs* inspirados en un contexto próximo a la realidad, donde los interesados se involucran de manera activa en procesos de co-creación a través de comunidades convencionales o en línea.

A este respecto, la Corporación puede operar como promotor e incitador de iniciativas. Puede también descargar de costes iniciales a los actores intervinientes con la cesión de espacios físicos en los que realizar las reuniones, así como con la puesta a disposición de los medios técnicos necesarios. Incluso la Administración podría correr con el coste de difundir la información, enviar cartas de invitación, imprimir carteles y utilizar los medios de comunicación propios y/o las redes sociales para anunciar los eventos.

Asimismo, la plataforma puede ser un espacio idóneo para que las Administraciones locales pongan expertos en mediación a disposición de los participantes, con el fin de conciliar los intereses de los actores predispuestos a colaborar; del mismo modo, podrían proporcionar asistencia jurídica y empresarial, no sólo respecto del conocimiento material de los problemas que se quieran afrontar, sino también sobre cualquier implicación en materia legal o económico-financiera.

2.2.2. La financiación de la co-creación

Consolidar un proyecto local de co-creación y desarrollarlo hasta formular soluciones aumenta progresivamente los costes. En un proceso de co-creación es de esperar que los costos sean asumidos por las organizaciones participantes. No obstante, un proyecto de éxito tiene una necesidad persistente de financiación y no siempre los actores involucrados pueden ser capaces de encargarse del coste total. Se podría decir, por tanto, que se necesitan fondos y financiación de los proyectos y es aquí donde, nuevamente, las Corporaciones municipales podrían contribuir.

En el ámbito municipal, el art. 72 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local, prevé esta posibilidad de una forma muy genérica. Según este precepto, las Corporaciones locales deben

TEMA 1

Conceptos básicos sobre ESTRATEGIAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO de la Economía Circular en el ámbito municipal

favorecer el desarrollo de las asociaciones para la defensa de los intereses generales o sectoriales de los vecinos, y, dentro de sus posibilidades, *“el uso de los medios públicos y el acceso a las ayudas económicas para la realización de sus actividades e impulsan su participación en la gestión de la Corporación”*.

A esta previsión legal se podrían sumar las relativas a la financiación de la promoción de la participación que también podría direccionarse hacia prácticas relacionadas con procesos de co-creación. En ese sentido, de forma general, por ejemplo, la Disposición Adicional Única de la Ley 7/2017, de 27 de diciembre, de Participación Ciudadana de Andalucía.

Sin perjuicio de estas previsiones, de forma general, en todo caso, la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, abre las posibilidades a que los municipios puedan establecer líneas de subvenciones con fines como los aquí señalados. Debemos recordar que, según el art. 8 de la ley, las Corporaciones tienen el deber de aprobar su Plan Estratégico de Subvenciones. La aprobación del Plan Estratégico es presupuesto del establecimiento de subvenciones mediante la aprobación de las Bases reguladoras (art. 9.2 en relación con el art. 8.1 de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones). Pues bien, el Plan Estratégico, entre otros contenidos, deberá fijar “los objetivos y efectos” que se pretenden alcanzar con las líneas de subvención, así como el plazo necesario para su consecución, los costes previsibles y sus fuentes de financiación, supeditándose en todo caso al cumplimiento de los objetivos de estabilidad presupuestaria. Además, en la medida en que estas ayudas estarían orientadas a objetivos orientados a implantar una Economía Circular, debemos tener en cuenta que el art. 8.2 dispone que: *“Cuando los objetivos que se pretenden conseguir afecten al mercado, su orientación debe dirigirse a corregir fallos claramente identificados y sus efectos deben ser mínimamente distorsionadores”*.

Algunas leyes anteriormente comentadas son base legal adicional para estas iniciativas de incentivos. Así, por ejemplo, el art. 9 de la Ley 7/2019, de 29 de noviembre, de Economía Circular de Castilla-La Mancha, prevé *“la creación de incentivos económicos directos o indirectos, financiados preferentemente con fondos europeos, para la reducción del despilfarro alimentario, insumos materiales y energéticos, incentivando también patrones de eficiencia y sostenibilidad en la fase de producción y de consumo”*. El apartado 2º del mismo artículo añade que también se incentivará la implantación y la permanencia de empresas y actividades empresariales cuyo objeto se encuadre en el ámbito de la Economía Circular, mediante la adecuada baremación en las subvenciones o ayudas públicas y mediante la contratación del sector público regional.

Con fines similares se puede citar también el art. 76 de la Ley 3/2023, de 30 de marzo, de Economía Circular de Andalucía, en virtud del cual, se prevé el impulso de líneas de financiación y de subvención para fomentar el emprendimiento y el desarrollo de proyectos de innovación tecnológica, mejora del conocimiento e investigación en el ámbito de la recuperación de las materias primas fundamentales y la búsqueda de alternativas. También el art. 6.1.i) de la Ley 1/2024, de 17 de abril, de Economía Circular de la Comunidad de Madrid, prevé que la Comunidad pueda realizar convocatorias de subvenciones para la implementación de inversiones o gastos de la Comunidad de Madrid en los servicios de gestión de las entidades locales cuando proceda.

2.2.3. La colaboración público-privada vinculada a la co-creación

La contratación pública, las medidas de cooperación vertical -encargos a medios propios- y horizontal -convenios y encomiendas de gestión- a las que se refieren el art. 31.1 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de

TEMA 1

Conceptos básicos sobre ESTRATEGIAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO de la Economía Circular en el ámbito municipal

Contratos del Sector Público, y, en general, el recurso a convenios, pueden ser una vía idónea para incorporar objetivos en materia de Economía Circular en el ámbito local. Véase J. Pernas García (2020). Sin embargo, la propia naturaleza de esos instrumentos puede desfigurar las características de la co-creación que piensa más en la idea de un *business partner* que en la compra verde pública o en la celebración de negocios jurídicos vinculantes.

La co-creación se basa en una relación tendencialmente igualitaria, en la distribución de responsabilidades, en el liderazgo compartido, etc., elementos todos estos que no necesariamente cuadran bien con los instrumentos de colaboración público-privada como la contratación, los convenios, las encomiendas de gestión... En todos estos instrumentos jurídicos las Administraciones públicas mantienen una capacidad directiva que no encaja bien con la co-creación.

Esto no quiere decir que fórmulas convencionales no estrictamente contractuales no puedan ser una vía de cooperación interesante que induzca a las partes hacia modelos de colaboración cercanos a la co-creación. En este sentido, resulta interesante una previsión de la Ley 1/2024, de 17 de abril, de Economía Circular de la Comunidad de Madrid. La ley incorpora un art. 16 relativo a la "Colaboración público-privada" que alude al fomento de fórmulas colaborativas que, si bien se prevén bajo la iniciativa pública, procuran la creación de agrupaciones colaborativas. Nos interesan los apartados 3º y 4º del precepto:

"3. En aplicación de la normativa básica estatal y al objeto de alcanzar los objetivos marcados por la Unión Europea referidos a la reducción de residuos, la Administración de la Comunidad de Madrid promoverá con los actores clave de cada sector productivo, acuerdos voluntarios sectoriales que permitan la celebración de convenios entre empresas, administraciones y entidades de economía social, que sirvan de instrumento de identificación y superación de cargas no financieras que limiten el uso de materiales y productos clave no vendidos.

4. La Administración de la Comunidad de Madrid promoverá acuerdos o sistemas de colaboración, entre empresas y servicios sociales, o, en su caso, con entidades sin ánimo de lucro declaradas de utilidad pública, preferentemente de la Comunidad de Madrid, para la donación de los bienes y productos de consumo que no hayan sido vendidos o aquellos que no consigan los mínimos estándares estéticos para su comercialización con la observancia de las normas de calidad y seguridad de la normativa sectorial".

TEMA 1

Conceptos básicos sobre
ESTRATEGIAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular en el ámbito municipal

BIBLIOGRAFÍA

Alonso Ibáñez, M. R. (dir.) (2020). Las agendas urbanas y el gobierno de las ciudades transformaciones, desafíos e instrumentos. Madrid, Reus.

Ansell, C; Sørensen, E; Torfing, J. (eds.) (2022). Co-Creation for Sustainability: The UN SDGs and the Power of Local Partnership. Emerald Publishing Limited.

Bulmer, E. (2022). ODS 17, "Revitalizar la alianza mundial para el Desarrollo Sostenible". La importancia de crear alianzas entre todos los sectores de nuestra economía (público y privado), y de esta forma reducir conflictos para alcanzar el pilar medioambiental de sostenibilidad. Tesis doctoral. Programa de Doctorado en Ciencias Sociales y Jurídicas. Escuela Internacional de Doctorado de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.

Fuentes Gasó, J. R. (2020). Administración local: normación reglamentaria, localización de los objetivos de desarrollo sostenible y planificación estratégica en materia ambiental. G. García, J. Jornado, B. Lozano y A. Nogueira (coords.). Observatorio de Políticas Ambientales 2020. Madrid, Editorial CIEMAT.

Gañán Sánchez, E., Merinero Rodríguez, R., & Huete García, M.ªÁ. (2022). Four dilemmas and one obstacle to metropolitan governance: responses from strategic urban planning. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles 93.

García Peña, M. C. (2020): La gobernanza en los procesos estratégicos de desarrollo urbano sostenible. El papel en la Agenda 2030, M. R. Alonso Ibáñez (dir.), Las agendas urbanas y el gobierno de las ciudades transformaciones, desafíos e instrumentos. Madrid, Reus.

López Pagán, J. (2020). Agenda Urbana Española: gobernanza abierta para un desarrollo sostenible inclusivo. El Consultor de los Ayuntamientos 8.

Nogueira López, A. y Vence Deza, X. (dirs.) (2021). Redondear la Economía Circular del discurso oficial a las políticas necesarias. Cizur Menor, Thomson-Reuters-Aranzadi.

Pernas García, J. (2020). La "contratación circular": el papel de la compra pública en la realización de una Economía Circular y la utilización eficiente de los recursos, Observatorio de Contratación Pública. Consultado diciembre de 2024: <https://www.obcp.es/opiniones/la-contratacion-circular-el-papel-de-la-compra-publica-en-la-realizacion-de-una-economia>

TEMA 2

PROGRAMAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO de la Economía Circular

David Cenicerros Aransay,
Dirección Técnica e Innovación,
Ecoembes



TEMA 2

PROGRAMAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular

1 Introducción

Este capítulo tiene como objetivo ahondar en el desarrollo de programas de co-creación y co-desarrollo de la Economía Circular. En las siguientes páginas se abordarán aquellos puntos que resultan más relevantes a la hora de poner en marcha programas que fomentan la Economía Circular a través del trabajo conjunto con la ciudadanía.

Para abordar esta tarea, se plantea una estructura que revisa, fase a fase, los aspectos clave para la puesta en marcha de programas de este tipo. Para cada una de estas fases, se destacan los apartados más relevantes, así como las dificultades más frecuentes y cómo abordarlas.

La línea de exposición busca acercar al lector una visión práctica, enfocada en la experiencia y el diseño de programas innovadores para la Economía Circular. Se promueve una perspectiva de optimización de recursos, abogando por el desarrollo incremental de estos proyectos, validando su encaje mediante proyectos piloto antes de su implementación a mayor escala.

Para finalizar el capítulo, se presentan herramientas útiles para la puesta en marcha de programas de co-creación y co-desarrollo, organizadas en función de la fase donde pueden utilizarse. Estas herramientas no son soluciones únicas a los desafíos enfrentados, pero pretenden servir como una caja de herramientas práctica a la que el lector puede recurrir en su día a día como referencia.

A lo largo de todo el capítulo, se abordará un supuesto práctico con datos ficticios, cuya finalidad sería ilustrar acercar la teoría al lector expuesta a través de un ejemplo. Los datos, nombres y referencias son ficticios y no corresponden con ningún proyecto real.

En el capítulo 3, el lector encontrará ejemplos prácticos reales de programas de co-creación y co-desarrollo para la Economía Circular que se hayan implementado satisfactoriamente y que pueden servir como fuente de innovación traslacional para sus propios ámbitos de trabajo.

TEMA 2

PROGRAMAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular

2 Definición y aspectos clave

Este segundo apartado, busca exponer los conceptos clave para el desarrollo del contenido de la unidad. Para establecer un lenguaje y un marco común de definiciones, a continuación, se recogen los términos más relevantes junto con una propuesta de su significado y alcance.

2.1. Programa de co-creación y co-desarrollo

El enunciado del tema introduce el concepto de programa de co-creación. Cuando uno se enfrenta a la generación de una nueva iniciativa, trata de empatizar con su potencial usuario, sin embargo, en muchas ocasiones, la prisa o el conformismo impiden validar de manera realista el entorno en el que se pretende desarrollar el proyecto.

Exponer las propuestas e ideas y trabajar de forma iterativa con nuestros usuarios es una inversión necesaria para mejorar el alineamiento en las fases posteriores del programa. Aquí es donde entra en juego la estrategia de la co-creación.

Un programa de co-creación se define como una iniciativa que promueve la colaboración entre múltiples actores como gobiernos locales, empresas, ciudadanos y expertos, para diseñar y desarrollar soluciones conjuntas que fomenten un objetivo común. En el caso de la Economía Circular, este objetivo se centra en la preservación de los recursos naturales y el uso eficiente de materias y energía. Este enfoque se enmarca en el paradigma de la innovación abierta, donde *"las ideas pueden originarse tanto dentro como fuera de una organización, y ser compartidas para crear valor"* (Chesbrough, 2006). Los programas de co-creación facilitan alinear objetivos, compartir conocimiento y desarrollar propuestas adaptadas a las necesidades e intereses de los agentes involucrados.

Los programas de co-creación facilitan alinear objetivos, compartir conocimiento y desarrollar propuestas adaptadas a las necesidades e intereses de los agentes involucrados. Sin embargo, la co-creación por sí sola no es suficiente; para avanzar y desarrollar un programa satisfactoriamente, es esencial involucrar a los diferentes actores a lo largo de todo el proceso mediante el co-desarrollo.

Trabajar conjuntamente durante el programa favorece tanto la implicación, sensibilidad y adherencia de los agentes implicados como la posibilidad de identificar oportunidades de mejora desde diferentes perspectivas. Por tanto, un programa de co-desarrollo se define como una iniciativa colaborativa en la que diversas partes interesadas —como comunidades locales, empresas, entidades públicas y ciudadanos— trabajan conjuntamente para implementar, supervisar y mejorar soluciones a desafíos sociales o medioambientales.

TEMA 2

PROGRAMAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO de la Economía Circular

Estos programas se fundamentan en el principio de compartir recursos y conocimientos, así como en el reparto de responsabilidades, con el objetivo de obtener resultados adaptados e innovadores que generen un impacto positivo para todos los participantes. Según Ramaswamy y Gouillart (2010), el co-desarrollo *“es un enfoque que permite a las entidades y sus partes interesadas crear conjuntamente soluciones únicas, maximizando el impacto y la sostenibilidad de los resultados”*.

➤ a. Caso práctico

En este apartado se introduce el supuesto práctico a trabajar durante el capítulo. Se trata de un **programa diseñado para mejorar la reparación de bienes de consumo en una ciudad española de mediano tamaño**.

El Ayuntamiento, comprometido con el fomento de comportamientos circulares, encarga a los equipos de sostenibilidad e innovación trabajar conjuntamente en el desarrollo de un proyecto que conciencie a la ciudadanía sobre la importancia del modelo circular.

Este programa busca evitar el consumo basado en el “usar y tirar”, promoviendo la reparación como una alternativa sostenible que fomenta la economía local y genera un impacto positivo tanto en la sociedad como en el medio ambiente.

A lo largo de los distintos apartados se explorará cómo se da forma al proyecto, los desafíos y las oportunidades que surgen y cómo se puede gestionar para maximizar su éxito.

2.2. Aspectos Clave

Además de las definiciones de co-desarrollo y co-creación, es imprescindible destacar ciertos aspectos fundamentales para el desarrollo de cualquier programa innovador basado en la cooperación entre agentes.

2.2.1. Delimitación del marco trabajo y los roles de los participantes

Para garantizar el correcto desarrollo del programa se debe destinar tiempo y recursos a difundir sus objetivos y medios, así como a conocer las expectativas y disponibilidades de las partes implicadas.

TEMA 2

PROGRAMAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO de la Economía Circular

Resulta fundamental que el marco de trabajo del programa quede delimitado y sea conocido por todos los implicados. Esto incluye acordar y hacer público el rol que desempeñará cada participante, con su nivel de dedicación, los objetivos a cumplir y las expectativas a alcanzar dentro de un plazo temporal definido.

Establecer este tipo de “contratos” permite que cada entidad pueda entender mejor su papel y evitar una mala gestión de expectativas que dificulte la colaboración a futuro o desincentive la aportación de agentes clave por no sentir bien reflejada su misión.

Durante el proceso de delimitación habrá etapas de negociación en las que cada agente buscará que sus intereses estén reflejados. Sin embargo, el enfoque técnico no debe centrarse en satisfacer todas las demandas desde el inicio, sino en alcanzar un consenso mínimo que permita avanzar en el proyecto desde una posición equilibrada, motivadora y respetuosa para todas las partes.

Para que se de esta situación es importante compartir y acordar un marco mínimo de:

- Tiempo y alcance del programa o fase.
- Recursos a aportar por cada parte.
- Rol de cada agente y fases de trabajo implicadas.
- Objetivo a alcanzar y expectativas sobre el cómo alcanzarlo.
- Definir claramente los límites y lo que queda fuera del marco.



a. Caso práctico

En el marco del proyecto de reparación promovido por el ayuntamiento, se plantea que desde junio hasta diciembre se realicen las etapas de planificación y diseño, y que en el ejercicio siguiente se implemente una prueba piloto hasta julio. El objetivo es tomar una decisión en octubre sobre la escalabilidad del proyecto.

Como técnica responsable, Susana decide liderar la iniciativa junto con asociaciones sectoriales, la patronal y organizaciones de consumidores. Su objetivo principal es incrementar el volumen de negocio de los reparadores. Para ello, establece como primer paso definir qué bienes y actores estarán incluidos, y qué aportará cada uno, además de trabajar en la delimitación del marco y los roles de los participantes.

2.2.2. Mapeo de agentes implicados

No siempre es posible tener a todos los agentes implicados en el proyecto. En ocasiones por una limitación técnica (no es posible incluir a todos los grupos de interés) o en otras ocasiones por otro tipo de razones (intereses contrapuestos, negación explícita a colaborar o falta de capacidad). Este hecho no puede hacer que pase inadvertida su existencia ni sus intereses.

Diseñar un programa cooperativo sin tener en cuenta a terceros afectados es uno de los errores de base en cuanto al cálculo de implicaciones y comportamientos esperados. No contar con su participación activa

TEMA 2

PROGRAMAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO de la Economía Circular

no significa que no se vayan a ver afectados por los resultados o que no se pueda obtener la información y experimentar su experiencia a través de otro tipo de validaciones.

Será necesaria la colaboración de aquellos agentes implicados más cercanos o con más llegada a estos colectivos para tratar de alinear también aquellos cambios que puedan ser críticos para el desarrollo de la iniciativa.

➤ a. Caso práctico

La técnica responsable se enfrenta ahora a la necesidad de identificar y convencer a aquellas entidades locales necesarias para del proyecto. Tras validarlo con el equipo del Ayuntamiento, la decisión es apostar en esta primera etapa por bienes de consumo, pequeño electrodoméstico, ropa y calzado, dispositivos electrónicos y vehículos de movilidad personal y bicicletas. Esto excluye a los vehículos de tracción mecánica que necesitan un carné específico para ser conducidos.

Nuestra técnica analiza el escenario local e identifica 3 organizaciones empresariales relevantes: una con gran peso en el pequeño comercio y los trabajadores autónomos; una en la que se agrupa la gran distribución y otra con mayor peso en el tejido industrial. Tras compartir los objetivos del proyecto: La primera organización decide unirse al proyecto, pero con la condición de que su aportación económica no sea elevada, definiendo que su papel se prestará con el tiempo de un técnico responsable de la organización. La segunda organización no ve interesante participar directamente, pide información, pero no garantiza recursos y la tercera se niega por no incluir a los empresarios del sector automovilístico que tienen gran relevancia.

Respecto al consumidor, nuestro técnico identifica dos tipos de colectivos: organizaciones de consumo y asociaciones locales y vecinales. Decide trabajar con las primeras como agentes impulsores, mientras que utiliza las segundas para validación y promoción puntual debido a su capilaridad limitada.

Por último, identifica como relevantes a los grupos ecologistas de la ciudad. Se tratan de un movimiento con gran poder de convocatoria y que suele ser crítico con la labor del Ayuntamiento. Una asociación grande decide unirse al proyecto con el objetivo de validar su impacto real, a pesar de cierto escepticismo inicial.

2.2.3. Pensamiento Sistémico y diseño de incentivos

Este último aspecto clave es quizás el más difícil de visualizar, pero al mismo tiempo el más relevante a considerar desde la concepción del programa. **Los programas de co-creación y co-desarrollo** no son estructuras rígidas, como un currículo universitario o el manual de instrucciones de una bicicleta. Si se realiza un buen análisis y una buena propuesta se verá cómo **están dentro de la complejidad**.

TEMA 2

PROGRAMAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO de la Economía Circular

Los entornos en los que desarrollamos la actividad implican diferentes agentes que se comportan de manera individualista, pero cuya acción tiene repercusiones en el resto de las partes implicadas. El pensamiento sistémico aplicado al ámbito de la innovación social y la Economía Circular permite comprender las interacciones entre los distintos componentes de un sistema, identificando sus dinámicas y comportamientos emergentes para desarrollar soluciones integrales y sostenibles. La teoría de Meadows (2008), entiende que el pensamiento sistémico es una forma de entender cómo las cosas están interconectadas, cómo cambian con el tiempo y cómo una acción en un área puede tener impactos en otra.

Este enfoque es fundamental para abordar la complejidad de los desafíos sociales y medioambientales. Comprender qué mueve a cada agente y cómo evolucionan sus intereses en el tiempo es clave. Según G. Recuenco (2023), hay tres aspectos fundamentales:

- Las motivaciones son variables según los grupos y personas implicadas.
- Su comportamiento es dinámico y cambia con el tiempo.
- El diseño de los programas suele estar a cargo de pequeños grupos, pero afecta a grandes masas.

Por ello, como técnicos de referencia, es crucial apostar por un programa adaptable, capaz de evolucionar e integrar las perspectivas de todos los grupos de interés.

> a. Caso práctico

Una vez identificados los agentes involucrados, los interesados y los contrarios al proyecto. Nuestro técnico debe enfrentarse a una nueva tarea. Estudiar su interacción e intereses para conocer de primera mano cómo se relacionarán y poder advertir y prevenir comportamientos que sean contrarios a los intereses globales del Ayuntamiento.

Los agentes de promoción empresarial van a preferir soluciones que incentiven directamente la actividad de sus asociados, mientras que las asociaciones de consumidores buscarán aquellos cambios que supongan un mayor empoderamiento de sus consumidores. Como se ve, cada uno velará de manera más o menos explícita por los propios intereses de su organización y el objetivo tendrá que ser equilibrar la balanza para lograr el objetivo sin perder su colaboración.

2.3. Equipo de trabajo

Antes de adentrarnos en las etapas de los programas de co-creación y co-desarrollo, es esencial dedicar un espacio a los equipos de trabajo y cómo configurarlos para maximizar el éxito de la iniciativa. Este apartado toma como referencia las ideas clave propuestas por José Antonio de Miguel en su libro *Modelos de negocio. Resolución de problemas y creación de valor*.

TEMA 2

PROGRAMAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO de la Economía Circular

Más allá de conceptos sobre el número de integrantes, su origen o aspectos a evitar durante sus dinámicas es para este autor necesario revisar algunas máximas que pueden sonar más etéreas, pero que desde el planteamiento estratégico resultan fundamentales.

De Miguel define en su modelo de generación de equipos la importancia de cuatro factores que deben seguir: el concepto de *Skin in the Game* de Taleb, su capacidad para “cazar” a los “elefantes en la habitación”, su capacidad para descubrir los “nidos de serpientes” en el proyecto y su capacidad de optimizar las restricciones. (De Miguel, J.A, 2024)

A continuación, se presenta una breve síntesis de estos cuatro factores y su importancia en la co-creación y el co-desarrollo de programas de Economía Circular.

2.3.1. Skin in the Game

El concepto de *Skin in the Game*, desarrollado por Nassim Nicholas Taleb, se refiere a que los participantes en una actividad o decisión deben asumir riesgos personales y estar expuestos a las consecuencias de sus acciones. Taleb (2018) argumenta que sin “*Skin in the game*”, no hay responsabilidad; sin responsabilidad, no puede haber un sistema justo ni eficiente”. Esto significa que las personas que toman decisiones o participan en un proyecto deben tener algo en juego, ya sea en términos de recursos, reputación o impacto personal, para garantizar su compromiso genuino y decisiones bien fundamentadas.

En programas de co-creación y co-desarrollo, *Skin in the Game* es crucial porque asegura que todos los actores involucrados—desde los líderes municipales hasta las empresas y ciudadanos—estén verdaderamente comprometidos con los objetivos del programa. Su importancia radica en:

1. **Fomentar el compromiso y la responsabilidad:** Los participantes que tienen algo que perder o ganar están más motivados para contribuir activamente al éxito del programa.
2. **Promover la equidad:** Cuando todos los actores comparten los riesgos y los beneficios, se genera un sentido de justicia y corresponsabilidad.
3. **Mejorar la calidad de las decisiones:** La exposición personal a los resultados obliga a tomar decisiones más informadas y prudentes.
4. **Garantizar la sostenibilidad del programa:** Los actores comprometidos a nivel personal tienen más incentivos para garantizar la continuidad y el impacto positivo a largo plazo.

2.3.2. Cazadores de elefantes en la habitación

En programas de Economía Circular basados en la co-creación y el co-desarrollo, identificar los “**elefantes en la habitación**”—problemas evidentes pero ignorados—es fundamental para garantizar resultados efectivos y sostenibles. Estos desafíos suelen surgir con mayor fuerza en escenarios como los descritos donde múltiples actores con intereses diversos colaboran. Algunas de las razones clave son:

1. **Evitar conflictos entre actores:** Los programas de Economía Circular suelen involucrar intereses contrapuestos (por ejemplo, costes económicos contra objetivos ambientales). Abordar estos conflictos abiertamente previene tensiones que puedan frenar la colaboración.

TEMA 2

PROGRAMAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO de la Economía Circular

2. **Fortalecer la transparencia:** Reconocer problemas estructurales, como la falta de infraestructuras de reciclaje o normativas desactualizadas, genera confianza y compromiso entre los actores involucrados.
3. **Facilitar decisiones estratégicas:** Identificar cuestiones como la viabilidad económica de ciertas iniciativas circulares permite diseñar soluciones alineadas con las capacidades locales.
4. **Optimizar recursos colectivos:** Abordar problemas evidentes desde el inicio asegura que los recursos (financieros, tecnológicos o humanos) se destinen a resolver prioridades críticas y no a soluciones superficiales.
5. **Promover la sostenibilidad del programa:** En la Economía Circular, los “elefantes” como la resistencia al cambio o los vacíos regulatorios pueden minar el impacto a largo plazo. Abordarlos asegura que las iniciativas sean resilientes y escalables.

2.3.3. Descubridores de nidos de serpientes

A diferencia de los “elefantes en la habitación”, los **nidos de serpiente** son potenciales problemas que si no se identifican con tiempo pueden pasar de latentes a críticos durante el proyecto. Entre las mayores dificultades es que la identificación de estos problemas necesita de la cooperación, el diálogo y la reflexión entre los distintos agentes.

2.3.4. Optimizar las restricciones

Los equipos también deben ser capaces de optimizar las restricciones propias del marco de trabajo, como recursos limitados, barreras normativas o tiempos ajustados. Esta habilidad resulta fundamental para maximizar el impacto de los programas de Economía Circular. Para ello es fundamental que los equipos de trabajo estén capacitados en:

1. **Identificar limitaciones clave** que frenan el avance del proyecto.
2. **Diseñar soluciones efectivas** que liberen el potencial del sistema.
3. **Priorizar esfuerzos estratégicamente** para generar resultados rápidos y significativos.
4. **Adaptarse a cambios** asegurando resiliencia y sostenibilidad.

Solo así se conseguirá maximizar el impacto y garantizar el éxito en los objetivos circulares del modelo.

2.3.5. Tamaño y componentes del equipo

Una vez identificadas las cualidades básicas del equipo, se plantean aspectos más operativos del mismo como el número de participantes, la propuesta del formato de trabajo o prácticas a evitar.

En primer lugar, es necesario identificar y compartir con todo el equipo quién ejerce el papel de responsable de programa. Sin una persona que dirija el proceso, comparta la visión y los objetivos y sea garante del buen desarrollo del proyecto, la co-creación y el co-desarrollo tiende a la parálisis y los plazos se dilatan y los objetivos no se alcanzan.

TEMA 2

PROGRAMAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO de la Economía Circular

Que exista una figura responsable no indica que tenga una voz única para la toma de decisiones, de hecho, debe ser a través del acuerdo con el resto de los miembros como se tomen las decisiones. ¿Pero cuántos miembros deben componer al equipo? Un programa de co-desarrollo suele implicar a grandes cantidades de gente de diferentes organizaciones, técnicos, responsables, participantes, coordinadores... Este hecho hace que muchas veces concretar sesiones de trabajo sea una auténtica pesadilla.

Un propuesta basada en la experiencia es buscar un número impar entre cinco y once personas en función del alcance y desarrollo del proyecto.

En este número de representantes se deberán ver representados los principales *stakeholders* del proyecto y para cumplir con el principio de *Skin in the game*, deberán ser de aquellos agentes con más acciones en juego con la puesta en marcha del proyecto.

Este equipo base deberá ser quien vele por el correcto desarrollo del proyecto y quien se apoye en terceros para acordar y medir el desarrollo del proyecto.

2.3.6. Amenazas en la gestión del equipo

La gestión de equipos en programas de co-creación y co-desarrollo enfrenta desafíos comunes:

a. Falsa representatividad

En ocasiones algunos miembros del equipo, para preservar sus intereses, se erigen como representantes de colectivos que van más allá de su actividad. Es crucial que el equipo sea consciente de los roles de cada actor y que cada miembro justifique en base a datos, hechos o experiencias basadas en contacto con el agente supuestamente representado su justificación.

b. Jerarquías establecidas

El co-desarrollo y la co-creación reflejan una imagen horizontal y de sistema democrático, pero en ocasiones se ven influenciados por roles de poder establecidos fuera del ámbito del programa.

Si dos personas del mismo organismo participan en el equipo y una está más arriba en la jerarquía de su organización, es frecuente que no contradiga sus posicionamiento a pesar de contar con visiones diferentes. Debe el responsable del equipo generar un entorno donde las jerarquías propias no interfieran con la capacidad de exponer y argumentar dentro del propio proyecto.

c. Espiral del silencio

El desarrollo de programas de este tipo se basan en el trabajo de personas y estas vivimos bajo la influencia de sesgos cognitivos. Más allá de los roles jerárquicos, en este punto tiene gran importancia la teoría de Noelle Neuman sobre las espirales del silencio.

Si dentro del equipo se entiende que existe una posición mayoritaria, muchas veces los participantes optan por no expresar su desacuerdo debido al miedo a discordar y ser señalados. Esto en ocasiones genera falsos consenso que desarrollan soluciones que no son verdaderamente creídas por el equipo.

TEMA 2

PROGRAMAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular

➤ **d. Caso práctico**

Susana diseña un equipo de trabajo transversal para comenzar el proyecto. Forma un comité de trabajo con 5 personas. El comité será liderado por ella misma y en él participarán: 2 representantes de la administración, 2 representantes de la entidad empresarial más involucrada, 2 representantes de las asociaciones de consumidores y 1 representante del colectivo ecologista.

Esta distribución busca: que todos los implicados tengan “cosas en juego”. No incluir en este comité a aquellas organizaciones no involucradas para ganar agilidad y *skin in the game*.

Además, tener en el mismo equipo a gente que a pesar de tener intereses contrapuestos busque un objetivo común, ayuda a que los “elefantes en la habitación” se afronten. Susana podrá apoyarse en la transparencia al trabajar con los diferentes agentes, pero al mismo tiempo optimizar los recursos colectivos al tratar de llegar a un acuerdo donde todas las partes se sientan cómodas al trasladar su resultado a sus miembros.

Si el acuerdo consigue un apoyo directo para los negocios dividido con un refuerzo para el consumidor, a pesar de que ninguna organización se lleve todo el pastel, cada uno podrá presentar su trozo de la tarta.

Esta composición no evitará los problemas típicos de la gestión, ahí será donde la técnica deba ejercer su liderazgo y su capacidad de gestión. Deberá controlar la representatividad de cada uno de los grupos de interés y no dejarse guiar por el rango de las personas incluidas. Cada miembro debe tener su papel y formar parte del mismo esquema de trabajo.

TEMA 2

PROGRAMAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular

3 Planificación de programas

Planificar programas de co-creación y co-desarrollo es un momento crítico para el objetivo final. En este capítulo se ha optado por separar la etapa de la planificación del diseño, con el fin de dar el espacio suficiente a la etapa de diseño con el usuario y no mezclarlo con la etapa inicial de identificación de la meta y orquestación del equipo.

La etapa de planificación se inicia con la identificación del reto y la determinación de poner en marcha un proyecto en un tiempo y ámbito determinado. Estas decisiones no son inamovibles, pero deben servir para determinar un ámbito.

3.1. Revisión del entorno y punto de partida

Llevar adelante un programa que promueva la Economía Circular mediante un modelo de innovación abierta suele requerir una justificación sólida. Los enfoques tradicionales de gestión de proyectos frecuentemente critican estas metodologías por su lentitud, complejidad en la coordinación y dificultad para escalar resultados.

Es cierto que, en proyectos menos sociales y menos complejos, alternativas tradicionales ofrecen mejores resultados en algunos de estos indicadores, sin embargo, este tipo de metodología cobra especial sentido cuando se dan los siguientes aspectos. Como técnico motivado para la puesta en marcha de proyectos a través de esta metodología, se propone revisar los siguientes aspectos:

- 1. Complejidad del problema:** si el reto tiene múltiples dimensiones (económicas, sociales, medioambientales), como sucede en proyectos de Economía Circular, la co-creación permite abordar diferentes perspectivas.
- 2. Diversidad de actores involucrados:** presencia de múltiples intereses y sectores afectados.
- 3. Limitaciones de recursos:** necesidad de compartir y optimizar recursos limitados.
- 4. Baja aceptación o desconfianza:** baja aceptación o reticencias a la iniciativa, ya que puede reducirse mediante la participación activa de los actores implicados.
- 5. Falta de soluciones estándar:** cuando las soluciones disponibles no se ajustan al contexto, es necesario innovar y personalizar.
- 6. Interdependencia:** el éxito es dependiente de la coordinación efectiva entre actores.
- 7. Presión social o normativa** exigencias externas que requieren respuestas innovadoras y sostenibles.
- 8. Ausencia de información completa:** brechas de conocimiento pueden llenarse mediante la incorporación de perspectivas locales.
- 9. Oportunidad de maximizar el impacto social:** oportunidad de generar beneficios amplios y visibles. A través de la colaboración.

TEMA 2

PROGRAMAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular

3.2. Proyección de la ganancia potencial

En la etapa de definición del programa, una vez decidido el objetivo y analizados los factores que pueden hacer de la co-creación y el co-desarrollo una alternativa atractiva, es necesario medir la potencial ganancia a la que aspiramos.

En ocasiones los proyectos de innovación social y medioambiental pecan de no cuantificar ni tratar de medir los retornos que queremos alcanzar. A pesar de la dificultad y la incertidumbre de entornos complejos, existen métricas que debemos identificar cómo claves y definir rangos sobre los que luego en la etapa de diseño afinar la proyección y el control.

Estas métricas se pueden clasificar en cuatro grandes categorías:

1. **Métricas económicas:** estimación de beneficios económicos, como la reducción de costes o el aumento de ingresos; mejora de la eficiencia económica del sistema; disminución de pérdidas y mermas.
2. **Métricas ambientales:** reducción en el uso de materiales y aumento de las tasas de recuperación; ahorro en materias primas vírgenes; disminución del consumo de recursos finitos.
3. **Métricas sociales:** participación ciudadana y acogida de la iniciativa; impacto en indicadores y calidad de vida; cambios en el compromiso y la percepción de los ciudadanos hacia la sostenibilidad.
4. **Métricas de impacto en el sistema:** incremento en las alianzas y colaboraciones estratégicas; escalabilidad en la solución desarrollada; generación de nuevas oportunidades y redes a partir del trabajo inicial.

3.3. Herramientas de planificación

3.3.1. ROI Circular (Retorno de Inversión Circular)

El **Retorno de la Inversión** (ROI Circular) es una métrica financiera que evalúa la viabilidad económica de un proyecto en Economía Circular al considerar no solo los ingresos directos, sino también los ahorros generados por mejoras en la eficiencia, ingresos derivados de subproductos y la reducción de costes asociados a residuos o recursos. A diferencia del ROI tradicional, que se centra exclusivamente en los flujos monetarios directos, ROI Circular integra los beneficios adicionales específicos de modelos circulares, como la reutilización de materiales, la disminución de desechos en vertederos o la reducción del consumo de recursos vírgenes. Este enfoque permite medir de manera más completa el impacto económico de las prácticas circulares.

TEMA 2

PROGRAMAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO de la Economía Circular

Ejemplo práctico

Una empresa implementa un programa de reparación de electrodomésticos usados para su reventa.

- **Inversión inicial:** 10.000 € en herramientas y capacitación.
- **Costes operativos anuales:** 15.000 € en salarios y materiales.
- **Ingresos anuales por ventas:** 30.000 €.
- **Ahorros por reducción de residuos:** 5.000 € anuales al evitar costes de eliminación de residuos.
- **Ingresos adicionales por piezas recuperadas:** 2.000 € anuales.

3.3.2. Cálculo del ROI Circular

1. Beneficio neto anual:

- Ingresos por ventas: 30.000 €
- Ahorros por reducción de residuos: 5.000 €;
Ingresos por piezas recuperadas: 2.000 €;
Costes operativos: 15.000 €
- Beneficio neto: 22.000 €

2. ROI Circular:

$$\bullet \text{ ROI CIRCULAR} = \left(\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Inversión inicial}} \right) \times 100 = \left(\frac{22.000}{10.000} \right) \times 100 = 220\%$$

Este ROI Circular del 220% indica que, por cada euro invertido, se obtienen 2,20 € de retorno, considerando tanto los ingresos directos como los ahorros y beneficios adicionales propios de la Economía Circular.

3.3.3. Social Impact Assessment (SIA)

La **Evaluación de Impacto Social** o **Social Impact Assessment (SIA)** es una herramienta que evalúa los impactos sociales de un proyecto, analizando cómo este afecta a la comunidad en aspectos como: empleo, inclusión y calidad de vida. Según Vanclay (2003), el SIA es un “proceso de análisis, monitoreo y manejo de las consecuencias sociales, tanto positivas como negativas, de intervenciones planificadas”. En el contexto de un proyecto de Economía Circular enfocado en la reparación, el SIA permite identificar los beneficios sociales directos e indirectos que se derivan de la iniciativa. Este análisis abarca indicadores como la creación de empleos locales, la capacitación de trabajadores, el acceso a servicios más económicos para la comunidad, y la integración de colectivos vulnerables, promoviendo una mayor cohesión social y equidad.

TEMA 2

PROGRAMAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO de la Economía Circular

Ejemplo práctico

Un municipio implementa un programa para fomentar la reparación de electrodomésticos, partiendo del siguiente escenario:

- **Acciones clave:**
 - Subvenciones a talleres locales.
 - Jornadas de formación gratuitas.
- **Resultados evaluados mediante el SIA:**
 - Generación de 15 empleos directos en talleres de reparación.
 - Participación de 30 personas en talleres formativos, mejorando sus oportunidades laborales.
 - Reducción en los gastos de las familias al optar por reparar en lugar de reemplazar.
 - Inclusión de personas en situación de desempleo prolongado, fomentando la equidad social.

Este análisis demuestra cómo el proyecto no solo tiene beneficios ambientales, sino también genera impactos sociales medibles y significativos.

3.3.4. Análisis de Ciclo de Vida

El **Análisis de Ciclo de Vida (ACV)** es una metodología que evalúa el impacto ambiental de un producto, servicio o proyecto en todas las etapas de su ciclo de vida, desde la extracción de materias primas hasta su disposición final.

En un proyecto de Economía Circular enfocado en la reparación, el ACV permite medir cómo esta práctica contribuye a reducir los impactos ambientales asociados a la producción de nuevos bienes, como la extracción de recursos naturales o las emisiones generadas durante su fabricación y transporte. Además, ayuda a identificar áreas de mejora en el sistema de reparación para maximizar los beneficios ambientales y sociales del proyecto.

Ejemplo práctico

Una ciudad lanza un programa para promover la reparación de electrodomésticos mediante subsidios a talleres y campañas de concienciación ciudadana.

Al realizar el ACV se demuestra que, por cada electrodoméstico reparado:

TEMA 2

PROGRAMAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular

- **Beneficios ambientales:**
 - Se evitan 50 kg de emisiones de CO₂
 - Se reduce la extracción de 20 kg de recursos minerales.
- **Impactos analizados:**
 - Consumo energético y materiales necesarios para las reparaciones.

El análisis identifica áreas de mejora en el sistema de reparación y destaca cómo el proyecto fomenta empleos locales en talleres, reduce residuos enviados a vertederos locales y contribuye a la sostenibilidad.

Además, el ACV es una herramienta c-que no solo demuestra la viabilidad ambiental del programa, sino que es clave para comunicar a la ciudadanía el impacto positivo de optar por reparar en lugar de desechar, fortaleciendo su compromiso y participación.

TEMA 2

PROGRAMAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular

4 Diseño de programas

Una vez identificados los principales objetivos a alcanzar. Es necesario pasar de la idea a la acción, para ello la etapa del diseño es fundamental y es donde el lector debe focalizar para garantizar el correcto desarrollo del proyecto.

4.1. Diseño de la operativa

El momento fundamental al co-crear un proyecto de innovación para Economía Circular es este. Una vez identificado el mapa, seleccionados los compañeros de viaje y definidos los objetivos. Es el momento de diseñar la operativa de funcionamiento a llevar a cabo.

En esta tipología de programas, los factores clave a diseñar son:

4.1.1. Forma de interactuar

Es clave establecer cómo se relacionarán los diferentes agentes (presencial, online u otros canales).

Los usuarios además tendrán que descubrir la iniciativa a través de diferentes medios de comunicación y se deberán dotar de espacios para mostrar su opinión y canalizar las propuestas de mejora durante el tiempo que dure el proyecto.

4.1.2. Roles de los diferentes agentes

El equipo gestor debe diseñar cuál es el rol de cada agente implicado en su iniciativa mostrando de forma clara cuáles son sus roles, responsabilidad y recursos aportados. Además, se deberá buscar el equilibrio para cada rol.

4.1.3. Beneficio estimado para cada agente

Definir cuál es el beneficio que cada participante en cada rol puede obtener por formar parte en la iniciativa y no valorarlo solo de manera tangible. Además, se deberá interpretar junto a ese tercero si el beneficio está lo suficientemente personalizado para ser atractivo.

TEMA 2

PROGRAMAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO de la Economía Circular

4.1.4. Esfuerzo exigido a cada agente

Debe garantizarse que el esfuerzo de cada agente sea razonable en comparación con el beneficio recibido, así como proporcionar recursos y soporte continuo para facilitar el cumplimiento de sus responsabilidades.

4.1.5. Flexibilidad y adaptación

Todos los apartados anteriores deben ser dinámicos y la operativa debe incluir mecanismos de ajuste para que en el transcurso del proyecto se asegure el correcto balanceo de los incentivos. Estos mecanismos deben ajustar las cargas, los beneficios y los mecanismos de interacción. Pueden ir desde la variación económica, a la implementación de nuevas tareas o el soporte externo para algunos esfuerzos exigido que se demuestran descompensados.

4.2. Alianzas y capacidad para la gestión

En este caso, las alianzas son clave para poder gestionar las iniciativas lanzadas. En un proyecto de co-creación debemos generar clústeres que nos permitan multiplicar el alcance para el desarrollo de la iniciativa. Con el equipo de trabajo generado, se deben asignar a cada miembro un rol con sus grupos de interés en los cuales sean responsables y promuevan la correcta participación de sus miembros.

Como responsable se ha de delegar y potenciar el trabajo en red, para conseguir más participación de la que trabajando de forma unipersonal se podría alcanzar. A cambio, se debe establecer un nivel de seguimiento y auditoría de los resultados que permita evaluar el desempeño como se verá a continuación.

4.3. Diseño del control y seguimiento

El desarrollo de programas de co-creación y co-desarrollo para la Economía Circular presenta, en ocasiones, problemas a la hora de controlar el desempeño y la evolución de la participación y resultados por parte de los diferentes *stakeholders*. De inicio este hecho suele generar polémica al suscitar recelo entre los agentes que aportan su tiempo y esfuerzo, pero perciben ser juzgados. Para evitar este problema, se trabaja con el equipo gestor para definir hitos medibles en plazos concretos y responsables para la captura y el procesamiento de esa información.

El co-desarrollo implica co-evaluación y este método permite aportar transparencia y responsabilidad a cada una de las partes.

TEMA 2

PROGRAMAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
 de la Economía Circular

4.4. Herramientas de diseño

4.4.1. Caso práctico

A continuación, se presentan dos herramientas para el diseño del sistema con el desarrollo de los roles de los participantes. Una ficha de agente donde nuestra técnica puede visualizar el rol y los objetivos de cada miembro del proyecto y un mapa de agentes donde ver su interrelación.

Tabla 1. Ficha de agente

FICHA DE AGENTE	
NOMBRE	Asociación ecologista 1
REPRESENTACIÓN	Representa los intereses y preocupaciones de más de 200 socios y tiene gran calado entre los colectivos de defensa naturalista de la ciudad. Forma parte de la red regional donde ocupa un puesto en la junta.
ACTIVIDAD PRINCIPAL	Realiza actividades de cuidado medioambiental como limpiezas de áreas contaminadas, difusión de valores ecologistas en el ámbito educativo y lucha ante decisiones que atentan ante su visión del cuidado del medio ambiente.
OBJETIVO PARA PARTICIPAR EN EL PROYECTO	Asegurar que se favorecen comportamientos que verdaderamente se alinean con su visión ecologista
MOTIVACIONES CLAVE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trabajar con otros agentes de la región en un proyecto transversal 2. Favorecer un impacto positivo en el entorno natural de la ciudad 3. Favorecer el desarrollo de una red local de cuidado medioambiental
LÍNEAS ROJAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo de acciones que comprometan el cuidado del medio ambiente 2. Promover acciones que no generen un impacto real y que puedan suponer <i>greenwashing</i>
RELACIÓN CON OTROS AGENTES	La entidad tiene gran capacidad de llegada a entornos escolares y personas con gran cuidado en la naturaleza. Su llegada en el entorno empresarial es limitada.

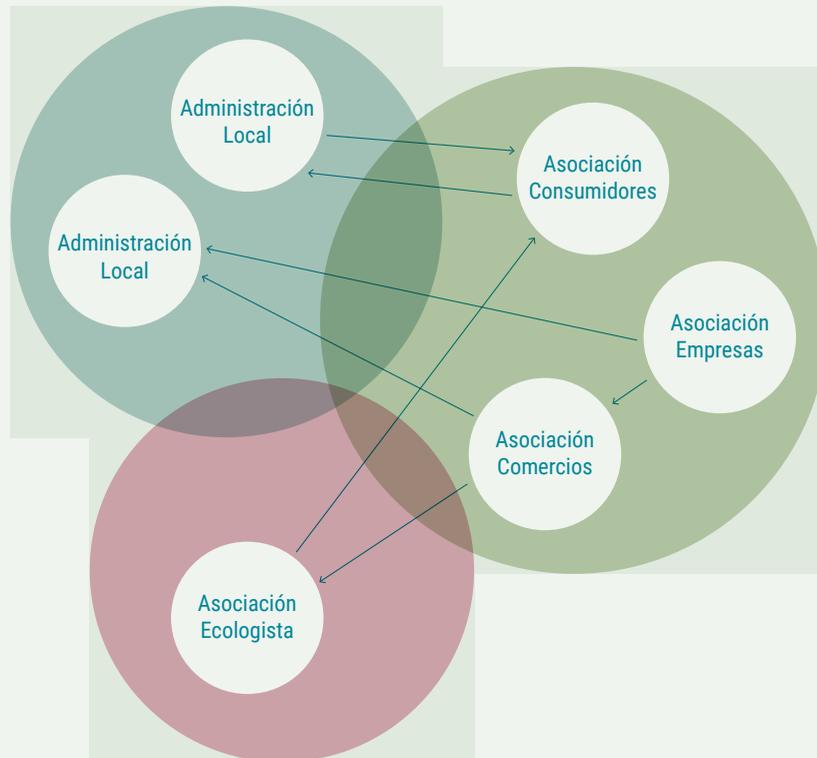
Fuente: elaboración propia.

TEMA 2

PROGRAMAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular

El **mapa de stakeholders** permite identificar las relaciones entre los distintos agentes y mapear los canales de comunicación e intereses más fluidos. A continuación, se presenta un gráfico de elaboración propia donde se pueden ver los diferentes canales. Esta herramienta sirve para mejorar las relaciones y utilizar los grupos que mejor pueden funcionar para poner en marcha las actividades del proyecto.

Fig. 1. Mapa de los Stakeholders



Fuente: elaboración propia.

TEMA 2

PROGRAMAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular

5 Pilotaje de programas

Iniciar un programa de este estilo es complejo. Los modelos de innovación proponen escenarios progresivos para testar, evaluar, adaptar y potenciar las iniciativas de la forma más eficiente posible.

El concepto de “**proyecto piloto**” es fundamental para ajustar y tratar de maximizar las probabilidades de éxito. Sin embargo, diseñar este tipo de experiencias de programas de innovación abierta y sostenibilidad presenta algunos retos de gran relevancia que deben ser considerados desde el inicio.

5.1. Determinación área de pilotaje

Un ámbito acotado y representativo es clave para obtener resultados valiosos y aplicables en fases posteriores. En busca de la mejor representatividad, el área elegida, que no tiene por qué ser solo geográfica, debe tratar de configurar un escenario que entregue respuestas valiosas y que permita mejorar y definir los siguientes pasos.

Existen dos factores claves a la hora de delimitar el área de actividad y estos son: intereses en el co-diseño del piloto y evitar el problema del polizón.

5.1.1. Intereses en el co-diseño del piloto

Cada uno de los agentes implicados en el co-desarrollo del piloto buscará acercarse al mayor beneficio a su representado. Es importante que en esta etapa validemos el diseño planteado y para ello todos tienen que sentirse partícipes, pero no se puede ceder en que, para integrar a un agente, el proyecto pierda la representatividad o la lógica del sistema que se recoge en la herramienta mapa del sistema.

5.1.2. Evitar el problema del polizón

Cuando se ponen en marcha proyectos piloto, en ocasiones existen comportamientos fraudulentos debido a las limitaciones de este tipo de prácticas. Si la limitación es geográfica, se encontrarán usuarios que, estando fuera del alcance de este primer piloto, busquen participar para obtener su beneficio. Esto que a priori puede parecer un extra de motivación y puede mejorar las cifras es un nido de serpiente, ya que no nos permitirá tener conclusiones valiosas sobre el encaje de la solución en etapas futuras al distorsionar los resultados del presente. Para ello es necesario establecer limitaciones “fijas” asociadas a CNAEs (Clasificación Nacional de Actividades Económicas) o documentos oficiales y en lo geográfico seleccionar áreas o municipios que sean menos propicios al movimiento de terceros para aprovechar el proyecto.

TEMA 2

PROGRAMAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO de la Economía Circular

5.2. Timing y fechas de desarrollo

La duración debe comprender un periodo lo suficientemente representativo como para que los potenciales usuarios descubran, experimenten y adopten el nuevo hábito circular en su rutina. No debería superar el año de duración, pero tampoco es recomendable realizar pruebas piloto de menos de 10 semanas.

No solo es necesario tener en cuenta la duración, ya que es igual de importante seleccionar unas fechas que puedan ofrecer una representatividad de lo que son los hábitos y situaciones comunes de la población impactada. Esto implica evitar periodos de comportamiento diferentes como la navidad, los meses de verano si la estacionalidad afecta en gran medida al municipio o fiestas locales. Evitarlos no significa que no se puedan encontrar dentro del periodo de pilotaje, pero sí que deban estar ponderados en el tiempo total de la duración y no sesgar el resultado.

5.3. Evaluación y futuro

Las métricas diseñadas para el global del programa se deben adaptar a los tiempos y plazos. Este tipo de experiencias tienen algunas particularidades. Un mayor foco local puede favorecer una mejor comunicación y llegada, pero también puede limitar el “**efecto bola de nieve**” al ser limitado el crecimiento y adopción.

Los indicadores seleccionados deben ser evaluados por el conjunto del equipo responsable del proyecto y definir si seguir con la misma estructura, modificar el programa antes del escalado o parar la actividad, teniendo en cuenta una perspectiva local.

Esta decisión se debe tomar en conjunto, entendiendo lo que puede aportar cada miembro y la decisión de seguir o parar tomada por cada uno de ellos. Sin duda esto ayuda a generar sentimiento de pertenencia y responsabilidad al tiempo que favorece la transparencia.

TEMA 2

PROGRAMAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular

6 Escalado de programas

Una vez finalizada una fase piloto, es necesario definir si se buscan ampliar los programas de co-creación y co-desarrollo o, por el contrario, se prefiere frenar la iniciativa. Este paso es especialmente relevante, ya que estos programas suelen involucrar a varios agentes con intereses diferentes. A continuación, se presentan varios criterios relevantes que los técnicos responsables deben considerar para avanzar en la fase de escalado.

6.1. Faseado y seguimiento

Tras la fase piloto es necesario decidir los siguientes pasos. Es posible optar por avanzar hacia el total de la población objetivo o realizar un escalado intermedio. Esta decisión, que debe formar parte del equipo gestor del proyecto, debe basarse en criterios técnicos y objetivos, como los siguientes:

1. Resultados obtenidos en la fase anterior:

- ¿Han sido los resultados tan satisfactorios como se esperaba?
- ¿Se han alcanzado todos los indicadores?
- ¿Quieren continuar los miembros del proyecto codesarrollándolo?

2. Adaptaciones necesarias para la ampliación:

- ¿Tenemos capacidad (económica, de ejecución, temporal) para poder realizar la expansión a todo el municipio?
- ¿Qué cambios operativos son necesarios?
- ¿Sirven las herramientas, estructuras de trabajo y los procedimientos para la nueva fase?

6.2. Crecimiento y comunicación

Los proyectos piloto suelen aprovechar canales de comunicación más segmentados al limitarse a zonas geográficas o perfiles específicos. Cuando se propone el escalado de un proyecto cooperativo es necesario adaptar la comunicación y la forma de llegar a los potenciales participantes. Resulta muy conveniente revisar internamente si ante las nuevas fases se deben incluir a nuevas entidades que permitan multiplicar el alcance de la comunicación y difusión del proyecto o si los materiales realizados en la primera etapa deben ser modificados para adaptarse a las nuevas necesidades. Sirven como ejemplos la necesidad de traducir mensajes, de adaptar piezas y contenidos digitales a nuevos formatos tradicionales o adaptar códigos de lenguaje ante nuevas poblaciones objetivo.

TEMA 2

PROGRAMAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular

7 Control de programas

Cuando los programas de co-creación y co-desarrollo se encuentran implementados y en una fase de ejecución total, el equipo debe afrontar la fase de seguimiento y control. Los proyectos de innovación abierta y colaborativa varían debido a la gran cantidad de agentes e incentivos que hay involucrados y el equipo gestor debe ser capaz de medir y evaluar para controlar si se cumple su objetivo para el que fue diseñado o si se deben modificar algunos aspectos.

7.1. Evaluación de resultados y análisis de mejora

Los indicadores acordados con el equipo y los objetivos fijados con los miembros del proyecto deben seguirse de forma periódica. Se recomienda un seguimiento mensual de los datos siempre y cuando su captura y procesado no sea demasiado demandante y en casos de mayor demanda temporal, se podría llevar el seguimiento hacia una periodicidad trimestral.

Para la evaluación en proyectos de co-creación y co-desarrollo se debe promover la evaluación inter-pares, co-crear y co-desarrollar nos debe permitir co-evaluar.

Esto significa que no se debe dejar a cada agente como responsable de la captura y procesado de parte de la información para responder ante el equipo gestor, sino que es muy enriquecedor promover el trabajo colaborativo por grupos en el que participantes de distintos orígenes colaboren para aportar visión, transparencia y rigor al seguimiento.

7.2. Cambio comportamental

El fin último de los proyectos co-creados y co-desarrollados para la Economía Circular es impulsar un cambio de modelo y de hábitos en la sociedad. El seguimiento de estos proyectos debe incluir su capacidad para movilizar a sus participantes hacia nuevas formas de producción y consumo más alineadas con los principios de la circularidad. Conviene establecer una serie de indicadores específicos en materia de cambio comportamental para garantizar el cumplimiento de este objetivo, pero también para motivar a los participantes a través de comunicaciones claras y tangibles sobre el impacto de sus acciones en la evolución de nuestra sociedad hacia un modelo más responsable social y medioambientalmente.

TEMA 2

PROGRAMAS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular

BIBLIOGRAFÍA

Chesbrough, H. (2006). Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology. Harvard Business School Press.

De Miguel, J. A. (2024). Modelos de negocio: Resolución de problemas y creación de valor. Profit Editorial.

García Recuenco, Javier. HiloTurras: Analizando la importancia de los incentivos en el ámbito empresarial y cómo influyen en el éxito o fracaso. Abril 2023. Consultado noviembre 2024. <https://turrero.vercel.app/turra/1649673649866113024>

Meadows, D. H. (2008). Thinking in Systems: A Primer. Chelsea Green Publishing.

Noelle-Neumann, E. (1993). The Spiral of Silence: Public Opinion, Our Social Skin (2nd ed.). University of Chicago Press.

Ramaswamy, V., & Gouillart, F. (2010). The Power of Co-Creation: Build It with Them to Boost Growth, Productivity, and Profits. Free Press.

Vanclay, F. (2003). International principles for social impact assessment. Impact Assessment and Project Appraisal, 21(1), 5-11. <https://doi.org/10.3152/147154603781766491>

TEMA 3

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO de la Economía Circular

David Ceniceros Aransay,
Dirección Técnica e Innovación,
Ecoembes



TEMA 3

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular

1 Introducción

Este capítulo tiene como objetivo compartir y aprender de casos prácticos de co-creación y co-desarrollo de la Economía Circular a partir de los aspectos expuestos en el capítulo anterior. A lo largo de las próximas páginas se presentarán iniciativas reales enfocadas en promover comportamientos circulares a través del trabajo cooperativo y se analizarán sus claves, recursos y fortalezas.

Con este objetivo se busca inspirar al lector en la generación de nuevas iniciativas que puedan suponer un avance en el cambio de modelo apoyándose en ejemplos reales de cómo la colaboración es un vector fundamental en esta transición y cómo pequeños proyectos pueden aportar de manera significativa en la promoción de la circularidad entre la sociedad.

Cada ejemplo se presentará siguiendo un formato estándar que incluye los siguientes once campos:

1. **Nombre del proyecto:** Identificador de la iniciativa.
2. **Ámbito de la circularidad trabajado:** qué eje de la Economía Circular se trabaja en la iniciativa
3. **Localización:** dónde se realiza la actividad
4. **Fecha de desarrollo:** cuándo se desarrolla la iniciativa
5. **Objetivo principal:** cuál es la finalidad de la puesta en marcha del proyecto
6. **Agentes implicados:** quienes son los participantes en la iniciativa y su rol
8. **Aspectos clave:** cuáles son los puntos más importantes para su éxito
9. **Principales retos:** cuáles son los principales desafíos que enfrenta el proyecto
10. **Posibles indicadores:** cómo se podría medir el éxito del proyecto
11. **Fuente:** origen de la información

Los contenidos de dichos campos se basan en una opinión subjetiva del autor apoyándose en la información oficial disponible y en la experiencia propia acumulada.

En la siguiente tabla se recogen los ejemplos recogidos en este capítulo (ver Tabla 2).

TEMA 3

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular

Tabla 2. Casos prácticos analizados

CASOS PRÁCTICOS EN ECONOMÍA CIRCULAR	
Nombre	Práctica
Too Good To Go	Reducción
Karos Mobility	Reducción
Konpondu	Reparación
RE-CYCLING	Reparación
Repair café	Reparación
ERIC	Reutilización
WAT'SAVEREUSE	Reutilización
RECICLOS	Reciclaje
TerraCycle	Reciclaje
Libera	Recuperación
Upcycling the Oceans	Recuperación

Fuente: elaboración propia.

TEMA 3

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular

2 Reducción

2.1. Too Good To Go

- **Nombre del proyecto:** Too Good To Go.
- **Ámbito de la circularidad trabajado:** Iniciativa centrada en la reducción del desperdicio alimentario.
- **Localización:** Global, con presencia en diversos países (principalmente en Europa y América del Norte).
- **Fecha de desarrollo:** El proyecto se lanzó en 2016.
- **Objetivo principal:** Reducir el desperdicio de alimentos y promover una mayor conciencia sobre el consumo responsable, conectando consumidores con establecimientos de alimentos (restaurantes, panaderías, supermercados, etc.) que venden a precios reducidos los excedentes de comida al final del día.
- **Agentes implicados:** Los agentes implicados incluyen a los consumidores que compran los excedentes de comida, los establecimientos como restaurantes y supermercados que ofrecen sus productos a través de la aplicación, y la empresa Too Good To Go que gestiona la plataforma. Además, diversas organizaciones asociadas, como ONGs y empresas, apoyan la promoción de la Economía Circular y la sostenibilidad.
- **Desarrollo del proyecto:** El proyecto Too Good To Go busca reducir el desperdicio de alimentos mediante una plataforma digital que permite a los usuarios comprar excedentes de comida a precios reducidos en establecimientos cercanos. Su éxito se basa en la colaboración entre comercios, consumidores y la aplicación. Para aumentar su impacto, se han realizado campañas de concienciación locales y globales, apoyadas por redes sociales y alianzas con ONGs que promueven la sostenibilidad y la Economía Circular.
- **Aspectos clave:** La aplicación permite conectar a consumidores y comercios de manera eficiente, promoviendo la Economía Circular y reduciendo el desperdicio de alimentos. El proyecto ha crecido globalmente, creando alianzas con comercios de diversos tamaños y fomentando un cambio en la gestión de excedentes alimentarios.
- **Principales retos:** El proyecto enfrenta el reto de cambiar la mentalidad de consumidores y comercios, además de garantizar una logística eficiente para vender los excedentes antes de su caducidad. Superar estas barreras es esencial para su expansión.
- **Posibles indicadores:** Los indicadores clave incluyen la cantidad de alimentos salvados, el número de usuarios activos, la cantidad de comercios colaboradores, la reducción de emisiones de CO2 y el ahorro económico generado tanto para consumidores como comercios.
- **Fuente:** Página web de la Iniciativa Too Good To Go. <https://www.toogoodtogo.com>

TEMA 3

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular

➤ 2.2. Karos Mobility

- **Nombre del proyecto:** Karos Mobility
- **Ámbito de la circularidad trabajado:** Iniciativa centrada en la reducción de emisiones asociadas al transporte al trabajo.
- **Localización:** Vitoria, España.
- **Fecha de desarrollo:** El proyecto fue lanzado en 2019.
- **Objetivo principal:** Fomentar una movilidad más sostenible en la ciudad de Vitoria mediante el uso compartido de vehículos, contribuyendo a la reducción del tráfico y las emisiones de CO₂, al tiempo que se mejora la eficiencia en los desplazamientos urbanos.
- **Agentes implicados:** Ayuntamiento de Vitoria (colaborador institucional), usuarios (conductores y pasajeros) y empresas y entidades colaboradoras.
- **Desarrollo del proyecto:** El proyecto ha creado una plataforma digital que facilita el uso compartido de coches, reduciendo el número de vehículos en circulación y mejorando la eficiencia de los trayectos. A través de una aplicación, los conductores pueden ofrecer asientos vacíos, promoviendo la sostenibilidad y reduciendo el impacto ambiental del transporte urbano. El Ayuntamiento de Vitoria respalda la iniciativa, apoyada por campañas de concienciación y la implementación de incentivos para usuarios frecuentes y empresas.
- **Aspectos clave:** El proyecto se centra en la movilidad compartida, reduciendo vehículos, emisiones de CO₂ y consumo de combustibles fósiles. La plataforma digital facilita la conexión entre conductores y pasajeros, y la colaboración con el Ayuntamiento de Vitoria ha sido crucial para su expansión y éxito.
- **Principales retos:** Uno de los principales retos es fomentar la adopción generalizada de la movilidad compartida, ya que muchos ciudadanos siguen prefiriendo el uso de su propio vehículo. Además, garantizar la seguridad y confianza entre usuarios es fundamental, dado que los conductores y pasajeros son desconocidos. La gestión de la oferta y demanda de viajes, así como la coordinación con el transporte público y privado, también representa un desafío importante.
- **Posibles indicadores:** Los indicadores clave incluyen el número de usuarios activos, los viajes compartidos realizados, la reducción de emisiones de CO₂ y el ahorro de combustible. También se evalúan la retención de usuarios y su satisfacción con la plataforma.
- **Fuente:** Página Web de Karos Mobility. <https://www.karos-mobility.com/>

TEMA 3

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular

3 Reparación

3.1. Konpondu

- **Nombre del proyecto:** Konpondu
- **Ámbito de la circularidad trabajado:** Iniciativa centrada en la reparación.
- **Localización:** Vitoria, País Vasco, España.
- **Fecha de desarrollo:** Iniciada en 2021.
- **Objetivo principal:** Fomentar la reparación de bienes de consumo en la ciudad de Vitoria aumentando el tiempo de vida útil y reduciendo el impacto del modelo de usar y tirar.
- **Agentes implicados:** Ayuntamiento de Vitoria, asociaciones de comerciantes y empresas de reparación.
- **Desarrollo del proyecto:** El proyecto ha fomentado la reparación desde diferentes vías. Generar un cambio de mentalidad entre sus ciudadanos ha implicado trabajar la promoción desde la comunicación, la visibilidad y también el apoyo al comercio local. Para ello, han realizado una serie de acciones como:
 - Generar un buscador online donde los ciudadanos pueden encontrar a los reparadores de la ciudad.
 - Sumar a los reparadores a la iniciativa ofreciéndoles espacios de difusión en medios locales
 - Generar talleres para que la propia ciudadanía pueda aprender a reparar y entienda la importancia de esta práctica desarrollada.
- **Aspectos clave:** Las claves del éxito son el apoyo en una red local de comerciantes, el despertar el interés del consumidor en la práctica y el generar herramientas que empoderen su desarrollo en la reparación autónomamente.
- **Principales retos:** El principal reto es sostener este tipo de iniciativas cuando se acaba el impulso inicial de colaboración y garantizar que los reparadores tienen relevo a través de la formación de nuevos técnicos especializados.
- **Posibles indicadores:** Aumento en el volumen de comercios de reparación, uso del servicio de buscador de reparadores y asistencia a jornadas de reparación.
- **Fuente:** Página web del Ayuntamiento de Vitoria Gasteiz. <https://www.vitoria-gasteiz.org>

TEMA 3

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular

3.2. Re-Cycling

- **Nombre del proyecto:** RE-CYCLING
- **Ámbito de la circularidad trabajado:** Iniciativa centrada en la reparación.
- **Localización:** Proyecto Europeo con regiones de Italia, Alemania, Macedonia, Francia y Austria involucrados.
- **Fecha de desarrollo:** Iniciada en 2023.
- **Objetivo principal:** Fomentar la reparación entre los ciclistas para fomentar una actividad deportiva más circular a través del deporte y el medio ambiente.
- **Agentes implicados:** Gobiernos regionales, polos de innovación, asociaciones deportivas, empresas del sector de la reparación.
- **Desarrollo del proyecto:** El proyecto ha fomentado la reparación a través de la actividad de los ciclistas. Un sector con una gran tradición en la reparación y mejora de sus componentes y un impacto positivo en el medio ambiente, también se ve inmerso en un cambio de consumo muy vinculado al usar y tirar. Para favorecer prácticas más circulares, el proyecto une a diferentes agentes del sector en Europa y realiza actividades como:
 - Formación online para profesionales del sector y la reparación de componentes modernos.
 - Talleres de sensibilización para jóvenes acerca del impacto de la bici y cómo repararla.
 - Guías sobre comportamientos sostenibles al disfrutar de la bici y sobre cómo gestionar el fin de vida de este medio de transporte
- **Aspectos clave:** Las claves del éxito son: el apoyo al trabajo en red con distintos agentes del sector; aprovechar un vector de ocio vinculado con la sostenibilidad como es el ciclismo para promover otras prácticas sostenibles y ofrecer materiales actualizados para resolver problemas concretos.
- **Principales retos:** El principal reto es ampliar el rango de actuaciones a parte del colectivo ciclista menos implicado en la sostenibilidad y fomentar la visión de eficiencia económica más allá de la medioambiental.
- **Posibles indicadores:** Aumento en el volumen de comercios de reparación, uso del servicio de buscador de reparadores y asistencia a jornadas de reparación.
- **Fuente:** <https://recycling.ibisprogetti.eu/>

TEMA 3

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular

➤ 3.3. Repair Café

- **Nombre del proyecto:** REPAIR CAFÉ
- **Ámbito de la circularidad trabajado:** Iniciativa centrada en la reparación.
- **Localización:** Iniciativa global.
- **Fecha de desarrollo:** Iniciada en 2009.
- **Objetivo principal:** Fomentar la reparación de bienes de consumo de manera colaborativa y la cultura de la reparación entre los ciudadanos.
- **Agentes implicados:** Asociaciones de consumidores, ciudadanos y administraciones locales.
- **Desarrollo del proyecto:** El objetivo es crear espacios donde los ciudadanos pueden acudir a reparar sus bienes de consumo utilizando herramientas y asesorándose a través de expertos que les ayudan en esa labor.

Existen distintos modos de colaboración y cada ciudad trata de fomentar este tipo de iniciativas de la manera efectiva con sus particularidades. Existen localizaciones donde los ayuntamientos facilitan el espacio e incluso ponen a disposición de los asistentes un técnico especializado.

En otros lugares, las iniciativas nacen de entidades del tercer sector que buscan ofrecer este espacio de forma altruista para favorecer el desarrollo de estas prácticas.

- **Aspectos clave:** Las claves del éxito son la utilidad que perciban los ciudadanos y la voluntad de expertos de ayudar a personas que buscan iniciarse en la reparación.
- **Principales retos:** Mantener un espacio equipado en un correcto estado de funcionamiento y atraer a nuevas generaciones.
- **Posibles indicadores:** Número de personas que acuden, productos reparados o horas de trabajo del personal.
- **Fuente:** <https://www.repaircafe.org/es/>

TEMA 3

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular

4 Reutilización

> 4.1. Eric

- **Nombre del proyecto:** ERIC
- **Ámbito de la circularidad trabajado:** Iniciativa centrada en la promoción de la reutilización en las ciudades europeas.
- **Localización:** Proyecto Europeo con más de 20 actores involucrados.
- **Fecha de desarrollo:** Iniciada en 2022.
- **Objetivo principal:** Fomentar la reutilización de envases en las ciudades realizando actividades para promover entre los diferentes agentes la reutilización y evitar el consumo de productos de un solo uso.
- **Agentes implicados:** Gobiernos regionales, asociaciones ecologistas, asociaciones sectoriales y grupos de ciudadanos.
- **Desarrollo del proyecto:** Durante dos años el proyecto ha buscado promover buenas prácticas de reutilización en diferentes ciudades de los países implementados. Los participantes han diseñado sesiones y actividades que los municipios han podido realizar con las empresas interesadas en promover estos cambios y darles herramientas que favorezcan la implementación de prácticas de reutilización.

Además de dotar de visibilidad a las mejores prácticas realizadas en estos municipios, se ha trabajado en dotar de herramientas y colaboradores del ecosistema de sostenibilidad para implementar los cambios en la actividad económica del municipio.
- **Aspectos clave:** Las claves del éxito son la tangibilización de medidas reales por los agentes económicos del proyecto y el desarrollo de planes de acción atractivos para que las empresas se sumen al cambio con incentivos claros.
- **Principales retos:** El principal reto es que no quede solo en un programa prescriptivo o de compartición de ejemplos, sino que mueva la aguja de iniciativas económicas.
- **Posibles indicadores:** Numero de sesiones realizadas, número de agentes con prácticas de Economía Circular incorporadas.
- **Fuente:** <https://zerowasteurope.eu/project/eric-project>

TEMA 3

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular

➤ 4.2. Wat'Savereuse

- **Nombre del proyecto:** Wat'savereuse
- **Ámbito de la circularidad trabajado:** Iniciativa centrada en la promoción de la reutilización en las ciudades europeas.
- **Localización:** Proyecto internacional e interregional entre Europa y el norte de África.
- **Fecha de desarrollo:** Desarrollado entre 2020 y 2023.
- **Objetivo principal:** Fomentar la reducción del consumo de agua potable y la reutilización de las aguas consumidas en los procesos productivos para favorecer su mayor tiempo de vida.
- **Agentes implicados:** En el proyecto han participado entidades gestoras de las aguas residuales de diferentes países, clústeres de innovación y agencias públicas de las regiones de Cataluña, Baleares, Valencia y Occitania.
- **Desarrollo del proyecto:** Durante tres años el proyecto se ha identificado, definido e implementado medidas que favorecen la reducción y reutilización de aguas. Tras definir los indicadores clave para medir el éxito se han realizado:
 - Talleres de sensibilización sobre el consumo de agua entre los diferentes agentes de las comunidades inmersas.
 - Análisis y propuestas de mejora para la gestión del agua en las ciudades
 - Desarrollo y propuestas de legislación para la fomentar la reducción del consumo y la reutilización de aguas en las ciudades de la región mediterránea
- **Aspectos clave:** Las claves del éxito son la adopción de medidas por parte de las empresas y la generación de políticas concretas por parte de la administración para fomentar las prácticas circulares del agua.
- **Principales retos:** Convertir las propuestas en acciones concretas y desarrollar cambios en las políticas públicas que impliquen mejoras en los indicadores de consumo de agua.
- **Posibles indicadores:** Reducción del consumo de agua, aumento del agua reutilizada, mejoras en los consumos.
- **Fuente:** <https://lifewatsavereuse.eu/>

TEMA 3

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular

5 Reciclaje

5.1. Reciclos

- **Nombre del proyecto:** Reciclos
- **Ámbito de la circularidad trabajado:** Iniciativa centrada en el reciclaje de envases
- **Localización:** España.
- **Fecha de desarrollo:** Iniciada en 2019
- **Objetivo principal:** Fomentar la recogida de latas y botellas de bebida para potenciar su reciclaje.
- **Agentes implicados:** Ecoembes, entidades del tercer sector español y municipios de toda España.
- **Desarrollo del proyecto:** El proyecto nace con el objetivo de aumentar la recogida selectiva de envases de bebida como son las latas y las botellas con el objetivo de alcanzar los objetivos europeos de reciclaje. Para ello se puso en marcha una iniciativa de recompensa del reciclaje a través de *tokens*. Este proyecto suma a diferentes agentes ya que el destino de los tokens puede ser el desarrollo de proyectos solidarios con entidades del tercer sector en municipios españoles.

Los ciudadanos escanean a través de una app sus envases y luego canjean los tokens por las recompensas que ellos deciden. Este proyecto permite que el impacto vinculado al reciclaje no sea solo medioambiental sino también social.

- **Aspectos clave:** Las claves del éxito son la colaboración de los ayuntamientos para ponerlo en marcha en los distintos municipios y la gestión junto con entidades del tercer sector de proyectos solidarios. Se genera un círculo virtuoso al fomentar el reciclaje las actividades del tercer sector y fomentar el tercer sector a través de la promoción de la iniciativa el reciclaje de latas y botellas.
- **Principales retos:** El principal reto es lograr un volumen de participación sostenido a través de la colaboración de terceros y que la participación se mantenga estable convirtiendo la recompensa en un hábito beneficioso para el medio ambiente.
- **Posibles indicadores:** Tokens canjeados, proyectos colectivos puestos en marcha, envases gestionados a través de la app, ahorros medioambientales generados.
- **Fuente:** Página web de Reciclos. <https://www.reciclos.com/>

TEMA 3

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular

5.2. TerraCycle

- **Nombre del proyecto:** TerraCycle.
- **Ámbito de la circularidad trabajado:** Reciclaje de productos no reciclables convencionalmente, gestión de residuos y reutilización de materiales.
- **Localización:** Global.
- **Fecha de desarrollo:** Iniciada en 2001.
- **Objetivo principal:** Reducir el impacto ambiental mediante el reciclaje de productos que no pueden ser reciclados a través de los sistemas convencionales, promoviendo una Economía Circular a nivel global.
- **Agentes implicados:** Empresas que proporcionan productos reciclables, consumidores que envían sus residuos, gobiernos que facilitan puntos de recolección, y organizaciones que apoyan la concienciación y recolección local y empresas logísticas gestionan la recolección y transporte de los materiales reciclables.
- **Desarrollo del proyecto:** Se ha desarrollado una plataforma innovadora que permite a los consumidores y empresas reciclar productos que no son fácilmente gestionados por los sistemas tradicionales de reciclaje. A través de su sistema de recolección, se facilita que los consumidores envíen sus productos desechados (como empaques de snacks, envases de cosméticos, y otros productos difíciles de reciclar). Así, se encarga de clasificar, procesar y reutilizar estos materiales. Además, la empresa colabora con marcas globales para desarrollar soluciones de reciclaje que cierren el ciclo de vida de los productos, reduciendo la necesidad de nuevos materiales. La plataforma tiene un fuerte componente educativo, donde se fomenta la participación a través de campañas de sensibilización, eventos de reciclaje y programas para reducir los desechos en comunidades locales.
- **Aspectos clave:** Su principal ventaja es reciclar materiales no gestionados por sistemas tradicionales, ampliando el alcance del reciclaje. El modelo se apoya en una red global de colaboración entre empresas, gobiernos y consumidores para cerrar el ciclo de vida de los productos.
- **Principales retos:** Los retos incluyen aumentar la adopción del reciclaje en nuevas regiones, lograr la colaboración de empresas para reciclar productos no convencionales, y gestionar la logística de recolección y procesamiento de grandes volúmenes de residuos.
- **Posibles indicadores:** Kg recogidos por residuo, puntos de recogida instalados, empresas unidas a la iniciativa, población alcanzada por la iniciativa.
- **Fuente:** Página Web de TerraCycle. <https://www.terracycle.com/es>

TEMA 3

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular

6 Recuperación

6.1. Libera

- **Nombre del proyecto:** LIBERA
- **Ámbito de la circularidad trabajado:** Iniciativa centrada en recuperar entornos naturales de la basura dispersa.
- **Localización:** España.
- **Fecha de desarrollo:** Iniciada en 2017.
- **Objetivo principal:** Liberar espacios naturales de basura dispersa basuraleza generada por la acción del hombre.
- **Agentes implicados:** Ecoembes, SEO Birdlife, entidades del tercer sector español y municipio, y empresas.
- **Desarrollo del proyecto:** El proyecto persigue recuperar espacios naturales donde la acción del hombre ha supuesto un problema medioambiental por la generación de basura dispersa. La iniciativa libera espacios de basuraleza y conciencia sobre la generación de residuos en el entorno natural categorizando lo recogido para generar una mayor concienciación.

La iniciativa permite a empresas, administraciones y entidades del tercer sector generar sus propios puntos de limpieza, donde proactivamente "liberar" entornos naturales.

La colaboración de estas entidades permite generar un informe anual que evalúa el resultado colectivo y permite aumentar la visibilidad del problema generado por la basura dispersa en España.

- **Aspectos clave:** Las claves del éxito son el empoderamiento de las entidades para poder organizar su propia red de liberadores; los materiales para caracterizar y generar los informes globales del proyecto y la tangibilización del impacto en su entorno próximo para promover hábitos de consumo más circulares.
- **Principales retos:** Los principales retos son conseguir trasladar la concienciación hasta los procesos de compra y consumo para mitigar el impacto y no resolverlo solo como acciones correctivas.
- **Posibles indicadores:** Kilogramos recuperados, puntos libera organizados y agentes implicados en el proyecto.
- **Fuente:** <https://proyectolibera.org/>

TEMA 3

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular

➤ 6.2. Upcycling the Oceans

- **Nombre del proyecto:** Upcycling the Oceans
- **Ámbito de la circularidad trabajado:** Iniciativa centrada en recuperar entornos marítimos.
- **Localización:** Mar Mediterráneo.
- **Fecha de desarrollo:** Iniciada en 2015.
- **Objetivo principal:** Recuperar de los entornos marítimos materiales plásticos que impactan en la vida de los ecosistemas.
- **Agentes implicados:** Fundación Ecoalf, autoridades marítimas, pescadores, transformadores plásticos y consumidores.
- **Desarrollo del proyecto:** El proyecto unifica los esfuerzos de los agentes involucrados en el medio marino para recuperar los materiales impropios que acaban en los océanos y dar una nueva vida a esos residuos. Los buques pesqueros aprovechan su labor para recuperar materiales plásticos y otros residuos para generar productos reciclados de mayor valor.

La colaboración es fundamental para mapear los espacios más afectados por la contaminación y dar trazabilidad a los residuos, garantizando que su nueva vida refleja los impactos previos que los residuos mal gestionados supusieron al medio ambiente.

Con dichos residuos se generan nuevos productos como prendas de ropa con PET reciclado o nuevos útiles de pesca para que los propios agentes involucrados desarrollen su actividad.

- **Aspectos clave:** Las claves del éxito del proyecto son las alianzas con los trabajadores del sector para aprovechar su trabajo al recuperar el material y luego la capacidad de convertirlo en productos atractivos para el mercado.
- **Principales retos:** El principal reto es conseguir entidades maríneas con capacidad para recoger residuos y tejer las alianzas que conviertan dichos residuos en productos atractivos.
- **Posibles indicadores:** Kilogramos recuperados, barcos participantes en la iniciativa y productos hechos con material recuperado vendidos.
- **Fuente:** https://ecoalf.com/pages/upcycling-the-oceans?srsltid=AfmBOoovAv3yLlvyyLOEO64ip1wMcMhURDs9L_WILGtxZDzyLisW2z9&country=ES

TEMA 3

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular

7 Conclusiones

Los anteriores ejemplos sirven como inspiración para entender cómo la colaboración entre agentes puede servir para implementar prácticas de Economía Circular y al mismo tiempo favorecer la colaboración y la generación de relaciones entre los agentes sociales.

Cada propuesta responde a su idiosincrasia y la realidad en la que fueron puesto en marcha, cada responsable de proyecto debe adaptar su realidad y tejer las alianzas necesarias para poner en marcha programas similares. La mera copia de cualquiera de los anteriores programas no servirá sin previamente analizar y adecuar su diseño bajo las premisas del capítulo anterior.

La suma de ambos debe servir para que nuevas iniciativas más colaborativas y abiertas promuevan la adopción de un nuevo modelo más circular y responsable con el medio ambiente.

TEMA 3

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
de la Economía Circular

BIBLIOGRAFÍA

Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz. (s.f.). ¿Qué es Kompondu?. Consultado el 20 de noviembre de 2024, https://www.vitoria-gasteiz.org/wb021/was/contenidoAction.do?idioma=es&uid=u50993cf2_1781a8ed-c14_7fb6h

ECOALF. (s.f.). Upcycling the Oceans. ECOALF. Consultado el 20 de noviembre de 2024. <https://ecoalf.com/pages/upcycling-the-oceans>

Ecoembes. (s.f.). La app que te premia por reciclar. RECICLOS. Consultado el 21 de noviembre de 2024. <https://www.reciclos.com/>

Eurorregión Pirineos Mediterráneo. (s.f.). LIFE WAT'SAVEREUSE: Un proyecto sobre ahorro y reutilización de agua. LIFE WAT'SAVEREUSE. Consultado el 23 de noviembre de 2024. <https://lifewatsavereuse.eu/>

IBIS Progetti. (2023). Re-Cycling Project Website. Re-Cycling Project. Consultado el 21 de noviembre de 2024. <https://recycling.ibisprogetti.eu/>

Karos Mobility. (s.f.). Carpooling for daily commuting. Karos Mobility. Consultado el 19 de noviembre 2024. <https://www.karos-mobility.com/>

Repair Café International. (s.f.). Repair Café - Reparación de objetos. Repair Café. Consultado el 21 de noviembre de 2024. <https://www.repaircafe.org/es/>

SEO/BirdLife & Ecoembes. (s.f.). Proyecto LIBERA: Unidos contra la basuraleza. Proyecto LIBERA. Consultado el 21 de noviembre de 2024. <https://proyectolibera.org/>

TerraCycle. (s.f.). Recicla lo irreciclable con TerraCycle®. TerraCycle. Consultado el 19 de noviembre de 2024. <https://www.terracycle.com/es-ES/>

Too Good To Go. (s.f.). Marketplace de Packs Sorpresa: Rentabiliza tu excedente de alimentos. Too Good To Go. Consultado 23 de noviembre de 2024. <https://www.toogoodtogo.com/es/surplus-food-marketplace>

Zero Waste Europe. (s.f.). Elevating Reuse in Cities (ERIC). Zero Waste Europe. Consultado 22 de noviembre de 2024. <https://zerowasteurope.eu/project/eric-project>

TEMA 4

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO en el ámbito municipal

Ricardo Luis Izquierdo Escribano,
Director General de Economía Circular,
Ayuntamiento de Fuenlabrada



TEMA 4

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
en el ámbito municipal

1 Modelo estratégico para los municipios sobre Economía Circular

La FEMP elaboró en 2019 un Modelo estratégico para los municipios sobre Economía Circular, dos años después de la **“Declaración de Sevilla: el compromiso de las ciudades por la Economía Circular”**, documento firmado en 2017 en la capital andaluza por decenas de alcaldes y presidentes de diputación de toda España en el que se comprometieron a promover e impulsar en sus territorios la Economía Circular.

El modelo está estructurado en cuatro grandes áreas: encuadre conceptual, diagnóstico, plan de acción municipal y plan de seguimiento.

1.1. Plan de Acción Municipal

El Plan elaborado por la FEMP aportó diferentes recomendaciones prácticas para que las instituciones pudieran adaptar a sus especificidades. La metodología para su desarrollo incluía indicadores de seguimiento y buenas prácticas de referencia.

Los ejes estratégicos del Plan recogieron un total de 29 medidas, estructuradas en cinco grandes áreas: minimización de la utilización de recursos naturales; gestión del consumo de agua; sostenibilidad de los espacios urbanos; espacios y conductas saludables; y políticas de transversalidad.

TEMA 4

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
 en el ámbito municipal

Tabla 3. Ejes y medidas del Plan Estratégico elaborado por la FEMP

PLAN DE ACCIÓN MUNICIPAL		
EJE ESTRATÉGICO	POLÍTICAS	MEDIDAS
Minimización de la utilización de recursos naturales	Prevención y reutilización	Elaborar un Programa de prevención y gestión de residuos municipal o supramunicipal; elaborar un Plan de prevención y gestión de residuos generados por la institución; incentivar la prevención en la generación de residuos; fomentar la reutilización y la reparación
	Gestión de residuos	Promover la segregación en origen y la recogida separada de residuos; promover la segregación en origen y la recogida de residuos generados fuera del hogar; reciclar los residuos de limpieza viaria; promover la segregación en origen y tratamiento de los residuos orgánicos (Biorresiduos); optimizar la gestión de los residuos de construcción y demolición (RCD); optimizar la gestión de los puntos limpios; fomentar la circularidad en el tejido empresarial
Gestión del consumo de agua	Consumo responsable del agua / Gestión de residuos de proceso	Optimizar la red de abastecimiento y saneamiento; incrementar la eficiencia y el ahorro en el consumo de agua Fomentar la reutilización de agua; promover la gestión sostenible del drenaje pluvial; fomentar la reutilización de residuos derivados de la gestión del agua
Sostenibilidad de los espacios urbanos	Planificación preventiva y regeneradora / Movilidad sostenible	Definir un modelo que fomente la compacidad, la regeneración y la resiliencia urbana; promover la eficiencia y el ahorro energético en el parque inmobiliario; ordenar el espacio para fomentar la movilidad sostenible; fomentar el transporte sostenible
Espacios y conductas saludables	Territorios saludables / Consumo responsable / Desperdicio alimentario	Fomentar el desarrollo rural sostenible; promover el urbanismo para la salud; potenciar los hábitos saludables; fomentar el consumo responsable; minimizar el desperdicio alimentario
Transversalidad	Políticas de transversalidad	Compra pública sostenible e innovadora; desarrollo e implantación de nuevas tecnologías; transparencia y gobernanza compartida; comunicación y sensibilización

Fuente: elaboración propia.

Se expondrá en este capítulo casos prácticos, haciendo especial mención de las medidas de evaluación o comunicación de resultados.

TEMA 4

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
en el ámbito municipal

1.2. Minimización de la utilización de recursos naturales

Las competencias municipales en materia de prevención de residuos son muy limitadas pues no pueden actuar al inicio de la cadena de producción, distribución y comercialización. Pero sí puede buscar la comunicación con la ciudadanía a fin de propiciar un consumo responsable que evite hoy la producción de residuos.

Aun siendo muy limitada la competencia municipal en materia de prevención de residuos, la ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una Economía Circular, establece la posibilidad de que los entes locales cuenten con un plan de prevención.

“Artículo 14. Programas de prevención. 1. De acuerdo con los artículos 1, 8 y 12, las autoridades competentes de la Administración General del Estado y de las comunidades autónomas, y potestativamente las de las entidades locales, dispondrán de programas de prevención de residuos”

> Caso práctico

1.2.1. Plan de Prevención de Residuos Municipales de Burgos 2021-2026

En 2021, el **Ayuntamiento de Burgos** aprobó su Plan de Prevención y Gestión de Residuos Municipales 2021-2026, una herramienta de planificación estratégica buscando alcanzar los objetivos de prevención establecidos por normativa.

Fig. 2. Plan de Prevención y Gestión de Residuos Municipal 2021-2026



Fuente: Ayuntamiento de Burgos

TEMA 4

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO en el ámbito municipal

En 2014, el Ayuntamiento aprobó un primer Plan de Prevención de residuos, con un horizonte temporal 2020, por lo que era necesario renovar y adaptar dicha planificación a las nuevas normativas europeas y nacionales. <https://www.aytoburgos.es/documents/38509/0/PPyGR+2021-2026.pdf/50cf791c-ebbf-b7b7-b483-cfe63ff66c08?t=167041041276>

En la Web municipal aparecen, además del Plan, las siguientes recomendaciones.

El mejor residuo es el que no se produce

CONSEJOS PARA REDUCIR Y PREVENIR LA PRODUCCIÓN DE RESIDUOS

Si reduces la cantidad de residuos que produces, disminuirás también su impacto negativo en el medio ambiente. Lógico ¿no?

Y es que reciclar nuestros residuos y aprovecharlos para fabricar nuevos productos es una idea excelente, pero todavía mejor es evitarlos y que no se produzcan

¿Qué cómo puedes hacer eso?

Hay muchas formas, y la mayoría de ellas lógicas y sencillas. Aquí tienes unas cuantas ideas:

- Utiliza botellas/vasos reutilizables para tus bebidas fuera de casa. Por ejemplo, botellas de acero inoxidable o vidrio.
- Lleva tu propia taza de café o té a la oficina. De este modo evitarás llenar la papelera de vasos de plástico.
- Evita los artículos desechables de un solo uso (cubertería de plástico, pajitas, papel de aluminio, servilletas de papel...)
- Lleva tus propias bolsas reutilizables para hacer la compra o utiliza un carrito.
- Al comprar, escoge productos menos empaquetados o en paquetes que sean reciclables.
- Compra en mercados de productos locales y a granel, utilizando tus propios envases.
- Consume productos frescos de proximidad, mejor que alimentos enlatados.
- Da prioridad a los productos que tengan una fecha de caducidad más próxima para evitar que se estropeen (truco: colócalos en la parte delantera de la nevera o el armario).
- Compra artículos de segunda mano y dona lo que ya no uses.
- Utiliza envases retornables (por ejemplo, de vidrio)
- Sustituye las compresas, tampones y pañales desechables por sus opciones reutilizables.
- Usa ropa de calidad que resista mejor los lavados y dure más
- Disminuye tu uso de papel (correo, facturas, revistas), imprime sólo las páginas que realmente necesitas y utiliza las dos caras del papel antes de reciclarlo o reutilízalo como borrador.
- Repara las cosas que se te estropeen, en lugar de comprar otras nuevas.
- Recuerda que puedes regalar los equipos electrónicos usados o defectuosos a asociaciones que les proporcionen una segunda vida útil.
- Lleva los cartuchos de tinta y los de tóner vacíos al proveedor para rellenarlos. Además de ser una medida ecológica, esta pequeña acción genera actividad y contribuye a crear nuevos puestos de trabajo.

TEMA 4

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO en el ámbito municipal

Para contribuir a la consecución de los objetivos nacionales en materia de residuos, en el ámbito de sus competencias, el Ayuntamiento de Burgos renueva su **Plan de Prevención de Residuos** planteándose objetivos en la línea de los Planes y Directivas Europeas y un sistema de seguimiento que permita conocer y analizar los resultados y avances.

Según la información proporcionada por el Ayuntamiento de Burgos, las toneladas producidas en 2020 fueron de 65.727, por lo que la reducción sobre lo producido en el año 2010 ha sido de un 2,25%, mostrando que el resultado obtenido es muy inferior al porcentaje propuesto y no se cumplió el objetivo. Respecto a datos más recientes que se disponen, en 2021, la generación total de residuos municipales fue de 65.865 t, siendo prácticamente la misma que el año anterior.

Un gran reto en la prevención de residuos es la reutilización. Cada vez más muebles, electrodomésticos o ropa hoy son reutilizados mediante trueque o intercambio económico entre particulares a través de tiendas de compra-venta de objetos de segunda mano o páginas web.

1.2.2. Promoción de la segregación en origen y tratamiento de los residuos orgánicos (Biorresiduos)

La ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una Economía Circular establece como obligatoria a partir del 1 de enero de 2023 la implantación de la recogida selectiva de biorresiduos, con unos altos niveles de calidad superiores al 80% que permita recuperar materia orgánica para generar fertilizantes y, además, retirar de la fracción resto residuos biodegradables que perjudican notoriamente su tratamiento, generando material bio estabilizado que, tras un costoso tratamiento, solo tiene como posible destino el vertedero o la incineración salvo casos muy concretos.

Muchos ayuntamientos han optado por modificar sus procedimientos de recogida para mejorar los resultados y realizar campañas de comunicación potentes para intentar superar este reto. Sin llegar a recoger la materia orgánica en cantidad suficiente y con una óptima calidad, será imposible llegar a los objetivos de reciclaje de la Unión Europea.

En otro capítulo de este manual se especifican varios ejemplos sobre municipios especialmente destacados en la gestión de biorresiduos.

TEMA 4

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
en el ámbito municipal

➤ **Caso práctico**

**1.2.3. Centro de recuperación y reutilización Espai Com Nou.
Mancomunitat Penedès-Garraf**

En septiembre de 2024, la Mancomunidad Penedès-Garraf, inauguró el centro de recuperación y reutilización de objetos denominado “Com Nou”.

El objetivo principal de esta iniciativa es tratar y recuperar materiales en buen estado que son depositados en los puntos limpios, promoviendo la reutilización y el reciclaje de objetos que aún pueden tener una segunda vida. <https://www.mancomunitat.cat/temes/residus/espai-com-nou/>

Fig. 3. Iniciativa Com Nou Mancomunidad Penedès-Garraf.

Donem vida als residus! **Com NOU** Centre de recuperació i reutilització de productes

Vine a l'espai «Com Nou»

- un projecte innovador i sostenible per fomentar l'economia circular.
- amb l'objectiu d'impulsar la reutilització de productes i allargar-ne la vida útil.
- un servei vinculat a les deixalleries fixes i mòbils de la Mancomunitat Penedès-Garraf.

Per a persones com tu...

- que recicles i reutilitzes els productes.
- que et compromets amb el medi ambient.
- que portes allò que no fas servir a la deixalleria perquè penses que encara té una vida útil. L'espai «Com Nou» és per a tu.

I també per a tu...

- que guardes estris a casa que no fas servir.
- que creus que es podrien reutilitzar.
- que uses productes reutilitzats i generes menys residus.
- que penses que val la pena allargar la vida dels productes i això serà bo per al planeta. L'espai «Com Nou» també pot ser per a tu.

Com funciona?

- 1 Ves a la deixalleria i aporta residus per al seu reciclatge.
- 2 També pots portar-hi tot allò que no utilitzis o no necessitis. Comunica que són productes aptes per reutilitzar.
- 3 Et donaran el ual per fer servir a l'espai Com Nou.
- 4 Bescanvia el ual per productes com nous. Tens un mes per recollir l'objecte que vulguis o necessitis.

Què hi trobaràs?

- productes per a nadó (cobxets, bressols...)
- petits electrodomèstics (batedores, microones, cafeteres...)
- mobiliari (taules, cadires...)
- parament de la llar (plats, coberts, gots...)
- bicicletes, patinets, joguines...
...i moltes coses més!

Mancomunitat PENEDÈS | GARRAF

FCC **Formació i Treball** **Entrem**

Com NOU

Carrer Maluasia, 8
Polígon Industrial Clot de Moja
(Olerdoia). T. 674 601 652
comnou@mancomunitat.cat
De dimecres a dissabte,
de 9:30 a 14 i de 17 a 20 h.

Fuente:
Mancomunitat
Penedès-Garraf.

El proyecto ha sido desarrollado en colaboración con la empresa FCC Medio Ambiente que gestiona los puntos limpios y las entidades del tercer sector Formació i Treball i Entrem, que aportan el valor de la economía social y la inserción laboral. El Espai Com Nou fomenta la inclusión sociolaboral creando puestos de trabajo para colectivos vulnerables y también ofrece donaciones para personas que lo necesiten derivadas por los servicios sociales de los ayuntamientos.

TEMA 4

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
en el ámbito municipal

➤ **Caso práctico**

1.2.4. Recogida selectiva móvil en el centro histórico Palma de Mallorca

La recogida selectiva móvil está implantada en el centro histórico, en los barrios del Sindicat, la Calatrava, Monti-sion, la Seu, Cort, la Llotja-Born, el Puig de Sant Pere, Sant Jaume i Sant Nicolau.

<https://www.emaya.es/residuos-y-limpieza/residuos/recogida-selectiva/>

Los contenedores convencionales se eliminaron de las calles y cada día, entre las 7 de la tarde y las 11 de la noche, se pueden dejar los residuos seleccionados en unas plataformas de recogida selectiva que se instalan y se retiran diariamente. Los vehículos que transportan las plataformas son pequeños y eléctricos, no hacen ruido ni contaminan.

Este sistema fue fruto del consenso y responde a la necesidad de respetar el patrimonio del centro histórico. Entre septiembre y noviembre de 2015 en 6 sesiones de participación, sumando 60 entidades: Partidos políticos, Asociaciones de vecinos, Entidades de la zona, Asociaciones del sector ambiental, Asociaciones del sector educativo, Consumidores, Colegios de profesionales, Comercios y empresas etc, se llegó por consenso a la decisión de implantar la Recogida Selectiva Móvil y Puerta a Puerta para grandes productores.

https://sostenibilidadresiduos.es/media/files/Bibliografia/Codigo_25/Jornada_tecnica_75_aniversario_EMAYA.pdf

Además, se incorporó la recogida de nuevas fracciones, como la materia orgánica, el aceite y los pañales.

Fig. 4. Punto de recogida móvil.



Fuente: EMAYA.

TEMA 4

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO en el ámbito municipal

Hacerlo bien es importante para toda la ciudad. Separar los residuos y depositarlos en las horas y los días fijados permite reciclar más y mantener limpio el centro histórico.

En poco tiempo desde la puesta en funcionamiento de este sistema (por fases entre 2017 y 2018) se ha llegado al 70% de recogida selectiva, mientras que en el resto de la ciudad es del 27%.

> Caso práctico

1.2.5. Cátedra de Economía Circular del Ayuntamiento de Fuenlabrada / Universidad Rey Juan Carlos (URJC)

El Ayuntamiento de Fuenlabrada cuenta, en su término municipal, con 15 empresas con autorización ambiental integrada y 37 gestores de residuos (no peligrosos y peligrosos), que gestionan, en su conjunto más de 1.000.000 de toneladas de residuos, convirtiéndolos en recursos.

<https://economiecircular-fuenlabrada-urjc.com/>

En apoyo a estas empresas, realizando análisis de su proceso productivo o buscando salidas innovadoras a residuos de difícil reciclado se ha creado la cátedra de Economía Circular.

a. Acciones y Programas de la Cátedra

- **Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i):** Diseñar soluciones innovadoras para la gestión de residuos.
- **Formación:** Capacitar a empresas y profesionales en prácticas de Economía Circular.
- **Divulgación:** Promover el conocimiento y la adopción de prácticas de Economía Circular.
- **Colaboración con Empresas y Entidades:** Crear sinergias entre la universidad, el ayuntamiento, empresas y entidades empresariales.

b. Ejemplos de Actividades

- **Curso de verano 2023:** Transición hacia una Economía Circular: retos y oportunidades en la gestión de residuos.
<https://eventos.urjc.es/99272/detail/cv-18-transicion-hacia-una-economia-circular-retos-y-opportunidades-en-la-gestion-de-residuos.html>
- **Curso de Verano 2024:** Gestión Sostenible de Residuos para una Economía Circular.
<https://economiecircular-fuenlabrada-urjc.com/2024/06/24/curso-verano-2024-dia-1-sesion-2/>

TEMA 4

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
en el ámbito municipal

- Estudio sobre la composición de los materiales recuperados en la recogida selectiva municipal de papel/cartón.

<https://economiecircular-fuenlabrada-urjc.com/wp-content/uploads/2023/12/Fase-1.-Estudio-Composicion-Recogida-municipal-PC.pdf>

- Jornada sobre Vertidos Líquidos Industriales.

<https://economiecircular-fuenlabrada-urjc.com/2024/04/17/vertidos-liquidos/>

Fig. 5. Difusión actividades Cátedra de Economía Circular.

**PROGRAMAS
MUNICIPALES DE
GESTIÓN DE RESIDUOS**

📍 **Fuenlabrada, Madrid (España)**

📅 **22 de noviembre. De 10:30h a 14:00h**

📄 Imprescindible inscripción previa,
por aforo limitado

**Cátedra
Economía
Circular**
GESTIÓN SOSTENIBLE DE RESIDUOS

Ayuntamiento de
FUENLABRADA

U
Universidad
Rey Juan Carlos

pwacs

Fuente: Cátedra Economía Circular Ayuntamiento de Fuenlabrada/URJC.

TEMA 4

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
en el ámbito municipal

1.3. Gestión del consumo de agua

➤ Caso práctico

1.3.1. El Ayuntamiento de Teror: campaña 'Piénsatelo' para concienciar del uso responsable del agua

El consumo responsable del agua potable especialmente en aquellos municipios de baja pluviometría como es el de Teror en la isla de Gran Canaria, hace imprescindible la adopción de medidas de control del consumo.

La importancia del agua para este municipio llega hasta el punto de crear una concejalía de Aguas y Recursos Hídricos, que lanzó en marzo de 2024 una campaña de concienciación ciudadana para promover el uso responsable en el consumo de agua.

Fig. 6. Campaña uso responsable del agua.



Fuente: Ayto. de Teror.

La campaña, bajo el slogan '**Piénsatelo**', envía mensajes que hagan reflexionar sobre el consumo excesivo de agua en las acciones de la vida cotidiana, fomentando un uso racional y sostenible en nuestros hábitos diarios.

Acciones en nuestra vida cotidiana

Los mensajes de esta campaña se sustentan de manera principal en imágenes, mostrando acciones cotidianas que serían prácticamente imposibles de realizar ante la falta de agua.

TEMA 4

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
en el ámbito municipal

Estos mensajes directos están acompañados de consejos concretos para ahorrar agua. En la cocina se recogen recomendaciones como cerrar el grifo mientras se enjabona los platos, poner el lavavajillas cuando esté en plena carga o enjuagar la fruta en un recipiente. Para el baño hay indicaciones como no tener el grifo abierto mientras se lavan los dientes, recoger agua en un recipiente mientras se calienta el agua para usarla para riego o instalar sistemas economizadores. En el jardín, revisar posibles fugas, evitar el uso de la manguera para limpiar y optar por barrer o evitar regar en las horas de más sol para que no haya evaporación.

Soportes de la campaña y programa de radio

La campaña informativa se realizó a través de los medios municipales, tanto en la emisora Radio Teror (107.6 fm) como en la web municipal (www.teror.es) y en las redes sociales municipales. Además, se distribuirá cartelería y hojillas informativas con consejos para realizar un ahorro efectivo del agua y tomar una actitud responsable.

El Ayuntamiento de Teror recuerda a la ciudadanía, con el inicio del verano, que los recursos hídricos son limitados, tras un invierno muy seco y un verano que se presenta bastante complicado para el suministro de agua, por lo que una de las claves está en hacer un uso más eficiente y responsable del agua.

Caso práctico

1.3.2. Red de agua regenerada para riego de parques y jardines. Canal Isabel II

El Canal de Isabel II es una empresa pública dedicada al ciclo integral del agua en casi la totalidad de la Comunidad de Madrid. Pertenece en un 82,4% a la Comunidad de Madrid a través del Ente Público Canal y en un 17,6% a 111 ayuntamientos de la Comunidad.

Fig. 7. Ciclo regeneración del agua.



Fuente: CYII.

La gestión del saneamiento abarca el transporte de las aguas residuales, a través de las redes de drenaje urbano, a las estaciones depuradoras de aguas residuales (EDAR) y la posterior depuración de estas para devolverla a los ríos en condiciones óptimas. Para asumir su tarea, el CYII cuenta con un complejo sistema de instalaciones compuesto por redes de saneamiento y alcantarillado municipal (colectores y emisarios), estaciones de bombeo de aguas residuales, tanques de tormentas y estaciones depuradoras de aguas residuales. Un paso más se produce con la regeneración de parte de esta agua para poder ser reutilizada en usos de consumo no humano.

TEMA 4

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
 en el ámbito municipal

Las aguas regeneradas son aguas residuales depuradas que han sido sometidas a un proceso de tratamiento complementario para que puedan reutilizarse en usos que no implique consumo humano.

En España, la legislación específica que regula la reutilización desde 2007, se plasma en el Real Decreto 1620/2007 que recoge los criterios de calidad diferenciados según los usos a que se destine, aportando límites de obligado cumplimiento.

Fig. 8. Datos Agua regenerada Canal de Isabel II.



Fuente: CYII

Someter una parte del agua depurada a este proceso, además de comportar beneficios sociales y ambientales, resuelve parte de los problemas derivados del déficit hídrico que pueden sufrir algunas poblaciones, ya que el beneficio más importante es la posibilidad de reservar el agua de mejor calidad para los usos más exigentes, tales como la producción de agua potable.

Fig. 9. Suministro de agua regenerada Canal de Isabel II.



Fuente: CYII.

TEMA 4

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
en el ámbito municipal

1.4. Sostenibilidad de los espacios urbanos



Caso práctico

1.4.1. Instituto Municipal de la Vivienda de Fuenlabrada (IMVF)

Es una empresa pública creada en el año 2006 con motivo del desarrollo del Plan de Vivienda 2006-2010. Se constituye como una sociedad de capital público para desarrollar la competencia municipal en materia de vivienda, rehabilitación y gestión de los servicios relacionados.

El IMVF se convierte en un instrumento público fundamental para garantizar la igualdad de oportunidades en el acceso a la vivienda pública. Se trata de una garantía de gestión del suelo y de la oferta de vivienda, eficiente, abierta y transparente. Además, el IMVF tiene encomendado llevar a cabo los trabajos de Rehabilitación, Renovación y Regeneración Urbana, gestión de Informes de Evaluación de Edificios y Certificados de Eficiencia Energética. Así como prestar asesoramiento técnico en materia de rehabilitación y alquiler.

Fig. 10. Instituto municipal de la vivienda de Fuenlabrada.



Fuente: IMVF Ayuntamiento de Fuenlabrada.

En el Consejo de Administración del IMVF están representados el Gobierno Municipal, los grupos políticos municipales y los agentes sociales, garantía de pluralidad y transparencia.

TEMA 4

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO en el ámbito municipal

Desde el IMVF se gestionan los siguientes servicios:

- Gestión áreas de regeneración urbana (ARRU)
- Gestión instalación de ascensores
- Gestión del registro de informes de evaluación de edificios (IEE)
- Asesoramiento en materia de rehabilitación y alquiler.

En 2024 ha concedido las siguientes subvenciones y ayudas:

- Subvenciones para actuaciones y obras de accesibilidad arquitectónica en edificios privados colectivos, viviendas particulares y viviendas unifamiliares en el término municipal de Fuenlabrada.
- Subvención para "Ayudas Vivienda Joven para la prevención de la exclusión social en la ciudad de Fuenlabrada 2024".
- Ayudas para las actuaciones de implantación de energía solar fotovoltaica y térmica y la mejora de la eficiencia energética en edificios y viviendas en el término municipal de Fuenlabrada 2024.

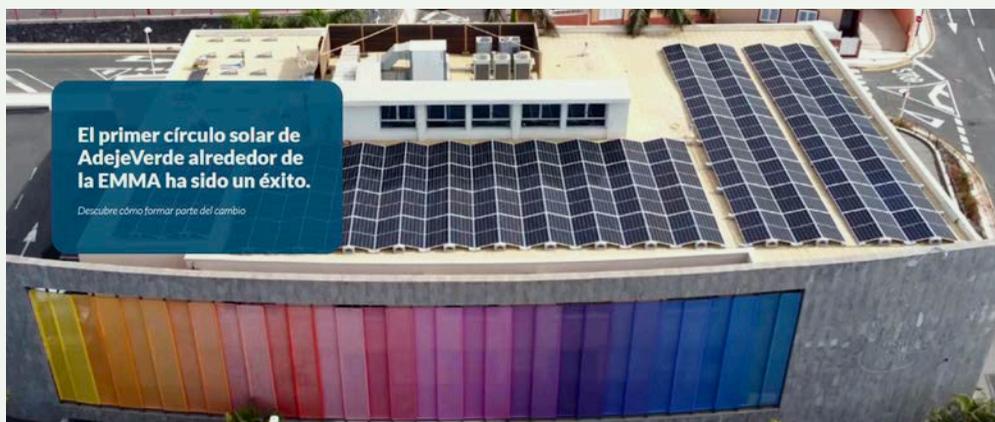


Caso práctico

1.4.2. Adeje Verde Comunidad energética

A partir de la instalación de placas fotovoltaicas en la cubierta de la Escuela Municipal de Música de Adeje, la Universidad de La Laguna y su empresa *spin-off* Energy Research & Intelligence Solutions (www.energyris.com) permite que la electricidad solar sea accesible para toda la ciudadanía, incluso si no se tiene acceso a un tejado.

Fig. 11. Placas fotovoltaicas en la cubierta de la Escuela Municipal de Música de Adeje.



Fuente: Adeje Verde.

TEMA 4

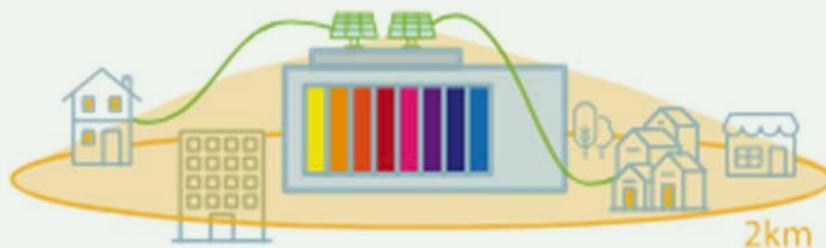
CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
en el ámbito municipal

En total, 167 vecinos, así como un restaurante, una farmacia y la comisaría de policía, se han conectado a la planta fotovoltaica de la EMMA.

La planta fotovoltaica de la escuela produce unos 149.200 kilovatios-hora (kwh) al año, calculándose que reducirá las emisiones de CO2 en unas 116 toneladas anuales.

La planta fotovoltaica podría estar amortizada en menos de 6 años, restándole una vida útil mínima de más de 24 años. Los resultados obtenidos demuestran que los ahorros se generan incluso en el mes con menor irradiación solar.

Fig. 12. Sistema de Placas fotovoltaicas de la Escuela Municipal de Música de Adeje



Fuente: Adeje Verde.

Es importante destacar que la distribución de los coeficientes de autoconsumo no es gratuita, ya que los participantes deben abonar una pequeña cuota mensual de 3 euros, la cual se ingresa en las arcas municipales junto con el importe generado por los excedentes de producción que no se utilizan.

Actualmente, el Ayuntamiento de Adeje trabaja en replicar esta iniciativa y llevarla a otras cinco ubicaciones del municipio, con el objetivo de ofrecer la posibilidad de vincularse a las nuevas plantas fotovoltaicas a más vecinos y vecinas.

Por último, cabe recordar que este es un proyecto de innovación liderado por el Ayuntamiento y gestionado por la empresa AV Green Europe, la cual fue creada por la spin-off de la Universidad de la Laguna EnergyRIS para gestionar el proyecto.

TEMA 4

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
en el ámbito municipal

1.5. Movilidad sostenible

Las ciudades han apostado por los cambios en materia de movilidad con protocolos anticontaminación, ZBE, nuevas redes de vías ciclistas, autobuses más limpios, servicios fiables de metro y cercanías o la creación de zonas libres de automóviles, el municipal es el ámbito donde se han producido los cambios más llamativos en nuestra forma de gobernos.

Para articular esta transición, los ayuntamientos se apoyan en sus Planes de Movilidad Urbana Sostenible (PMUS).

El ranking movilidad urbana en España 2019 confeccionado por Greenpeace a través de un conjunto de indicadores relacionados con su oferta de transporte público, su red de vías ciclistas y calles peatonales o su nivel de contaminación y ruido, concluyo que Bilbao es la ciudad mejor valorada en movilidad (6,9) gracias a un diseño urbano centrado que favorece los desplazamientos a pie y medidas de gran calado que están permitiendo reducir el uso del coche y mejorar la calidad de vida de su ciudadanía.

<https://es.greenpeace.org/es/noticias/como-comprometido-esta-ayuntamiento-movilidad-sostenible/>

➤ Caso práctico

1.5.1. PMUS Bilbao

El Plan de Movilidad Urbana Sostenible, PMUS, es un documento de estrategia, que **planifica las actuaciones a realizar en materia de movilidad sostenible** con el horizonte puesto en el año 2030, y que ayudara a conseguir un modelo de ciudad más saludable, más igualitaria y más amable.

<https://pmus.bilbao.eus/wp-content/uploads/2016/10/PMUS-Plan-de-Movilidad-Urbana-Sostenible-de-Bilbao.pdf>

Fig. 13. PMUS Bilbao



Fuente: Ayuntamiento de Bilbao.

TEMA 4

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
en el ámbito municipal

¿Qué retos y objetivos persigue?

- Avanzar hacia la accesibilidad universal; es decir, que estén garantizadas las opciones de transporte que permiten el acceso a los destinos y servicios clave.
- Mejorar la protección y seguridad vial en el conjunto de la trama urbana.
- Mejorar la calidad del aire.
- Reducir la contaminación acústica, y las emisiones de gases de efecto invernadero y el consumo de energía.
- Impulsar y priorizar la movilidad no motorizada.
- Mejorar la eficiencia y la rentabilidad del transporte público y mercancías.
- Contribuir a la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía, desde la calidad ambiental en el ámbito urbano.
- Contribuir a mejorar el atractivo y la calidad ambiental de Bilbao, en el ámbito y el diseño urbano en beneficio de la ciudadanía, la economía y la sociedad en su conjunto.
- Consolidar principios y valores ambientales que ayuden a situar a Bilbao entre las ciudades más avanzadas de Europa en materia de movilidad urbana sostenible.
- Colaborar de forma activa en la transformación urbanística de la villa.

TEMA 4

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
en el ámbito municipal

1.6. Espacios y conductas saludables

➤ Caso práctico

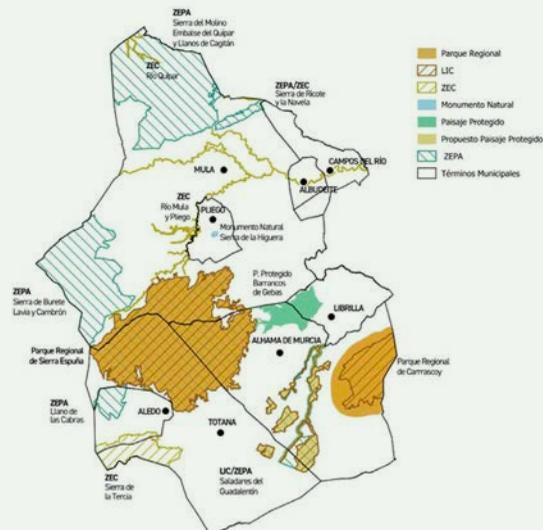
1.6.1. Red de Desarrollo Rural Sostenible del Territorio Sierra Espuña

Esta Asociación sin ánimo de lucro, fundada en el año 2023, surge como un paso más del Territorio Sierra Espuña, en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, hacia su transformación en un territorio cada vez más sostenible, digitalizado, inteligente y participativo, construyendo un espacio de decisión en el que estén representados los agentes y sectores del territorio comprometidos con su desarrollo sostenible con el fin de impulsar la mejora de las condiciones ambientales, sociales y económicas de los pueblos del Territorio Sierra Espuña y de sus áreas rurales.

<https://galterrioriosierraespuna.com/quienes-somos/>

Actualmente está compuesta por 42 entidades, de las cuales 8 son ayuntamientos: Albudeite, Aledo, Alhama de Murcia, Campos del Río, Librilla, Mula, Pliego, Totana.

Fig. 14. Red de Desarrollo Rural Sostenible del Territorio Sierra Espuña.



Fuente: Red de Desarrollo Rural Sostenible del Territorio Sierra Espuña.

Entre sus proyectos están:

1. la recuperación de la ganadería tradicional en el Territorio Sierra Espuña
2. la creación de un Sistema Agroalimentario Territorializado para el "Territorio Sierra Espuña"
3. la creación de Comunidades Energéticas para la Transición Energética en España

TEMA 4

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO en el ámbito municipal

El Territorio Sierra Espuña, en el año 2012, se acreditó con la Carta Europea de Turismo Sostenible y desde el año 2016, pertenece al Club de Ecoturismo de España, por lo que es el único destino de Ecoturismo de la Región de Murcia.

Toda la experiencia acumulada a lo largo de estos años se pone a disposición de otros territorios de la Región de Murcia para liderar un proyecto que trabaje con las empresas turísticas y agroalimentarias, con el fin de incorporar buenas prácticas y estudiar opciones que permitan aumentar los destinos de ecoturismo en esta región.

Hay que destacar que la Estrategia de Desarrollo Local Participativa (EDLP) se ha elaborado siguiendo un intenso proceso.

<https://participa.territoriosierraespuna.com/>



Caso práctico

1.6.2. Estrategia de Alimentación Sostenible y Saludable de Zaragoza

Es un documento de planificación que constituye el marco de referencia del Ayuntamiento de Zaragoza para avanzar hacia un sistema alimentario más sostenible y saludable para la ciudad.

Esta estrategia orienta las políticas alimentarias municipales, en línea con lo establecido en el Pacto de Milán, suscrito por el Ayuntamiento de Zaragoza en octubre de 2015 e incluye objetivos, conceptos clave y medidas y acciones concretas, así como una propuesta de gobernanza alimentaria para la ciudad de Zaragoza.

<https://www.zaragoza.es/sede/servicio/publicacion-municipal/11797>

Fig. 15. Logo Estrategia de Alimentación Sostenible y Saludable de Zaragoza.



Fuente: Ayuntamiento de Zaragoza.

La EASS va dirigida a mejorar no sólo la salud individual sino también la salud colectiva. La alimentación inadecuada es uno de los factores que está detrás del imparable aumento de enfermedades crónicas, con la consiguiente carga para nuestro sistema sanitario. Por este motivo resulta mucho más efectivo y económico actuar desde la prevención, impulsando una alimentación saludable.

La alimentación sostenible permite avanzar hacia sociedades equitativas y respetuosas con el medio ambiente.

TEMA 4

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
en el ámbito municipal

1.7. Políticas de transversalidad



Caso práctico

1.7.1. Instrucción para la contratación socialmente responsable y sostenible del Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz

El Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz en el Pleno Municipal del 6 de noviembre de 2015 aprobó por unanimidad la Instrucción para la contratación socialmente responsable y sostenible del Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz

<https://www.vitoria-gasteiz.org/docs/wb021/contenidosEstaticos/adjuntos/es/30/24/63024.pdf>

La Instrucción tiene por objeto impulsar la incorporación de consideraciones sociales y medioambientales en los contratos municipales, con el fin de contribuir a un desarrollo sostenible.

Se dirige a todas aquellas personas que, ostentando responsabilidades de gobierno, directivas o técnicas, promueven, tramitan o intervienen en los procedimientos de contratación y compras del Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz y tiene vocación de servir de pauta para la elaboración de las Instrucciones de cláusulas sociales y medioambientales en la contratación en las Sociedades Municipales.

La Instrucción es de aplicación a los contratos del Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz, y es de aplicación preceptiva para todos sus órganos de contratación.

La incorporación de cláusulas será de carácter obligatorio, conforme a lo previsto en el apartado siguiente, en todos aquellos contratos que, tengan un presupuesto de licitación igual o superior a 100.000,00 euros, IVA no incluido o un plazo de ejecución superior a 4 meses.

Se aplicará independientemente del procedimiento de adjudicación y en los acuerdos marco, excepto en los contratos menores y en los procedimientos negociados sin publicidad, en que será de aplicación si las características y el contenido del contrato lo permiten a juicio del órgano de contratación. Los órganos de contratación podrán adaptar o modular la redacción e inclusión de las cláusulas conforme a las características y la idoneidad de cada contrato.

La Junta de Gobierno Local aprobará anualmente un Plan de Contratación y Compra Socialmente Responsable y Sostenible (PCCS) para todos los Departamentos, que podrá servir también de referencia para los Organismos Autónomos y las Sociedades Municipales.

El Plan será un documento claro y conciso, adaptado en cada momento a las necesidades específicas y prácticas de compra y contratación, accesible a todo el personal que participa en el proceso y comunicado a la sociedad.

TEMA 4

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
en el ámbito municipal

El PCCS tendrá como misión implantar en el Ayuntamiento en su conjunto, prácticas que favorezcan la integración social, la igualdad de género, el Comercio Justo y el respeto al medio ambiente en la contratación municipal.

Incorpora un procedimiento de control para el seguimiento de resultados a través de la medida de indicadores de progreso y actualización periódica de objetivos y metas.

Fig. 16. Instrucción para la contratación socialmente responsable y sostenible.



Fuente: Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz.



Caso práctico

1.7.2. Experiencias de éxito en e-Administración de las Entidades Locales

La implantación de la Administración Electrónica en las diferentes Entidades Locales, sobre todo en aquellas entre los 20.000 y 50.000 habitantes, es un reto para satisfacer los requisitos que se precisan y la demanda que les llega.

Aun así, estas Entidades han podido coordinar y aportar soluciones óptimas en gestión y coste, cumpliendo con ello el imperativo legal de forma eficiente y con un coste coherente en sus partidas presupuestarias.

Hay casos de éxito en los que, con gran esfuerzo y tesón, Entidades medianas han creado su propio camino en la Administración Electrónica y Entidades Supramunicipales han conseguido superar el difícil reto de implantar la Administración Electrónica en el grueso de municipios españoles por debajo de los 20.000 habitantes, donde de otra forma, hubiera sido complicado.

https://administracionelectronica.gob.es/pae_Home/dam/jcr:eab5e9f2-43ee-4254-9973-c731b9aff868/Experiencias-de-exito-en-e-administracion-en-el-ambito-local.pdf

TEMA 4

CASOS PRÁCTICOS DE CO-CREACIÓN Y CO-DESARROLLO
en el ámbito municipal

Fig. 17. Documento experiencias de éxito en e-administración den las entidades locales FEMP.



Fuente: FEMP.

> **Caso práctico**

1.7.3. La administración electrónica en el Ayuntamiento de Logroño

El proyecto de administración electrónica del Ayuntamiento de Logroño, cuya implantación se prevé para el primer trimestre de 2026, está dividido en diez fases, de las cuales las referentes al núcleo de la plataforma de tramitación electrónica y a la gestión tributaria, inspección y recaudación ya están en marcha.

De este modo, el nuevo proyecto de administración electrónica ya se ha puesto en marcha con el programa de Gestión Tributaria (GTT), la creación del Núcleo y el módulo Contabilidad. Sucesivamente, se introducirán módulos TIC referentes a otras unidades, como Contratación y Licitación Electrónica, Estadística (padrón de habitantes), Personal (recursos humanos, nóminas y control de presencia), Patrimonio y Archivo Electrónico.

Tras la implantación completa del proyecto, se espera que los logroñeses podrán realizar en torno al 90% de sus trámites administrativos habituales de forma virtual.

Un hecho que se traducirá en una reducción del 70% de la lista de espera para la atención presencial; del tiempo utilizado para realizar estos pasos administrativos; y en la consecución de una trazabilidad total de los expedientes administrativos y de la reordenación de la información municipal.

TEMA 5

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS

del despliegue de la Economía Circular

**María del Mar Alonso Almeida y
Fernando Borrajo Millán,**

*Departamento de Organización de Empresas,
Universidad Autónoma de Madrid*



TEMA 5

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS
del despliegue de la Economía Circular

1 Introducción

La mitad de la población mundial vive en áreas urbanas bien sea pueblos o ciudades por lo que las políticas públicas siguen siendo cruciales para impulsar sistemas de producción y consumo más circulares.

Sin embargo, las tasas de recolección y reciclaje de residuos, fundamentales en las áreas urbanas, son heterogéneas en el espacio y varían entre municipios debido a las diferencias en la infraestructura, las formas de recolección de residuos, el uso de la tecnología y la forma de abordar los problemas ambientales. Así, el papel de los gobiernos locales es fundamental en la transición hacia la Economía Circular en los territorios (Dagiliené et al., 2021).

En este tema, se van a explicar los conceptos a tener en cuenta a la hora de desplegar una estrategia de comunicación y rendición de cuentas.

TEMA 5

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS
del despliegue de la Economía Circular

2 Ciudades circulares: comunicación y rendición de cuentas

Las llamadas ciudades circulares exploran cómo los sistemas urbanos identifican su potencial de circularidad y lo utilizan para desarrollar un plan para la implementación de estrategias circulares.

Prendeville et al. (2018, p. 188) desarrollaron una definición de ciudad circular, que “es una ciudad que practica principios para cerrar los ciclos de recursos, en asociación con las partes interesadas de la ciudad (ciudadanos, comunidad, empresas y partes interesadas del conocimiento), para hacer realidad su visión de una ciudad a prueba de futuro”.

Sin embargo, la puesta en marcha de estos principios no está libre de desafíos. Dagiliené et al. (2021) explican que en los municipios las principales carencias relacionadas con la aplicación de la Economía Circular se refieren a la gestión de residuos residenciales, los residuos textiles y las empresas locales. Los problemas de gestión de residuos municipales son los más importantes y se ven influidos principalmente por la reticencia o falta de conocimiento de los residentes a clasificar correctamente, la falta de información sobre la clasificación y los residuos voluminosos. Así, a pesar de la buena voluntad por reciclar, se siguen clasificando mal los residuos, lo que da lugar a grandes cantidades de residuos mezclados. Además, la falta de conocimiento sobre la clasificación sigue siendo un problema, aunque los municipios hacen campañas de concienciación y comunicación general o específica. Este problema es más relevante con los residuos voluminosos ya que suelen dejarse cerca de los contenedores de recogida de residuos municipales o en la naturaleza o a lo largo de los ríos en los entornos rurales.

En este punto muchos ayuntamientos han puesto en marcha servicios de recogida selectiva municipal de muebles y enseres para facilitar la retirada adecuada de objetos voluminosos, como muebles y enseres, que no deben desecharse en los contenedores de basura convencionales. La forma de realizarlo varía entre municipios y puede ser de una manera determinada o una mezcla de varias. Entre las más comunes se encuentran:

- **Recogida a domicilio:** Muchos ayuntamientos ofrecen un servicio de recogida a domicilio previa solicitud. Se contacta con el ayuntamiento para concertar una cita y indicarán el día y la hora en que se puede depositar los objetos en la calle.
- **Puntos limpios:** Los puntos limpios son instalaciones municipales donde se puede llevar directamente los muebles y enseres.
- **Puntos limpios móviles:** Son puntos limpios móviles donde se puede llevar directamente los muebles y enseres. Habitualmente, se colocan en distintas zonas del municipio.
- **Días de recogida determinados por zona:** Algunos municipios tienen días específicos de recogida de muebles y enseres sin necesidad de cita previa.

Otro de los retos que destacan los municipios es el aumento de los residuos textiles, que se ve influido por una infraestructura insuficiente de recogida de textiles y por la falta de información sobre qué hacer con

TEMA 5

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS
del despliegue de la Economía Circular

este tipo de residuos. A partir del 1 de enero de 2025, todos los municipios de España deberán implementar la recogida selectiva de residuos textiles, según lo establecido en la Ley 7/2022 de Residuos y Suelos Contaminados.

Según se recoge en el documento “Los residuos textiles de Castilla y León, Modelos de Gestión y herramientas para su aplicación”, algunas buenas prácticas respecto a los sistemas de recogida de textiles que se están desarrollando a nivel internacional son:

- **Puerta a puerta.**
- **Contenedores en vía pública.**
- **Contenedores en edificios como edificios de apartamentos; centros comerciales; colegios; universidades.**
- **Contenedores en tiendas adheridas.**
- **Puntos Limpios fijos y/o móviles.**

Por ejemplo, el modelo de recogida de ropa usada en Castilla y León está basado principalmente en la recogida mediante contenedores en la vía pública y en equipamientos y puntos limpios fijos y móviles. Se puede ver el díptico en la figura 18.

Fig. 18. Díptico reciclaje de textiles Junta de Castilla y León.



TEMA 5

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS
del despliegue de la Economía Circular

¿SABÍAS QUE LA INDUSTRIA TEXTIL ES UNA DE LAS MÁS CONTAMINANTES DEL PLANETA?

ALGUNOS DATOS PARA REFLEXIONAR:

- 93.000 millones de metros cúbicos de agua anuales consume este tipo de industria, lo cual supone más agua que todo el mar Mediterráneo.
- Las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) de la industria textil son superiores a las de todo el transporte aéreo y marítimo mundial.
- 7000 litros de agua son necesarios para confeccionar unos pantalones vaqueros, la misma cantidad que una persona bebe en diez años. Para una camiseta de algodón hacen falta 3000 litros.
- Entre 2000 y 2015 se ha duplicado el consumo mundial de prendas de ropa.
- Antes de desechar una prenda, el número de veces que la usamos ha bajado de 200 a 160 aproximadamente.

¿QUÉ SE ENTIENDE POR RESIDUO TEXTIL?

- Ropa de hogar:** pieza textil, de piel, de plástico u otro material que se emplee como ropa del hogar (sábanas, trapos de cocina...)
- Calzado:** de todo tipo de material.
- Ropa de vestir:** de cualquier material y sus complementos (cinturones, sombreros, bufandas...)
- Otros elementos con componente textil:** (peluches, muñecos...)

¿POR QUÉ SEPARAR Y RECICLAR?

Si mezclamos el residuo textil con otros residuos, dificultamos mucho su posterior separación y reciclaje y queda inservible para un segundo uso como trapos de limpieza, aislantes, moquetas... Solo si los recogemos separadamente podemos garantizar más vidas a los residuos textiles.

EL RECICLAJE DEL TEXTIL ES UN RETO:

Solo se recicla el 15 % del residuo textil mundial.

Se estima que cada persona genera 19 kg de residuo textil al año, pero anualmente solo se recogen de forma separada entre 1,5 y 2 kg por habitante.

ACTUALMENTE, ¿CUÁL ES EL DESTINO DEL TEXTIL DEL CONTENEDOR DE ROPA?

DEPOSITA TU ROPA EN LOS PUNTOS DE RECOGIDA DE TU MUNICIPIO Y...

- 1 Alargarás la vida útil de la ropa.
- 2 Reducirás la cantidad de residuos textiles que terminan enterrados en un vertedero.
- 3 Disminuirás la contaminación del agua y las emisiones de GEI a la atmósfera.
- 4 Harás posible que otras personas la utilicen.

Fuente: <https://medioambiente.jcyl.es/web/es/calidad-ambiental/residuos-textiles.html>

Los municipios pueden impulsar la Economía Circular a través de iniciativas de educación a la sociedad; suministro de información y rendición de cuentas y la provisión de infraestructura e iniciativas. En el estudio internacional realizado por Dagiliené et al. (2021), desvela que el suministro de información a la sociedad parece ser el papel más común asumido por los municipios. Esto se realiza mediante los medios municipales como puede ser la web del municipio, las carteleras municipales o la revista municipal y las redes sociales entre otros medios del ayuntamiento. También pueden hacerlo de manera a través de comunicaciones externas a través de medios como artículos o entrevistas en prensa local o radio local. Entre las iniciativas de educación a la sociedad se viene realizando a través de cooperación con escuelas, jardines de infancia, conferencias, participación en proyectos ecológicos y eventos de instituciones educativas. La cooperación con el mundo académico (universidades, escuelas, jardines de infancia u otras instituciones educativas) está muy desarrollada a través de la participación en conferencias, proyectos ecológicos, sesiones educativas y eventos.

Los municipios también trabajan en la educación no formal, que se orienta principalmente a cambiar el comportamiento de separación de residuos de los hogares, la supervisión preventiva y las iniciativas colaborativas para la sociedad como acciones con la comunidad sobre como "hacer"; involucrar a los niños como difusores en su hogar mediante juegos sobre la clasificación de residuos o videos para niños sobre la clasificación de residuos; colaboraciones con empresas que operan según los principios de la Economía Circular para que compartan su experiencia; colaboraciones con medios de radio locales sobre el tema ambiental, etc...

TEMA 5

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS
del despliegue de la Economía Circular

La infraestructura de los municipios facilita la implementación de la Economía Circular con el enfoque en la recolección y clasificación de residuos, invirtiendo en equipos innovadores que pueden mejorar la clasificación de los residuos y su recogida a través de la tecnología; contenedores enterrados o recogida de nuevos residuos como residuos de animales.

Estos autores proponen cinco tipos de soluciones para la implementación de la Economía Circular en los municipios basados en la regulación, la visión compartida, el aprendizaje (educación), la negociación en redes y la gobernanza reflexiva. A continuación, se resumen sus propuestas (ver tabla 4).

Tabla 4. Propuesta de soluciones-acciones para impulsar la Economía Circular a nivel local.

SOLUCIÓN	PROPUESTA DE ACCIONES
Regulación	<ul style="list-style-type: none"> • Ordenanzas municipales sobre gestión de residuos. • Implementar mecanismos de control de cumplimiento.
Visión compartida	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer participe a los ciudadanos de proyectos de Economía Circular. • Compartir los resultados que se obtengan. • Impulsar acciones donde los ciudadanos puedan intercambiar cosas (mercadillos de ciudadanos, bancos de tiempo, etc...). • Evaluación de los resultados obtenidos.
Aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en proyectos abiertos a todos los stakeholders. • Visitas de concienciación a los vertederos. • Formación para los ciudadanos en temas de separación de residuos y reciclaje y otros temas de Economía Circular. • Plan de comunicación específica actividades de Economía Circular. • Creación de laboratorios ciudadanos sobre temas específicos de Economía Circular. • Indicadores en cada contenedor del residuo a contener.
Negociación en redes	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de redes con los vecinos para recoger problemas e impulsar soluciones consensuadas. • Utilización de materiales reciclados en obras municipales • Colaboración público-privada en los proyectos locales.
Gobernanza reflexiva	<ul style="list-style-type: none"> • Plan Local de Economía Circular. • Integración de los principios de la economía circular en los procesos de contratación pública. • Creación, medición y publicación indicadores de Economía Circular y los logros alcanzados. • Publicación de principios de compra pública verde. • Rendición de cuentas sobre los beneficios-costes de los proyectos de Economía Circular. • Promoción de iniciativas relacionadas con la producción local, reparación y reutilización.

Fuente: Elaboración propia basada en la propuesta de Dagiliené et al. (2021).

TEMA 5

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS
 del despliegue de la Economía Circular

3 Rendición de cuentas en los municipios

La gobernanza municipal juega un papel fundamental en la definición de estrategias y políticas que podrían incentivar la Economía Circular, ya que los ayuntamientos son responsables de las decisiones finales de la economía circular en su territorio. En consecuencia, tienen que adoptar el papel de promotores y organizadores.

Mas allá de los órganos municipales, los sitios web de los municipios se han configurado como uno de los lugares principales de comunicación a los ciudadanos. Por tanto, los sitios web deberían informar sobre el plan de economía circular del ayuntamiento, rendir cuentas de los resultados de su avance y comunicarlo a los ciudadanos. Un ejemplo puede ser a través de la rendición de cuentas por estrategia de economía circular, eje de actuación u objetivos alcanzados en comparación con los objetivos a alcanzar entre otros (tabla 5).

Tabla 5. Rendición de cuentas por eje de actuación Estrategia Española de Economía Circular

Eje de actuación Producción	Promover el diseño/rediseño de procesos y productos para optimizar el uso de recursos naturales no renovables en la producción, fomentando la incorporación de materias primas secundarias y materiales reciclados y minimizando la incorporación de sustancias nocivas, de cara a obtener productos que sean más fácilmente reciclables y reparables, reconduciendo la economía hacia modos más sostenibles y eficientes.
Eje de actuación Consumo	Reducir la huella ecológica mediante una modificación de las pautas hacia un consumo más responsable que evite el desperdicio y las materias primas no renovables.
Eje de actuación Gestión de los Residuos	Aplicar de manera efectiva el principio de jerarquía de los residuos, favoreciendo de manera sustancial la prevención (reducción), la preparación para la reutilización y el reciclaje de los residuos.
Eje de actuación Materias primas secundarias	Garantizar la protección del medio ambiente y la salud humana reduciendo el uso de recursos naturales no renovables y reincorporando en el ciclo de producción los materiales contenidos en los residuos como materias primas secundarias.
Eje de actuación Reutilización y depuración del agua	Promover un uso eficiente del recurso agua, que permita conciliar la protección de la calidad y cantidad de las masas acuáticas con un aprovechamiento sostenible e innovador del mismo.
Línea de actuación Investigación, innovación y competitividad	Impulsar el desarrollo y aplicación de nuevos conocimientos y tecnologías para promover la innovación en procesos, productos, servicios y modelos de negocio, impulsando la colaboración público-privada, la formación de investigadores y personal de I+D+i y favoreciendo la inversión empresarial en I+D+i.
Línea de actuación Participación y sensibilización	Fomentar la implicación de los agentes económicos y sociales en general, y de la ciudadanía en particular, para concienciar de los retos medioambientales, económicos y tecnológicos actuales, y de la necesidad de generalizar la aplicación del principio de jerarquía de los residuos.
Línea de actuación Empleo y formación	Promover la creación de nuevos puestos de trabajo, y la mejora de los ya existentes, en el marco que ofrece la Economía Circular.

TEMA 5

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS del despliegue de la Economía Circular

En su papel de promotor la administración local, tiene que impulsar cambios de comportamiento hacia acciones más sostenibles para promover una Economía Circular. La literatura académica ha acuñado el concepto de Marketing Social como una herramienta que, a través de la comunicación, contribuye al cambio social mediante el aumento del bien común (Lee y Kotler, 2019). La comunicación persuasiva es un elemento clave de este proceso y debe basarse en una comprensión sólida de las actitudes y comportamientos de los ciudadanos. El marketing social debe crear mensajes vívidos, concretos y personales que inspiren credibilidad y conduzcan a tomar acción y resolver problemas. La eficacia de las campañas de cambio social se mide por su capacidad para persuadir a aceptar, cambiar o abandonar ciertas ideas, actitudes, prácticas o comportamientos (Romero-Luis et al., 2022).

Sin embargo, la realidad es que el avance en la Economía Circular esta en sus inicios y aunque es un cambio imparables se encuentra con barreras que tiene que sortear. Entre otras barreras se han identificado (Romero-Luis et al., 2022):

- Los modelos de consumo tradicional de usar y tirar para lo cual es necesario mensajes empáticos y actividades que involucren a los ciudadanos que les enseñen a modificar los hábitos de consumo mostrando los beneficios de hacerlo en el corto y largo plazo.
- Los cambios profundos en los comportamientos llevan tiempo y tienen que convencer a los ciudadanos que van a mejorar su vida, su entorno y va a ser bueno para el bien común a largo plazo. Una mezcla de campañas de comunicación informativas y de acción inmediata junto con otras campañas de educación y participación activa podrían ser las más efectivas para que se realicen los cambios que se necesitan.
- Falta de colaboración entre los actores lo que lleva a un discurso incoherente. Mayor colaboración entre todos los grupos de interés podría potenciar la intensidad de acción que visualizada por los grupos no participantes podrían generar un círculo virtuoso de cambio. En ese sentido los centros de educación en todos los niveles pueden actuar como correa de transmisión y colaboración con los gobiernos de los municipios.

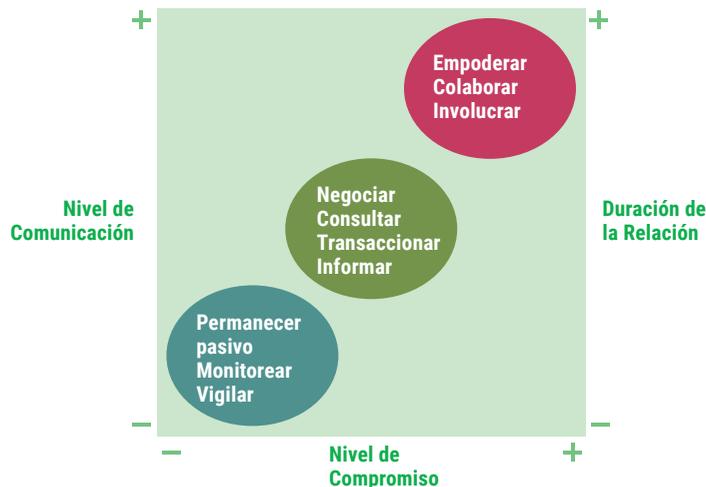
La participación de todos los grupos de interés puede ayudar los gobiernos locales a identificar sus expectativas y fomentar su compromiso y satisfacción y evitar posibles consecuencias negativas derivadas de la ausencia de un diálogo eficaz.

Para alcanzar un compromiso de los grupos de interés es necesario identificar las necesidades de cada uno de ellos y los métodos de interacción más adecuados. La matriz de la naturaleza y alcance de la participación de los grupos de interés establece el nivel de comunicación en base al nivel de compromiso y naturaleza de la relación (Accountability, 2015).

TEMA 5

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS
 del despliegue de la Economía Circular

Fig. 19. Matriz de la naturaleza y alcance de la participación de los grupos de interés.



Fuente: Elaboración propia a partir de Accountability (2015).

De acuerdo al nivel de compromiso, la **norma AA1000SES (2015)** propone distintos métodos de comunicación y involucramiento de los grupos de interés (Tabla 6).

Tabla 6. Propuesta de métodos de comunicación y involucramiento de los grupos de interés.

Permanecer pasivo Monitorear Vigilar	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación a través la web, tableros municipales, revistas municipales, redes sociales, etc... • Buzones de quejas y sugerencias. • Activismo a través de las asociaciones sectoriales.
Negociar Consultar Transaccionar Informar	<ul style="list-style-type: none"> • Boletines, revistas municipales, página web, redes sociales, etc... • Charlas, conferencias y presentaciones públicas. • Actividades de asociación público-privada. • Campañas de marketing social. • Encuestas • Focus Groups • Reuniones
Empoderar Colaborar Involucrar	<ul style="list-style-type: none"> • Foros multilaterales. • Grupos consultivos y de discusión. • Procesos participativos de toma de decisiones y de creación de consenso. • Herramientas de participación en línea. • Proyectos conjuntos. • Asociaciones. • Iniciativas multilaterales. • Plataformas de colaboración en línea. • Integración de los grupos de interés en la gobernanza, estrategia y operaciones de la organización.

Fuente: Elaboración propia a partir de Accountability (2015).

TEMA 5

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS
del despliegue de la Economía Circular

4 Normas AA1000

De acuerdo a la **International Standard Organization (ISO)** la familia de normas AA1000 son una herramienta, orientada a fortalecer su compromiso con los grupos de interés incorporando un sistema de Gestión del aseguramiento de la Sostenibilidad.

Las normas AA1000 se componen de tres elementos:

- **AA1000AP – Principios de Accountability.**
- **AA1000AS – Norma de Aseguramiento.**
- **AA1000SES – Norma de Compromiso de los Grupos de Interés.**

A continuación, se van a resumir las principales ideas de esta familia de normas.

4.1. Norma AA1000AP (2018) Principios de Accountability

El propósito del AA1000AP (2018) es proporcionar a las organizaciones un conjunto práctico de principios rectores internacionalmente aceptados con los que puedan evaluar, gestionar, mejorar y comunicar su rendimiento de rendición de cuentas y sostenibilidad.

Accountability (2018, p.12) dice que *“la rendición de cuentas es el estado de reconocer y de asumir la responsabilidad y de ser transparentes sobre los impactos de las políticas, decisiones, acciones, productos, servicios y desempeño asociado de una organización.*

Cuando una organización se responsabiliza por completo, busca involucrar a los grupos de interés en la identificación, comprensión y respuesta a los temas e inquietudes relevantes de sostenibilidad, y comunicarse con los grupos de interés y responder a ellos con respecto a sus decisiones, acciones y desempeño.

La rendición de cuentas integra la forma en que una organización establece la estrategia, gobierna y administra el desempeño”.

Los principios de la norma AA1000AP son:

- **Inclusividad:** “La inclusividad es identificar activamente a los grupos de interés permitiendo su participación en el establecimiento de temas de sostenibilidad relevantes para la organización y desarrollar una respuesta estratégica hacia ellos” (Accountability, 2018 p.17). Por eso la organización deberá determinar cómo, a que grupos y en que grado incluirá a los distintos grupos de interés con los que se relaciona.

TEMA 5

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS del despliegue de la Economía Circular

- **Relevancia:** “La relevancia se relaciona con la identificación y priorización de los temas de sostenibilidad más relevantes, teniendo en cuenta el efecto que cada tema tiene en una organización y sus grupos de interés. Un tema relevante es un tema que influirá e impactará sustancialmente las evaluaciones, las decisiones, las acciones y el desempeño de una organización y / o sus interesados a corto, medio y / o largo plazo” (Accountability, 2018 p.20).
- **Capacidad de respuesta:** “La capacidad de respuesta es la reacción oportuna y relevante de una organización a los temas de sostenibilidad relevantes y sus impactos relacionados. La capacidad de respuesta se realiza a través de decisiones, acciones y desempeño, así como la comunicación con los grupos de interés (Accountability, 2018 p.23).
- **Impacto:** “El impacto es el efecto que tiene el comportamiento, el rendimiento y / o los resultados, por parte de los individuos o de una organización, en la economía, el medio ambiente, la sociedad, los grupos de interés o la propia organización. Los temas relevantes tienen impactos potenciales directos e indirectos, que pueden ser positivos o negativos, intencionados o no, esperados o realizados, y a corto, medio o largo plazo” (Accountability, 2018 p.26).

El impacto de las distintas actividades de la organización se tiene que evaluar a través de las distintas variables clave de cada una de ellas. Para lo cual es necesario definir indicadores que proporcionen información de calidad, que permita conocer con exactitud el comportamiento, el desempeño y los resultados obtenidos.

Además de medir, la organización tiene que rendir cuentas ante sus grupos de interés. Por tanto, el impacto tiene que divulgarse de la manera más efectiva posible, indicando tanto los objetivos cumplidos como los no realizados y teniendo en cuenta el público y el objetivo de la divulgación, pero es responsabilidad de la organización determinar el grado en el que involucrará a sus grupos de interés y cómo se comunicará con los mismo.

4.2. AA1000AS - Norma de Aseguramiento

Como se indica en la introducción de la propia norma (p.5) “La norma de aseguramiento AA1000 (AA1000AS v3) sirve como norma para el aseguramiento de la información sobre sostenibilidad en organizaciones de todo tipo, basada en la aplicación efectiva de los Principios de AccountAbility AA1000 (AA1000AP, 2018)” y “la Norma AA1000AS v3 proporciona un método holístico para lograr que una organización rinda cuentas de su gestión de la sostenibilidad, de su desempeño y de sus prácticas de elaboración de informes mediante la evaluación de la adhesión de la organización a los Principios AA1000AP (2018)”.

Esta norma se puede encontrar en: <https://www.accountability.org/standards/aa1000-assurance-standard>

TEMA 5

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS
del despliegue de la Economía Circular

4.3. AA1000SES (2015) - Norma de Compromiso de los Grupos de Interés

El concepto de compromiso de los grupos de interés de acuerdo a la norma AA1000SES (2015, p.5) es que “es el proceso utilizado por una organización para involucrar a las partes interesadas relevantes con un propósito claro de alcanzar los resultados acordados”. Además añade “se reconoce como un mecanismo fundamental de rendición de cuentas, ya que obliga a una organización a implicar a las partes interesadas en la identificación entender y responder a los problemas y preocupaciones de sostenibilidad, e informar, explicar y responder ante las partes interesadas de sus decisiones, acciones y resultados.

Involucrar a los grupos de interés en el desarrollo de la Economía Circular en el municipio podría tener algunos de los siguientes beneficios:

La participación de calidad de las partes interesadas puede:

- Alcanzar objetivos que no pueden ser alcanzados por organizaciones individuales.
- Dar a los grupos de interés el derecho a ser escuchados y ser tenidos en cuenta en los procesos de toma de decisiones, especialmente en el caso, como en el despliegue de la Economía Circular, que se necesita su colaboración activa.
- Ayudar a determinar las cuestiones relevantes para el despliegue de la Economía Circular en el municipio.
- Reducir los riesgos de fracaso en los proyectos relacionados con la Economía Circular.
- Poner en común recursos (conocimientos, personas, dinero y tecnología) para resolver problemas y aprender de grupos de interés, lo que se traduce en mejoras de productos y procesos.
- Informar, educar e influir en los grupos de interés de modo que puedan mejorar sus decisiones y acciones, lo que repercutirán a su vez en la sociedad.
- Contribuir al desarrollo de relaciones transparentes y basadas en la confianza entre todas las partes.

Esta norma define:

1. Cómo establecer el compromiso con los grupos de interés y garantizar su plena integración en la estrategia y las operaciones.
2. Cómo definir el propósito, el alcance y los grupos de interés a involucrar.
3. Cómo se alcanza un proceso de participación de éxito.
4. Para establecer el compromiso de los grupos de interés, la organización debe comprometerse con los Principios AA1000APS e integrar a los grupos de interés en la estrategia y las operaciones de la organización para que esta integración se traduzca en resultados positivos para todas las partes.
5. Sin embargo, ese compromiso de los grupos de interés tiene que definirse de acuerdo con la estrategia que persigue la organización y no debería involucrarse a ningún grupo de interés si no está claro el propósito.

TEMA 5

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS del despliegue de la Economía Circular

Para establecer el compromiso de los grupos de interés, la organización debe comprometerse con los Principios AA1000APS e integrar a los grupos de interés en la estrategia y las operaciones de la organización para que esta integración se traduzca en resultados positivos para todas las partes.

Sin embargo, ese compromiso de los grupos de interés tiene que definirse de acuerdo con la estrategia que persigue la organización y no debería involucrarse a ningún grupo de interés si no está claro el propósito.

Otro aspecto que hay que tener en cuenta es la identificación de los grupos de interés pertinentes para el objetivo marcado. Estos grupos de interés serían aquellos que se vean más afectados o aquellos que más pueden contribuir al cumplimiento del objetivo marcado. La organización debe identificar quienes son los grupos de interés que pueden definir dependiendo del objetivo que se persiga.

De acuerdo a la norma AA1000SES, **el proceso de participación** de los grupos de interés incluye cuatro etapas:

- **Planificar:** quiénes son las partes interesadas, cómo y por qué deben relacionarse con la organización para un determinado propósito.
- **Preparar:** Hay que planificar y movilizar los recursos necesarios para involucrar a las partes interesadas y alcanzar el objetivo propuesto. Es importante diseñar un plan de potenciales riesgos y contingencias para tener identificados los posibles problemas que pueden hacer que no se cumpla el objetivo y diseñar las alternativas necesarias para el éxito del proyecto.
- **Implementar:** Hay que invitar y comunicar a cada grupo de interés el interés e importancia de su participación, facilitar la información y materiales necesarios para el objetivo marcado. Se diseñan, comunican y consensuan las normas de funcionamiento de todos los participantes.
- **Actuar, revisar y mejorar:** La organización debe supervisar y evaluar la calidad general de la participación de los grupos de interés incluyendo su compromiso e integración; alcance; el proceso; los resultados y el impacto esperado. Una vez realizada la evaluación, la organización debe implementar acciones de mejora para el futuro.

Finalmente, la norma AA1000SES (2015) explica que la organización debe informar públicamente sobre el conjunto de sus actividades de participación, junto con los resultados y el impacto obtenido, para mostrar el alcance y la amplitud de la participación de sus grupos de interés y para demostrar cómo sus actividades aportan valor a la organización y a la sociedad. Esto se puede realizar integrado con otros informes o de manera independiente y se recomienda incluir: los grupos de interés implicados; el enfoque de la participación de los grupos de interés y los métodos utilizados; frecuencia de la participación; gestión de la participación y cómo se han gestionado las cuestiones y preocupaciones que han surgido en el proceso, entre otros asuntos.

TEMA 5

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS
del despliegue de la Economía Circular

BIBLIOGRAFÍA

AccountAbility (2020). AA1000AS - Norma de Aseguramiento v3. Accesible en: <https://www.accountability.org/standards/aa1000-assurance-standard>

AccountAbility (2018). AA1000. Principios de AccountAbility 2018. Accesible en: <https://www.accountability.org/standards/aa1000-accountability-principles>

AccountAbility (2015). AA1000. Stakeholder Engagement Standard. Accesible en: <https://www.accountability.org/standards/aa1000-stakeholder-engagement>

Dagilienė, L., Varaniūtė, V., & Bruneckienė, J. (2021). Local governments' perspective on implementing the circular economy: A framework for future solutions. *Journal of Cleaner Production*, 310, 127340.

Junta de Castilla y León (2024). Los residuos textiles en Castilla y León. Modelos de gestión y herramientas para su aplicación. Accesible en: <https://medioambiente.jcyl.es/web/es/calidad-ambiental/residuos-textiles.html>

Lee, N. R., & Kotler, P. (2019). *Social marketing: Behavior change for social good*. Sage Publications.

Prendeville, S., Cherim, E., & Bocken, N. (2018). Circular cities: Mapping six cities in transition. *Environmental innovation and societal transitions*, 26, 171-194.

Romero-Luis, J., Carbonell-Alcocer, A., Gertrudix, M., Gertrudis Casado, M. D. C., Giardullo, P., & Wuebben, D. (2022). Recommendations to improve communication effectiveness in social marketing campaigns: Boosting behavior change to foster a circular economy. *Cogent Social Sciences*, 8(1), 2147265.

TEMA 6

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN

María del Mar Alonso Almeida y

Fernando Borrajo Millán,

*Departamento de Organización de Empresas,
Universidad Autónoma de Madrid*



TEMA 6
ELABORACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN

1 Introducción

Como indica el preámbulo de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno *“La transparencia, el acceso a la información pública y las normas de buen gobierno deben ser los ejes fundamentales de toda acción política. Sólo cuando la acción de los responsables públicos se somete a escrutinio, cuando los ciudadanos pueden conocer cómo se toman las decisiones que les afectan, cómo se manejan los fondos públicos o bajo qué criterios actúan nuestras instituciones podremos hablar del inicio de un proceso en el que los poderes públicos comienzan a responder a una sociedad que es crítica, exigente y que demanda participación de los poderes públicos”*.

Por lo tanto, las corporaciones locales, al igual que el resto de las administraciones públicas, tienen la obligación de establecer los medios para hacer llegar la información de forma clara y rápida a los ciudadanos, así como de establecer vías de comunicación y mecanismos con los mismos (Fernández-Falero et al., 2017). En ese sentido, como explica Campillo (2012), la comunicación pública municipal constituye, una poderosa herramienta en manos de los equipos de gobierno que permite explicar, justificar y, en consecuencia, legitimar las decisiones políticas asumidas en cada periodo legislativo rindiendo cuentas de sus actuaciones ante los ciudadanos.

Dada la cercanía de las corporaciones locales, especialmente de los ayuntamientos, a los ciudadanos hace que la actuación de las mismas sea de mayor interés y vigilancia por parte de los ciudadanos que la actuación de otras administraciones de ámbito mayor.

Por tanto, este tema, sin ánimo de ser exhaustivo, propone los elementos clave a tener en cuenta a la hora de poner en marcha un plan de comunicación, para ayudar a los ayuntamientos a reflexionar sobre cómo están llevando a cabo esta obligación de comunicación y proporcionar herramientas para su mejora.

TEMA 6

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN

2 Comunicación en las corporaciones municipales

El Plan de Comunicación en una corporación municipal debería incluir todas las actividades que realiza y que puede determinar la percepción sobre la organización y su actuación. De esta manera, se construye la imagen que la organización quiere proyectar sobre si misma para que coincida con la imagen que se desea que perciban los distintos colectivos tanto internos como externos a la organización (Estanyol et al., 2017).

Un estudio realizado por Fernández-Falero et al., (2017) sobre la calidad de la comunicación política en las webs de los ayuntamientos de Extremadura mostró avances y áreas de mejora. En este estudio se analizaron los siguientes indicadores que pueden servir de referencia para que las corporaciones locales puedan realizar su propia autoevaluación (Tabla 7).

Tabla 7. Indicadores Comunicación en las webs de los ayuntamientos.

INDICADORES
Bloque Temático 1:
¿Quiénes son los representantes políticos?
1. ¿Se da información básica sobre el alcalde o la alcaldesa: nombre y apellidos, foto y partido político?
2. ¿Se da información básica sobre el alcalde o la alcaldesa: biografía y/o curriculum?
3. Se da información básica sobre los representantes que forman parte del gobierno: nombre y apellidos, foto y partido político?
4. ¿Se da información básica sobre los representantes que forman parte del gobierno: biografía y/o curriculum?
5. ¿Se da información básica sobre los representantes que no forman parte del gobierno: nombre y apellidos, foto y partido político?
6. ¿Se da información básica sobre los representantes que no forman parte del gobierno: biografía y/o curriculum?
7. ¿Se publican las retribuciones (mensuales y/o anuales) de los representantes políticos?

TEMA 6

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN

Bloque Temático 2:

¿Cómo se gestionan los recursos colectivos?

8. ¿Se da información sobre la composición de los órganos de gobierno: pleno, junta de gobierno y/o comisiones informativas?
9. ¿Se da información sobre las competencias y el calendario de trabajo de estos órganos de gobierno?
10. ¿Se publican las convocatorias con los órdenes del día previos a la celebración de los plenos municipales?
11. ¿Se publican las actas del pleno municipal?
12. ¿Se publican los acuerdos completos de la junta de gobierno y/o las actas íntegras cuando la junta de gobierno actúe en delegación del pleno?
13. ¿Se da información del plan de gobierno (PG), el plan de actuación municipal (PAM) y/o el plan estratégico?
14. ¿Se da información del plan de ordenación urbanística municipal (POUM), plan general de ordenación (PGO) u otras normas de planificación urbanística, así como sus modificaciones puntuales?
15. ¿Se publican las ordenanzas municipales, los reglamentos y/u otras disposiciones de relevancia jurídica?

Bloque Temático 3:

¿Qué información proporcionan sobre el municipio y la gestión de los recursos colectivos?

16. ¿Se publican noticias, informaciones y/o opiniones sobre las actuaciones de los miembros del gobierno relacionadas con la gestión del gobierno?
17. ¿Se publican noticias, informaciones y/o opiniones sobre las actuaciones de los miembros de la oposición y/o de los grupos políticos relacionadas con el control de la gestión del gobierno?
18. ¿Se ofrece en la web la agenda de actividades municipales y ciudadanas?
19. ¿Se publica el contacto con la persona responsable de prensa, información y/o comunicación de la corporación, ya sea técnica o política?

Fuente: *Elaboración propia a partir de Fernández-Falero et al., (2017).*

TEMA 6 ELABORACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN

Sin embargo, no toda información tiene el suficiente interés para ser comunicada. Como afirma Estanyol et al. (2017) sólo determinadas informaciones cumplen los criterios de noticiabilidad que esperan nuestros grupos de interés.

Basándose en lo que recoge Cutlip et al. (2006), los anteriores autores informan que los principales criterios de noticiabilidad son los siguientes:

- **Impacto:**
 - Número de afectados.
 - Gravedad de los efectos.
 - Claridad de lo ocurrido.
- **Proximidad** (respecto al grupo de interés).
- **Oportunidad:** en la actualidad la saturación de noticias y la rapidez de la información hace que muy pronto una noticia sea dejada a un lado por otra más nueva.
- **Prominencia:** interés por los hechos y personas implicadas.
- **Grado de novedad:** cuanto más inesperado, único, distinto, sorprendente.

Por otro lado, además de los canales de comunicación tradicionales como pueden ser la distribución de noticias a través de los medios locales, publicaciones en papel o tableros tradicionales, es necesario innovar e incorporar nuevos soportes, canales y herramientas para comunicarnos con nuestros grupos de interés.

Para ello es necesario conocer que medios y que tipo de información es la que necesita cada uno de ellos. De esa manera aumentará la percepción sobre la calidad de la información. El uso de internet por parte de los ayuntamientos para proporcionar información básica se ha generalizado, incluso en municipios pequeños. Pero para lograr una cierta personalización de manera sencilla se puede utilizar la comunicación mediante el correo electrónico, a través de la suscripción a los temas que a cada ciudadano le resulte de interés. El correo electrónico es un canal de comunicación relativamente económico y permite llegar a un gran número de personas en poco tiempo. Además, ofrece información sobre el comportamiento de los distintos grupos de interés que permite introducir estrategias de mejora continua en la comunicación (Estanyol et al., 2017).

A continuación, se expondrá brevemente los pasos a seguir antes de desplegar un plan de comunicación y a seguidamente se explicará cómo desarrollarlo.

TEMA 6

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN

3 Investigación preliminar

Antes de comenzar el diseño de un plan de comunicación es necesario recopilar información previa de cual ha sido el historial informativo de la corporación local. En este mapa debería incluirse la información de todas las áreas internas, de manera que sea lo más completo posible. A partir de esta información podrá realizar un mapa de conocimiento y detectar lagunas informativas (Matilla, 2018).

Los mapas de conocimiento ayudan a organizar la información de una manera lógica y visual, relacionar conceptos, identifican lagunas y sirven como base para la elaboración de un plan de comunicación (Figura 20).

Fig. 20. Esquema de mapa de conocimiento.



Fuente: Elaboración propia.

Además, es muy conveniente conocer, en el caso de una corporación local, los intereses de los ciudadanos de su ámbito de competencia para afinar en los mensajes y que el plan de comunicación que se vaya a desarrollar sea realmente útil a los ciudadanos. Para ello habrá que realizar un proceso de escucha. Las corporaciones tienen diversas herramientas a su alcance, desde herramientas informales como las charlas no programadas con los vecinos, hasta herramientas formales como las quejas y sugerencias, estadísticas diversas o tipos de solicitudes de los ciudadanos entre otras.

Este proceso de escucha nos permitirá evolucionar el plan de comunicación, mejorar la satisfacción sobre los mensajes que se proporcionan y mejorar la claridad, transparencia y confianza. Pero también será necesario analizar hasta donde está llegando en mensaje, cómo se percibe y buscar vías de retroalimentación.

De esta forma se podrá planificar estratégicamente información, acontecimientos o sucesos que pueden convertirse en noticia a corto o medio plazo.

TEMA 6

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN

4 Desarrollo de un Plan de Comunicación

El plan de comunicación es un documento que agrupa las actividades de comunicación entre una organización y sus grupos de interés. Puede tratarse de un plan general que aglutine todas las actividades de la organización con sus respectivos planes o un plan específico para una actividad concreta.

De acuerdo con Estanyol et al. (2017) y Timón (2017), todo plan de comunicación debe incluir estos **componentes esenciales**:

1. Meta.

Una meta es el resultado al que se quiere llegar. Esa meta debe definir claramente lo que se desea lograr con la comunicación a realizar.

2. Objetivos.

Un objetivo de comunicación es lo que queremos conseguir al transmitir un mensaje para alcanzar la meta fijada. Los objetivos se pueden clasificar en:

- **Informativos**: Transmitir conocimientos o datos de manera clara y concisa.
- **Persuasivos**: Convencer a alguien de adoptar una determinada actitud o comportamiento.
- **Motivadores**: Inspirar a otros a actuar de una determinada manera o a esforzarse más sobre lo que ya se está realizando.
- **Relacionales**: Establecer o fortalecer vínculos con otras personas, la ciudadanía en general u otras organizaciones.
- **Reputacionales**: Mejorar la reputación de la organización.

3. Públicos objetivo.

Públicos son todos aquellos actores sociales con los que las corporaciones locales desean comunicarse e intercambiar puntos de vista. En el caso de un ayuntamiento su público objetivo, como indica el Ayuntamiento de Zamora (2021) en su Plan de Publicidad Institucional es "la ciudadanía en una multiplicidad de sus facetas: ciudadanía-espectadora, ciudadanía-deportista, ciudadanía-contribuyente, etc". Pero también el resto de los actores que se encuentran en su ámbito territorial de competencia como personas jurídicas, empresarios individuales, usuarios de los servicios municipales o asociaciones entre otros y otros que temporalmente lo pueden estar como los visitantes o turistas.

4. Diseño del mensaje.

El plan de comunicación debe contener un componente estratégico con los mensajes y temas clave que deben comunicarse a lo largo del periodo de tiempo establecido en el plan.

TEMA 6 ELABORACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN

A la hora de lanzar una campaña de comunicación o cualquier otro tipo de contenido, se tiene que tener en cuenta la forma de estructurar el contenido de la siguiente manera:

- **Título atractivo:** El título es la primera impresión y debe ser claro, conciso y contener elementos que despierten la curiosidad de saber más.
- **Introducción:** Clara y concisa que indique lo que se va a encontrar en la comunicación.
- **Desarrollo:** Organización de la información de manera coherente con lo que se quiere comunicar. Se debe utilizar un lenguaje sencillo pero lo suficientemente explicativo para que el mensaje llegue de manera clara.
- **Conclusión:** Resumen de los puntos clave y refuerzo del mensaje principal.

5. Estrategia que se va a aplicar.

Dependiendo de los objetivos que se persigan en el plan de comunicación, la estrategia a aplicar puede ser distinta y cada objetivo debe tener establecida su propia estrategia.

Algunos autores como Smith (2013) diferencian principalmente entre estrategias proactivas y estrategias reactivas. Una estrategia proactiva persigue involucrar a su público objetivo antes de que se produzca un evento. Una estrategia reactiva proporciona una respuesta ante un evento ya acaecido. Ambos tipos de estrategias pueden adoptar distintas respuestas. Por ejemplo: informativa, acción positiva, preocupación o rectificación entre otras en el caso de las estrategias proactivas. En el caso de las estrategias reactivas estas pueden ser de justificación, excusa, negación o disociación entre otras.

6. Canales.

Un canal de comunicación es el medio a través del cual se transmite un mensaje desde un emisor hacia un receptor. Timón (2017) explica que un plan de comunicación debería articular la comunicación a través de diversos canales y ajustar la información/acción a cada uno de ellos para maximizar su impacto.

Así una corporación local puede aprovechar todos los canales de comunicación a su alcance para llegar a sus públicos objetivos.

Hoy en día el uso de páginas web es una medida generalizada, incluso en ayuntamientos pequeños con pocos recursos. La aparición de las redes sociales ha abierto nuevas vías de comunicación donde predomina la inmediatez de la información y la interacción con los ciudadanos.

7. Técnicas y Formatos.

Al incrementarse los canales de comunicación se ha producido igualmente una explosión de técnicas para la distribución de contenido informativo tanto textual como gráfico y animado. Las técnicas de comunicación buscan hacer sencillo, claro y atractivo el mensaje a comunicar.

Además del formato texto, se pueden utilizar otro tipo de técnicas de contenidos como:

- Imágenes
- Gráficos

TEMA 6

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN

- Videos
- Infografías estáticas o animadas
- Podcasts
- Técnicas de interacción directa: reuniones, sorteos, concursos, presentaciones
- Técnicas de *Storytelling* consistentes en transmitir un mensaje a través de una narrativa. En lugar de presentar información de forma directa y objetiva, el *storytelling* utiliza historias para conectar con el público objetivo, hacer que el mensaje se recuerde más en la mente del receptor y, si es necesario, motivar a la acción.

8. Calendario.

El plan de comunicación debe incluir una programación temporal que incluya un calendario para cada público y estrategia, programando cada técnica.

9. Presupuesto.

El plan de comunicación debe incluir un presupuesto por público, estrategia y acción de manera específica. También deberá incluir una partida, en la medida de lo posible, para contingencias o situaciones de crisis o fuerza mayor.

10. Evaluación.

Se debe medir el impacto de cada acción de comunicación para determinar su efectividad. Para ello se proponen algunos indicadores fáciles de medir. Los indicadores deberían ser cuantitativos y cualitativos para que se puedan complementar y tener una visión holística del impacto del plan de comunicación.

Los indicadores cuantitativos proporcionan información objetiva basada en números sobre el alcance e impacto de la comunicación. Los indicadores cualitativos analizan como se ha percibido la información y cuál es la opinión del público objetivo sobre el mensaje comunicado.

A continuación, se muestran algunos ejemplos de ambos tipos de indicadores:

- Indicadores Cuantitativos
 - Número de personas al que ha llegado el mensaje.
 - Número de visitas al sitio web.
 - Número de me gusta, no me gusta, comentarios y compartidos en redes sociales.
 - Descargas de contenido.
 - Solicitudes de información.
 - Inscripciones a newsletters.
- Indicadores Cualitativos
 - Encuestas de satisfacción del servicio.

TEMA 6

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN

- Comentarios en redes sociales.
- Estudios de reputación.
- Realización de grupos focales.

No es suficiente con tener los datos de los indicadores hay que analizarlos de manera conjunta, ya que pueden proporcionar información que no se detecta a simple vista. De esta manera se podrán apreciar áreas de mejora e implementar mecanismos de mejora continua para hacer la comunicación más eficiente.



Ejemplo

Ejemplo de medición de indicadores cuantitativos y cualitativos de manera conjunta.

Una noticia publicada en redes sociales tiene un alto número de impresiones/vistas (indicador cuantitativo).

Sin embargo, los comentarios son negativos (indicadores cualitativos).

Esto indica que, aunque la información está llegando a muchas personas, el mensaje o no está llegando al público objetivo y no lo entienden las personas receptoras, o no está llegando de la manera adecuada por lo que habrá que hacer ajustes para conseguir el objetivo.

TEMA 6

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN

5 Roles de comunicación y su desarrollo

Las corporaciones locales tienen que nombrar un responsable de comunicación que coordina todos los aspectos del plan de comunicación. Dicho responsable establecerá los procedimientos para la publicación y difusión de la información, así como de su análisis incluidas las informaciones que requieren una respuesta rápida.

Igualmente, la corporación local podrá desarrollar una imagen de marca (logo, colores, folletos, papelería, etc...) acorde con los valores que desea transmitir.

Además, para cada medio habrá que decidir: quién actualizará los contenidos; temas que se tratarán; cada cuanto se actualizarán los contenidos o fuentes de contenidos entre otros.

Matilla (2018) afirma que sería una buena práctica redactar un **manual de pautas éticas** a aplicar en la publicación de noticias, especialmente aquellos que puedan contener información sensible. Otra buena práctica podría ser la implantación de un **observatorio de información**. Un observatorio de información es una herramienta que recopila, analiza y difunde datos sobre un tema específico de interés. Se suelen utilizar para hacer un seguimiento de tendencias; sensibilizar sobre un problema o situación; informar sobre cómo va una determinada situación o generar nuevo conocimiento mediante la observación de un fenómeno nuevo o complejo.

Un observatorio de información en un ayuntamiento es una herramienta que permite a los gobiernos locales seguir de cerca la realidad urbana, tomar decisiones más informadas y mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos, pero también sirve para evaluar las políticas que el ayuntamiento está poniendo en marcha y sus resultados, permitiendo rendir cuentas. Además, como veremos más adelante, fomenta la participación ciudadana y la co-creación de proyectos en el municipio.

La información que se recopila en un observatorio municipal puede ser muy variada y dependerá de los objetivos específicos de cada ayuntamiento. Algunos ejemplos incluyen:

- Datos demográficos: Población, edad, género, nivel educativo, etc.
- Datos socioeconómicos: Ingresos, empleo, vivienda, etc.
- Datos sobre servicios públicos: Transporte, sanidad, educación, etc.
- Datos sobre el entorno urbano: Calidad del aire, ruido, espacios verdes, etc.
- Datos sobre la percepción ciudadana: Encuestas de satisfacción, opiniones sobre los servicios municipales, etc.

A continuación, se muestran algunos ejemplos de observatorios de información municipales.

TEMA 6
ELABORACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN

► Observatorio de Madrid

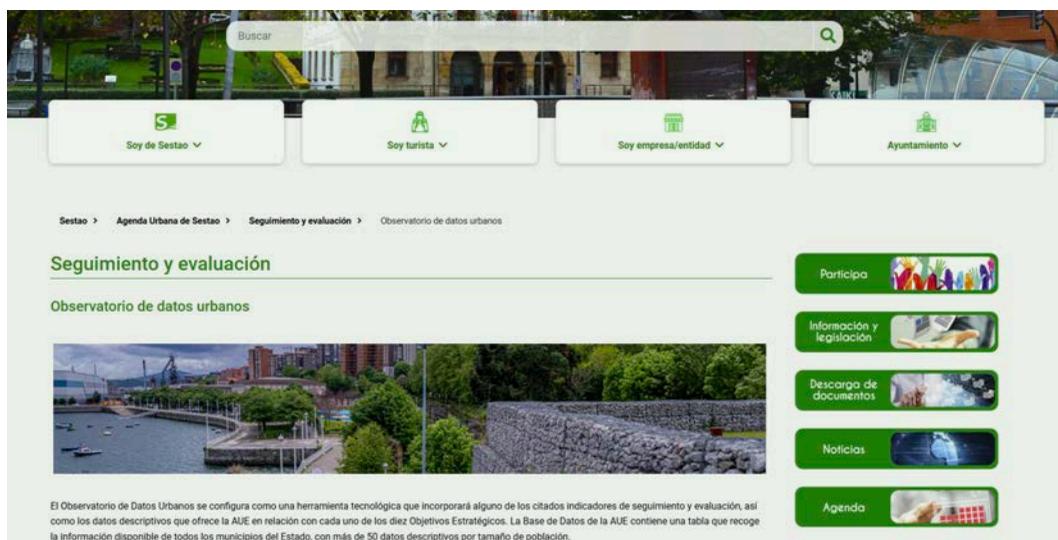
Fig. 21. Web del observatorio de la ciudad de Madrid.



Fuente: <https://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/El-Ayuntamiento/Observatorio-de-la-Ciudad/?vgnnextfmt=default&vgnnextchannel=ec38d941c9b25710VgnVCM2000001f4a900aRCRD>

► Observatorio de Sestao (Vizcaya)

Fig. 22. Web del observatorio de datos urbanos de Sestao.



Fuente: https://www.sestao.eus/es-ES/agenda-urbana-sestao/seguiamiento-evaluacion/Paginas/seg_observatorio-datos-urbanos.aspx

TEMA 6
ELABORACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN

Observatorio de Zaragoza

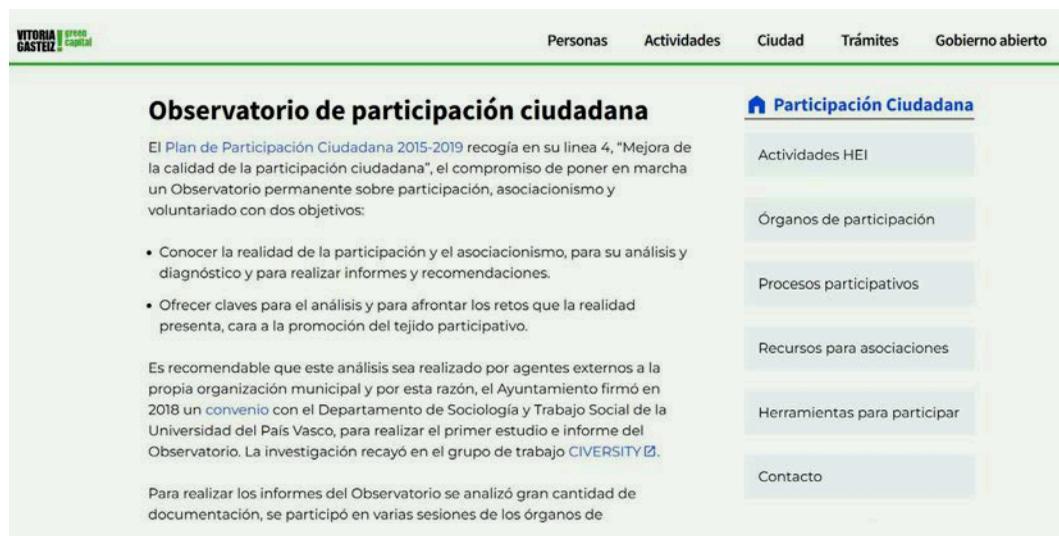
Fig. 23. Web informativa del observatorio municipal de estadística de la ciudad de Zaragoza.



Fuente: <https://www.zaragoza.es/sede/portal/observatorio/>

Observatorio de Vitoria-Gasteiz

Fig. 24. Web informativa del observatorio de participación ciudadana de la ciudad de Vitoria-Gasteiz.



Fuente: https://www.vitoria-gasteiz.org/wb021/was/contenidoAction.do?idioma=es&uid=u_5f678334_16daec3aa0c__7d1b

TEMA 6
ELABORACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN

► Observatorio de Guadalajara

Fig. 23. Web informativa del observatorio turístico del Ayuntamiento de Guadalajara.



Fuente: <https://www.guadalajara.es/es/turismo/area-profesional/observatorio-turistico/>

► Observatorio de Badajoz

Fig. 26. Web informativa del observatorio del cambio del Ayuntamiento de Badajoz.



Fuente: <https://www.aytobadajoz.es/es/empleo/estudios-y-estadisticas/observatorio-del-cambio>

TEMA 6

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN

Como se puede observar, cada uno de estos observatorios municipales están desarrollados desde distinta perspectiva municipal. Los observatorios municipales urbanos se han popularizado en los últimos años y recopilan datos sobre las políticas y ordenanzas municipales, información de tráfico, niveles de contaminación, estadísticas diversas o el catálogo de servicios municipales y las operaciones realizadas por el municipio.

La disposición de información de texto, imágenes, ficheros, etc... es la manera más usual, pero las tecnologías de la información están permitiendo evolucionar estos observatorios a través de mapas interactivos, sistemas de geolocalización, la inteligencia artificial o la creación de sistemas de *big data* capaces de analizar grandes volúmenes de datos en tiempo real. Esto permitirá al ayuntamiento, por ejemplo, la optimización de rutas del transporte público y al ciudadano perder menos tiempo al tener un servicio de transporte más eficiente.

Otros observatorios se refieren a temas económicos y empleo, violencia de género o turismo, lo cual muestra la potencia que tiene esta herramienta, ya que permite a los gobiernos municipales poner en foco en aquellos temas más relevantes para sus ciudadanos al proporcionar una visión integral y actualizada de la realidad urbana, lo que permite a los gobiernos locales diseñar políticas públicas más efectivas y mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos.

Para que la comunicación sea eficaz y cumpla con el objetivo marcado, se deben establecer pautas que permitan coordinar las distintas campañas de comunicación que se establezcan para un mismo tema o institución. No hay nada más confuso para el ciudadano que mensajes contradictorios, poco claros o imprecisos.

TEMA 6
ELABORACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN

6 Comunicación y redes sociales

Las redes sociales se han convertido en parte de la vida de toda la ciudadanía independientemente de su edad y ha transformado la forma en la que las personas entre si se comunican y también cómo se comunican con las empresas e instituciones. Esta nueva forma de comunicarse supone un desafío para las instituciones locales pero abre una oportunidad para interactuar con la ciudadanía de manera directa y a un precio bajo (Cervi et al., 2022). Además, abre una oportunidad para incrementar la cercanía y el desarrollo de la participación directa de la ciudadanía en la agenda pública pero también hay barreras como resistencia organizacional; problemas de seguridad y privacidad; falta de control, desconocimiento o desconfianza sobre esta tecnología y un marco legal inadecuado podrían impactar negativamente el proceso de institucionalización de las redes sociales en el sector público (Criado & Vilodre, 2022).

De hecho, un estudio realizado por los autores citados anteriormente entre los municipios de más de 50.000 habitantes sobre la institucionalización de las redes sociales mostró que las guías de políticas de redes sociales aún son limitadas al igual que la formación sobre esta tecnología y la evaluación de su impacto. Sin embargo, su adopción y uso como medio de comunicación parece que será inevitable y cada entidad deberá decidir cómo se va a acercar a los ciudadanos con el fin de conectar con la ciudadanía, aportarles valor y establecer una relación que en futuro pueda conllevar a la co-creación ciudadana. Los estudios realizados en España muestran que las redes sociales más adoptadas por los ayuntamientos españoles son WhatsApp, Twitter y Facebook (Criado et al., 2019; Cervi et al, 2022)

Hay que llamar la atención sobre lo efímero y la inmediatez de la información de las redes sociales, lo cual pone el énfasis en que lo que se quiere comunicar tenga el mayor impacto posible en la consecución de los objetivos que se pretende alcanzar, especialmente si lo que se pretende es mover a la acción.

Cada medio de comunicación tiene características propias de comunicación. Aced (2019) proporciona una serie de recomendaciones sobre cómo escribir en las redes sociales:

- Ser breve: Dado que habitualmente el medio donde se consume este tipo de información son los dispositivos móviles, es mejor evitar mensajes largos y, si es necesario incluir más información, mejor utilizar enlaces a otras informaciones.
- El mensaje más importante al principio, ya que es lo primero que se lee y lo que más impacto tiene.
- Estilo informal pero educado y directo.
- Presentar la información como una secuencia de acciones: antes-después / problema-solución / información de interés-deseo-acción / servicio-historia, beneficio o razón-solución o acción.
- Si se utilizan varios párrafos estos deben ser cortos y cada uno de ellos con una sola idea.
- Si se utilizan listas, que sean breves.
- No abusar del uso de destacados.
- No abusar de las mayúsculas.

TEMA 6 ELABORACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN

- No usar subrayados. El subrayado queda reservado para los enlaces.
- Uso de material audiovisual: fotos, infografías, videos cortos.
- Transmitir mensajes que el lector quiere leer. Evitar la propaganda.
- Etiquetar el contenido para facilitar su localización y seguimiento.

Para que sea más fácil encontrar los contenidos en los motores de búsqueda se recomienda (Aced, 2019):

- Usar palabras clave en los titulares y el texto. Pensar que palabras son las que describen lo que se quiere transmitir y cómo las utiliza el público al que nos dirigimos para utilizarlas de esa manera.
- Etiquetar imágenes y videos.

Si se va a utilizar más de una red social hay que tener en cuenta distintos aspectos a la hora de desplegar el plan de comunicación de redes sociales.

- Interrelación entre las distintas plataformas:
 - Contenidos que se van a publicar y su similitud.
 - Orden de publicación en las distintas redes sociales.
 - Estrategias de dinamización de cada red/mensaje.
 - Estrategias de alargar la vida de los contenidos que no caducan o que tienen un periodo de vida más allá del momento de la publicación.
 - Estrategias de respuesta a las interacciones.

Una vez que el plan de comunicación de las redes sociales está en marcha, como indica la Guía de las Redes Sociales de la Generalitat de Catalunya (2019, pp. 58): “Medir la actividad que se lleva a cabo en la Red es siempre importante para conocer la evolución de los esfuerzos dedicados a esta tarea. En el mundo de las redes, que es tan cambiante, las métricas son necesarias para poder hacer un seguimiento de lo que se hace y para evaluar y medir qué impacto tiene, en este caso, la presencia de la Administración en este entorno y qué beneficios aporta a la ciudadanía”.

Para ello es necesario tener indicadores de lo ocurrido en las distintas redes sociales durante un periodo de tiempo:

- Contenidos: likes, dislikes, tuits, retuitits, comentarios positivos o comentarios negativos entre otros. Estos indicadores deberían complementarse con la evolución de la difusión de los contenidos según el mes, el día de la semana y la hora en el que se publica el mensaje.
- Audiencia (seguidores). Permite conocer con más detalle información de los usuarios que se han suscrito al canal. Forrester realizó una clasificación de los distintos perfiles en las redes sociales de acuerdo a su participación. La escala va de menos participación a mayor participación y se definieron los siguientes perfiles:

TEMA 6

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN

- Creador: Consumen y crean contenido propio.
 - Críticos: Consumen y opinan sobre los contenidos generados por otros, pero no son creadores de contenidos.
 - Coleccionistas: Consumen, siguen y etiquetan los contenidos de otros.
 - Sociables: Son seguidores de creadores y participan en las redes sociales de los mismos.
 - Espectadores. Son consumidores pasivos de contenidos generados por otros.
 - Inactivos. No realizan ninguna actividad en internet.
- Comunidad (usuarios participativos): cuáles son los usuarios quienes más participan según el número y tipo de interacciones.
 - Informe sobre etiquetas o palabras clave.

TEMA 6

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN

BIBLIOGRAFÍA

Aced, C. (2019). Relaciones públicas 2.0.(nueva edición revisada y ampliada): Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital. Editorial UOC.

Ayuntamiento de Zamora (2021). Plan de publicidad institucional del ayuntamiento de Zamora 2021-2022. Consultado diciembre 2024. https://www.zamora.es/ficheros/Plan_Plan%20de%20medios.pdf.

BOE (2013). Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno. Boletín Oficial del Estado, nº 295, pg. 12887. Accesible en <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12887>.

Cervi, L., Marín-Lladó, C., & Oliveras-Vila, C. (2022). La comunicación de los ayuntamientos en las redes sociales: participación ciudadana, información de servicio público y campaña permanente. Ad-Comunica, 275-299.

Criado, J. I., & Villodre, J. (2022). Revisiting social media institutionalization in government. An empirical analysis of barriers. Government information quarterly, 39(2), 101643.

Estanyol, E., García, E., & Lalueza, F. (2017). ¿Cómo elaborar un plan de comunicación corporativa? Ed. UOC. Barcelona.

Generalitat de Catalunya (2019) Guía de redes sociales de la Generalitat de Cataluña. Novena Edición abril 2019. Accesible en: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://atenciociudadana.gencat.cat/web/.content/manuals/xarxes/guia_usos_xarxa_cas.pdf

Ignacio Criado, J., Pastor, V., & Villodre, J. (2018). Measuring social media diffusion in local governments from a longitudinal perspective: adoption, barriers, and perceptions. Sub-national democracy and politics through social media, 3-27.

Campillo Alhama, Conchi (2012). "Investigación en comunicación municipal: estudios y aportaciones académicas". Vivat Academia. nº 117E. pgs. 301-323.

Fernández-Falero, María-Rosario; Trabadelas-Robles, Javier; Garcés-Botacio, Indhira; Ruano-López, Soledad (2017). "Comunicación política de los ayuntamientos a través de sus webs. Caso de Extremadura". El profesional de la información, v. 26, nº 3, pgs. 404-410.

Matilla, K. (2018). Cómo hacer un plan estratégico de comunicación Vol. I. Ed. UOC. Barcelona

Timón, D. (2017). Organización y control del plan de medios de comunicación. Ed. Rama. Madrid.

TEMA 7

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN

del despliegue de la Economía Circular

María del Mar Alonso Almeida,

*Departamento de Organización de Empresas,
Universidad Autónoma de Madrid*



TEMA 7

**CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN
DEL DESPLIEGUE
de la Economía Circular**

1 Introducción

En este tema se van a presentar casos de co-creación en el despliegue de la Economía Circular.

2 Casos prácticos: Innovación Social y Economía Circular

La Comisión Europea define la innovación social como “...innovaciones que son a la vez sociales en sus fines y en sus medios. Las innovaciones sociales son nuevas ideas (productos, servicios y modelos) que satisfacen simultáneamente necesidades sociales (de forma más eficaz que las alternativas) y crean nuevas relaciones o colaboraciones sociales” (Comisión Europea, 2012).

La innovación social desempeña un papel fundamental en la construcción de sociedades más justas, sostenibles y resilientes. En consecuencia, es conveniente que las administraciones públicas impulsen las condiciones necesarias formales e informales para fomentar un entorno que favorezca la innovación. En los entornos actuales, es necesario sustituir las estructuras organizativas más jerárquicas y cerradas por otras más abiertas, en forma de redes y comunidades. La facilidad de comunicación y una amplia diversidad de orígenes, experiencia y formación son factores que contribuyen a fomentar la innovación (Schmidhuber, 2019). La innovación social se caracteriza por (Galego et al., 2022):

- **Enfocarse en las necesidades sociales:** La innovación social aborda problemas sociales, entre otros la promoción, difusión y adopción en su territorio de la Economía Circular.
- **Participación y colaboración:** Involucra a diversos actores, incluyendo ciudadanos, organizaciones de la sociedad civil, empresas y gobiernos, en el diseño e implementación de soluciones.
- **Generación de valor social:** Busca crear beneficios para la sociedad en su conjunto, más allá de los beneficios económicos.
- **Sostenibilidad:** Promueve soluciones que son viables a largo plazo y que tienen un impacto positivo en el medio ambiente y en la sociedad.
- **Novedad y creatividad:** Implica la creación de nuevas formas de abordar los problemas sociales, a menudo combinando diferentes enfoques y disciplinas.

Un ejemplo de innovación social que se está extendiendo por muchos municipios, incluso municipios pequeños y rurales, es el **compostaje comunitario**. Muchos ayuntamientos y grupos de vecinos se organizan para transformar sus residuos orgánicos en compost, un abono natural muy valioso para la agricultura y la jardinería.

TEMA 7

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN DEL DESPLIEGUE de la Economía Circular

2.1. Ejemplos de Innovación Social

➤ Ejemplo

2.1.1. Red de Compostaje Comunitario de Barcelona

<https://ajuntament.barcelona.cat/neteja-i-residus/es/recogida-domestica/compostaje-comunitario>)

La ciudad de Barcelona cuenta con una extensa red de compostaje comunitario, con más de 100 puntos distribuidos por toda la ciudad. Estos puntos están gestionados por grupos de vecinos, que reciben formación y apoyo del Ayuntamiento. Como se explica en la web, cada compostador comunitario consta de tres cajones de 1 m³ aproximadamente, con capacidad de gestionar los restos orgánicos de hasta 30 o 40 familias. Cada módulo está identificado con un color: el verde es el módulo en uso, donde se tienen que verter los restos vegetales; el amarillo, el módulo que ya está lleno y en proceso de compostaje y el rojo, el módulo que ya tiene el compost acabado. El compost generado se tamiza manualmente y se devuelve periódicamente a las familias participantes.

Fig. 27. Composteras comunitarias ayuntamiento Barcelona.



Fuente: <https://ajuntament.barcelona.cat/neteja-i-residus/es/recogida-domestica/compostaje-comunitario>

TEMA 7

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN DEL DESPLIEGUE de la Economía Circular

> Ejemplo

2.1.2. Compostaje Comunitario en la Mancomunidad de Municipios Sostenibles de Cantabria

(<https://www.mare.es/que-hacemos/residuos/compostaje-domestico-y-comunitario>)

El Gobierno de Cantabria, a través de la Consejería de Desarrollo Rural, Ganadería, Pesca, Alimentación y Medio Ambiente y MARE, ha promovido la puesta en marcha en Cantabria de proyectos de fomento del compostaje doméstico y comunitario. Esta mancomunidad ha impulsado el compostaje comunitario en varios municipios de Cantabria, especialmente en zonas rurales. Se han unido a esta iniciativa 42 municipios y han participado más de 680 familias que se han comprometido a producir su propio compost que podrán utilizar en su huerto o jardín. Todos los participantes han recibido formación específica, así como los materiales (compostadoras, aireadores, cubos, báscula de pesaje, guía de compostaje, etc.) necesarios para la elaboración del compost.

> Ejemplo

2.1.3. Compostaje Comunitario en la Universidad Autónoma de Madrid (UAM)

(<https://www.uam.es/uam/sostenibilidad/compostaje>)

La Universidad Autónoma de Madrid ha implementado un sistema de compostaje comunitario en su campus dentro del espacio agroecológico, con la participación de estudiantes, profesores y personal administrativo. Tiene en la actualidad 8 compostadoras de 1m3 cada una.

Se recogen los residuos orgánicos de comedores tanto de origen animal como vegetal y jardines del campus, y se transforman en compost que se utiliza dentro del campus y, también se distribuye entre la comunidad universitaria. Para el correcto funcionamiento del sistema de recogida y tratamiento del bio-residuo se están llevando a cabo formaciones específicas, además de una campaña de comunicación.

En todos estos proyectos podemos ver que se cumplen las características de la innovación social:

- **Enfocarse en las necesidades sociales:** Aborda un problema social al concienciar sobre la importancia de la Economía Circular y el uso responsable de los residuos.
- **Participación y colaboración:** Involucra a diversos actores: los ayuntamientos, mancomunidades, ciudadanos de distintas edades o empresas de economía social.
- **Generación de valor social:** Crea un beneficio medioambiental y de concienciación que va más allá de los participantes directos.
- **Sostenibilidad:** Es una solución viable a largo plazo con un positivo en el medio ambiente y en la cohesión social.
- **Novedad y creatividad:** Contiene diversos elementos novedosos.

Estos ejemplos demuestran que el compostaje comunitario puede ser una herramienta eficaz para reducir la cantidad de residuos orgánicos que van a parar a los vertederos y para obtener un abono natural de alta calidad.

TEMA 7

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN
DEL DESPLIEGUE
de la Economía Circular

3 Casos prácticos: co-creación y Economía Circular

La co-creación implica una nueva forma de abordar los asuntos públicos, que transforma la relación entre la administración pública y los ciudadanos al incorporar a los ciudadanos en la redefinición de los servicios públicos. En este nuevo modelo participan distintos y diversos tipos de actores tanto públicos como privados, entre otros ciudadanos, organizaciones de la sociedad civil, organizaciones no gubernamentales (ONG), gobierno, empresas, universidades, asociaciones, en espacios colaborativos donde se comparte conocimiento y experiencias con el fin mejorar las decisiones, procesos y servicios públicos, así como lograr un mayor compromiso y cohesión social (Pastor, 2014).

En este nuevo modelo, las entidades locales adoptan nuevos y múltiples roles (Denhardt y Denhardt, 2003):

1. Dinamizador para impulsar la interacción entre todos los actores.
2. Facilitador guiando a los ciudadanos en su aprendizaje social hacia los objetivos marcados.
3. Cooperativo al trabajar conjuntamente para alcanzar acuerdos.

Como explican Zurbiggen y Lago (2014), *“la co-creación envuelve dinámicas innovadoras para encontrar soluciones de una manera poco convencional, ya sea a través del desarrollo de una nueva solución o un nuevo enfoque que incorpora al mismo tiempo, a una variedad de actores. Lo distintivo de la innovación basada en procesos participativos de co-creación, por lo tanto, no se relaciona sólo con una nueva técnica sino con una forma de generar nuevo conocimiento de manera colectiva”*. Además, la co-creación no sólo crea nuevas soluciones con las personas, sino que *“se trata de un proceso que genera valor público, no es una forma de producir bienes y servicios basada en comunidades de auto-organización donde las personas se unen para producir un resultado compartido”*.

Diversas asociaciones y empresas se prestan a colaborar con los municipios en el despliegue de la Economía Circular. Dado que la Economía Circular supone un nuevo paradigma, es necesaria la colaboración activa de las instituciones y los ciudadanos para su despliegue. Una metodología que se suele usar para encontrar soluciones innovadoras y motivar a la acción es la denominada *design thinking*.

La co-creación y la Economía Circular son dos conceptos que se complementan a la perfección en el ámbito municipal. La co-creación permite involucrar a la ciudadanía en el diseño de soluciones innovadoras, mientras que la Economía Circular busca minimizar el impacto ambiental y maximizar el aprovechamiento de los recursos.

A continuación, se presentan algunos **casos prácticos de co-creación en ayuntamientos** relacionados con la Economía Circular.

TEMA 7

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN DEL DESPLIEGUE de la Economía Circular

3.1. Gestión de residuos



Casos prácticos

3.1.1. Talleres de co-creación para el diseño de nuevos sistemas de recogida de residuos

Los ayuntamientos pueden organizar talleres con ciudadanos, empresas y organizaciones para diseñar sistemas de recogida de residuos más eficientes y adaptados a las necesidades locales. Por ejemplo, se pueden diseñar sistemas de recogida selectiva específicos para diferentes tipos de residuos, o sistemas de recogida puerta a puerta para facilitar el reciclaje.

Un ejemplo de este tipo de proyectos de co-creación es el proyecto **Guipuzkoa Zero Zabor**, desarrollado por la Diputación Foral de Gipuzkoa, junto con los ayuntamientos de la provincia.

Este proyecto incluye la realización de talleres de co-creación con la ciudadanía para:

- 1) Diseñar nuevos modelos de recogida de residuos puerta a puerta;
- 2) Impulsar la creación de áreas de compostaje comunitario y
- 3) Desarrollar campañas de sensibilización sobre la reducción de residuos.

Los resultados obtenidos han permitido:

- 1) Recoger las propuestas de los ciudadanos
- 2) Implementar sistemas de recogida más eficientes basados en dichas propuestas.



Casos prácticos

3.1.2. Diseño de campañas de sensibilización

Los ayuntamientos pueden colaborar con asociaciones y colectivos para diseñar campañas de sensibilización sobre la importancia de la reducción, reutilización y reciclaje de residuos. Estas campañas pueden incluir talleres, charlas, eventos y actividades lúdicas para todas las edades.

Fruto del proyecto Guipuzkoa Zero Zabor se desarrolló el proyecto **Guipuzkoa Zero Zabor Eskolak** (Escuelas Residuo Cero) en el que participaron la Diputación Foral de Gipuzkoa, la Sociedad de Ciencias Aranzadi, Ikastolen Elkartea y Kristau Eskola en el que formó a un total de 1.400 escolares de educación primaria y secundaria mediante una serie de talleres (ver tabla 8).

TEMA 7

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN DEL DESPLIEGUE de la Economía Circular

Tabla 8. Talleres proyecto Gipuzkoa Zero Zabor Eskolak (Escuelas Residuo Cero)

Talleres de Educación Primaria

En Educación Primaria, se ofrecen tres talleres. En el primero, Almuerzo Residuo Cero, se investiga cuánto residuo se genera en nuestra sociedad actual y qué ocurre con él. El alumnado trabaja cuatro técnicas para reducir los residuos que genera en su vida cotidiana: Reducir, Reutilizar, Reciclar y Repensar. En el mismo taller se cuantifica y se caracterizan los residuos producidos por el almuerzo de ese día. ¿Será posible conseguir un almuerzo Residuo Cero? ¿Y convertir el centro en Zero Zabor Eskola?

El segundo taller, Hor-Konpost!, es un monográfico sobre el compostaje. En él se trabaja qué es, por qué y cómo se hace el compost. En caso de que haya interés, también se ofrece apoyo para implementar un proyecto de compostaje en el mismo centro.

El tercer y último taller está dedicado a la Estructuración de los conocimientos adquiridos, donde se repasan los contenidos de los dos anteriores talleres y se mide su impacto. Se realiza una nueva cuantificación de los residuos del almuerzo.

Talleres de Educación Secundaria

Aranzadi preparó el material educativo para desarrollar una secuencia didáctica en el segundo curso de Educación Secundaria Obligatoria, con una duración de implementación aproximada de 8-15 horas.

Fuente: <https://gipuzkoadigital.com/en-gipuzkoa-zero-zabor-eskolak-escuelas-residuo-cero/>



Casos prácticos

3.1.3. Compostaje comunitario

Los ayuntamientos pueden promover la creación de compostaje comunitario en barrios y parques, involucrando a los vecinos en la gestión de los residuos orgánicos. Esto reduce la cantidad de residuos que se envían al vertedero y produce compost de alta calidad para jardines y huertos urbanos.

Un ejemplo de este tipo de iniciativas de co-creación se realizó entre el ayuntamiento de **Hoyo de Manzanares en Madrid**, **La Universidad Autónoma de Madrid**, **Ecoembes**, **Asociación de Desarrollo Sierra de Guadarrama (Adesgam)**, **Asociación Vertidos Cero** y **Madrid Norte 24 horas**. En este proyecto experimental de laboratorio abierto, se instalaron unas composteras comunitarias para reducir los residuos y producir compost para los huertos urbanos y para repartir entre los vecinos.

TEMA 7

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN
DEL DESPLIEGUE

de la Economía Circular

Fig. 29. Cartel ampliado del proyecto Civis Open Lab de compostaje urbano.

El Ayuntamiento de Hoyo de Manzanares colabora en el CIVIS Open Lab con la Universidad Autónoma de Madrid

UAM Universidad Autónoma de Madrid

CIVIS Open Lab

CIVIS European Civic University es una alianza integrada por nueve universidades de educación superior e investigación

El objetivo de los CIVIS Open Labs es el de crear un foro donde Universidad y Ciudadanos pueden compartir las necesidades del territorio y participar en la co-creación de proyectos a través de un enfoque integrador, orientado al desarrollo de iniciativas innovadoras e inclusivas que deriven en un impacto positivo en la ciudadanía y en el territorio

**IMPULSANDO EL COMPOSTAJE EN EL MUNICIPIO DE HOYO DE MANZANARES
AMPA CP VIRGEN DE LA ENCINA**

¡Familia vamos a compostar, alimenta la Tierra!

El compostaje es un proceso de transformación de los residuos orgánicos, también denominados **biorecursos**, aprovechando los mismos mecanismos de degradación que tienen lugar en los ecosistemas naturales. Es una forma de reaprovechar los restos de la preparación y consumo de alimentos con parte de los residuos de jardín y podas. Por ello, tiene implicaciones que van desde ayudar a pensar cómo prevenir el desperdicio de alimentos, producir un abono con propiedades fertilizantes y evitar llevar una parte importante de nuestros residuos a los vertederos. Los biorecursos tendrán una nueva vida y serán parte de la economía circular de nuestros municipios.

El ayuntamiento ha facilitado la adquisición e instalación de dos composteras de tamaño adecuado al compostaje comunitario. Con su uso, próximo al entorno del colegio, las familias comparten esta experiencia y contribuyen a la sensibilización de todo el municipio para la implantación de una forma sostenible para la gestión de los biorecursos.

PROYECTO MUNICIPIOS CIRCULARES

Con el objetivo de abordar la circularidad en los municipios, el proyecto plantea un plan de acción para la mejora del reciclado de los residuos domésticos, su valorización y el reaprovechamiento de los recursos. Entre otras acciones, el proyecto incluirá un estudio diagnóstico para evaluar el grado actual de implementación de medidas en materia de Economía Circular y una investigación sobre modelos de recogida selectiva de residuos y gestión sostenible, para, en colaboración con los ayuntamientos, mejorar la visibilidad sobre la gestión en los municipios y sensibilizar a sus habitantes sobre la importancia del reciclado.

Participantes
UAM - Facultades de la UAM: Facultad de Ciencias Económicas y empresariales, Facultad de Derecho y Facultad de Ciencias
ADESGAM; Ayuntamiento Hoyo de Manzanares; Colegio Virgen de la Encina; Ecoembes; Asociación Verdtos Cero; Onda Cero Madrid Norte. Unidad de Cultura Científica (UAM) - Estudiantes - Master Universitario en Gestión de Residuos y Aguas Residuales para la Recuperación de Recursos

Coordinadora del Proyecto: María del Mar Alonso Almeida
UAM-CIVIS OpenLab

Sierra de **GUADARRAMA**

UAM
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
6
ECOEMBES
M24h

Fuente: Civis Open Lab Circular Cities.

TEMA 7

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN DEL DESPLIEGUE de la Economía Circular

Otra iniciativa desplegada en este mismo proyecto específicamente entre el Ayuntamiento de Hoyo de Manzanares, la Universidad Autónoma de Madrid, Adesgam, la Asociación Vertidos Cero y Ecoembes dentro de su **programa Libera**, fue la planificación de dos jornadas de limpieza de basuraleza en dos espacios de dicho municipio.

En estas jornadas, a las que se invitó a todos los ciudadanos a través de la web del ayuntamiento, gracias a la aplicación eLitter que es una herramienta de ciencia ciudadana que permite recoger información sobre los residuos abandonados encontrados en diferentes tipos de espacios, nos permitió recoger y caracterizar basura en los espacios naturales seleccionados para después lanzar una campaña de concienciación sobre la necesidad de mantener los espacios naturales limpios.

Fig. 30. Invitación a la participación ciudadana en la Actividad Libera: Limpia tu casa de Hoyo de Manzanares.



Fuente: <https://www.hoyodemanzanares.es/eventos/actividad-libera-limpia-tu-casa/>

TEMA 7

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN DEL DESPLIEGUE de la Economía Circular

> Casos prácticos

3.1.4. Compostaje doméstico

Algunos municipios también están promoviendo activamente el compostaje individual en viviendas. Es el caso del municipio de **Rivas-Vaciamadrid (España)**, el cual facilita el acceso a compostadoras domésticas para los ciudadanos, información y formación sobre compostaje doméstico. Este programa persigue

- Reducir y reutilizar en origen los restos orgánicos generados en los domicilios.
- Reducir los costes económicos y ambientales derivados del transporte y de gestión de los residuos.
- Obtener un compost de calidad y aprovecharlo para consumo propio frente a otros tipos de fertilizantes.
- Concienciar y sensibilizar a la población sobre la problemática ambiental de la gestión de residuos.

En la actualidad el ayuntamiento informa de más de 1.200 composteras domesticas repartidas. En la figura 3 se presenta el modelo de compostera doméstica que se entrega.

Fig. 31. Modelo de compostera doméstica de Rivas-Vaciamadrid.



Fuente: <https://www.rivasciudad.es/servicio/transicion-ecologica/2020/01/30/programa-de-compostaje-domestico/862600118132/>

TEMA 7

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN DEL DESPLIEGUE de la Economía Circular

Otra iniciativa que incluye a ayuntamientos pequeños y proporciona compostadoras domésticas y formación a los ciudadanos que dispongan de huerta o jardín donde colocar el contenedor es el **Consorcio para la Gestión de Residuos Sólidos de Asturias (COGERSA)**.

El consorcio reúne a 68 ayuntamientos de Asturias. Los hogares asturianos que se apuntan al compostaje doméstico y asisten a la sesión formativa recibirán de forma gratuita una compostadora de unos 350 litros de capacidad, un aparato removedor metálico y la Guía del compostaje doméstico.

Además, anualmente, el consorcio organiza los Encuentros de compostaje, a los que se invita a todos los ciudadanos que tienen una compostera doméstica en los que los participantes que hayan instalado la compostadora doméstica podrán conocerse, intercambiar experiencias y compartir sus trucos y consejos. Por último, podrán participar en el concurso *Hago buen compost*, enfocado a reconocer el trabajo de las familias más implicadas y con mejores resultados a lo largo del año.

Otras actividades que organizan los ayuntamientos en este ámbito son:

- Talleres y cursos sobre compostaje doméstico, enseñando a los ciudadanos cómo construir y mantener compostadoras, qué materiales utilizar, cómo obtener un compost de calidad y cómo utilizar el compost en jardines y huertos.
- Guías y folletos informativos sobre compostaje doméstico, que se pueden distribuir en centros cívicos, bibliotecas y otros espacios públicos. Estos materiales suelen incluir instrucciones paso a paso, consejos prácticos y respuestas a preguntas frecuentes.
- Algunos ayuntamientos ofrecen descuentos en la compra de compostadoras domésticas o subvenciones para la instalación de sistemas de compostaje en viviendas. Estos incentivos buscan fomentar la adopción del compostaje doméstico y reducir la cantidad de residuos orgánicos que se envían a vertederos.

TEMA 7

**CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN
DEL DESPLIEGUE
de la Economía Circular**

3.2 Alimentación sostenible y consumo responsable

➤ Caso práctico

3.2.1. Creación de huertos urbanos comunitarios

Los ayuntamientos pueden promover la creación de huertos urbanos comunitarios en espacios públicos, involucrando a los vecinos en la producción de alimentos locales y sostenibles para autoconsumo y funcionamiento autogestionado.

Por ejemplo, la **Red de Huertos Urbanos de Madrid** (<https://redhuertosurbanosmadrid.wordpress.com/>). Esta iniciativa busca proporcionar espacios verdes productivos a la vez que fomenta la participación ciudadana. Esta red promueve la agricultura comunitaria en la ciudad, con parcelas cedidas a asociaciones sin ánimo de lucro, fomenta el intercambio de conocimientos, plantas y semillas fortaleciendo el tejido social. Por ejemplo, se proporcionan talleres sobre distintos temas y en las distintas localizaciones de la red.

Fig. 32. Ejemplos de actividades colaborativas de la Red de Huertos Urbanos de Madrid.



Fuente: <https://redhuertosurbanosmadrid.wordpress.com/>

Los huertos urbanos proporcionan beneficios económicos, sociales y medioambientales múltiples. Así, en sentido económico permiten a los ciudadanos cultivar sus propios alimentos lo que resulta en una mejora de la salud y un potencial ahorro para las familias. En sentido social se fomenta la participación ciudadana, la convivencia y el trato personal entre vecinos; se proporciona la oportunidad de un aprendizaje conjunto y continuo mientras que se sensibiliza sobre el cuidado de los recursos naturales. Finalmente, se producen una serie de impactos medioambientales y de transformación del municipio al incrementarse los espacios verdes y potencialmente reducirse la huella de carbono.

TEMA 7

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN DEL DESPLIEGUE de la Economía Circular

> Casos prácticos

3.2.2. Diseño de programas de reducción del desperdicio alimentario

A Los ayuntamientos pueden colaborar con restaurantes, supermercados y otras empresas para diseñar programas de reducción del desperdicio alimentario, promoviendo el aprovechamiento de los alimentos y la donación de excedentes.

Un ejemplo de este tipo de proyectos es la iniciativa del **Plan Valenciano contra el Desperdicio Alimentario** y **Plan BonProfit** donde se han desarrollado distintas iniciativas. Una de estas iniciativas es la Propuesta para reducir el desperdicio alimentario en Mercavalència, en el que participa **Mercavalència, la Universidad Politécnica de Valencia, la Cátedra Tierra Ciudadana y el Ayuntamiento de Valencia**.

El objetivo de esta iniciativa es “*facilitar la recuperación de frutas y verduras en Mercavalència*” para completar y mejorar la ayuda alimentaria ofrecida por entidades sociales en la ciudad. En este caso se trata de abordar el problema de la falta de gestión de los residuos en dicha entidad, y cómo dificulta que las ONGs locales puedan hacer una mayor recogida de alimentos para donarlos. En la tabla 9 se informa de las características de este proyecto.

Tabla 9. Ficha características proyecto Propuesta para reducir el desperdicio alimentario en Mercavalència.

Actores que participan activamente

- **Actores directos:** Mayoristas, ONGs, Mercavalencia, Sector privado de gestión y valorización de los productos desperdiciados.
- **Actores indirectos;** Beneficiarios de la ayuda y Administraciones públicas.

Actividades de Co-creación

1. La observación, análisis, recogida de información de Mercavalencia.
2. Dos propuestas que cumplirían los dos objetivos principales del proyecto: mejorar el sistema de gestión del desperdicio alimentario en Mercavalència, y ponerlo en valor.

Puesta en acción

En primer lugar, se propondrá el diseño de una plataforma digital como sistema de control y gestión de excedentes alimentarios. Esto mejoraría la organización del sistema, además de poner en común los intereses de los distintos actores involucrados. Por otro lado, esta propuesta permite poner en valor como la mejora de este sistema hace que haya un mayor aprovechamiento del excedente alimentario, además de dar visibilidad a las acciones que están llevando a cabo los actores.

En cuanto a la segunda propuesta, se basa en establecer un punto de almacenamiento, clasificación, elaboración y recogida del excedente alimentario. Esto posibilita disponer de un espacio en donde los

TEMA 7

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN DEL DESPLIEGUE de la Economía Circular

mayoristas o personal contratado pueda dejar el excedente alimentario, y al mismo tiempo brindar un lugar para las herramientas como carretillas, mesas para las ONGs, y facilidades para un eficiente almacenamiento, clasificación elaboración y recogida del excedente alimentario.

Beneficios

Impacto social

- Mayor ayuda alimentaria.
- Derecho a la alimentación.
- Acceso a alimentos frescos y saludables en personas vulnerables con riesgo de exclusión social.
- Mayor conciencia social, cambio en la mentalidad de las personas.

Impacto económico

- Mayor eficiencia y productividad del sistema alimentario.
- Aprovechamiento del alimento recuperado.

Impacto medioambiental

- Reducción de la huella de carbono.

Fuente: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://catedratierraciudadana.blogs.upv.es/download/challenge_2122/Informe-sobre-propuesta-FW-challenge_CompressPdf.pdf.

Otras iniciativas de co-creación que contribuyen a la Economía Circular en los municipios son:

- **Los espacios de intercambio y reparación:** Los ayuntamientos pueden promover la creación de espacios de intercambio y reparación de objetos, donde los ciudadanos puedan intercambiar, reparar o reutilizar objetos en lugar de desecharlos. Por ejemplo, los Repair Cafés son eventos comunitarios donde voluntarios con habilidades de reparación ayudan a los ciudadanos a reparar sus objetos de forma gratuita. Otros ayuntamientos tienen días específicos dedicados al intercambio y reutilización donde los ciudadanos pueden intercambiar o donar objetos que ya no necesitan, dando una segunda vida a los mismos. Algunos ayuntamientos utilizan unidades móviles, para llevar estos servicios de intercambio y reparación a los diferentes barrios, o zonas rurales del municipio. Estos centros proporcionan información, guías y recursos sobre reparación y mantenimiento de objetos.
- **Diseño de campañas de promoción del consumo responsable:** Los ayuntamientos pueden colaborar con asociaciones y colectivos para diseñar campañas de promoción del consumo responsable, fomentando la compra de productos locales, de segunda mano o de comercio justo.
- **Los mercados vecinales de trueque o de segunda mano:** Estos mercados comparten el objetivo de dar una segunda vida a objetos y fomentar la interacción entre vecinos. Por ejemplo, los Mercadillos vecinales en Madrid. En estos mercadillos vecinales los residentes pueden vender, comprar o intercambiar objetos de segunda mano.

TEMA 7

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN
DEL DESPLIEGUE
de la Economía Circular

4 Casos prácticos: observatorios de Economía Circular

Como se mostró en el tema anterior, los observatorios municipales están desarrollados desde distintas ópticas. Los observatorios de Economía Circular persiguen impulsar, involucrar, desarrollar y medir el avance de la Economía Circular por medio de exponer la situación de la Economía Circular en uno o varios territorios; sectores o un mix de varios tipos de organizaciones.

Ejemplo

Un ejemplo de esto último es la **Fundación Fórum Ambiental** (<https://www.forumambiental.org/es/>). Como la propia web indica “el patronato de la Fundación Fórum Ambiental está formado por administraciones públicas y empresas privadas, permitiendo integrar visiones complementarias y diversos ámbitos de actuación para convertirse en un punto de encuentro para la acción conjunta”.

Fig. 33. Patrones de la Fundación Fórum Ambiental.



Fuente: <https://www.forumambiental.org/es/fundacion/>

Entre otros proyectos, el Observatorio de la Economía Circular de la Fundación Fórum Ambiental tiene vocación de contribuir a la transformación circular mediante la difusión de los indicadores de seguimiento de la circularidad más relevantes para la economía española.

Así, ha creado un sistema de indicadores que se miden y publican cada dos meses con la circularidad relacionada con materiales, energía, agua o cambio climático entre otros temas. El boletín ha sido publicado desde octubre de 2023.

TEMA 7

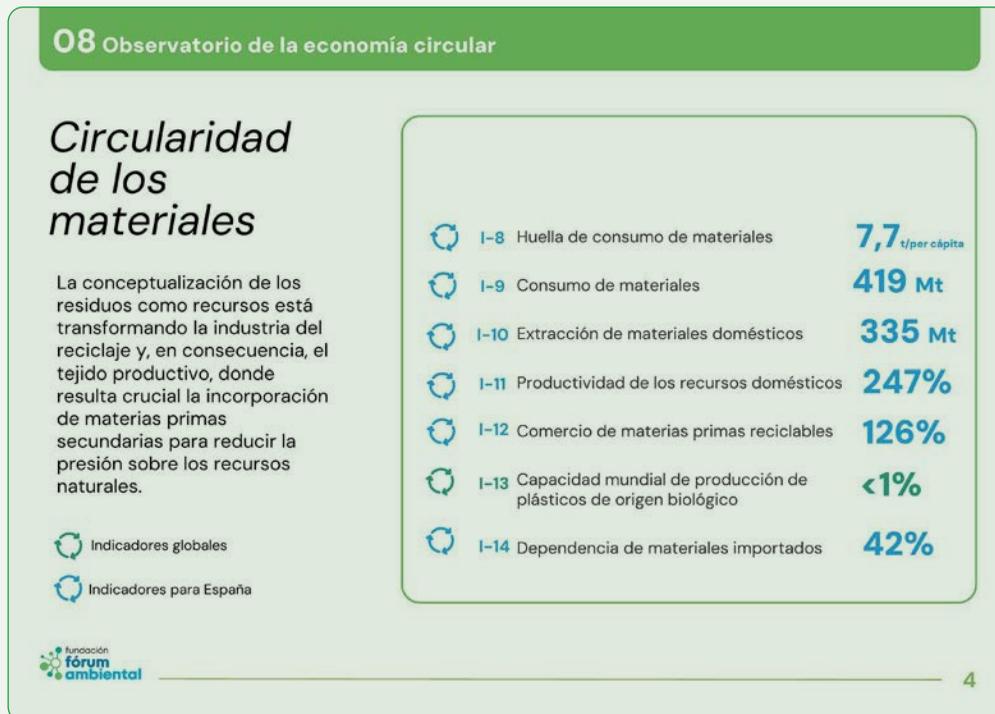
**CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN
DEL DESPLIEGUE
de la Economía Circular**

Un ejemplo de los contenidos de dichos boletines son los siguientes:

Boletín nº8 Observatorio de la Economía Circular. Noviembre 2024

- Circularidad de los materiales.
- Huella de consumo de materiales.
- Consumo de materiales.
- Extracción de materiales domésticos.
- Productividad de los recursos domésticos.
- Comercio de materias primas reciclables.
- Capacidad mundial de producción de plástico de origen biológico.
- Dependencia de materiales importados.

Fig. 34. Ejemplo de contenidos de un boletín de la Fundación Fórum Ambiental.



Fuente: <https://www.forumambiental.org/es/category/publicaciones-ffa/>

TEMA 7

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN DEL DESPLIEGUE de la Economía Circular

> Ejemplo

Un ejemplo de un observatorio de Economía Circular territorial es el **Observatorio Municipal para la transición a la Economía Circular en Andalucía – OMECA** (<https://omecaobservatorio.es/>).

Este observatorio formado por la **Federación Andaluza de Municipios y Provincia y Ecoembes** es un proyecto para apoyar a los municipios andaluces en el diseño e implementación de sus estrategias locales hacia la Economía Circular. Para ello se dota a los municipios de una herramienta que permite a cada uno de ellos conocer su nivel de madurez en materia de Economía Circular en el ámbito de la prevención y gestión de residuos, así como planificar las acciones necesarias para facilitar el cumplimiento de los objetivos marcados por la Unión Europea en esta materia y avanzar hacia un modelo de gestión más sostenible.

Además, provee de un repositorio de buenas prácticas en Economía Circular en los municipios, que puede servir de inspiración para los distintos municipios en la elaboración de sus planes de acción. Cada buena práctica incluye:

- Comercio de materias primas reciclables
- Capacidad mundial de producción de plástico de origen biológico
- Dependencia de materiales importados.

Este repositorio incluye buenas prácticas de prevención y/o gestión de residuos de entidades de referencia para apoyar a los municipios en la elaboración de sus planes de acción en la transición hacia una Economía Circular. Cada una de las buenas prácticas disponible en el repositorio incluye:

- Una descripción de cada práctica desarrollada.
- Los objetivos perseguidos.
- Los resultados obtenidos.
- La bibliografía y los resultados de contacto.

TEMA 7

**CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN
DEL DESPLIEGUE
de la Economía Circular**

Ejemplo

Finalmente, el **Observatorio de la Economía Circular en la Industria Cementera** <https://www.recuperaresiduosencementeras.org/>, es el observatorio que cuantifica la aportación de la industria cementera a la Economía Circular, en concreto, la aportación del sector cementero a la simbiosis industrial.

Fig. 35. Observatorio de la Economía Circular en la Industria Cementera.



Fuente: <https://www.recuperaresiduosencementeras.org/observatorio-de-economia-circular/cementeras-y-economia-circular/>

TEMA 7

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN DEL DESPLIEGUE de la Economía Circular

BIBLIOGRAFÍA

EU-Commission (2012a) (eds) Social innovation http://ec.europa.eu/enterprise/policies/Innovation/policy/social-Innovation/index_en.htm

Galego, D., Moulaert, F., Brans, M., & Santinha, G. (2022). Social innovation & governance: a scoping review. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 35(2), 265-290.

Pastor Albaladejo, G. (2014). "Co-creación de servicios públicos. El caso de los servicios de asistencia personal de la Comunidad de Madrid".

Schmidhuber, L., Piller, F., Bogers, M., & Hilgers, D. (2019). Citizen participation in public administration: investigating open government for social innovation. *R&d Management*, 49(3), 343-355.

Zurbriggen, C., & Lago, M. G. (2014). "Innovación y co-creación: nuevos desafíos para las políticas públicas". *Revista de gestión pública*, 3(2), 329-361.

TEMA 8

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS

del despliegue de la Economía Circular en el ámbito municipal

Víctor Manuel Sarabia Herrero,

*Director General Dirección General de Servicios de Limpieza y Residuos,
Área de Gobierno de Urbanismo, Medio Ambiente y Movilidad,
Ayuntamiento de Madrid*



TEMA 8

**CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN Y
RENDICIÓN DE CUENTAS**

del despliegue de la Economía Circular en el ámbito municipal

1 Introducción

Si la Economía Circular consiste esencialmente en la reutilización de los productos y recursos empleados en la producción de bienes para fabricar otros nuevos, anulando o reduciendo al mínimo la necesidad de nuevas materias primas, forzosamente las medidas aplicadas deben extenderse a todo el ciclo, desde la fabricación a la reutilización y reciclaje de los productos y materiales.

En anteriores capítulos de este manual se ha abordado lo relativo a la producción, distribución y consumo, por lo que este tema se centra en las fases que cierran el ciclo, es decir, la recogida separada y la preparación para la reutilización y el reciclaje de los productos y materiales que llegan al final del ciclo y deben incorporarse de nuevo a su inicio, cerrándolo.

Estas fases son las que entran más directamente en el ámbito de actuación local, por ser la recogida y tratamiento de residuos competencia propia de los entes locales, según establece la vigente legislación de bases de régimen local.

2 La comunicación del despliegue de la Economía Circular

Este tipo de comunicación es complejo porque se trata de influir, y en muchos casos modificar, las costumbres diarias e íntimas de los ciudadanos en sus casas, motivo por el que no pocas veces se choca con resistencias fuertes, derivadas de la percepción de que la Economía Circular, los consumos eficientes y la prevención del desperdicio son intromisiones en la vida privada.

A continuación, se muestran algunos casos de cómo fueron o están siendo las acciones de comunicación asociadas a la adopción de medidas de calado para el fomento de la Economía Circular por parte de algunas entidades locales.

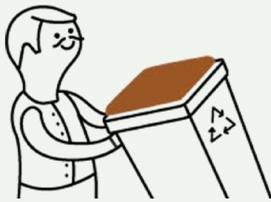
TEMA 8

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS

del despliegue de la Economía Circular en el ámbito municipal

Junto con la instalación del nuevo contenedor de tapa marrón en las calles y comunidades de vecinos, el Ayuntamiento de Madrid puso en marcha sucesivas campañas de información y educación ambiental dirigidas a la ciudadanía sobre el funcionamiento del nuevo sistema de recogida, cómo separar correctamente los residuos orgánicos y los beneficios de su reciclaje.

La última edición de estas campañas de información y sensibilización finalizó el pasado junio de 2021. Actualmente está en marcha una nueva campaña dirigida a informar y sensibilizar a la ciudadanía acerca de la separación y recogida de residuos y el mantenimiento de la limpieza de los espacios públicos de la ciudad.

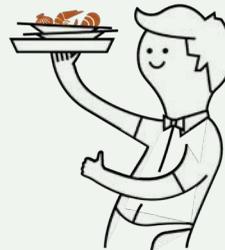


HOGARES

A lo largo de las sucesivas campañas, un equipo de informadores ambientales informó a porteros y conserjes, y se distribuyeron y colocaron carteles informativos en los portales de los edificios de la ciudad.

COMERCIOS

Un equipo de informadores ambientales visitó los comercios y otros establecimientos donde habitualmente se generan residuos orgánicos (restaurantes, fruterías, comedores colectivos...) para informar a sus responsables sobre la correcta separación de los residuos orgánicos y sus beneficios.



ESCUELAS

Las escuelas también participaron en las campañas sobre la recogida de los residuos orgánicos con actividades educativas en las que los escolares se convirtieron en protagonistas de su propio proceso de aprendizaje.

ALIADOS

Las asociaciones de vecinos y comerciantes y los centros de personas mayores, así como personal municipal y público en general participaron en charlas y sesiones formativas e informativas para conocer de cerca el servicio de recogida de residuos de la ciudad y los beneficios de la nueva separación.



TEMA 8

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS

del despliegue de la Economía Circular en el ámbito municipal

Las campañas de información y sensibilización se iniciaron en 2017 y continuaron hasta junio de 2021. Durante la emergencia sanitaria generada por el Covid-19 esta campaña “Acierta con la Orgánica” no paró y se trasladó de la calle a los hogares, con una transformación digital para seguir acercándose a la ciudadanía, ofreciendo: sesiones formativas online, web con recursos educativos, publicación de información relativa a recomendaciones sanitarias para la gestión de residuos durante el estado de alarma y, sobre todo, a través de las diferentes redes sociales de la campaña (Twitter, Instagram y canal de YouTube).

La última edición de estas campañas finalizó en junio de 2021, pero se puede acceder a todos los recursos generados en estas campañas en el apartado de Recursos online.

Actualmente está en marcha una nueva campaña dirigida a informar y sensibilizar a la ciudadanía acerca de la separación y recogida de residuos en general y sobre el mantenimiento de la limpieza de los espacios públicos de la ciudad: “Con erre de... Reducir, reutilizar, reciclar, reparar, renovar, recuperar, rediseñar y respetar. Cuidar Madrid es sencillo entre todos”, mensaje que amplía el de las campañas anteriores centradas en la fracción orgánica y mantiene la vigencia del lema:

¡Cuando reciclo, yo acierto!

- https://aciertaconlaorganica.es/wp-content/uploads/2021/03/tripticos_hogares.pdf
- https://aciertaconlaorganica.es/wp-content/uploads/2020/12/revista_num1_Org_Madrid_online.pdf
- https://aciertaconlaorganica.es/wp-content/uploads/2021/02/dosier-informativo_acierta-org_gral_2021.pdf
- https://aciertaconlaorganica.es/wp-content/uploads/2020/12/revista_num2_Org_Madrid_online.pdf

TEMA 8

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS

del despliegue de la Economía Circular en el ámbito municipal

2.2. Campaña Ayuntamiento de Málaga para fomentar el uso del contenedor marrón



Caso práctico

El Ayuntamiento de Málaga, a través de Limasam, lanzó nueva campaña de información y sensibilización para facilitar y mejorar el reciclaje de residuos orgánicos en hogares y comercios. Bajo el lema **“La orgánica es vida. Separa al marrón”**, las distintas acciones propuestas buscan fomentar el uso correcto del contenedor de tapa marrón, mediante informadores en calle.

Financiada dentro del Plan de Apoyo a la Implementación de la Normativa de Residuos, en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) –Financiado por la Unión Europea– NextGenerationEU.

Dispusieron de un equipo de información ambiental formado por más de 60 personas en los 11 distritos de la ciudad interactuando con la ciudadanía. Se pretende conocer el sistema de recogida de residuos orgánicos y cómo realizar de manera adecuada la separación selectiva de la materia orgánica en el hogar.

Se disponen cuatro puntos informativos itinerantes, a pie de contenedor y a pie de calle en las zonas comerciales. En ellos se puede recoger un kit de la orgánica, formado por un cubo marrón aireado, un paquete de bolsas compostables y distintos materiales con información muy clara y visual. Para generar un cambio de hábito también entre los comerciantes, los equipos realizaron visitas individualizadas a los establecimientos comerciales en las que explicarán cómo se recoge y gestiona la nueva fracción. Igualmente se han programado sesiones con grandes centros de actividad de la ciudad donde se concentran establecimientos que generan una gran cantidad de materia orgánica como los mercados, centros comerciales u hospitales.

También se han elaborado dos unidades didácticas autoguiadas sobre residuos y Economía Circular para acercar la fracción orgánica a los centros educativos. Así mismo, se organizarán sesiones formativas para el personal municipal y de Limasam, y sesiones informativas para entidades y asociaciones.

<https://limpiezademalaga.es/la-organica-es-vida/>

Estas acciones se complementarán, con las inversiones ya anunciadas en el Centro Ambiental de Málaga, encaminadas a generar un compost de calidad generado desde el biorresiduo, que pueda ser empleado como abono en cultivos.

Este contenedor se une al amarillo, destinado a envases de plástico, envases brik y los de metal y de aluminio; al azul, para el papel y cartón; al verde, para el vidrio; y al gris, que desde su implantación se emplea exclusivamente para la fracción resto (aquellos que no son biorresiduos).

TEMA 8

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS

del despliegue de la Economía Circular en el ámbito municipal

2.3. Ayuntamiento de Barcelona



Caso práctico

Dos campañas de proximidad para mejorar la gestión de residuos en la ciudad. Por una parte, un año más, un equipo de información ambiental formado por ocho personas ha vuelto a las calles de la ciudad para concienciar a la ciudadanía de la importancia de reducir la generación de residuos y separar correctamente todas las fracciones en los hogares. Por otra parte, otro equipo de trece informadores e informadoras recorrerá hasta diciembre la ciudad para detectar malas praxis en la gestión de los residuos comerciales y reconducirlas mediante visitas a los establecimientos.

CIUDADANÍA Y COMERCIOS CORRESPONSABLES

Acciones basadas en la información y el refuerzo de las buenas prácticas de gestión de residuos. Los mensajes de la campaña ponen el foco en el coste económico y ambiental de gestionar mal los residuos.

El objetivo es incidir en la corresponsabilidad y el compromiso de toda la ciudadanía y promover la prevención de los residuos evitables, el reciclaje de todas las fracciones, el uso de los puntos verdes, la eliminación de plásticos de un solo uso y el fomento de la Economía Circular.

Acciones de sensibilización y encuestas temáticas para abordar cada uno de estos temas. Entre las novedades de la edición de este año destaca la incorporación de realidad virtual y otras herramientas digitales para interpelar a la ciudadanía garantizando todas las medidas de seguridad sanitaria.

Paralelamente, los informadores e informadoras de la campaña dirigida al comercio visitarán los establecimientos para mejorar la gestión de los residuos comerciales y detectar las causas que condicionan los puntos críticos de la ciudad en este ámbito.

Los objetivos de esta campaña son observar los problemas de cada barrio, estar presentes en los órganos de participación de los distritos y elaborar planes de acción específicos para los puntos más problemáticos con el fin de eliminarlos.

NO RECICLAR NOS SALE MUY CARO

Con estas acciones de proximidad el Ayuntamiento de Barcelona trabaja para generar un cambio de hábitos en la ciudadanía y mejorar las cifras de la recogida selectiva en la ciudad, que están estancadas desde hace años en torno a un 38%, lejos del 55% que marca la Unión Europea para el año 2025.

TEMA 8

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS

del despliegue de la Economía Circular en el ámbito municipal

Los argumentos son bien claros. Separar bien los residuos en cada fracción abarata los costes económicos globales de la gestión de residuos que recaen en los municipios y repercuten en la economía de todo el mundo. Concretamente, si en Barcelona se alcanzara el 70% de recogida selectiva, el coste de gestión bajaría en 56 euros por hogar al año.

Además del coste económico, depositar todos los residuos mezclados en la fracción de rechazo significa malbaratar recursos naturales, incrementar el uso de la energía y aumentar las emisiones causantes de la emergencia climática. Actualmente, el tratamiento de residuos municipales es el responsable de más del 10% de las emisiones de gases de efecto invernadero de la ciudad de Barcelona.

Un cambio de modelo de gestión de residuos para avanzar hacia la Economía Circular

Las dos campañas se enmarcan en el cambio de modelo de gestión de residuos que promueve el Ayuntamiento de Barcelona para alcanzar los objetivos europeos de recogida selectiva, tender hacia el residuo cero y avanzar hacia la Economía Circular. Este cambio se está materializando con la ampliación de la recogida puerta a puerta, la próxima contrata de residuos y la nueva tasa de residuos, pero al mismo tiempo requiere de la implicación y participación activa de toda la ciudadanía.

Así pues, el objetivo es comunicar el gran coste económico, ambiental y sobre la salud que supone la gestión de los residuos generados y difundir el cambio de paradigma del nuevo modelo: los residuos de un proceso son recursos de otro proceso.

<https://youtu.be/M2Y3FCW4e-w>

TEMA 8

**CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN Y
RENDICIÓN DE CUENTAS**

del despliegue de la Economía Circular en el ámbito municipal

2.4. Campaña sobre residuo orgánico del Ayuntamiento de Valencia

Caso práctico

La campaña se inició coincidiendo con la aparición progresiva de las **papeleras marrones en el campus de Vera de la UPV**, sobre estas y otras cuestiones relativas a los residuos orgánicos. La campaña pudo poner a prueba los conocimientos que de la orgánica se tenían en el campus universitario mediante la oferta de premios que se distribuían en los puntos de información.

Fig. 36. Campaña residuo orgánico en la Universidad Politécnica de Valencia.



Fuente: Universidad Politécnica de Valencia.

TEMA 8

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN Y
RENDICIÓN DE CUENTAS

del despliegue de la Economía Circular en el ámbito municipal

2.5. Campaña Separa tus residuos orgánicos en Granada

Caso práctico

Campaña diseñada desde la Red GRAMAS para difundir entre la población la obligación de separar la **fracción orgánica** que ha traído la nueva Ley de Residuos y Suelos Contaminados para una Economía Circular.

Desde la Delegación de Medio Ambiente y Protección Animal de la Diputación de Granada (y a través de la red GRAMAS) se lanza en febrero de 2023 esta campaña con cobertura en Radio, TV y RRSS durante un mes, para que todos los vecinos de la provincia conozcan esta obligación que, antes o después, tendrán que incluir en nuestro día a día.

Fig. 37. Campaña Separa de la Diputación de Granada



Fuente: <https://www.dipgra.es/servicios/areas/agua-promocion-agraria-y-medio-ambiente/>

El lema de la campaña es un sencillo y directo **SEPARA TUS RESIDUOS ORGÁNICOS**, porque el compromiso de cada uno de nosotros es necesario para hacer realidad la Economía Circular. Recogida separada de pieles de frutas, restos de jardinería, cáscaras de huevo, servilletas usadas, posos de café, infusiones, espinas de pescado, etc. Se trata de dar otra vida a los materiales y a la energía contenida en los residuos que se generan cada día, y que de ellos se pueda obtener abono natural para nuestros suelos y cultivos.

Los recursos generados (cuñas de radio, spot de TV y adaptaciones para diferentes redes sociales) también estarán disponibles para que cualquiera de estos Ayuntamientos pueda usarlos como complemento a sus campañas municipales, que ya algunos han comenzado y la gran mayoría estarán empezando a planificar.

<https://www.dipgra.es/servicios/areas/agua-promocion-agraria-y-medio-ambiente/>

TEMA 8

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS

del despliegue de la Economía Circular en el ámbito municipal

2.6. Campaña en Castilla la Mancha



Caso práctico

La primera fase de la **campaña de comunicación y difusión** tuvo lugar en el último trimestre 2022 y estuvo presente en diferentes canales y soportes de comunicación con el fin de llegar a toda la ciudadanía de la región. Los medios de difusión empleados son radio, prensa digital, cartelera en exteriores, autobuses, página web y en redes sociales.

Además, de forma paralela a la implantación de los contenedores marrones en los municipios de Castilla-La Mancha, se llevaron a cabo actuaciones de proximidad como:

Campaña informativa en mercados y mercadillos. Desarrollada durante el último trimestre de 2022, de manera itinerante en distintos municipios de la región, para informar y concienciar a la ciudadanía sobre la recogida selectiva de los biorresiduos y la reducción de los materiales impropios que no deben acabar en el contenedor marrón. Estas actuaciones se apoyaron con materiales divulgativos elaborados al efecto (kit de la orgánica: que incluye cubito aireado y rollo de bolsas compostables, e imán informativo).

Exposición itinerante de biorresiduos, que servirá para dar a conocer la importancia de la gestión de los biorresiduos, especialmente a los centros escolares u otros colectivos que la soliciten.

Durante el año 2023 se llevó a cabo la segunda fase de la campaña de comunicación y difusión en medios, así como la difusión de contenidos en RRSS.

En 2024 se llevarán a cabo jornadas formativas sobre la gestión municipal de biorresiduos, además de ofrecer a través del servicio PREXTA, una actividad de educación ambiental orientada a todos los municipios de Castilla-La Mancha que dispongan de recogida de biorresiduos. Se trata de la dinamización de la exposición "**Llega la orgánica a Castilla-La Mancha**", en la que con ayuda de educadores/as ambientales las personas participantes podrán disfrutar de un juego didáctico además de poder visitar la exposición.

https://educacionambiental.castillalamancha.es/sites/default/files/2022-10/folleto_AAFF_UE_0.pdf

TEMA 8

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS

del despliegue de la Economía Circular en el ámbito municipal

2.7. Ayuntamiento de Langreo



Caso práctico

Campaña de Educación y Sensibilización de la Recogida de Residuos Orgánicos (2020-2024). Desde el año 2020, han desarrollado 23 acciones estratégicas para concienciar a la comunidad sobre la importancia de la recogida selectiva de residuos orgánicos, destacando el enfoque en la creatividad e innovación en cada etapa del proceso.

Refuerzan la identidad visual de la campaña con piezas creativas diseñadas por De Otra Forma, utilizando medios como carteles publicitarios, buzoneo y mupis exteriores para maximizar el alcance de la campaña en Langreo. Complementan esta estrategia con la entrega de kits orgánicos y charlas en centros educativos, que promueven una mayor conciencia medioambiental.

Envían mensajes directos y objetos reciclados para estimular la participación de los clubes deportivos. Fortalecen la difusión mediante relaciones públicas con medios locales. Mensualmente, comparten informes detallados sobre actividades y resultados para evaluar el impacto de la campaña.

Acciones Destacadas:

- **Involucración ciudadana:** Colaboran activamente con vecinos y asociaciones locales para promover el uso del contenedor marrón y la recogida selectiva de residuos.
- **Material gráfico y digital:** Crean contenido gráfico optimizado para redes sociales y campañas online, mejorando la visibilidad digital de la campaña.
- **Eventos y talleres:** Organizan talleres interactivos con animadores medioambientales y charlas educativas, dirigidos a diferentes públicos, incluyendo centros educativos y clubes deportivos.
- **Evaluación y análisis:** Mensualmente, comparten informes detallados sobre las acciones realizadas y su impacto, utilizando herramientas digitales para medir la participación y satisfacción de los ciudadanos.

TEMA 8

**CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN Y
RENDICIÓN DE CUENTAS**

del despliegue de la Economía Circular en el ámbito municipal

Fig. 39. Campaña residuo orgánico Ayuntamiento de Langreo



Fuente: <https://www.deotraforma.es/amigos/recogida-residuos-organicos-langreo-campana/>

TEMA 8

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS

del despliegue de la Economía Circular en el ámbito municipal

2.8. Ayuntamiento de Logroño



Caso práctico

'**Logroño+1**' es el resultado de un ejercicio de naming con el que expresar que un Logroño que recicla la orgánica es un Logroño mejor y trata de reflejar la idea de que cada persona de la ciudad que se suma al reciclaje orgánico (+1) es una ciudad más verde y más sostenible.

'+1' en el argot coloquial, muy reconocible en redes sociales y aplicaciones de mensajería, es una expresión que vincula a la persona con una reflexión, una causa, o una afirmación expresada por otra. Es una voz social de respaldo.

Logroño+1 recoge también la idea de un nuevo contenedor, el contenedor marrón, para depositar la materia orgánica que, posteriormente será tratada por los servicios municipales para la producción de compost.

Se dota al plan director de una identidad corporativa propia, para el programa, y se comienza con la comunicación del mismo a los grupos de interés, como las asociaciones de vecinos, comerciantes y hostelería; así como en las relaciones con los medios de comunicación.

Fig. 40. Contenedor de residuo orgánico.



Fuente: <https://logronomasuno.es/>

TEMA 8

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS

del despliegue de la Economía Circular en el ámbito municipal

EL MARRÓN TIENE SU PUNTO

La segunda etapa del proyecto persiguió la mejora de la notoriedad del servicio de recogida orgánica en los puntos habilitados y el fomento de una cultura favorable a la clasificación, depósito y volcado de estos residuos en la ciudad.

Para este doble objetivo -corporativo y cultural- se diseñó una campaña de activación de marca con el eslogan “El marrón tiene su punto”, para expresar la instalación de los nuevos puntos marrones -contenedores- para el depósito de la orgánica y los beneficios del reciclaje de la materia orgánica en la ciudad.

Fig. 41. Facilitadores de la Campaña “El marrón tiene su punto” del Ayuntamiento de Logroño.



Fuente: <https://logronomasuno.es/>

TEMA 8

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS

del despliegue de la Economía Circular en el ámbito municipal

La campaña de activación de marca incorporó diferentes objetivos, líneas, procesos y productos de comunicación.

A los propios y más tradicionales de la comunicación institucional se sumó la dinamización comunitaria, con una agenda de actividades lúdicas, urbanas y culturales en cada uno de los barrios y distritos de la ciudad.

Se logra así humanizar la Administración y el servicio; aumentar la notoriedad de la red de contenedores marrones y mejorar la cultura ambientalmente responsable entre la vecindad.

Fig. 42. Diferentes contenedores de la campaña “el Marrón tiene su punto”.



Fuente: <https://logronomasuno.es/>

La idea de “el Marrón tiene su punto” también constituyó un pilar clave en la dirección artística y gráfica: todas las piezas fueron producidas en color marrón y tramas marrones.

A través de ilustraciones, tipografías disruptivas para la comunicación institucional, y el uso de técnicas de producción sostenible, el tono y estilo de comunicación se centró en los grupos más jóvenes de la población y en su capacidad de persuasión dentro de sus hogares y a otros grupos de la población.

<https://logronomasuno.es/wp-content/uploads/2021/04/Power-Web.pdf>

TEMA 8

**CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN Y
RENDICIÓN DE CUENTAS**

del despliegue de la Economía Circular en el ámbito municipal

2.9. Campaña residuo orgánico Ayuntamiento de Murchante



Caso práctico

Fig. 43. Campaña residuo orgánico del Ayuntamiento de Murchante.



Fuente: <https://www.murchante.es/campana-nuevo-contenedor-residuos-organicos/>

TEMA 8

**CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN Y
RENDICIÓN DE CUENTAS**

del despliegue de la Economía Circular en el ámbito municipal

Fig. 43. Campaña residuo orgánico del Ayuntamiento de Murchante.



Fuente: <https://www.murchante.es/campana-nuevo-contenedor-residuos-organicos/>

TEMA 8

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS

del despliegue de la Economía Circular en el ámbito municipal

Información adicional

- <https://www.retema.es/actualidad/la-importancia-de-la-comunicacion-para-aumentar-el-compromiso-con-la-economia-circular>
- https://www.miteco.gob.es/content/dam/mitesco/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/economia-circular/plan_accion_eco_circular_def_nipo_tcm30-529618.pdf
- https://www.miteco.gob.es/content/dam/mitesco/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/economia-circular/fichas-bpec-i-web_def_tcm30-525010.pdf
- <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/es/temas/ciudades/ejemplos>
- https://foretica.org/wp-content/uploads/2023/07/LA_RENDICION_DE_CUENTAS_DE_LA_CIRCULARIDAD.pdf
- https://www.femp.es/sites/default/files/multimedia/estrategia_local_ec_170x240_definitiva_compressed.pdf
- https://www.comunidad.madrid/transparencia/sites/default/files/regulation/documents/borrador_1.pdf
- https://www.mites.gob.es/redretos/es/comunicacion/informes/Informe_BBPP_Retos_y_eco_circular.pdf
- https://www.miteco.gob.es/content/dam/mitesco/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/participacion-publica/sgecocr/ecocir/IIPAEC%202024-2026_240924v2.pdf

TEMA 8

**CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN Y
RENDICIÓN DE CUENTAS**

del despliegue de la Economía Circular en el ámbito municipal

3 La Rendición de cuentas

Todo lo anteriormente expuesto busca un resultado: el avance de la Economía Circular frente al antiguo esquema lineal. Para evaluar este avance es necesario tener datos e indicadores de resultados que, como dice el Ministerio para la transformación Digital y de la Función Pública en su web: <https://datos.gob.es/es/blog/como-pueden-los-datos-abiertos-contribuir-la-economia-circular> contribuyan a una mejor toma de decisiones sobre el uso eficiente de los recursos, también los destinados a la comunicación. A esto hay que añadir también una importante función de concienciación que indudablemente tiene la rendición de cuentas: si el ciudadano ve en qué se emplea su dinero y los resultados que se obtienen con él, se le refuerza en su civismo y se desmontan mitos, como los tradicionales “todo se junta” y “el agua se pierde en las fugas de las tuberías” por citar tan sólo dos ejemplos. No sólo hay que tenerlos, además hay que compartirlos.

Sin embargo, en este campo se va un poco por detrás con respecto a las campañas de concienciación e información, aunque se ven importantes avances en este sentido. A continuación, se enumeran los que se consideran más relevantes.

3.1. Ayuntamiento de Madrid

Dispone de varios canales para la visualización o descarga de datos abiertos, así como páginas web donde se puede visualizar información de las campañas y los datos que se manejan en cuanto a residuos.

El Ayuntamiento de Madrid facilita la consulta por áreas temáticas a través de visualizaciones que ha desarrollado con la información publicada en el Portal de datos abiertos.

En esta sección se ofrece el acceso directo a estas visualizaciones, permitiendo visualizar los residuos que se han recogido en Madrid de las diferentes fracciones para cada periodo seleccionado (desde 2021 hasta 2024), pudiendo visualizar la evolución de cada uno de los distritos de Madrid. También ofrece datos de los porcentajes representados por cada fracción frente al total.

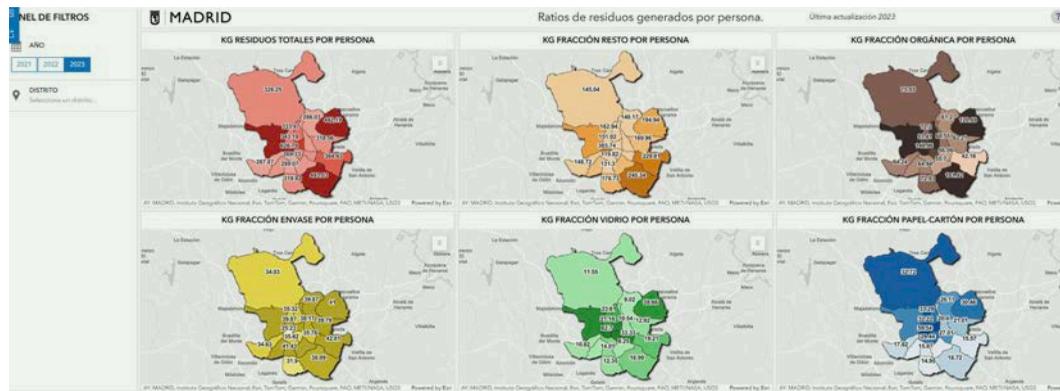


TEMA 8

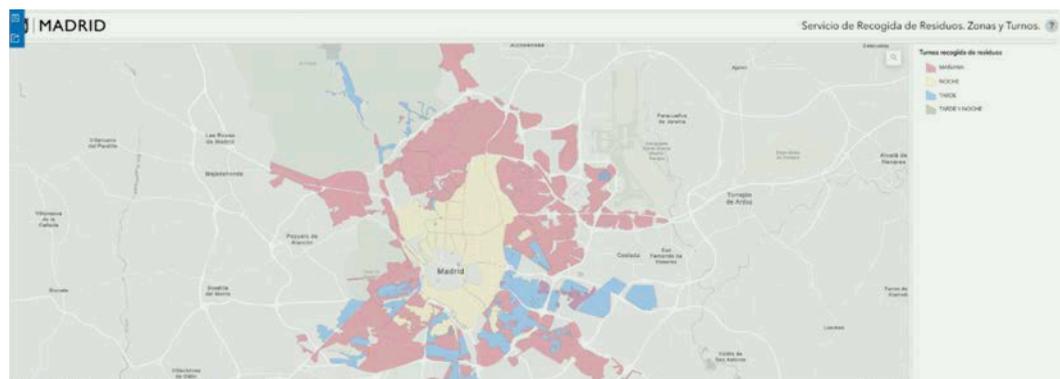
CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS

del despliegue de la Economía Circular en el ámbito municipal

También ofrece información de distintas ratios como son los ratios en porcentaje de toneladas de residuos de las diferentes fracciones por habitante, así como mapas de calor interactivos donde se muestra los ratios por persona y año de cada una de las fracciones:



Asimismo, se puede ver un mapa donde aparecen los turnos para la recogida de las diferentes fracciones de residuos:



Visualiza Madrid:

<https://datos.madrid.es/portal/site/egob/menuitem.400a817358ce98c34e937436a8a409a0/?vgnextoid=507d8de9675b3910VgnVCM2000001f4a900aRCRD&vgnnextchannel=507d8de9675b3910VgnVCM2000001f4a900aRCRD&vgnnextfmt=default>

En cuanto al catálogo de datos que muestra el Ayuntamiento de Madrid se pueden obtener los datos de las tn por fracción, tipo de residuo, y distrito, de las diferentes plantas del Parque Tecnológico Valdemingómez, este conjunto de datos ofrece los datos de entradas de residuos al PTV en toneladas, clasificados en función del origen de los residuos, la planta de destino y el tipo de residuo.

Datos en el portal de transparencia del Ayuntamiento de Madrid

<https://transparencia.madrid.es/portales/transparencia/es/Transparencia-por-sectores/Medio-ambiente/Limpieza-y-residuos/Datos-de-recogida-de-residuos/?vgnnextfmt=default&vgnnextoid=d0100f5a17a36810VgnVCM1000001d4a900aRCRD&vgnnextchannel=03e9508929a56510VgnVCM1000008a4a900aRCRD>

TEMA 8

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS

del despliegue de la Economía Circular en el ámbito municipal

También aparecen los datos de la recuperación de materiales.

Este conjunto de datos ofrece los datos de la recuperación de materiales técnicos a partir de las diferentes fracciones de residuos (fracción restos, envases, biorresiduos y otros flujos intermedios). Los datos mostrados se elaboran a partir de los datos de producción presentados por las plantas de gestión de residuos al Ayuntamiento de Madrid.

También se incluyen en este conjunto de datos el material bioestabilizado (procedente de material orgánica recuperada de otras fracciones) o el compost (procedente de materia orgánica de recogida selectiva) que se produce en las plantas de compostaje del PTV (Paloma, Dehesas y Cantiles). La fecha mostrada es el dato de producción o fecha de la recuperación del material en planta.

<https://datos.madrid.es/portal/site/egob/menuitem.754985278d15ab64b2c3b244a8a409a0/?vgnextoid=20d612b9ace9f310VgnVCM100000171f5a0aRCRD&vgnnextchannel=20d612b9ace9f310VgnVCM100000171f5a0aRCRD&btn1=buscar&text=limpieza+y+residuos>

➤ 3.2. Ayuntamiento de Barcelona

Barcelona tiene su **catálogo de datos abiertos o OpenDataBCN**, pero no se encuentran registros de residuos, tan sólo se localiza un mapa la ubicación de los contenedores de reciclaje. No se encuentran catálogo de datos relativos a las tn recogidas, ni a las fracciones que se recogen.

<https://opendata-ajuntament.barcelona.cat/data/es/dataset/cataleg-opendata>

➤ 3.3. Diputación de Valladolid

Disponen un **catálogo de datos abiertos** con la localización de los contenedores y los residuos que se generan, sin cuantificar, tan sólo hay una descripción de la naturaleza del residuo.

<https://gobiernoabierto.diputaciondevalladolid.es/contenedores-y-residuos>

➤ 3.4. Ayuntamiento de Málaga

Aparecen **ficheros csv** con los campos: tipo de residuos, peso neto y fecha de la pesada.

<https://datosabiertos.malaga.eu/dataset/recogida-selectiva-de-residuos>

➤ 3.5. Ayuntamiento de Fuenlabrada

Aparece información de los **residuos generadas por fracción** desde 2014 a 2019 diferenciando: Total

TEMA 8

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS

del despliegue de la Economía Circular en el ámbito municipal

residuos gestionados, N° habitantes según padrón municipal Kg/ habitante y año.

<https://datosabiertos.ayto-fuenlabrada.es/fi/dataset/contenedores-para-la-recogida-de-residuos-y-reciclaje/resource/b0ba9e0f-9000-4524-af44-d745c89a7e69>

Los datos abiertos pueden ser utilizados por organismos públicos para conocer cómo se están gestionando los recursos públicos, además de fomentar acciones que permitan realizar una gestión más eficiente y conseguir un ahorro económico, por ejemplo, en materia de consumo energético o impulsando una gestión de recursos más eficiente.

➤ 3.6. Cuadro de mando de consumo energético. Junta de Castilla y León

Este **datahub energético** desarrollado por la iniciativa de datos abiertos de la Junta de Castilla y León, ofrece información detallada y visual sobre el consumo de energía en los centros gestionados por la Junta, como centros educativos, centros de salud, oficinas administrativas u hospitales, entre otros.

Se trata de un cuadro de mando que recoge información de más de 1.500 centros de consumo, ofreciendo diferentes tipos de representaciones gráficas que facilitan al lector la comprensión de los datos. A través de este enlace se puede consultar la fuente de datos utilizada para el desarrollo de esta plataforma.

La herramienta facilita el análisis desagregado por tipo de energía y por localización geográfica. Una información que pueden ser de interés para los ciudadanos, pero también para los propios gestores de la junta. Gracias a esta plataforma, la Junta ahorró entre 2015 e inicios de 2020 más de 12 millones de euros en electricidad.

Además, la Junta cuenta con un cuadro eléctrico centrado exclusivamente en el consumo eléctrico de los hospitales de Castilla y León por horas. Los datos se relacionan con la información meteorológica, de tal forma que se pueden estimar los costes futuros y optimizar el uso de la calefacción. Los datos utilizados para desarrollar este cuadro se pueden consultar aquí.

➤ 3.7. Gestión de residuos sólidos orgánicos. Ayto. de Santiago de Compostela

El Ayuntamiento de Santiago de Compostela ha puesto en marcha, dentro de la iniciativa **"Smartiago"**, un proyecto que persigue realizar una gestión sostenible e inteligente de residuos sólidos urbanos (RSU). El objetivo principal de esta herramienta es diseñar, desarrollar y construir contenedores inteligentes de superficie para la caracterización de residuos sólidos orgánicos, basados en el uso de tecnologías abiertas de IoT, la aplicación de algoritmos de aprendizaje automático y el uso de datos abiertos como fuentes para el enriquecimiento de modelos de predicción de compostaje comunitario. Con ello se busca alcanzar el objetivo del 50% de preparación para la reutilización y el reciclaje, partiendo del 13% actual. El proyecto, en base de desarrollo, también contará con una app de gamificación para incentivar buenas prácticas en materia de sostenibilidad.

TEMA 8

**CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN Y
RENDICIÓN DE CUENTAS**

del despliegue de la Economía Circular en el ámbito municipal

4 Mejora de la prestación de servicios

Gracias a los datos abiertos también es posible crear herramientas para que los profesionales de servicios sociales puedan ofrecer una mejor respuesta y atención a las necesidades de la ciudadanía. Un par de ejemplos

➤ 4.1. Mapa de protección civil. Generalitat de Catalunya

Este mapa interactivo muestra los principales recursos del sistema de protección civil de Cataluña. El mapa de protección civil permite ver donde se encuentran los distintos riesgos (tecnológicos, ambientales...) y la situación de los equipos para planificar mejor las respuestas. Aquí se puede consultar la principal fuente de datos que utiliza esta herramienta: https://interior.gencat.cat/es/arees_dactuacio/proteccio_civil/mapa_de_proteccio_civil/index.html

➤ 4.2. Guía Farmacológica. Junta de Andalucía

Esta aplicación ha sido diseñada por la Junta de Andalucía para ofrecer a los profesionales sanitarios una consulta más rápida y eficiente de los principales fármacos que se utilizan en la atención a las urgencias y emergencias en Andalucía. Se trata de un instrumento de trabajo útil para aquellos sanitarios que prestan asistencia en situaciones críticas ya que incluye información en permanente actualización y contrastada acerca de las principales indicaciones, dosis, contraindicaciones e interacciones de los fármacos que más se utilizan.

TEMA 8

**CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN Y
RENDICIÓN DE CUENTAS**

del despliegue de la Economía Circular en el ámbito municipal

5 Toma de decisiones y formulación de políticas

Los datos abiertos proporcionan un mayor conocimiento sobre lo que está sucediendo a nuestro alrededor, lo cual nos permite poder tomar mejores decisiones. Se trata de un instrumento muy útil para que los organismos públicos puedan elaborar políticas que respondan a las necesidades reales de la ciudadanía. Durante los últimos años, se ha visto cómo las medidas para evitar la propagación de la COVID-19 se tomaban tomando en consideración los datos relativos a la evolución de la enfermedad.

Otros ejemplos se muestran a continuación.

➤ 5.1. El Mapa de ruido. Ayuntamiento de Valladolid

El Ayuntamiento de Valladolid cuenta con un Mapa de Ruido que organiza la información relativa a la contaminación acústica. Este mapa ha sido desarrollado para utilizarse de forma obligatoria en la ejecución de los cálculos previstos en las diferentes normas reguladoras, así como en el código técnico de la edificación y que aplicará tanto a edificios residenciales, como dotacionales, institucionales e industriales

➤ 5.2. Plataforma de gestión turística inteligente. Ayuntamiento de Conil

En el marco de las convocatorias de Ciudades, Territorios e Islas Inteligentes de Red.es cada vez se encuentran más propuestas que incluyen el desarrollo de plataformas de gestión de datos que impulsan una toma de decisiones eficiente. Un ejemplo es el Ayuntamiento de Conil de la Frontera, que trabaja con una plataforma de gestión turística inteligente para ampliar el conocimiento de los turistas, a través de la agregación y centralización de datos relativas a la procedencia del turista, movilidad y zonas más visitadas, lugares preferidos para visitar y pernoctar o encuestas de satisfacción, entre otros parámetros.

De esta forma, desde la administración local pueden identificar patrones y llevar a cabo actuaciones que permitan adaptar y mejorar la gestión, detectar irregularidades, fomentar el desarrollo económico y empresarial o favorecer la generación de empleo en las áreas prioritarias identificadas. Estos datos también se han utilizado para estimar la población real durante la pandemia y hacer una mejor estimación de los ratios de incidencia. Aunque de momento estos datos no parecen ser públicos, el objetivo es que también se abran a través de una plataforma open data a empresas.

TEMA 8

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS

del despliegue de la Economía Circular en el ámbito municipal

➤ 5.3. CitizenLab Ayuntamiento de Madrid

El gobierno autonómico de Madrid ha impulsado, junto a Grant Thornton, un laboratorio de datos para entender mejor el comportamiento ciudadano. El proyecto busca analizar modelos predictivos de comportamiento ciudadano mediante Big Data e Inteligencia Artificial (IA), con el objetivo de mejorar los servicios públicos en la Comunidad de Madrid en áreas como la movilidad, la atención sanitaria, el turismo y las infraestructuras. En el último año, por ejemplo, se ha utilizado para predecir la demanda de vacunas.

Las Administraciones públicas utilizan los datos abiertos para:

- 1. La optimización de recursos:** cuadro de mando de consumo energético de la Junta de Castilla y León; gestión de residuos sólidos orgánicos del Ayuntamiento de Santiago de Compostela.
- 2. La mejora de la prestación de servicios:** mapa de protección civil de la Generalitat de Catalunya; Guía Farmacológica de la Junta de Andalucía.
- 3. La toma de decisiones y formulación de políticas:** el Mapa de ruido del Ayuntamiento de Valladolid; plataforma de gestión turística inteligente del Ayuntamiento de Conil; CitizenLab del Ayuntamiento de Madrid.

TEMA 8

CASOS PRÁCTICOS DE COMUNICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS

del despliegue de la Economía Circular en el ámbito municipal

Sin duda, existen numerosas aplicaciones y herramientas digitales utilizadas por las administraciones públicas -y cada vez parece que serán más- que basan su funcionamiento en los datos abiertos para ofrecer más y mejores servicios a la ciudadanía.

Fig. 45. Mapa de datos abiertos en España.



Fuente: <https://datos.gob.es/es/noticia/el-valor-de-los-datos-abiertos-para-las-administraciones-publicas>

Información adicional sobre datos y gobierno abiertos

- Estadísticas INE: https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=estadistica_C&cid=1254736176
- <https://datos.gob.es/es/noticia/las-estrategias-de-gobierno-abierto-y-datos-publicos-de-las-comunidades-autonomas>
- <https://datos.gob.es/es/blog/como-impulsar-mejoras-en-la-administracion-publica-gracias-los-datos-abiertos>

Editado en España por la **Federación Española de Municipios y Provincias. FEMP**

Octubre de 2025

Depósito legal: M-21581-2025

El papel utilizado para la impresión de este libro es cien por cien libre de cloro y está calificado como papel ecológico.



ESTRATEGIAS DE
COMUNICACIÓN
Y RENDICIÓN DE CUENTAS

para una
Economía Circular
a nivel local

FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE
MUNICIPIOS Y PROVINCIAS
C/ Nuncio 8
28005 Madrid
Telf.: +34 91 364 37 00
www.femp.es