

CONAMA LOCAL VILADECANS 2025

Encuentro de Pueblos y Ciudades por la Sostenibilidad



“Fes un pas: porta l’envàs!”

Promoción del uso de envases reutilizables en el
comercio local de Viladecans

Edita: Fundación Conama

Año: 2025



Este documento está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional.

Personas autoras de la presente comunicación técnica

Autor Principal de la comunicación: Alba Cabrera. Directora del ámbito de estudios. Rezero

Otros Autores: Laura Sanz. Directora del ámbito de consumo. Rezero

Susanna Pérez. Coordinadora del ámbito de estudios. Rezero

Ayuntamiento de Viladecans – Area de Medio Ambiente y Sostenibilidad



Índice

1. Resumen.....	1
2. Introducció.....	2
3. Metodología.....	3
3.1. Diseño y planificación de la campaña.....	3
3.2. Participación del comercio.....	4
3.3. Comunicación y sensibilización.....	4
3.4. Recogida de datos e indicadores.....	4
4. Resultados.....	6
4.1. Participación.....	6
4.2. Impacto ambiental.....	6
4.3. Valoración de la campaña.....	7
5. Conclusiones.....	8
6. Bibliografía.....	9



1. Resumen

La campaña “Fes un pas: porta l’envàs!” (Da un paso: trae tu envase!), impulsada por el Ayuntamiento de Viladecans con el apoyo técnico de Rezero, constituye una experiencia piloto para fomentar el uso de envases reutilizables en el comercio local. La iniciativa, desarrollada entre noviembre de 2024 y marzo de 2025, ha contado con la participación de más de 160 familias y 70 establecimientos locales, evitando la generación de 13.050 envases de un solo uso, equivalentes a 96,3 kg de residuos y a un ahorro de 2 toneladas de CO₂ equivalente.

El proyecto forma parte del Pacto por el Clima de Viladecans y se enmarca dentro del Programa de Prevención de Plásticos desarrollado por Rezero, en el contexto del proyecto europeo ERIC – Elevating Reuse in Cities.

Palabras clave: reutilización, envases, comercio local, prevención de residuos, plásticos de un solo uso, economía circular

2. Introducció

El modelo actual de consumo genera un elevado volumen de residuos vinculados a los envases de un solo uso, especialmente en el comercio y el sector alimentario. A pesar de los avances legislativos, la sustitución de estos materiales desechables por sistemas de reutilización sigue siendo un reto.

En este contexto, el Ayuntamiento de Viladecans, con el apoyo técnico de Rezero, puso en marcha la campaña “Fes un pas: porta l'envàs!” con el propósito de normalizar el uso de envases reutilizables entre la ciudadanía y el comercio local, contribuyendo así a la reducción de residuos, al ahorro de recursos naturales y al impulso de hábitos de consumo consciente.

Los objetivos principales de la iniciativa fueron:

- Reducir el consumo y la generación de envases de un solo uso en el comercio local.
- Normalizar el uso de envases reutilizables en la compra de productos alimentarios.
- Implicar al tejido comercial como actor clave en la transición hacia la prevención de residuos.
- Fomentar el consumo consciente y el espíritu crítico de la ciudadanía.
- Cuantificar los impactos ambientales y sociales derivados de la reducción del uso de envases de un solo uso.

Figura 1. Imagen de la campaña

Fuente: Ayuntamiento de Viladecans y Rezero



3. Metodología

3.1. Diseño y planificación de la campaña

El diseño de la campaña se realizó mediante un proceso participativo entre Rezero y el Ayuntamiento de Viladecans. Se definieron los materiales de comunicación, la estrategia de incentivos, el sistema de registro de compras con envases reutilizables y los indicadores de seguimiento.

Durante el periodo comprendido entre noviembre de 2024 y marzo de 2025, la ciudadanía podía acumular puntos al realizar compras con sus propios envases reutilizables en los comercios adheridos. Dichos puntos eran canjeables por obsequios sostenibles, como bolsas de tela, porta bocado o fiambreras reutilizables.

En el desarrollo del proyecto se contó con la colaboración de la Cruz Roja de Viladecans mediante tareas de apoyo operativo y de sensibilización en el territorio. Gracias a esta colaboración, se consiguió mayor capilaridad en la difusión de la campaña, especialmente entre comercios de proximidad y públicos diversos, reforzando la dimensión comunitaria y participativa del proyecto.

Figura 2. Para motivar a la ciudadanía a evitar los envases de un solo uso, se ofrecieron como incentivos envases reutilizables

Fuente: Rezero





3.2. Participación del comercio

Durante la fase inicial se visitaron los comercios locales de alimentación para explicar la iniciativa y recabar adhesiones.

Los comercios recibieron material promocional (carteles, folletos, adhesivos identificativos) y talonarios de puntos. Además, se creó un grupo de comunicación directa (WhatsApp) para resolver dudas, coordinar entregas y reforzar la red de participantes.

3.3. Comunicación y sensibilización

La estrategia de comunicación combinó canales presenciales y digitales. Se diseñaron banners, cartelería, folletos y un espacio específico en la web municipal para informar sobre la campaña.

La difusión se complementó con mensajes en redes sociales, la instalación de materiales en los escaparates de los comercios participantes y la presencia en los nueve puntos informativos desarrollados en los mercados municipales.

Estos puntos sirvieron para resolver dudas, promover la participación y entregar los obsequios acumulados, actuando como espacios de sensibilización ambiental directa.

3.4. Recogida de datos e indicadores

Se elaboraron dos cuestionarios (para comercios y ciudadanía) con el fin de evaluar la efectividad de la campaña. Los indicadores cuantitativos incluyeron:

- Número de comercios y personas participantes.
- Número de compras con envases reutilizables.
- Estimación de envases desechables evitados, por tipología de producto y material.
- Peso total de residuos prevenidos.
- Cálculo de emisiones de CO₂

A partir de los resultados de las encuestas, se estimó la cantidad de envases de un solo uso evitados, desglosada por tipo de producto y material. Utilizando los pesos medios de los envases de un solo uso obtenidos a través de fichas técnicas de los proveedores y del informe de análisis de la cesta de la compra bajo criterios de consumo responsable (Rezero, 2021), se calculó la prevención de residuos generada por la campaña.



Asimismo, mediante la utilización de la Carbon Calculator de Mission Zero Academy (MIZa) se estimó el ahorro de emisiones de gases de efecto invernadero asociado a los residuos evitados gracias a la iniciativa.

Además, se recabó información cualitativa sobre el grado de satisfacción, barreras percibidas y propuestas de mejora.



4. Resultados

4.1. Participación

La campaña contó con la participación de 212 personas que acudieron a los puntos informativos a canjear puntos por obsequios. De estas, 49 participaron más de una vez, por lo que 163 familias participaron al menos en un intercambio de puntos.

Por otra parte, el comercio de proximidad ha sido clave para el éxito del proyecto. Un total de unas 70 tiendas han participado activamente, entregando puntos y promoviendo buenas prácticas.

4.2. Impacto ambiental

Durante la campaña se registraron 5.689 compras con al menos un envase reutilizable, evitando la generación de 13.050 envases de un solo uso, equivalentes a 96,3 kg de residuos (principalmente de plástico, aunque también se han evitado envases de un solo uso de otros materiales, como papel y cartón).

Donde se han registrado más compras sin envases han sido las fruterías y verdulerías, seguidas de las panaderías y las pescaderías. Los envases más evitados han sido las bolsas de un solo uso sin asas, utilizadas comúnmente en fruterías y verdulerías, que las personas participantes en la campaña han sustituido principalmente por bolsas de malla reutilizables o bien han prescindido de su uso comprando la fruta y la verdura a granel y depositándola directamente en el carrito o en una bolsa reutilizable con asas.

Los envases reutilizables más empleados fueron:

- Bolsas de malla (39%)
- Fiambreras de plástico (29%)
- Bolsas de tela (16%)
- Fiambreras de vidrio y hueveras reutilizables (16%)

Los envases de un solo uso evitados han significado el ahorro de 2 toneladas de CO₂ equivalente. Esto equivale básicamente a:

- Un vuelo de ida y vuelta de Londres a Singapur.
- Conducir unos 8.000 km en un coche diésel típico.
- Cargar aproximadamente 240.000 smartphones durante la noche.



4.3. Valoración de la campaña

- **Comercios:**
 - o El 83% calificó la experiencia como “correcta” o “muy correcta”.
 - o El 79% manifestó su voluntad de seguir participando en futuras ediciones.
 - o El 30 % de los comercios ha destacado que durante la campaña han aumentado el número de clientes y las ventas con envases reutilizables. En general, los incrementos son modestos, pero en algunos casos se ha registrado un aumento de más del 10 % en el número de compras con estos envases.
- **Ciudadanía:**
 - o El 95% de las personas participantes valoró positivamente la campaña, y el 90% consideró importante mantener la campaña en futuras ediciones.
 - o En conjunto, la ciudadanía percibe la campaña como una acción útil, motivadora y necesaria.
- **Cambio de hábitos:** A partir de los datos comparativos antes y después de la campaña, se observa un impacto positivo en los hábitos de consumo consciente, disminuyendo el número de personas que nunca usaban envases reutilizables e impulsando un uso más frecuente y constante entre los que siempre los utilizan:
 - o El porcentaje de personas que nunca utilizaban envases reutilizables se ha reducido en un 16,4%.
 - o El porcentaje de personas que siempre los utiliza ha aumentado en un 9,8%.
 - o Tras la campaña, un 60% de las personas manifestaron la intención de usar bolsas reutilizables, frente al 47% inicial.



5. Conclusiones

La campaña “Fes un pas: ¡porta l’envàs!” ha contribuido de forma efectiva a la reducción de residuos en Viladecans, fomentando el uso de envases reutilizables y consolidando la implicación del comercio local como actor clave en la transición hacia un modelo de consumo más sostenible.

Los resultados evidencian:

- Un impacto ambiental positivo medible en la prevención de residuos y emisiones.
- Un aumento de la conciencia ambiental ciudadana.
- Un compromiso sostenido de los comercios adheridos.

Los aprendizajes de esta experiencia posicionan a Viladecans como un municipio referente en políticas locales de prevención y reutilización, en coherencia con los principios de la economía circular y los objetivos europeos de reducción de residuos y emisiones.



6. Bibliografia

- [1] Rezero (2021): Anàlisi de la cistella estàndard de la compra sota criteris de consum responsable. https://consum.gencat.cat/web/.content/80_Actualitat/Noticies/2021/10-OCT/Analisi_cistella_consum_responsable_rezero.pdf
- [2] Mission Zero Academy (2024). Carbon Calculator for Reuse Campaigns.



Conecta. Actúa. Transforma

La transición ecológica empieza en tu ciudad

CONAMA

