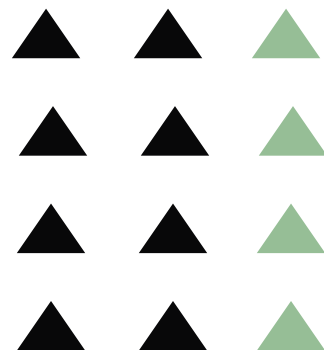
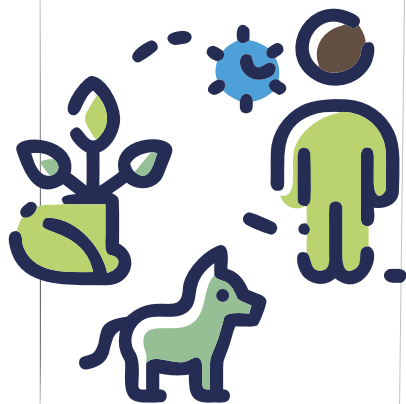


C A N A L
SENDA

Servicios a Empresas sobre
Normativas y Directrices Ambientales

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES PARA EMPRESAS EN LA GESTIÓN DEL PLÁSTICO



CEOE
Castilla y León

NOS
IMPULSA


Junta de
Castilla y León

Financiado por:



Coordina:



Asistencia técnica:

Geocyl Consultora, S.L.

Diseño y maquetación:

Ecomarketing.es.

Guía realizada en el marco de las actuaciones realizadas por CEOE Castilla y León en el contexto del «III Acuerdo de transición justa: avanzando frente al cambio climático», adoptado en el marco del Diálogo Social de Castilla y León



GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES PARA EMPRESAS EN LA GESTIÓN DEL PLÁSTICO



**GUÍA DE BU
PRÁCTICAS
LES PARA E
EN LA GEST
PLÁSTICO**

A black and white photograph of a dense forest. A path or streambed winds through the center of the image, leading from the foreground into the distance. The trees are thick and varied in height, creating a textured background. The lighting is natural, with some highlights on the path and the tops of trees.

UENAS AMBIENTA- MPRESAS IÓN DEL

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	9
1.1 Objetivos de la guía	9
1.2 ¿A quién va dirigida?	10
1.3 ¿Por qué hablar del plástico? Problema global, soluciones locales.....	12
1.4 Marco normativo y estratégico.....	15
2. EL IMPACTO DEL PLÁSTICO EN LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL.....	20
2.1 El ciclo de vida del plástico y sus implicaciones	21
2.2 Principales fuentes de generación de plásticos en las empresas.....	23
2.3 Diagnóstico ambiental del tejido empresarial de Castilla y León	25
2.4 Casos y cifras sobre la generación de residuos plásticos en sectores clave....	27
3. PRINCIPIOS GENERALES DE ACTUACIÓN AMBIENTAL RESPONSABLE	29
3.1 Prevención, reducción y eliminación del uso de plásticos innecesarios	31
3.2 Uso eficiente de los recursos materiales y energéticos.....	36
3.3 Fomento del ecodiseño, reutilización y reciclabilidad.....	39
3.4 Gestión de residuos y economía circular.....	44
3.5 Educación y concienciación ambiental en clave de plásticos	48
4. BUENAS PRÁCTICAS MEDIOAMBIENTALES POR ÁREAS FUNCIONALES	52
4.1 Oficina / Administración.....	53
4.2 Producción / Procesos industriales.....	56
4.3 Logística y transporte	60
4.4 Compras y cadena de suministro:.....	65
4.5 Comercialización y marketing.....	71
4.6 Recursos humanos y cultura interna	75
4.7 Enfoque “Plástico Cero”	78

5. BUENAS PRÁCTICAS SECTORIALES CON FOCO EN LA REDUCCIÓN DE PLÁSTICO	82
5.1 Construcción y obra pública	84
5.2 Turismo y hostelería	96
5.3 Industria manufacturera	106
5.4 Comercio y distribución	116
5.5 Servicios profesionales y tecnológicos.....	126
5.6 Consultoría y servicios avanzados.....	138
6. HERRAMIENTAS Y RECURSOS PARA AVANZAR HACIA MODELOS ECONÓMICOS SIN PLÁSTICOS	150
6.1 Guías sectoriales y marcos normativos	151
6.2 Sistemas de gestión.....	154
6.3 Sistemas de gestión ambiental con enfoque en residuos plásticos.....	156
6.4 Incentivos y ayudas públicas (PERTE Economía Circular, etc.)	159
6.5 Plataformas de formación y sensibilización sobre plásticos y economía circular	163
7. CÓMO PONER EN MARCHA UN PLAN PARA ELIMINAR PLÁSTICOS EN MI EMPRESA	167
7.1 Diagnóstico y autoevaluación	167
7.2 Establecimiento de objetivos medibles.....	172
7.3 Medidas correctoras y buenas prácticas implantables.....	176
7.4 Indicadores, seguimiento y comunicación de resultados	181
8. CONCLUSIONES	184
8.1 En el desarrollo de la actividad empresarial	185
8.2 En el impulso de la cultura empresarial sostenible	187
9. ANEXOS	190
Glosario de términos.....	190

La presente Guía de Buenas Prácticas Ambientales para Empresas en la Gestión del Plástico ha sido elaborada para facilitar a las empresas su compromiso con la sostenibilidad, la innovación responsable y el impulso de una economía más circular en el tejido empresarial de la Comunidad.

Este documento pretende servir como herramienta práctica y accesible para acompañar a empresas de todos los tamaños y sectores en la adopción de medidas eficaces que contribuyan a reducir el impacto ambiental asociado al uso del plástico, reforzando así su competitividad y su papel activo en la transición ecológica.

1. INTRODUCCIÓN

“La sostenibilidad ya no es una opción, es una necesidad empresarial.”

1.1 OBJETIVOS DE LA GUÍA

Esta guía trata de ser una muestra del compromiso con la sostenibilidad, la innovación responsable y el tránsito hacia una **economía circular** que tiene el tejido empresarial de la comunidad. Se ha elaborado con el propósito de ser una herramienta **práctica y accesible** que acompañe a las empresas de todos los tamaños y sectores en la adopción de medidas eficaces para **reducir el impacto ambiental** asociado al uso del plástico, reforzando a la vez su competitividad y su papel activo en la transición ecológica. En línea con esta visión, **cada vez son más las empresas** que lideran con el ejemplo, incorporando buenas prácticas sostenibles en sus operaciones diarias, entendiendo que integrar la economía circular en su estrategia no solo responde

a una responsabilidad ambiental, sino que también **fomenta la innovación y abre nuevas oportunidades de negocio**. De hecho, el 80% de los directivos españoles ya percibe la economía circular como un factor crucial para la competitividad futura de sus empresas.

Esta guía es una herramienta práctica para que las empresas reduzcan su uso de plásticos, mejoren su impacto ambiental y se adapten a la economía circular, reforzando su competitividad y compromiso con la sostenibilidad.

En última instancia, el objetivo es que las empresas castellano y leonesas se sitúen a la vanguardia del cambio hacia modelos de producción y consumo más **circulares**, fortaleciendo su liderazgo empresarial en materia de sostenibilidad y su capacidad para afrontar los retos ambientales del siglo XXI.

1.2 ¿A QUIÉN VA DIRIGIDA?

Esta guía va dirigida al **conjunto de empresas de Castilla y León**, abarcando tanto a **pequeñas y medianas empresas (pymes)** como a **grandes compañías**, independientemente del sector en el que operen. El documento ha sido concebido para aportar

valor a **todos los perfiles empresariales**: desde industrias manufactureras hasta empresas de servicios, pasando por comercios, emprendimientos locales y compañías multinacionales con presencia en la región. Cualquier empresa, sea cual sea su tamaño o actividad, puede –y debe– desempeñar un papel en la reducción del uso de plásticos y en la transición hacia modelos más circulares.

En particular, la guía pone especial foco en **sectores clave** de nuestra comunidad que enfrentan retos significativos ligados al plástico, tales como la **construcción y obra pública**, el **turismo y la hostelería**, la **industria manufacturera**, el **comercio y la distribución**, así como los **sectores tecnológicos, consultoría y servicios profesionales**. Estos ámbitos, desarrollados en detalle en el apartado 5 de la guía, concentran buena parte del consumo de plásticos y ofrecen potencial de mejora. No obstante, las recomendaciones y buenas prácticas presentadas son de carácter general y resultarán útiles para **cualquier empresa** dispuesta a mejorar su desempeño ambiental. En definitiva, esta guía está dirigida a los equipos directivos, responsables de medio ambiente, emprendedores y, en general, a todos aquellos actores empresariales comprometidos con integrar la sostenibilidad en su gestión diaria y **liderar el cambio** hacia una economía más circular.

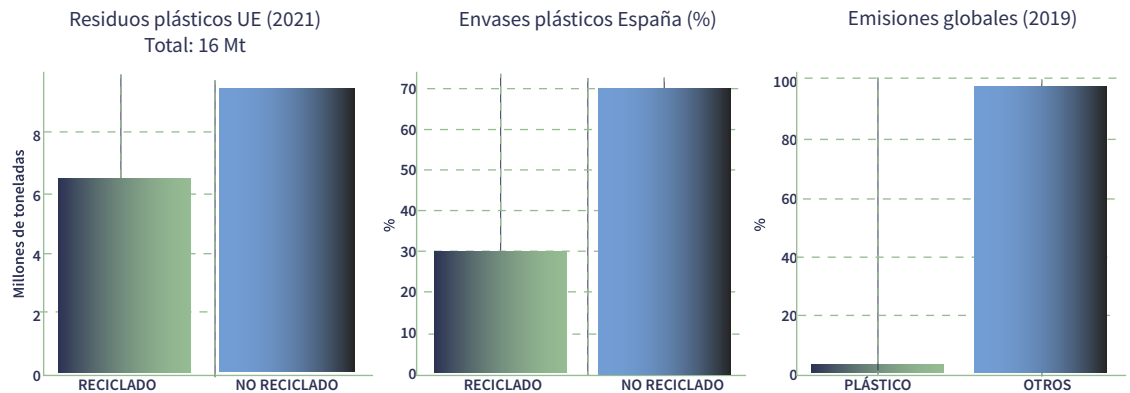
1.3 ¿POR QUÉ HABLAR DEL PLÁSTICO? PROBLEMA GLOBAL, SOLUCIONES LOCALES.

El plástico se ha convertido en un material esencial en la economía moderna debido a su bajo coste, ligereza y versatilidad. Sin embargo, su uso masivo y, en muchas ocasiones, innecesario, ha generado una crisis ambiental de escala global. Cada año, se calcula que más de 22 millones de toneladas de residuos plásticos acaban en la naturaleza, en suelos, ríos y océanos, con consecuencias visibles y preocupantes: ecosistemas degradados, fauna marina afectada por la ingesta de micro plásticos y paisajes contaminados en todo el planeta. Además, la producción y eliminación de plásticos representa una fuente significativa de emisiones de gases de efecto invernadero, contribuyendo al cambio climático. Solo en 2019, este proceso generó el 3,4% de las emisiones globales totales.

El problema no se limita al medio ambiente. Diversas investigaciones científicas alertan sobre los riesgos que plantea la presencia de micro plásticos en nuestra vida cotidiana. Se estima que una persona puede llegar a ingerir involuntariamente hasta cinco gramos de plástico por semana —el equivalente al peso de una tarjeta de crédito— a través del agua, los alimentos y el aire. Esto revela que la crisis del plástico no

es sólo ecológica, sino también potencialmente sanitaria, afectando de forma silenciosa a millones de personas.

En este contexto, la Unión Europea y España han comenzado a establecer medidas para limitar la producción y el uso de plásticos. Sin embargo, los datos reflejan que queda mucho por hacer. En 2021, la UE produjo unos **16 millones de toneladas de residuos plásticos** y de ellos apenas un **40% (6,5 millones)** fueron reciclados, y en España la tasa de reciclaje de envases plásticos es del 30%,



Frente a este gran reto global, las soluciones deben empezar en lo local. Las empresas de Castilla y León, independientemente de su tamaño o sector, tienen una oportunidad real de marcar la diferencia. Adoptar medidas como reducir el uso de plásticos de un solo uso, rediseñar envases, aplicar criterios de ecodiseño, reutilizar materiales o implantar sistemas de reciclaje eficientes puede tener un impacto inmediato y positivo. Además de los beneficios ambientales, estas acciones también aportan ventajas competitivas: reducción de costes operativos, mejora de la reputación ante clientes e inversores y alineación con las crecientes exigencias normativas y sociales en materia de sostenibilidad.

Actuar frente al problema del plástico no es solo una responsabilidad legal, sino también una oportunidad estratégica. Las empresas que lideren este cambio estarán mejor preparadas para competir en un entorno cada vez más exigente y consciente, posicionándose como referentes de innovación y mayor compromiso ambiental.

1.4 MARCO NORMATIVO Y ESTRATÉGICO

El impulso hacia una economía circular y la reducción del uso de plásticos no surge en el vacío, sino que se enmarca en un **contexto normativo y estratégico** amplio, desde el plano internacional hasta el local. A continuación, se destacan los principales referentes que orientan y apoyan esta transición:



- A escala internacional, **la Agenda 2030 de Naciones Unidas y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** ofrecen un marco de referencia esencial. En particular, el ODS 12 promueve patrones de consumo y producción responsables, con metas específicas para reducir los residuos plásticos y proteger los ecosistemas marinos y terrestres. Adoptar prácticas más sostenibles en la gestión del plástico permite a las empresas contribuir directamente al cumplimiento de estos compromisos globales.
- En el ámbito europeo, **la Unión Europea** lidera iniciativas ambiciosas en esta materia. **El Pacto Verde Europeo (European Green Deal)** establece una hoja de ruta para alcanzar la neutralidad climática y una economía eficiente en el uso de los recursos. En este marco se inserta el **Plan de Acción para la Economía Circular**, que fija objetivos concretos para la reducción de residuos y la mejora del diseño de productos y envases. Destaca también **la Directiva (UE) 2019/904**, centrada en limitar o prohibir el uso de plásticos de un solo uso, y en alcanzar para 2029 una recogida selectiva del 90% de botellas de plástico, entre otras medidas que afectan directamente a la actividad empresarial. En este contexto, **el Reglamento (UE) 2025/40, adoptado en 2024**, establece nuevas obligaciones para los envases, reforzando los requisitos de sostenibilidad, reutilización, reciclaje y etiquetado, y contribuyendo a la transición hacia un modelo de economía circular más ambicioso en toda la Unión Europea.

- A nivel nacional, España ha adoptado una estrategia alineada con las prioridades europeas. **La Estrategia Española de Economía Circular “España Circular 2030”** plantea como meta la reducción en un 15 % de la generación de residuos respecto a los niveles de 2010, así como un fuerte incremento de las tasas de reutilización y reciclaje. Esta estrategia se complementa con la **Ley 7/2022, de residuos y suelos contaminados para una economía circular**, que introduce obligaciones concretas para las empresas, como la limitación del uso de plásticos de un solo uso, la implantación de sistemas de responsabilidad ampliada del productor y un nuevo impuesto especial sobre envases de plástico no reutilizables. Esta legislación no solo impone restricciones, sino que también ofrece incentivos para aquellas empresas que adopten soluciones más sostenibles.
- En el plano autonómico, **la Junta de Castilla y León** ha desarrollado **la Estrategia de Economía Circular de Castilla y León 2021-2030**, adaptada a las características del tejido empresarial regional. Esta estrategia fomenta la colaboración entre administraciones, empresas y sociedad civil, y promueve iniciativas como el **Pacto por la Economía Circular de Castilla y León**, lanzado en 2024, que reúne a organizaciones comprometidas con la sostenibilidad. Además, la participación de la región en proyectos piloto europeos —como la iniciativa “Ciudades y Regiones Circulares” de la UE— refuerza su posicionamiento como territorio innovador en economía circular.

En conjunto, este marco normativo-estratégico **apoya y legitima** la acción empresarial hacia la economía circular y la reducción de plásticos. Las empresas de Castilla y León, al seguir las recomendaciones de esta guía, estarán no solo cumpliendo con las **exigencias legales y objetivos estratégicos** vigentes, sino también adelantándose a futuras tendencias regulatorias. De este modo, podrán **beneficiarse** de incentivos y ayudas disponibles (europeas, nacionales o autonómicas) y posicionarse competitivamente en mercados que valoran cada vez más la sostenibilidad. En suma, la guía se inscribe en una corriente institucional imparable que sitúa a la economía circular y la gestión responsable del plástico como **pilares del crecimiento empresarial** en los años venideros, proporcionando a nuestras empresas un camino claro para alinearse con dichas políticas y aprovechar las oportunidades que de ellas se derivan.

Cumplir con esta normativa no solo es una obligación legal, sino una oportunidad para innovar, ahorrar costes y diferenciarse positivamente en el mercado.



MARCO NORMATIVO ESTRATÉGICO

Guía y legitimación de la
acción empresarial



CUMPLIMIENTO EMPRESARIAL

Cumplir con la ley
y anticiparse a tendencias



VENTAJAS COMPETITIVAS

Mejor posicionamiento y
sostenibilidad a largo plazo



BENEFICIOS E INCENTIVOS

Aprovechar oportunidades
financiera y regulatorias



2. EL IMPACTO DEL PLÁSTICO EN LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

El plástico ha transformado profundamente la economía moderna. Aunque este material ha sido clave en el desarrollo industrial por su bajo coste y versatilidad, su uso descontrolado ha generado una crisis ambiental global. Hoy, más del 40% del plástico producido en el mundo se destina a productos de un solo uso, y se calcula que solo una pequeña parte de los residuos plásticos se recicla adecuadamente.

En este contexto, las empresas tienen un papel clave en la solución: Identificar las fuentes de generación de plástico, conocer su huella ambiental y tomar medidas para reducir su uso y mejorar su gestión; teniendo en cuenta que también es una **oportunidad para innovar, reducir costes, mejorar la reputación corporativa y alinearse con la legislación y las expectativas sociales.**

2.1 EL CICLO DE VIDA DEL PLÁSTICO Y SUS IMPLICACIONES

El plástico sigue en la mayoría de los casos un modelo de producción lineal:



Este sistema, basado en el “usar y tirar”, implica un elevado uso de energía, una alta dependencia de materias primas fósiles, una significativa emisión de gases contaminantes y una gran generación de residuos persistentes en el medio ambiente.

Las principales **etapas del ciclo de vida del plástico** incluyen:

- **Producción:** emisión de CO₂, uso de agua y energía, dependencia de combustibles fósiles.

- **Transformación en productos o envases:** uso intensivo en envases de un solo uso, componentes industriales, embalajes y productos promocionales.
- **Distribución y consumo:** empaquetado excesivo, numerosos plásticos desechables en restauración y comercio
- **Fin de vida:** problemas de recogida, separación ineficaz, baja tasa de reciclaje, fuga al medio ambiente, sobrecarga en vertederos.

El problema no radica en el plástico en sí, sino en su uso excesivo, ineficiente y poco circular. Muchos residuos no se reciclan porque están contaminados, mal clasificados o resultan técnicamente inviables, lo que provoca pérdidas económicas y un alto impacto ambiental.

La solución pasa por adoptar un modelo circular, en el que el plástico se diseñe para durar, reutilizarse o reincorporarse a nuevos ciclos productivos. Esto implica desde sustituirlo por alternativas más sostenibles (envases reutilizables, materiales compostables, rediseño de producto) hasta prolongar su valor mediante la reutilización y el reciclaje.

Aplicar la economía circular al plástico significa repensar cada etapa de su ciclo de vida para cerrar el círculo, reducir el desperdicio y optimizar el aprovechamiento del

recurso. En este escenario, cada empresa puede elegir: continuar con un modelo lineal o apostar por una estrategia más eficiente, limpia y sostenible.

2.2 PRINCIPALES FUENTES DE GENERACIÓN DE PLÁSTICOS EN LAS EMPRESAS

Aunque cada empresa tiene sus particularidades, existen **patrones comunes** en la generación de residuos plásticos. Identificarlos es el primer paso para implantar mejoras. A continuación, se resumen las principales fuentes internas donde se suele originar el uso o desecho de plásticos en la actividad empresarial:

- **Envases y embalajes** (entrada y salida): envoltorios de productos, film plástico, cajas y blíster.
- **Materiales de un solo uso**: botellas, vasos, utensilios de cafetería, bolsas, bandejas o precintos.
- **Elementos promocionales o comerciales**: cartelería, expositores, artículos publicitarios.
- **Equipos de protección individual (EPI)**: guantes, mascarillas, batas, en sectores sanitarios e industriales.

- **Elementos de oficina:** fundas de documentos, carpetas de PVC, material de papelería.
- **Procesos productivos:** moldes, piezas, componentes o materiales auxiliares desechables.
- **Compras y subcontratación:** productos o materias primas que llegan con plásticos innecesarios.

Los más habituales y visibles son los **envases y embalajes**, tanto en la entrada de suministros como en la salida de productos. También se generan residuos plásticos en **utensilios de un solo uso** (botellas, vasos, cubiertos, bandejas), **material de oficina**, **equipos de protección individual (EPI)** en sectores industriales o sanitarios, y en algunos **componentes del proceso productivo** (como moldes o precintos desechables).

En muchas ocasiones, estos materiales se utilizan una sola vez y se convierten en **residuos no valorizados**, acumulándose en los centros de trabajo o en vertederos. La clave está en **detectar esos puntos críticos** y aplicar el principio de las 5 R: **repensar, reducir, reutilizar, reparar y reciclar**.

2.3 DIAGNÓSTICO AMBIENTAL DEL TEJIDO EMPRESARIAL DE CASTILLA Y LEÓN

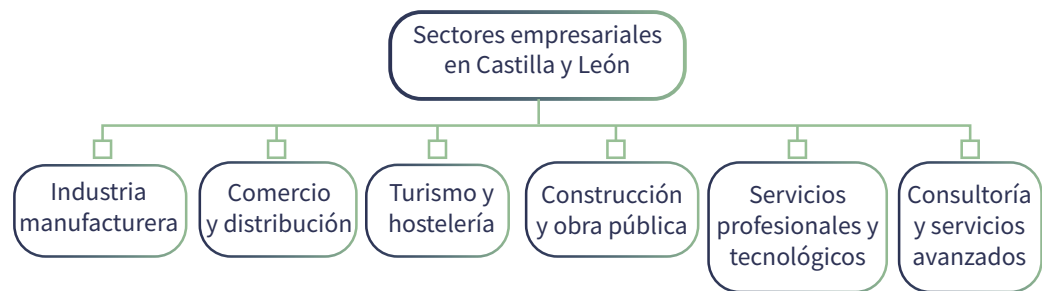
Castilla y León es una comunidad con un tejido empresarial **diverso y mayoritariamente compuesto por pymes**, muchas de ellas ligadas a sectores tradicionales como la **industria manufacturera, la construcción, el comercio y la hostelería**. Estas actividades suponen una **parte significativa del uso de plásticos** a nivel regional, especialmente en sus formas más problemáticas: plásticos de un solo uso, embalajes no reutilizables y residuos plásticos sin trazabilidad clara.

A nivel autonómico, los estudios disponibles (como los de economía circular o residuos comerciales e industriales) apuntan a que los **envases ligeros y plásticos flexibles** representan una proporción importante de los residuos no peligrosos generados por las empresas. Además, en sectores como por ejemplo, la construcción, la presencia de materiales plásticos (como geotextiles, láminas, recubrimientos, tuberías, etc.) está poco visibilizada, pero tiene un gran peso en el balance de materiales usados.

La falta de separación en origen, el desconocimiento de alternativas reutilizables y la escasa implantación de sistemas de medición son algunas de las barreras más comunes. Sin embargo, muchas empresas de la región han comenzado ya a adoptar medidas concretas —como reducción de embalajes, sustitución de productos plásticos por materiales compostables o cambios en los proveedores— demostrando que la transición es posible y beneficiosa.

2.4 CASOS Y CIFRAS SOBRE LA GENERACIÓN DE RESIDUOS PLÁSTICOS EN SECTORES CLAVE

Los siguientes datos ilustran la dimensión del problema del plástico en algunos de los sectores empresariales más relevantes en Castilla y León:



- **Industria manufacturera:** según el catálogo de buenas prácticas de 2023, representa una de las mayores generadoras de residuos plásticos por volumen de embalajes, paletizado y film estirable. Algunas plantas generan más de 30 toneladas anuales de plástico de embalaje.
- **Comercio y distribución:** el sector minorista y mayorista es responsable de un elevado consumo de bolsas, envases plásticos y film. Se estima que una mediana

empresa comercial puede llegar a consumir más de 100.000 bolsas al año si no se aplican políticas de reducción.

- **Turismo y hostelería:** el uso intensivo de plásticos de un solo uso (vasos, pajitas, cubiertos, botellas, envoltorios) es especialmente significativo en eventos, catering y alojamientos. En hoteles urbanos, hasta un 60 % del residuo generado en zonas comunes puede estar vinculado al plástico.
- **Construcción y obra pública:** aunque menos visible, el plástico está presente en múltiples productos (PVC, polietileno, EPS, etc.). La reducida segregación en obra y el uso no optimizado generan residuos difíciles de recuperar.
- **Servicios profesionales y tecnológicos:** este sector genera menos volumen de residuos plásticos, pero sí tiene margen de mejora en lo que respecta al **uso de plásticos en oficinas**, EPI, merchandising, envíos y materiales promocionales.
- **Consultoría y servicios avanzados:** muchas veces utilizan plásticos en presentaciones, congresos o kits de trabajo. **La sustitución por soportes digitales y materiales reciclables o reutilizables** está en auge, pero aún no generalizada.

Estos datos muestran que **ningún sector está exento**, y que **cada uno tiene puntos críticos** sobre los que actuar. La clave no está en eliminar el plástico de forma radical, sino en **usar solo el necesario y de forma más eficiente**. La reducción del plástico no es solo una cuestión ambiental: también es una **decisión estratégica de futuro para las empresas**.

3. PRINCIPIOS GENERALES DE ACTUACIÓN AMBIENTAL RESPONSABLE

La economía circular se ha convertido en una estrategia clave para hacer frente a la contaminación por plásticos, buscando **preservar recursos, prolongar la vida útil de los materiales y minimizar la generación de residuos**. Organismos internacionales como el PNUMA estiman que intensificar las políticas circulares permitiría reducir en un 80% la contaminación plástica hacia 2040 mediante acciones centradas en **reutilizar, reciclar y rediseñar** productos y materiales. En línea con estos objetivos globales, la normativa europea y española exige aplicar la **jerarquía de residuos**, que establece como **prioridad absoluta la prevención**, seguida de la reducción de residuos (en cantidad y peligrosidad), la preparación para la reutilización, el reciclaje y, por último, otras formas de valorización seguras. A continuación, se describen los principios generales de actuación ambiental responsable que las empresas de Cas-

tilla y León pueden adoptar para transitar hacia un modelo más sostenible en el uso de plásticos, alineado con las mejores prácticas de economía circular.

El Reglamento (UE) 2025/40, adoptado en 2024, establece nuevas obligaciones para los envases, reforzando los requisitos de sostenibilidad, reutilización, reciclaje y etiquetado, y contribuyendo a la transición hacia un modelo de economía circular más ambicioso en toda la Unión Europea. Su aplicación ofrece a las empresas herramientas concretas para innovar, reducir costes y mejorar su competitividad, al tiempo que cumplen con las exigencias legales europeas más recientes.

A continuación, se resumen los principios de actuación ambiental responsable y su correspondencia con la normativa europea:

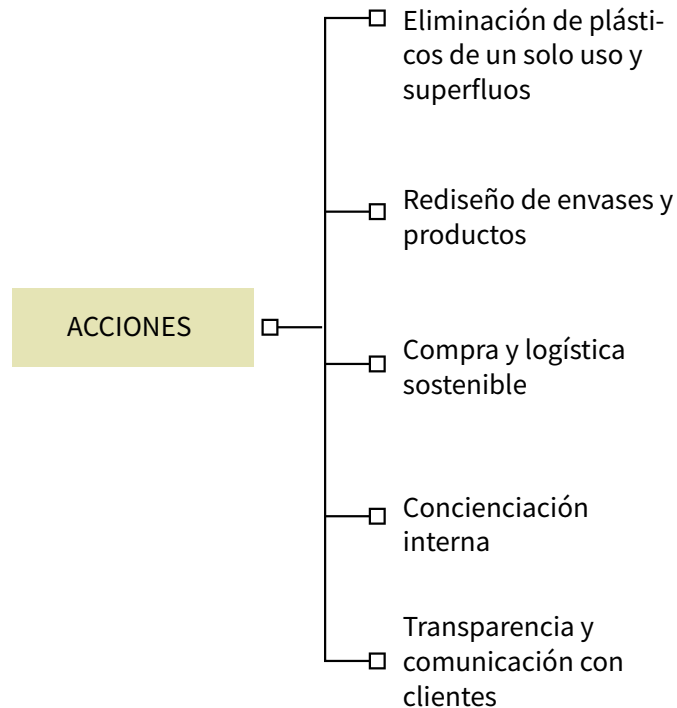
Principio	Vinculación con el Reglamento (UE) 2025/40
Prevención, reducción y eliminación del uso de plásticos innecesarios	Restricciones a ciertos envases y plásticos de un solo uso; enfoque en prevención desde el diseño.
Uso eficiente de los recursos materiales y energéticos	Optimización de materiales y energía en la fabricación de envases; minimización de la huella ambiental.
Fomento del ecodiseño, reutilización y reciclabilidad	Obligaciones de diseño ecológico, etiquetado claro, compatibilidad con sistemas de reciclaje y facilidad de reutilización.

Principio	Vinculación con el Reglamento (UE) 2025/40
Gestión de residuos y economía circular	Objetivos de reciclaje y recuperación; implementación de sistemas de responsabilidad ampliada del productor; integración en economía circular.
Educación y concienciación ambiental	Información transparente a consumidores y empresas sobre sostenibilidad de envases; promoción de decisiones de consumo responsables.

3.1 PREVENCIÓN, REDUCCIÓN Y ELIMINACIÓN DEL USO DE PLÁSTICOS INNECESARIOS

El primer principio es **evitar en origen la utilización de plásticos que no sean esenciales**. Esto implica revisar los procesos y productos de la empresa para identificar embalajes, componentes o artículos de plástico de un solo uso que puedan suprimirse o reemplazarse por alternativas más sostenibles. De acuerdo con las directrices internacionales, la prioridad debe ser *“prevenir, reducir y eliminar los productos*

plásticos innecesarios y no esenciales para detener la contaminación en su origen”. En la práctica, las empresas pueden emprender acciones como las siguientes:



- **Eliminación de plásticos de un solo uso y superfluos:** Retirar objetos como vajillas desechables, envoltorios o bolsas de plástico que no aporten valor al producto o servicio. Muchos de estos plásticos de un solo uso están siendo prohibidos o limitados por la normativa vigente. Por ejemplo, **la Ley 7/2022** de residuos en España exige reducir en un 50% para 2026 (y 70% para 2030) la venta de vasos y recipientes alimentarios de plástico de un solo uso. Además, desde 2023 se aplica un impuesto específico de **0,45 €/kg** al plástico no reciclado en envases con el fin de desincentivar su uso indiscriminado. Estos mandatos legales refuerzan la necesidad de eliminar cuanto antes los plásticos prescindibles.
- **Rediseño de envases y productos:** Aplicar principios de ecodiseño (ver sección 3.3) para reducir el contenido de plástico en los embalajes, empleando solo el material indispensable sin comprometer la funcionalidad. Esto incluye adoptar formatos concentrados, sistemas de recarga o envases reutilizables que eviten material superfluo. Muchas empresas están **reformulando sus packaging** para eliminar componentes innecesarios (p. ej., films secundarios, envolturas dobles) o sustituyéndolos por materiales compostables, papel/cartón certificado o biopolímeros, siempre que aseguren un buen desempeño.
- **Compra y logística sostenible:** Colaborar con proveedores para minimizar el plástico en las entregas y materiales auxiliares. Por ejemplo, se puede acordar la entrega de insumos en **contenedores reutilizables** en lugar de embalajes de un solo uso, o retornar/envases en circuito de depósito. Igualmente, optimizar el embalaje de productos terminados (evitando espacios vacíos, usando el tamaño

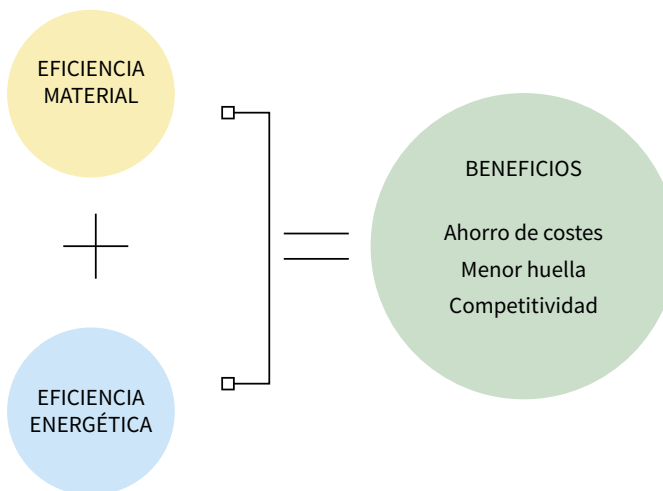
adecuado de caja) puede reducir drásticamente la cantidad de plástico de relleno y film estirable necesario.

- **Concienciación interna:** Implantar políticas corporativas que desincentiven el consumo de plásticos innecesarios en las oficinas y plantas; como puede ser fomentar el uso de material de oficina reutilizable en vez de plástico de un solo uso, contribuyen a crear una cultura de reducción. Cada pequeño cambio suma en la **prevención en la generación de residuos plásticos**, que es el escalón más efectivo de la jerarquía de gestión ambiental.
- **Transparencia y comunicación con clientes:** Informar a los consumidores sobre las acciones de reducción de plástico y fomentar comportamientos responsables, como el uso de bolsas reutilizables, devolución de envases o preferencia por productos con menor impacto ambiental. Esto también incluye mostrar de manera clara los beneficios ambientales de estas prácticas, compartir certificaciones o logros de sostenibilidad de la empresa, y generar campañas educativas que ayuden a crear conciencia sobre la importancia de reducir residuos plásticos. Una comunicación constante refuerza **la confianza del cliente** y puede motivar cambios de hábito a largo plazo.

Cabe destacar que **evitar el plástico innecesario conlleva beneficios económicos y reputacionales**. Se reducen costes de materia prima y gestión de residuos, se evitan futuras tasas ambientales y la empresa proyecta una imagen de responsabilidad. En definitiva, **el mejor residuo es el que no se llega a generar**, por lo que la prevención tiene un impacto ambiental positivo inmediato. Las empresas deben enfocarse en aquellos plásticos que *no son necesarios en su operación, que carecen de reciclabilidad o que suponen un riesgo ambiental, para priorizar su eliminación*.

3.2 USO EFICIENTE DE LOS RECURSOS MATERIALES Y ENERGÉTICOS

El segundo principio se basa en optimizar el uso de materiales y energía. Es decir, producir más con menos recursos, minimizando pérdidas, consumos innecesarios y desperdicios. Esto incluye revisar el diseño de envases y productos para evitar el uso excesivo de plástico y, siempre que sea posible, incorporar contenido reciclado.



En términos prácticos, **el uso eficiente de materiales** implica optimizar el diseño y la planificación para evitar sobrantes y mermas. Por ejemplo, optimizar los procesos de corte del plástico para reducir los recortes innecesarios o adaptar el tamaño de los envases al contenido real, evitando así el uso excesivo de material. También conlleva **incrementar la proporción de material reciclado** en los productos: aprovechar plástico reciclado (p.ej. resina posconsumo) en lugar de material virgen reduce la demanda de recursos fósiles y disminuye significativamente **la huella ambiental** de la producción. Un caso ilustrativo es el de Nestlé España, que mediante la introducción de plástico reciclado en el film de agrupación de sus productos logró reducir en un **37% la huella de carbono** de ese material, además de ahorrar un 39% del agua empleada en su fabricación. Este tipo de mejoras demuestra cómo la eficiencia material y la circularidad van de la mano, generando beneficios ambientales medibles.

Paralelamente, **la eficiencia energética** es otro pilar fundamental. Cada etapa del ciclo de vida del plástico (desde la producción de resinas hasta su transformación y gestión como residuo) conlleva un consumo energético importante, generalmente de origen fósil. Por tanto, al reducir el uso de plástico y optimizar procesos, se está también disminuyendo el consumo de energía y las emisiones asociadas. Las empresas deben implementar sistemas de gestión energética (por ejemplo, auditorías energéti-

cas e indicadores KPI) **para identificar oportunidades de ahorro:** modernización de maquinaria por equipos más eficientes, recuperación de calor, mejora del aislamiento térmico, o cambio a iluminación LED y automatizaciones en plantas son medidas típicas. El resultado es doble: menos gasto energético y menor huella de carbono.

En resumen, **hacer un uso eficiente de recursos y energía** no solo cumple con principios ambientales, sino que suele traducirse en *ahorros de costes operativos* y mayor *competitividad*. Optimizar la productividad de cada kilogramo de material y cada kWh consumido permite a la empresa elevar su desempeño ambiental y prepararse ante escenarios de aumento en los precios de la energía o las materias primas. Asimismo, este principio enlaza con la mejora continua: medir regularmente la eficiencia (por ejemplo, razón de kilogramos de producto por kilogramo de material usado, o kWh por unidad producida) facilita establecer metas de reducción y seguir avanzando en **la descarbonización y desmaterialización** de la actividad económica.

3.3 FOMENTO DEL ECODISEÑO, REUTILIZACIÓN Y RECICLABILIDAD

El tercer principio pone el foco en la etapa de **diseño del producto** y su ciclo de vida, promoviendo el **ecodiseño** (diseño ecológico) para facilitar la reutilización y el reciclado de los materiales, en particular de los plásticos. Las decisiones que se toman en la fase de concepción de un envase o artículo determinan en gran medida su impacto ambiental posterior. Por ello, adoptar un enfoque de ecodiseño es esencial para transicionar hacia la economía circular: significa crear productos pensando desde el inicio en reducir su huella ambiental, prolongar su vida útil y asegurar que, cuando termine su uso, puedan reincorporarse a los ciclos productivos en vez de convertirse en residuo.

El Reglamento (UE) 2025/40 refuerza este enfoque preventivo al establecer que, a partir de 2030, solo podrán comercializarse en la Unión Europea envases **reutilizables o reciclables de forma efectiva**, y con criterios técnicos armonizados. Esto implica que la empresa debe evaluar sus materiales y envases no solo por su coste o funcionalidad, sino también por su **comportamiento ambiental a lo largo del ciclo de vida**.

Asimismo, el Reglamento impulsa la introducción obligatoria de **contenido mínimo de material reciclado** en determinados envases de plástico, fomentando modelos circulares en los que el residuo vuelve a convertirse en recurso. Ello incentiva no solo la correcta gestión del residuo final, sino también la demanda empresarial de plástico reciclado, cerrando el ciclo circular.

En la práctica, fomentar el ecodiseño y la reciclabilidad conlleva diversas estrategias técnicas y operativas:

- **Diseñar para reciclar:** Seleccionar materiales plásticos que sean reciclables y facilitar su posterior recuperación. Por ejemplo, usar polímeros mono material (evitando mezclas inseparables de plástico, metal, papel, etc.) y colores neutros o claros que no dificulten el reciclaje. También implica marcar correctamente los tipos de plástico en envases y componentes, siguiendo normativas de etiquetado, para que los gestores de residuos puedan identificar y reciclar adecuadamente cada pieza. Un diseño que favorece la reciclabilidad permitirá que el producto, tras su vida útil, se transforme en materia prima secundaria de calidad en lugar de terminar en un vertedero.
- **Integración de contenido reciclado y materiales alternativos:** Siempre que sea posible, incorporar plástico reciclado (PET, PE, PP u otras resinas recuperadas) en los nuevos productos. Esto cierra el círculo al crear demanda para el material

reciclado y disminuye la necesidad de plástico virgen. Además, para ciertos usos se pueden emplear bioplásticos compostables o materiales no plásticos (por ejemplo, envoltorios de papel, fibras vegetales) que reduzcan la dependencia del plástico convencional, siempre evaluando su viabilidad técnica y ambiental. Muchas empresas líderes ya se han comprometido a metas ambiciosas en este sentido. Metas que impulsan a los departamentos de I+D a innovar en materiales y diseños más sostenibles.

- **Reutilización y nuevos modelos de negocio:** El ecodiseño también contempla crear productos y envases concebidos para ser **reutilizables** múltiples veces, en lugar de descartables. Esto abarca desde envases industriales retornables (bidones, pallets, contenedores reutilizables) hasta iniciativas de refile en productos de consumo (envases rellenables para detergentes, cosméticos, alimentación, etc.). Incorporar modelos de negocio circulares –como sistemas de depósito y retorno, alquiler de productos en vez de venta, servicios de refile– permite alargar la vida útil de los objetos plásticos. Un diseño robusto, modular y reparable hará posible que el mismo producto se use repetidamente. Por ejemplo, en la industria alimentaria ya existen **proyectos piloto de envases reutilizables** para delivery y take-away, donde recipientes de plástico duradero circulan entre cliente y proveedor, reduciendo drásticamente la generación de residuos de envases de un solo uso. Las empresas deben explorar estas soluciones, pues además de reducir residuos, pueden fidelizar clientes conscientes y ahorrar costes a largo plazo en materias primas.

- **Innovación en ecodiseño apoyada por herramientas y normativa:** Para implementar eficazmente el ecodiseño, es recomendable apoyarse en herramientas de análisis de ciclo de vida (ACV) que cuantifiquen el impacto ambiental de distintas alternativas de diseño, ayudando a elegir la más sostenible. Igualmente, conviene anticipar las regulaciones emergentes: la Unión Europea está estableciendo requisitos cada vez más estrictos en materia de diseño de envases (p.ej., contenido mínimo de reciclado en botellas PET, eliminación de ciertos plásticos problemáticos, tapas unidas a los envases como exige la Directiva de Plásticos de un Solo Uso, etc.). Adelantarse a estas exigencias normativas mediante el rediseño proactivo asegura el cumplimiento y refuerza la posición de la empresa como referente en responsabilidad ambiental.

En resumen, **eco diseñar con la reutilización y reciclabilidad en mente** permite a las empresas cerrar el círculo de los materiales plásticos. Un buen diseño ecológico puede reducir no solo los residuos generados, sino también las emisiones y energía empleada a lo largo de todo el ciclo de vida del producto. Como apuntan expertos en economía circular, optimizar el rendimiento de los recursos desde la fase de diseño –mediante materiales eficientes, reciclaje e innovaciones productivas– **consigue minimizar la huella ambiental** de la actividad industrial **sin comprometer la calidad o funcionalidad**. El fomento del ecodiseño es, por tanto, una inversión a futuro que prepara a la empresa para un mercado cada vez más exigente en sostenibilidad.



3.4 GESTIÓN DE RESIDUOS Y ECONOMÍA CIRCULAR

A pesar de todos los esfuerzos de prevención y ecodiseño, inevitablemente las empresas seguirán generando **residuos plásticos** en ciertas operaciones (recortes de producción, envases posconsumo devueltos, piezas dañadas, etc.). El cuarto principio general consiste en gestionar esos residuos de forma ambientalmente responsable, para reincorporarlos en la economía circular siempre que sea posible en vez de desecharlos. Una gestión de residuos eficaz cierra el ciclo de los materiales y evita que los plásticos terminen contaminando el entorno.

El Reglamento (UE) 2025/40 consolida esta jerarquía al situar la **reutilización** como una prioridad estratégica y al exigir envases efectivamente reciclables antes de su puesta en el mercado. Ya no se considera suficiente que un envase “pueda ser reciclado en teoría”, sino que debe **reciclarse en la práctica**, conforme a infraestructuras y sistemas reales disponibles.

La **gestión responsable de residuos plásticos** en la empresa abarca varias acciones encadenadas:

- **Separación y recogida selectiva:** Implantar sistemas de segregación en origen para los distintos tipos de residuos plásticos generados (film de embalaje, restos de producción de PE/PP, envases de productos químicos, etc.). Cada fracción debe depositarse en contenedores identificados y mantener la mayor pureza posible. Un residuo plástico separado adecuadamente tiene un valor como recurso: por ejemplo, restos de polietileno transparente pueden reciclarse en nuevas láminas o bolsas. Es importante capacitar al personal y contar con infraestructura (contenedores, compactadoras si aplica) para asegurar que esta separación se cumpla consistentemente.
- **Almacenamiento y entrega a gestores autorizados:** Garantizar que los residuos segregados se almacenan temporalmente de forma segura y se entregan a gestores de residuos autorizados que realizarán su valorización. En Castilla y León existen operadores especializados en reciclar plásticos industriales y comerciales; las empresas deben integrarlos en su cadena de gestión. También se puede participar en **sistemas colectivos de gestión** (p.ej., Ecoembes en el caso de envases comerciales) o acuerdos sectoriales para canalizar estos materiales hacia reciclaje. El principio de *responsabilidad ampliada* del productor aplicable a ciertos flujos (envases, equipos, etc.) exige que las empresas financien o se ocupen del tratamiento adecuado de los residuos que sus productos generan, lo que refuerza el deber de una gestión interna rigurosa.

- **Reciclaje y valorización:** Siempre que sea factible técnica y económicamente, los residuos plásticos deberían **reciclarse materialmente** para volver a ser materia prima en nuevos productos. Actualmente, las tecnologías de reciclaje mecánico permiten recuperar poliolefinas, PET, PVC, etc., y la **reciclabilidad** de un residuo depende en gran medida de que esté limpio y separado por tipo de polímero. Si algún residuo no es reciclable materialmente, se debe evaluar **la valorización energética** (p.ej., coprocesamiento en cementeras, producción de CSR –combustible sólido recuperado–) como alternativa preferible al vertedero, siempre cumpliendo la normativa de emisiones. El objetivo último es reducir al mínimo la eliminación final. De hecho, muchas empresas avanzadas persiguen la meta de “*cero residuos a vertedero*”. Este logro, ya alcanzado por algunas empresas, significa que todos los residuos se gestionan mediante reutilización, reciclaje o valorización, evitando que terminen en vertederos. Aunque alcanzar el vertido cero requiere esfuerzo continuo, es un indicador potente de economía circular en acción.
- **Economía circular e innovación con residuos:** La gestión de residuos no debe verse solo como un cumplimiento regulatorio, sino como una oportunidad de innovación. Bajo este principio, las empresas son alentadas a buscar formas creativas de reincorporar sus residuos plásticos en nuevos ciclos de negocio. Puede ser a través de **simbiosis industrial** (una empresa utiliza los residuos plásticos de otra como materia para su proceso), desarrollo de productos reciclados de mayor valor, o participación en proyectos colaborativos (ej.: iniciativas sectoriales para reciclar y comprar material reciclado mutuamente). Un ejemplo es el proyecto

Life Recypack, donde empresas de distribución colaboraron con autoridades locales para recuperar y reciclar los residuos de envases comerciales urbanos, cerrando el círculo de esos plásticos. Estas alianzas demuestran que una buena gestión de residuos plásticos puede generar materia prima reciclada de calidad, reducir costes de gestión e incluso abrir nuevos nichos de mercado “verdes”.



En síntesis, **gestionar los residuos bajo los principios de la economía circular** supone pasar de una visión de “desecho” a una visión de “recurso”. Además de cumplir la normativa (cada vez más estricta en cuanto a separación y reciclaje obligatorios), las empresas que invierten en esta gestión avanzada logran disminuir su impacto ambiental directo y contribuyen al desarrollo de una industria del reciclaje local más fuerte. Siguiendo la jerarquía antes mencionada –reusar, reciclar y solo al final eliminar– se evita la contaminación y **se preserva el valor de los materiales en el ciclo productivo el mayor tiempo posible**. Este principio requiere tanto compromiso interno (procesos y sensibilización) como trabajo con aliados externos (gestores, recicladores, administración), pero sus frutos se reflejan en una economía más circular y sostenible para todos.

3.5 EDUCACIÓN Y CONCIENCIACIÓN AMBIENTAL EN CLAVE DE PLÁSTICOS

El quinto principio destaca la importancia **ambiental y una mayor sensibilización y concienciación** tanto dentro de la empresa como hacia sus grupos de interés, poniendo especial énfasis en la problemática de los plásticos. Ninguna transforma-

ción hacia la economía circular será plenamente exitosa sin un cambio cultural y de hábitos en las personas que forman parte de la organización. Por ello, las empresas deben invertir en, informar y motivar a sus empleados, clientes y colaboradores en materia de sostenibilidad y reducción de plásticos.

Ámbito interno	Liderazgo y cultura corporativa	Ámbito externo
<ul style="list-style-type: none"> • Informar y sensibilizar • Buenas prácticas diarias • Cartelería y recordatorios • Embajadores 	<ul style="list-style-type: none"> • Implicación del equipo • Equipo sostenible • Reconocimiento • Hábitos duraderos 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación a clientes • Proveedores sostenibles • Acciones comunitarias • Ejemplaridad pública

A nivel interno, es fundamental desarrollar **programas de sensibilización** para empleados. Estos pueden incluir sesiones formativas sobre gestión de residuos, charlas de expertos en economía circular, o talleres prácticos sobre cómo reducir el consumo de plástico en las tareas cotidianas (por ejemplo, cómo realizar una correcta separación de residuos en el puesto de trabajo, o alternativas reutilizables disponibles en

la oficina). Asimismo, se pueden difundir boletines o cartelería recordando buenas prácticas –como el ahorro de materiales, el uso de recipientes personales, etc.– y explicando los beneficios ambientales logrados por la empresa (ej.: “Gracias a tu colaboración, hemos eliminado X vasos plásticos mensuales”). **Concienciar al personal** no solo mejora el cumplimiento de las medidas internas (por convicción y no por imposición), sino que convierte a cada empleado en un potencial embajador de la sostenibilidad fuera de la empresa.

Hacia el exterior, las empresas pueden liderar con el ejemplo **y extender la concienciación a clientes, proveedores y comunidad**. Algunas acciones en esta línea incluyen: campañas de comunicación sobre los esfuerzos de la empresa para reducir plásticos (transparencia que además mejora la imagen corporativa), difusión de consejos a consumidores para un consumo responsable (p. ej., mediante redes sociales o etiquetado en los productos acerca de cómo reciclar correctamente el envase), o incluso iniciativas colaborativas en la comunidad local. Un ejemplo de buena práctica es organizar o participar en jornadas de limpieza ambiental o eventos del Día Mundial del Medio Ambiente centrados en plásticos, involucrando tanto a empleados como a voluntarios externos. Estas actividades refuerzan el compromiso de la empresa con el entorno y generan un impacto educativo en la sociedad.

Además, la alta dirección y los mandos intermedios también ejercen su rol al fomen-

tar una **cultura corporativa proactiva** en temas ambientales. Esto implica integrar objetivos de reducción de plástico y economía circular en la visión y valores de la empresa y mantener canales abiertos para ideas y sugerencias verdes. Cuando la sostenibilidad se convierte en parte del ADN corporativo, el cambio de hábitos se consolida y cada decisión de negocio se toma considerando también su impacto ambiental.

En resumen, **educar y concienciar en clave de plásticos** es un principio habilitador que facilita la implementación de todos los anteriores. Informar sobre *el porqué y el cómo* de las medidas (sean de prevención, ecodiseño o reciclaje) generará mayor aceptación y participación. A largo plazo, una plantilla bien informada y sensibilizada actuará con iniciativa propia para identificar mejoras y contribuir a los objetivos ambientales. De igual modo, una empresa que comunica y se relaciona activamente con la sociedad en temas de reducción de plásticos aporta a un cambio más amplio, alineándose con las expectativas crecientes de consumidores, reguladores e inversores. La transición hacia una economía circular del plástico no solo requiere tecnología e inversiones, sino también personas más comprometidas.



4. BUENAS PRÁCTICAS MEDIOAMBIENTALES POR ÁREAS FUNCIONALES

Para garantizar el éxito de nuestro programa de sostenibilidad y fortalecer el compromiso corporativo con la economía circular, es fundamental abordar de manera integral las prácticas de cada área de la organización. A continuación, se presentan una serie de líneas de acción estructuradas por departamentos —desde la oficina administrativa hasta recursos humanos— con el fin de reducir progresivamente el uso de plásticos, optimizar recursos y fomentar un modelo de “cero plásticos”. Cada subsección describe objetivos claros, medidas concretas y ejemplos de buenas prácticas que permitirán a la empresa avanzar hacia una operación más eficiente, rentable y respetuosa con el medio ambiente.

Este enfoque por áreas facilita la identificación de oportunidades de mejora en procesos cotidianos y la implicación de todos los colaboradores, desde la alta dirección

hasta el personal de base. Al articular iniciativas en este ámbito, no solo reduciremos el impacto ambiental de nuestras actividades, sino que también consolidaremos una cultura interna de mayor responsabilidad y liderazgo hacia un desarrollo competitivamente sostenible. A continuación, se desarrollan las acciones específicas para cada ámbito.

4.1 OFICINA / ADMINISTRACIÓN

Las oficinas tienen un papel clave en la transición hacia modelos sostenibles. Las decisiones cotidianas en el entorno administrativo pueden generar impactos ambientales importantes. Adoptar políticas para reducir el uso de plásticos, así como gestionar adecuadamente los residuos es fundamental para crear espacios de trabajo más responsables con el entorno.

REDUCCIÓN DE PLÁSTICOS EN MATERIALES Y EQUIPAMIENTO DE OFICINA

Los suministros de oficina están repletos de plásticos, desde bolígrafos y carpetas hasta bandejas, porta documentos o archivadores. Si bien son objetos pequeños, su uso masivo y su baja tasa de reciclaje los convierte en una fuente persistente de resi-

duos. La primera estrategia consiste en ir sustituyendo estos productos por alternativas duraderas, reutilizables o recicladas.

- **Sustituir plásticos no reciclables por materiales reutilizables o reciclados:** Usar bolígrafos y marcadores recargables, accesorios metálicos (grapadoras, clips) y productos fabricados con materiales reciclados o biodegradables.
- **Optar por papelería libre de plástico no reciclable:** Priorizar carpetas, fundas y archivadores de cartón reciclado o fibras sostenibles, evitando el plástico en sobres, embalajes y porta documentos.
- **Fomentar la reutilización y reparación:** Reutilizar materiales en buen estado y establecer programas de mantenimiento para prolongar la vida útil de equipos y evitar compras innecesarias.
- **Gestión de residuos específica:** Instalar puntos de recogida diferenciada para plásticos de oficina, y colaborar con programas de recogida especializada, asegurando que tengan un tratamiento de reciclado adecuado a su material.

ALTERNATIVAS SOSTENIBLES EN ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

Otra fuente importante de plásticos en entornos administrativos son los productos asociados al consumo de alimentos y bebidas: vasos, botellas, cubierto y envoltorios. Estos materiales, muchas veces usados por minutos, terminan acumulándose en las

papeleras y contenedores, generando grandes cantidades de residuos innecesarios. Algunos ejemplos para su reducción pueden ser los siguientes,

- **Eliminar utensilios de un solo uso:** Proporcionar tazas, botellas y cubiertos reutilizables (de acero inoxidable, vidrio o materiales biodegradables), especialmente en eventos o reuniones.
- **Evitar envoltorios innecesarios:** Eliminar pajitas, reducir el uso de envases plásticos y snacks individuales, así como impulsar el uso de empaques compostables.
- **Instalar fuentes de agua filtrada y/o botellas de agua reciclables:** Facilitar el relleno de botellas reutilizables y reducir el uso de botellas plásticas de un solo uso.

SENSIBILIZACIÓN Y CULTURA DEL REÚSO

La transición hacia una oficina más sostenible requiere no solo cambios en los materiales o procesos, sino también un cambio cultural. El compromiso de los equipos es clave para sostener en el tiempo las buenas prácticas ambientales. Por eso, generar conciencia y fomentar el sentido de pertenencia en torno a la sostenibilidad es un componente estratégico también dentro del ámbito administrativo.

- **Cartelería educativa y señalización visible:** Colocar mensajes claros en impresoras, cocinas, salas de reuniones y puntos de reciclaje ayuda a recordar las

prácticas recomendadas: impresión responsable, uso de recipientes reutilizables, separación correcta de residuos, entre otras. Estos recordatorios visuales refuerzan los hábitos sostenibles en el día a día.

- **Espacios de intercambio y reutilización:** Establecer áreas (físicas o virtuales) donde el personal pueda donar o intercambiar objetos de oficina en buen estado —como carpetas, sobres, artículos de papelería o pequeños electrodomésticos— fomenta la economía circular y evita compras innecesarias.
- **Charlas de sensibilización:** Ofrecer talleres, charlas o cápsulas informativas sobre gestión responsable de residuos, reducción del plástico, huella ambiental y buenas prácticas ayuda a formar empleados más conscientes y más comprometidos para actuar con mayor criterio ambiental en su entorno de trabajo.

4.2 PRODUCCIÓN / PROCESOS INDUSTRIALES

En los entornos productivos e industriales, el plástico está presente en todas las fases: desde el diseño y fabricación de productos, hasta su embalaje y distribución. Para reducir su impacto ambiental, es imprescindible incorporar principios de eco-diseño, emplear materiales alternativos, adoptar modelos circulares y avanzar en la trazabilidad de los insumos. Las empresas que lideran este cambio no solo optimizan recursos, sino que impulsan la innovación y refuerzan su compromiso ambiental.

REDISEÑO DE PRODUCTOS: ECODISEÑO Y CIRCULARIDAD

El ecodiseño plantea la necesidad de reducir el impacto ambiental del producto desde su concepción, considerando aspectos como la durabilidad, la posibilidad de reparación, la facilidad de desmontaje y la selección de materiales sostenibles. Aquí es fundamental aplicar estrategias de ecodiseño, aprovechar residuos propios y repensar los modelos de uso.

Por ejemplo, una máquina industrial diseñada con módulos intercambiables (como cabezales, válvulas o paneles) permite cambiar únicamente las piezas dañadas en lugar de reemplazar el equipo completo, lo cual reduce residuos y optimiza recursos.

Además, se debe evitar el uso de plásticos innecesarios o difíciles de reciclar, como:

- Plásticos multicapa, que combinan diferentes polímeros imposibles de separar.
- **Espumas plásticas**, que generan gran volumen y suelen terminar en vertederos.
- **Plásticos muy delgados o metalizados**, poco recuperables.
- **Materiales con aditivos no identificables**, que contaminan los flujos de reciclaje.

ENVASES Y EMBALAJES INDUSTRIALES SOSTENIBLES

Los embalajes industriales representan uno de los usos más intensivos del plástico. Su función es clave, pero muchas veces incluyen materiales excesivos, no reciclables o sobredimensionados. Por eso, es prioritario rediseñarlos para que sean reutilizables, reciclables o compostables.

Una de las estrategias más efectivas es sustituir los plásticos convencionales (como film de polietileno o bolsas de burbujas) por alternativas más sostenibles:

- **Cartón reciclado**, que puede emplearse para cajas, separadores y envoltorios.
- **Bioplásticos compostables** (como PLA o PHBV), aptos para ciertos usos industriales.
- **Biomateriales innovadores**, como el micelio (raíz de hongo) o fibras vegetales prensadas, que comienzan a utilizarse en embalajes de protección.

También es importante simplificar los embalajes para facilitar su reciclaje. Esto implica:

- Diseñar envases **mono-material**, en lugar de combinaciones complejas (por ejemplo, plástico + aluminio).

- Usar **adhesivos solubles en agua, tintas al agua y etiquetas fácilmente removibles**, que no contaminen los lotes de reciclaje.

Ejemplo real: La empresa Ferrero aplicó una estrategia basada en las “5R” (repensar, reducir, reutilizar, reciclar y recuperar) en sus envases y logró retirar 6.500 toneladas de plástico rígido, incorporando hasta un 90 % de material reciclado en algunos productos. Esto evitó la producción de 10.000 toneladas de plástico virgen.

ECONOMÍA CIRCULAR APLICADA AL PROCESO PRODUCTIVO

El paso hacia una industria circular requiere no solo rediseñar los productos, sino transformar también los procesos y la cadena de suministro. Las empresas pueden aplicar modelos que mantengan los materiales plásticos en uso el mayor tiempo posible, evitando su descarte prematuro.

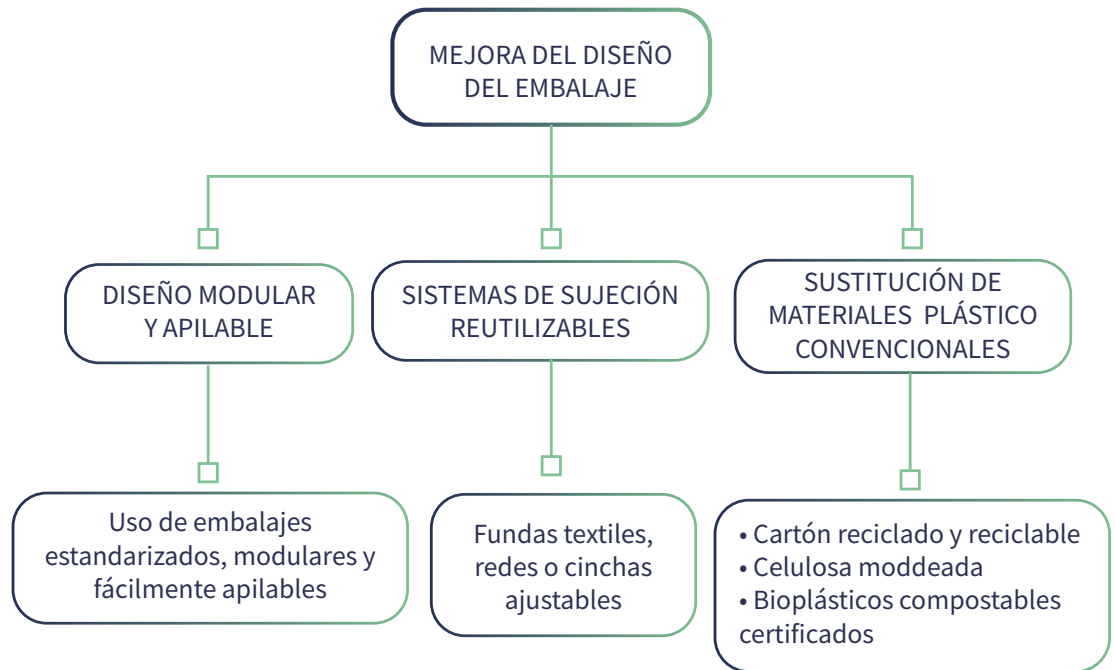
Algunas acciones clave en este ámbito son:

- **Sistemas de retorno y reparación:** Recolectar productos defectuosos o fuera de uso para reacondicionarlos, prolongar su vida útil o reciclar sus componentes. Este modelo ya se aplica en sectores como la maquinaria industrial y la electrónica profesional.

- **Valorización de residuos postindustriales:** Separar los residuos plásticos generados durante la fabricación para su reciclaje en planta o su envío a gestores certificados. Incluso es posible reintegrarlos como materia prima en el propio proceso productivo.
- **Economía de servicios:** Adoptar modelos basados en un mayor uso del leasing o renting de maquinaria. Este enfoque incentiva el diseño de productos más duraderos y más fácilmente reparables.

4.3 LOGÍSTICA Y TRANSPORTE

La logística industrial es una de las áreas que más contribuyen al uso de plásticos de un solo uso, especialmente en los embalajes secundarios y terciarios que se utilizan para proteger y transportar mercancías. En muchos casos, estos materiales —como film plástico, burbujas de aire, flejes o bolsas— son utilizados una sola vez antes de desecharse, generando un volumen significativo de residuos. Para avanzar hacia una logística más sostenible, es necesario replantear el diseño de los embalajes, introducir sistemas de retorno y logística inversa, y capacitar al personal logístico en criterios de separación, reutilización y reciclaje.



REDISEÑO Y OPTIMIZACIÓN DE EMBALAJES LOGÍSTICOS

Una de las estrategias más eficaces para reducir la huella ambiental del transporte de mercancías es mejorar el diseño del embalaje, adaptándolo a criterios funcionales y más sostenibles. Esto implica no solo reducir el uso de plásticos, sino también utilizar formas y materiales que optimicen el espacio, mejoren la eficiencia operativa y faciliten su reutilización.

- **Diseño modular y apilable:** El uso de embalajes estandarizados, modulares y fácilmente apilables permite aprovechar mejor el espacio en transporte y almacenamiento, evitando rellenos innecesarios como plásticos de burbuja o espumas. Por ejemplo, cajas encajables de cartón reforzado pueden sustituir estructuras complejas con separadores plásticos.
- **Sistemas de sujeción reutilizables:** algunas empresas han implementado alternativas al plástico como fundas textiles reutilizables, redes de sujeción o cinchas ajustables. Estas soluciones pueden usarse decenas de veces, reduciendo notablemente la generación de desechos por unidad transportada.

- **Sustitución de materiales plásticos convencionales:** Se recomienda eliminar elementos como flejes de PET o PP, bolsas plásticas o rellenos de EPS (poliestireno expandido), sustituyéndolos por:
 - Cartón reciclado y reciclable, adaptado al tipo de carga.
 - Celulosa moldeada, que ofrece buen acolchado sin comprometer la reciclabilidad.
 - Bioplásticos compostables certificados, como PLA o PHBV, para aplicaciones en las que se requiere cierto grado de protección o impermeabilidad.

Estas decisiones no solo mejoran la sostenibilidad del embalaje, sino que pueden generar ahorros en costes operativos mediante la reducción de peso y la simplificación de materiales.

SISTEMAS DE POOLING Y EMBALAJES RETORNABLES

El pooling logístico se ha consolidado como una solución eficiente para reducir el uso de embalajes en cadenas de suministro complejas, y avanzar hacia una logística más circular. Este modelo permite compartir recursos como palets, contenedores o

cajas entre diferentes empresas o actores logísticos, facilitando su retorno, limpieza y reutilización en múltiples ciclos.

- **Ejemplos de uso:** Empresas como CHEP o Logifruit ofrecen sistemas de pooling con trazabilidad integrada que permiten seguir la pista de cada embalaje. Las cajas retornables utilizadas en cadenas de supermercados, por ejemplo, pueden pasar por cientos de ciclos antes de ser sustituidas.
- **Tecnología aplicada al ciclo de vida:** El uso de herramientas de trazabilidad, como códigos QR o etiquetas RFID, permite registrar información clave de cada unidad reutilizable: número de usos, estado, ubicación, y necesidad de mantenimiento. Esto favorece una gestión eficiente de recursos y evita pérdidas o reemplazos innecesarios.
- **Mantenimiento preventivo y reparación:** Para garantizar la durabilidad del sistema, es clave establecer programas de mantenimiento periódicos. Revisar cierres, asas o estructuras de los contenedores asegura que estos puedan mantenerse en uso durante más tiempo y no terminen descartados por daños menores.

LOGÍSTICA INVERSA: RECUPERAR Y REUTILIZAR LOS EMBALAJES

Una logística inversa bien planificada es clave para cerrar el ciclo de los embalajes reutilizables. Consiste en organizar la recogida de los materiales tras la entrega de productos y devolverlos al punto de origen para su limpieza, reacondicionamiento o reciclaje.

- **Rutas de recogida integradas:** En lugar de transportar camiones vacíos, muchas empresas están incorporando rutas de retorno planificadas que permiten recoger los embalajes usados tras las entregas. Esto reduce las emisiones y maximiza la eficiencia del transporte.
- **Separación y limpieza en origen:** Para facilitar la reutilización o reciclaje de los embalajes, es fundamental establecer protocolos de separación por tipo de material en los muelles de carga y almacenes. Disponer de contenedores específicos (por ejemplo, para HDPE, PET, cartón, etc.) y garantizar la limpieza previa de los envases evita la contaminación cruzada.
- **Capacitación del personal logístico:** El equipo de almacén y transporte debe recibir formación específica en buenas prácticas de embalaje sostenible: identificar materiales reutilizables, aplicar criterios de separación adecuados y manipular correctamente los embalajes para prolongar su vida útil. Estas tareas, si bien sencillas, tienen un alto impacto en la sostenibilidad del sistema.

4.4 COMPRAS Y CADENA DE SUMINISTRO:

El área de compras es clave para prevenir el uso de plásticos desde el origen: seleccionar qué materiales y productos entran en la empresa, con qué tipo de envases, y bajo qué criterios ambientales. Actuar desde esta área permite aplicar un enfoque

preventivo. El objetivo no es únicamente cambiar materiales, sino modificar los criterios de evaluación, planificación y contratación para reducir el impacto ambiental desde el origen.

El **Reglamento (UE) 2025/40** impulsa este cambio al reforzar la **responsabilidad ampliada del productor** y exigir que los envases puestos en el mercado sean efectivamente reutilizables o reciclables. Esto obliga a las empresas a revisar no solo su producción interna, sino también lo que adquieren a proveedores.

La compra responsable ya no es solo una buena práctica ambiental: se convierte en un criterio de **cumplimiento normativo**.

POLÍTICA DE COMPRAS MÁS SOSTENIBLES: ESTABLECER CRITERIOS CLAROS Y MEDIBLES

Para avanzar hacia una cadena de suministro más sostenible, es fundamental que la organización implemente una política de compras que incorpore criterios ambientales explícitos y cuantificables. Esta política orienta a los equipos responsables sobre qué materiales, formatos y proveedores son aceptables y cuáles deben evitarse para

reducir el impacto ambiental.

Acciones clave para implementar la política:

- **Establecimiento de objetivos medibles, ambiciosos y realistas:** Definir metas claras y alcanzables, como eliminar el 100 % de los plásticos de un solo uso en suministros auxiliares antes de una fecha determinada, o priorizar la contratación de proveedores que utilicen embalajes reutilizables o materiales biodegradables. *Estas metas deben adaptarse al contexto y capacidades de cada empresa, asegurando que su cumplimiento sea factible y progresivo, sin comprometer la operatividad del negocio.*
- **Promover sustitución de materiales problemáticos:** Evitar en la medida de lo posible, la compra de materiales que complican la gestión de residuos o contaminan los procesos de reciclaje, tales como poliestireno expandido (EPS), bolsas plásticas innecesarias y plásticos multicapa.
- **Fomento de productos con ecodiseño y economía circular:** Priorizar insumos que incorporen materiales reciclados, permitan la recarga o devolución de envases, y que estén diseñados para facilitar su reciclaje o reutilización.
- **Desarrollo de guías:** Crear manuales claros para orientar a los diferentes departamentos en compras responsables, y capacitar a los equipos para que apliquen estos criterios de forma práctica y coherente.

- **Monitoreo y evaluación de proveedores:** Solicitar informes sobre el uso de materiales reciclados, embalajes reutilizables y otras prácticas sostenibles, para ajustar las estrategias y mejorar progresivamente el impacto ambiental de la cadena de suministro.

SELECCIÓN Y GESTIÓN ESTRATÉGICA DE PROVEEDORES

La gestión estratégica de proveedores sostenibles implica fomentar alianzas con socios que integren en sus procesos la minimización del uso de plásticos y la adopción de materiales y prácticas circulares. Esto se traduce en preferir aquellos que implementan embalajes duraderos, retornables o fabricados con materiales reciclados, y que evitan el uso de empaquetados superfluos o de difícil reciclaje.

Un aspecto a destacar es la exigencia de responsabilidad extendida, que ayuda a cerrar el ciclo y evita que los residuos generados recaigan exclusivamente en la empresa cliente.

- **Valorar la adopción de certificaciones reconocidas en gestión ambiental y sostenibilidad,** como ISO 14001, EMAS o certificaciones B Corp, que evidencian un compromiso formal y estructurado.

- **Implementar sistemas de trazabilidad** para monitorizar el origen y destino de los materiales, facilitando la transparencia y el control de la cadena de suministro.
- **Solicitar reportes regulares** sobre el tipo y composición de materiales de embalaje utilizados, lo que permite medir el avance hacia metas de reducción y reciclaje, además de identificar áreas de mejora.
- **Valorar qué proveedores utilizan prácticas que generen residuos innecesarios**, como el uso excesivo de plásticos secundarios para protección o rellenos plásticos redundantes.
- Aplicar este criterio a **todos los suministros**, incluyendo materias primas y servicios auxiliares como mobiliario, limpieza o merchandising.

COMPRAS AL POR MAYOR Y SIN PLÁSTICOS

Una estrategia para reducir el consumo de plásticos en la empresa es favorecer las compras a granel o al por mayor, lo que minimiza la generación de embalajes unitarios y plásticos innecesarios. Esta práctica permite no solo disminuir residuos, sino también optimizar el espacio y la eficiencia logística.

Por ejemplo, es recomendable adquirir productos de limpieza, alimentos o insumos corporativos en envases de gran tamaño, evitando la compra de múltiples unidades pequeñas envueltas en plástico. Esto reduce considerablemente la cantidad de resi-

duos plásticos que se generan diariamente.

Para lograr estos objetivos, es necesario que cada departamento colabore estrechamente con el área de compras, asegurando que se identifiquen y adopten alternativas más circulares y sostenibles. Algunas prácticas clave incluyen:

- **Incluir merchandising corporativo ecológico**, evitando regalos promocionales con materiales plásticos innecesarios. Optar por productos duraderos, reciclables o fabricados con materiales biodegradables transmite un mensaje coherente con los valores sostenibles de la organización.
- **Priorizar la compra de equipos electrónicos reacondicionados**, de segunda vida o con certificaciones ambientales (como Energy Star, EPEAT o similares), lo cual reduce el impacto ambiental de la tecnología sin comprometer su funcionalidad.
- **Evaluar opciones reutilizables o rellenables para productos habituales**, como dispensadores de jabón, tóner de impresora o envases de alimentos, fomentando contratos con proveedores que faciliten este tipo de soluciones.
- **Fomentar compras de proximidad**, reduciendo emisiones de transporte y apoyando economías circulares en la comunidad cercana.

4.5 COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING

El área de marketing y comercialización no solo define cómo se posiciona un producto en el mercado, sino también cómo se comunica el compromiso ambiental de la organización. Esto implica alinear las acciones promocionales, el diseño del packaging, la participación en eventos o el merchandising con una estrategia libre de plásticos innecesarios. Adoptar una visión coherente entre lo que se comunica y lo que se hace es clave para construir una imagen de marca responsable y creíble ante clientes, inversores y la sociedad.

PACKAGING COMERCIAL CON CRITERIOS MÁS SOSTENIBLES

El diseño del envase no solo cumple funciones técnicas y logísticas, sino que es una herramienta poderosa de comunicación. Por eso, el compromiso con la sostenibilidad debe reflejarse también en el área de marketing, que define la imagen que transmite el producto y el mensaje que lo acompaña. En un mercado cada vez más exigente, el envase comunica valores y es clave para diferenciar una marca. Los con-

sumidores penalizan los envases innecesarios o poco reciclables, y muchas decisiones de compra están influidas por esta percepción.



- **Alinear el diseño de envase con los valores sostenibles de la marca:** esto implica solicitar que los empaques reflejen un compromiso ambiental real y visible, sin comprometer estética ni funcionalidad. El equipo de marketing debe asegurarse de que el packaging no contradiga lo que la marca promueve.
- **Evitar decisiones puramente estéticas que generen residuos:** por ejemplo, no pedir envoltorios secundarios, acabados plásticos brillantes o elementos decorativos de un solo uso que impidan el reciclaje o generen rechazo en el cliente consciente.
- **Comunicar con claridad las ventajas ambientales del envase:** asegurar que las etiquetas, fichas de producto y materiales promocionales informen de forma

comprensible sobre si es reciclable, qué porcentaje de material reciclado contiene, o si se trata de un envase compostable

- **Liderar campañas educativas para el consumidor:** si se lanza un producto con envase reciclable o reutilizable, el área de marketing debe acompañarlo con mensajes claros de cómo usarlo correctamente o cómo desecharlo para maximizar su impacto ambiental.
- **Incorporar ejemplos inspiradores como parte del relato de marca:** mostrar casos propios o ajenos que refuercen esta visión sostenible ayuda a consolidar el vínculo con el consumidor. Por ejemplo, Coca-Cola lanzó su “PlantBottle” hecha parcialmente de plástico vegetal, y marcas como Patagonia o Lush han eliminado casi por completo los plásticos en la presentación de sus productos, optando por envases sólidos sin envoltorios o formatos rellenables.

EVENTOS, PROMOCIONES Y MERCHANDISING CON ENFOQUE

MÁS SOSTENIBLE

En ferias, eventos, patrocinios o campañas publicitarias, cada elemento que se entrega, instala o exhibe representa una oportunidad (o una amenaza) en términos de uso de plásticos y residuos generados.

Desde esta área, es crucial adoptar criterios claros para reducir el uso de plásticos en los materiales promocionales y acciones públicas, sin sacrificar la presencia de marca ni la experiencia del consumidor. Se trata de elecciones que, además de sostenibles, pueden proyectar una imagen de modernidad, coherencia y mayor compromiso con la sostenibilidad ambiental.

Algunas prácticas recomendables:

- **Rediseñar el merchandising corporativo:** en lugar de regalar objetos promocionales de plástico desechable (como bolígrafos, llaveros, bolsas, etc.), se puede optar por alternativas reutilizables, reciclables o digitalizadas. Por ejemplo, libretas de papel reciclado, botellas de acero, bolsas de tela o accesos digitales a contenidos exclusivos mediante QR.
- **Evitar montajes efímeros con gran consumo de plásticos:** durante ferias o lanzamientos, es habitual usar lonas, estructuras, banderolas o mobiliario promocional fabricado con PVC u otros plásticos de un solo uso. Se recomienda sustituirlos por soportes reutilizables, modulares o hechos con materiales reciclados (madera certificada, tela, cartón estructural, etc.).
- **Valorar proveedores de eventos y stands con criterios ambientales:** el departamento de marketing puede exigir que las agencias o empresas montadoras con las que colabore cumplan ciertos requisitos, como usar sistemas reutilizables, evitar embalajes plásticos o recuperar el material tras el evento.

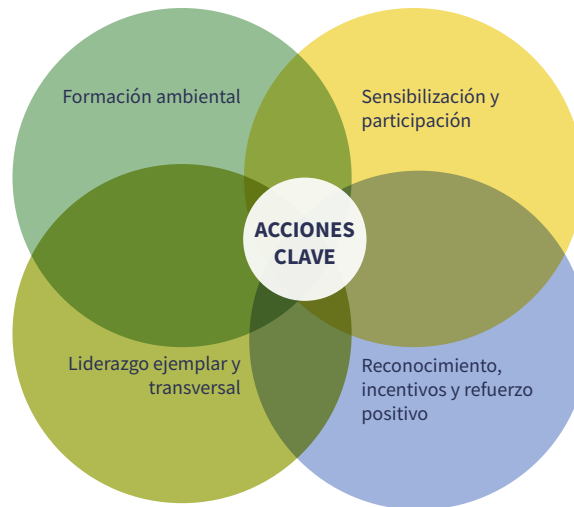
Por ejemplo, marcas como Lush han eliminado el uso de bolsas plásticas en sus puntos de venta, reemplazándolas por envoltorios de tela o papel reciclado. Otras como IKEA han rediseñado por completo sus eventos de marca para evitar los materiales no reciclables, apostando por escenografías modulares y reutilizables entre campañas.

4.6 RECURSOS HUMANOS Y CULTURA INTERNA

Transformar el compromiso ambiental en una realidad cotidiana dentro de la empresa exige más que decisiones técnicas o normativas: requiere activar el cambio desde las personas. El área de Recursos Humanos es clave en esta transición, ya que tiene el poder de moldear hábitos, fortalecer valores y construir una cultura corporativa más alineada con la sostenibilidad.

Lejos de ser un tema exclusivamente operativo, la sostenibilidad debe convertirse en una actitud compartida por toda la plantilla. Cuando el equipo humano se siente parte de un propósito ambiental más amplio, se refuerza no solo el desempeño ecológico, sino también la motivación, la cohesión interna y el atractivo de la organización como empleador más comprometido con la sostenibilidad ambiental.

Este compromiso interno puede fortalecerse a través de cuatro líneas de acción prioritarias:



- **Formación y capacitación ambiental.** Es importante ofrecer programas adaptados a cada área de la empresa para reforzar el conocimiento del personal sobre uso eficiente de recursos, gestión de residuos y economía circular. Así se empodera a los empleados como agentes activos del cambio ambiental sostenible.

- **Sensibilización y participación:** Impulsar campañas e iniciativas ambientales dentro de la empresa fortalece el compromiso del personal y refuerza su vínculo con los valores sostenibles, convirtiéndolos en embajadores del cambio tanto dentro como fuera del entorno laboral.
- **Liderazgo.** La sostenibilidad medioambiental debe impulsarse desde el líder. Su compromiso visible motiva al resto del equipo y refuerza la cultura corporativa. Líderes que evitan vuelos innecesarios, promueven políticas de compras más comprometidas con el medio ambiente o asignan recursos a proyectos sostenibles, envían un mensaje poderoso a toda la organización.
- **Reconocimiento, incentivos y refuerzo positivo.** Para consolidar una cultura sostenible, es importante reconocer los esfuerzos individuales y colectivos, refuerza el comportamiento positivo y muestra que la empresa valora este tipo de contribuciones. El reconocimiento además de motivar, ayuda a visibilizar buenas prácticas que otros pueden replicar.

4.7 ENFOQUE “PLÁSTICO CERO”

La iniciativa “Plástico Cero” funciona como eje transversal que articula y refuerza todas las acciones sectoriales descritas anteriormente. Como hemos visto en los puntos previos —desde la digitalización en oficinas hasta la compra verde, el rediseño de productos o la innovación tecnológica— cada área de la empresa puede y debe contribuir a una meta común: *eliminar progresivamente los plásticos de un solo uso en todas las operaciones*. El enfoque “Plástico Cero” proporciona el marco estratégico para integrar estas medidas de forma coordinada, duradera y medible, alineando a toda la organización hacia la circularidad.

Más allá del compromiso ambiental, este enfoque responde a una obligación legal creciente. **Según el Real Decreto 293/2022**, desarrollado por el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO), las empresas deben **reducir, eliminar o sustituir determinados productos plásticos de un solo uso**, prohibidos en su comercialización desde julio de 2023. Esta norma también impone requisitos en materia de diseño, etiquetado, sensibilización ciudadana y responsabilidad ampliada del productor.

Ante la creciente presión normativa y ambiental, muchas empresas están adoptando la estrategia “Plástico Cero” como hoja de ruta para cumplir la legislación, anticiparse a futuras regulaciones y consolidar su liderazgo en sostenibilidad. Esta iniciativa se basa en la aplicación sistemática del principio de las 4R —Reducir, Reutilizar, Reciclar y Recuperar— y exige una transformación transversal en áreas como producción, compras, logística, oficinas, diseño o cultura interna. Más que una acción puntual, se trata de un cambio estructural que debe traducirse en planes concretos, indicadores de seguimiento y decisiones sostenibles en el día a día. En un contexto donde sólo el 9% de los residuos plásticos generados globalmente se recicla, avanzar hacia “Plástico Cero” deja de ser una opción voluntaria para convertirse en una estrategia necesaria, ambiciosa y coherente con los desafíos de una economía más limpia y más responsable con el medio ambiente

Para que las empresas puedan cumplir de manera efectiva con los principios de economía circular y las obligaciones **del Reglamento (UE) 2025/40**, es fundamental traducir los requisitos normativos en acciones concretas adaptadas a cada área funcional. La siguiente tabla ofrece **recomendaciones operativas**, indicando qué deben implementar oficinas, producción, logística, compras, marketing y recursos humanos para avanzar hacia un modelo sostenible en el uso de plásticos, fomentando la prevención, reutilización, reciclabilidad y educación ambiental.

Área funcional	Qué exige la normativa / principios	Recomendaciones operativas
Oficina / Administración	Prevención de residuos, reducción de plásticos innecesarios, educación ambiental	<p>Implantar política que avance hacia papel cero.</p> <p>Usar envases y utensilios reutilizables.</p> <p>Promover compras más sostenibles</p>
Producción / Procesos industriales	Ecodiseño, reciclabilidad, uso eficiente de recursos	<p>Rediseñar productos y envases para facilitar reciclaje y reutilización.</p> <p>Sustituir plásticos por materiales sostenibles.</p> <p>Optimizar procesos para minimizar consumo de material y energía.</p>
Logística y transporte	Gestión de residuos, economía circular	<p>Implementar embalajes sostenibles y retornables.</p> <p>Establecer sistemas de recogida y reutilización de envases.</p> <p>Optimizar rutas y carga para reducir impacto ambiental.</p>

Área funcional	Qué exige la normativa / principios	Recomendaciones operativas
Compras y cadena de suministro	Prevención de plásticos, economía circular	<p>Considerar criterios de circularidad y sostenibilidad.</p> <p>Valorar ausencia de plásticos innecesarios en proveedores.</p> <p>Priorizar productos y envases reutilizables o reciclables.</p>
Comercialización y marketing	Ecodiseño, reciclabilidad, información al consumidor	<p>Evitar envases plásticos innecesarios.</p> <p>Diseñar envases compatibles con reciclaje.</p> <p>Comunicar al consumidor la sostenibilidad de los productos.</p>
Recursos humanos y cultura interna	Sensibilización y concienciación ambiental	<p>Capacitar al personal en gestión de plásticos y economía circular.</p>
Plástico Cero (no plásticos de un solo uso)	Restricción de plásticos de un solo uso	<p>Eliminar plásticos de un solo uso en todas las áreas.</p> <p>Sustituirlos por alternativas reutilizables o biodegradables.</p>



5. BUENAS PRÁCTICAS SECTORIALES CON FOCO EN LA REDUCCIÓN DE PLÁSTICO

En la transición hacia un modelo económico más circular y sostenible, cada sector productivo y de servicios desempeña un papel clave en la reducción del uso de plásticos y en la adopción de buenas prácticas que minimicen su huella ambiental. Aunque las estrategias de sostenibilidad suelen tener un enfoque transversal, su aplicación concreta requiere adaptar las medidas a las particularidades de cada actividad, desde la construcción hasta los servicios tecnológicos.

El presente apartado aborda una batería de acciones sectoriales que permiten avanzar hacia el objetivo común de una economía sin plásticos innecesarios. A través de ejemplos reales, soluciones innovadoras y criterios normativos, se evidencian tanto las oportunidades de mejora, como las experiencias inspiradoras que ya están marcando el rumbo en distintos sectores. Esta perspectiva sectorial facilita la identificación de buenas prácticas replicables y refuerza el compromiso de cada agente económico con la sostenibilidad. A continuación, se presentan las principales medidas y recomendaciones específicas para los sectores de construcción, turismo, industria manufacturera, comercio, servicios profesionales y consultoría.

Cada sector presenta usos del plástico, normativas y oportunidades diferentes. Por ello, es clave personalizar las estrategias para facilitar su implantación realista y efectiva.

5.1 CONSTRUCCIÓN Y OBRA PÚBLICA

El sector de la construcción y la obra pública genera una elevada cantidad de residuos plásticos, especialmente asociados a embalajes, componentes temporales, protecciones y elementos auxiliares. La presión normativa y social hacia modelos de edificación más sostenibles está impulsando a empresas, promotoras y administraciones a adoptar soluciones que reduzcan el uso de plásticos de un solo uso, favorezcan su reutilización y prioricen materiales reciclados.

El Reglamento (UE) 2025/40 refuerza esta tendencia al exigir que los envases utilizados en la cadena de suministro (B2B) sean **reutilizables o reciclables en condiciones reales**, e impulsar la sustitución de embalajes plásticos innecesarios por alternativas duraderas o retornables.

La transición hacia envases reutilizables en obra no solo responde a una exigencia regulatoria progresiva, sino que genera **ahorros logísticos, menos residuos en obra y mejor imagen ambiental**, especialmente en contratos públicos donde los criterios verdes ganan peso

BUENA PRÁCTICA 1: Sustitución de film plástico por lonas reutilizables.

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN	3. NOMBRE DE LA ACCIÓN		
Reducir el uso de plásticos de un solo uso en protección de materiales en obra.	Prevención de residuos plásticos en logística y acopio.	Sustitución de film estirable por lonas reutilizables.		
4. TIPO DE MEDIDA		5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN		
Organizativa / Sustitución de material.		Reemplazar el film plástico desechable usado para proteger sacos, maquinaria o palés por lonas reutilizables de polietileno grueso o tejidos impermeables resistentes.		
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES
Alta	Coste inicial medio / Alta durabilidad / Ahorro a medio plazo.	Zonas de acopio en obra, almacenes.	Encargado de obra / Departamento de compras.	Operarios, proveedores, personal de almacén.

BUENA PRÁCTICA 1: Sustitución de film plástico por lonas reutilizables.

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Bajo-medio (inversión inicial en lonas reutilizables).

13. FINANCIACIÓN

Recursos propios de la obra.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Cartelería, formación básica a operarios, hoja de instrucciones.

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

N.º de lonas reutilizables en uso.

Reducción estimada de kg de film plástico usado.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE



BUENA PRÁCTICA 2: Sustitución de encofrado plástico por reutilizable

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN	3. NOMBRE DE LA ACCIÓN		
Reducir residuos plásticos derivados de encofrado de un solo uso.	Sustitución de materiales temporales por reutilizables.	Uso de encofrados metálicos o de madera tratada reutilizable.		
4. TIPO DE MEDIDA		5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN		
Materiales de obra / Sostenibilidad operativa.		Evitar el uso de encofrados plásticos desechables empleando sistemas reutilizables: metálicos, plásticos reforzados o de madera certificada de alta resistencia.		
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES
Alta	Coste inicial medio / Muy rentable a medio plazo / Impacto ambiental positivo.	Obras de cimentación, muros, forjados.	Departamento de compras / Dirección técnica.	Proveedor de encofrado, operarios de estructura.

BUENA PRÁCTICA 2: Sustitución de encofrado plástico por reutilizable

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Moderado (amortizable en varias obras).

13. FINANCIACIÓN

Recursos propios o alquiler de equipos reutilizables.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Presentación técnica del sistema en obra, comparativas de coste-uso.

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

Nº de reutilizaciones por panel.
Kg de plástico desechable evitado.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE



BUENA PRÁCTICA 3: Separación selectiva de residuos en obra

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN	3. NOMBRE DE LA ACCIÓN		
Aumentar la tasa de reciclaje de residuos plásticos en obra.	Gestión de residuos en obra pública.	Separación de residuos plásticos mediante contenedores diferenciados.		
4. TIPO DE MEDIDA		5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN		
Operativa / Ambiental.		Instalar contenedores específicos, identificados y señalizados para residuos plásticos (envoltorios, restos de tuberías, bidones), garantizando su separación y posterior reciclaje.		
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES
Alta	Coste bajo / Alto impacto ambiental / Muy fácil de implementar.	Zona de obra, casetas, áreas de acopio.	Encargado de obra / Coordinador de residuos.	Operarios, subcontratas, gestores de residuos.

BUENA PRÁCTICA 3: Separación selectiva de residuos en obra

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Bajo (contenedores y señalética).

13. FINANCIACIÓN

Incluido en costes de gestión de residuos.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Charlas breves en obra, carteles junto a contenedores.

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

Kg de residuos plásticos separados. N° de contenedores instalados.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE



BUENA PRÁCTICA 4: Uso de plásticos reciclados en asfaltos y elementos constructivos

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN	3. NOMBRE DE LA ACCIÓN		
Fomentar la economía circular y reducir el uso de plástico virgen en obra pública.	Innovación en materiales de construcción.	Incorporación de plásticos reciclados en mezclas asfálticas y elementos constructivos.		
4. TIPO DE MEDIDA		5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN		
Técnica / Ambiental.		Utilizar plásticos reciclados triturados en mezclas asfálticas para pavimentación (como en Barcelona: 5,5 km con 15,5 toneladas de plástico reutilizado). Aplicar también en otros elementos constructivos como mobiliario urbano o bases de carreteras, integrando residuos industriales como neumáticos fuera de uso. Estas soluciones mejoran la durabilidad de las infraestructuras y evitan el vertido de plásticos.		
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES
Alta	Coste medio / Alta innovación / Alto impacto ambiental positivo.	Obras viales, urbanizaciones, áreas públicas.	Dirección técnica del proyecto / Administración contratante.	Empresas constructoras, laboratorios de materiales, proveedores de mezclas, técnicos de obra civil.

BUENA PRÁCTICA 4: Uso de plásticos reciclados en asfaltos y elementos constructivos

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Medio – vinculado al coste de mezcla o elementos reciclados.

13. FINANCIACIÓN

Fondos de obra pública / Fondos verdes / Programas de I+D+i.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Paneles informativos en obra, publicaciones técnicas, ruedas de prensa institucionales.

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

Toneladas de plástico reciclado incorporado.
Km de vía construida con plástico reciclado.
% del volumen sustituido respecto a materiales tradicionales.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE



BUENA PRÁCTICA 5: Reutilización de tuberías y componentes plásticos

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN	3. NOMBRE DE LA ACCIÓN		
Reutilizar elementos plásticos de obra para alargar su vida útil.	Reducción de residuos plásticos reutilizables.	Clasificación y reutilización de tuberías PVC y accesorios plásticos.		
4. TIPO DE MEDIDA		5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN		
Operativa / Logística de obra.		Recuperar y almacenar tubos de PVC, accesorios, cubos y otros componentes plásticos sobrantes para su reutilización en instalaciones provisionales, pruebas o canalizaciones no críticas.		
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES
Media-Alta	Coste muy bajo / Ahorro económico / Mejora ambiental.	Zona de obra, almacén.	Encargado de obra / Jefe de producción.	Operarios, personal de almacén, técnicos de instalaciones.

BUENA PRÁCTICA 5: Reutilización de tuberías y componentes plásticos

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Prácticamente nulo.

13. FINANCIACIÓN

No requiere financiación adicional.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Instrucciones internas, buena práctica compartida en reuniones de equipo.

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

Nº de elementos reutilizados por obra.

% de componentes reaprovechados frente a comprados.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE



5.2 TURISMO Y HOSTELERÍA

El sector turístico y de hostelería es uno de los más visibles en cuanto a la generación y gestión de residuos plásticos, debido al contacto directo con miles de clientes diarios y la alta rotación de productos de un solo uso. En respuesta a las demandas normativas y a una clientela cada vez más comprometida con la sostenibilidad, numerosos establecimientos han implementado medidas para eliminar o reducir el plástico en sus operaciones.

BUENA PRÁCTICA 1: Sustitución de botellas plásticas de cortesía por botellas reutilizables personalizadas

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN	3. NOMBRE DE LA ACCIÓN
Eliminar botellas de plástico de un solo uso en la acogida al cliente.	Reducción de plásticos en servicios de bienvenida.	Entrega de botella reutilizable y mapa de fuentes de agua.
	4. TIPO DE MEDIDA	5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN
	Organizativa / Experiencia cliente.	Sustitución de botellas plásticas de cortesía por botellas reutilizables (acero, vidrio o plástico reciclado), entregadas en recepción. Se acompaña de un plano o QR con fuentes de agua filtrada disponibles en el hotel.

BUENA PRÁCTICA 1: Sustitución de botellas plásticas de cortesía por botellas reutilizables personalizadas

6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES
Alta	Coste medio / Imagen sostenible / Valor añadido.	Recepción, habitaciones, zonas comunes.	Dirección / Departamento de experiencia cliente.	Recepcionistas, proveedores, mantenimiento.

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Medio (según tipo de botella).

13. FINANCIACIÓN

Recursos propios / Colaboraciones con marcas.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Cartelería, bienvenida en recepción, web del hotel.

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

Nº de botellas plásticas evitadas.
Tasa de uso de botellas reutilizables.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE



BUENA PRÁCTICA 2: Instalación de dispensadores reutilizables en baños y restauración

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN	3. NOMBRE DE LA ACCIÓN		
Reducir el consumo de envases de plástico monodosis en servicios higiénicos y de alimentación.	Sistemas de dispensación y reutilización.	Uso de dispensadores a granel en lugar de envases individuales.		
4. TIPO DE MEDIDA		5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN		
Técnica / Organizativa.		Instalación de dispensadores fijos de gel, jabón y champú rellenables en habitaciones y baños comunes. En restauración, sustitución de porciones individuales por formatos a granel.		
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES
Medio	Ahorro económico a medio plazo / Mejora operativa / Gran reducción de envases.	Baños, duchas, buffets, cocinas.	Dirección técnica / Responsable de restauración.	Personal de limpieza, mantenimiento, cocina.

BUENA PRÁCTICA 2: Instalación de dispensadores reutilizables en baños y restauración

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Medio

13. FINANCIACIÓN

Fondos propios / Ahorros operativos.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Carteles informativos, mensajes en web, formación del personal.

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

% de habitaciones con dispensadores.
Kg de plástico monodosis evitado.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE



BUENA PRÁCTICA 3: Ecodiseño en productos de cortesía

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN	3. NOMBRE DE LA ACCIÓN		
Reducir el plástico en los productos ofrecidos al cliente mediante soluciones de ecodiseño.	Sustitución de materiales y rediseño del producto.	Amenities sostenibles sin envase plástico.		
4. TIPO DE MEDIDA		5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN		
Diseño / Sustitución de materiales.		Utilización de productos sin envoltorio plástico: jabones sólidos, cosméticos en barra. Eliminación del envase innecesario.		
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES
Media – Alta	Aumento de percepción de calidad / Coste medio / Imagen de marca positiva.	Habitaciones, packs de bienvenida.	Departamento de compras / Sostenibilidad.	Proveedores, limpieza, recepción.

BUENA PRÁCTICA 3: Ecodiseño en productos de cortesía

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Medio (ligeramente superior al estándar).

13. FINANCIACIÓN

Recursos propios / Incentivos de ecodiseño.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Etiqueta visible en el producto, mensaje en web y habitación.

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

% de productos con ecodiseño.
Kg de plástico por habitación evitado.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE



BUENA PRÁCTICA 4: Eliminación de plásticos en vajilla, cubiertos y mantelería

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN	3. NOMBRE DE LA ACCIÓN		
Eliminar plásticos de un solo uso en el servicio de mesa.	Sustitución de materiales en restauración.	Mesa sin plástico: vajilla y menaje sostenible.		
4. TIPO DE MEDIDA		5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN		
Sustitución de productos / Mejora operativa.		Sustitución de platos, cubiertos, vasos, pajitas y manteles de plástico por opciones reutilizables (cerámica, tela, vidrio, acero) o compostables (cartón, bambú). Aplicable en sala, terraza, eventos y room service.		
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES
Alta	Coste medio / Alta percepción de calidad / Cumple normativa.	Restaurantes, terrazas, buffets, habitaciones.	Dirección de restauración / Compras.	Cocina, sala, limpieza, proveedores.

BUENA PRÁCTICA 4: Eliminación de plásticos en vajilla, cubiertos y mantelería

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Medio (amortizable por durabilidad).

13. FINANCIACIÓN

Recursos propios / Fondos de sostenibilidad.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Etiqueta “Mesa sin plástico” en carta y mesas.

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

% de servicios libres de plástico.
Kg de plástico evitado al mes.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE

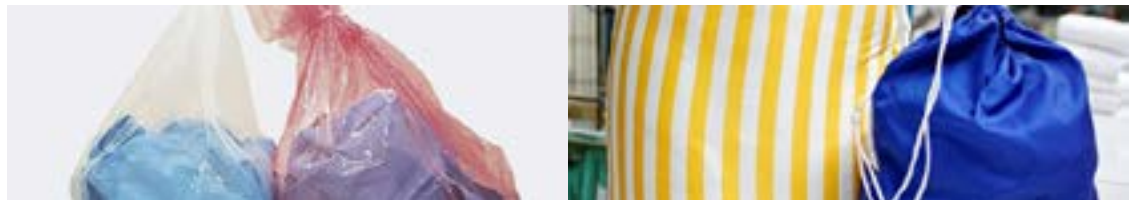


BUENA PRÁCTICA 5: Sustitución de bolsas plásticas por sacos reutilizables en lavandería

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN		3. NOMBRE DE LA ACCIÓN	
Eliminar el uso de bolsas de plástico en el transporte interno y externo de ropa.	Reducción de plásticos en procesos de lavandería.		Uso de sacos textiles reutilizables para ropa limpia y sucia.	
4. TIPO DE MEDIDA			5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN	
Sustitución logística / Mejora operativa.			Sustitución de bolsas plásticas desechables por sacos textiles reutilizables (algodón, poliéster reciclado) en la recogida, almacenamiento y entrega de ropa en lavandería. Etiquetado con código QR o tarjetas reutilizables.	
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES
Alta	Coste bajo / Durabilidad alta / Muy bajo residuo.	Lavandería interna, carros de ropa, zonas de almacenaje.	Responsable de lavandería / Compras.	Personal de lavandería, limpieza, proveedores textiles.

BUENA PRÁCTICA 5: Sustitución de bolsas plásticas por sacos reutilizables en lavandería

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Bajo (sacos reutilizables de larga duración).

13. FINANCIACIÓN

Recursos propios.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Comunicación interna / Sello visible “Laundry sin plásticos”.

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

Nº de sacos reutilizables en uso.
Kg de bolsas plásticas eliminadas al mes.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE



5.3 INDUSTRIA MANUFACTURERA

La industria manufacturera puede reducir significativamente el uso de plásticos mediante el ecodiseño, la optimización de procesos y la incorporación de materiales reciclados o alternativos. Estas buenas prácticas permiten minimizar residuos, cumplir con la normativa y mejorar la eficiencia. A continuación, se presentan cinco acciones concretas aplicables a distintos subsectores, con un enfoque práctico, medible y alineado con los ODS.

BUENA PRÁCTICA 1: Reducción de gramaje en envases sin comprometer la funcionalidad		
1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN	3. NOMBRE DE LA ACCIÓN
Reducir el uso de plástico en envases primarios mediante rediseño estructural.	Ecodiseño de envases.	Envases más ligeros, misma funcionalidad.
4. TIPO DE MEDIDA	5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN	
Técnica / Diseño.	Revisión y rediseño de envases (botellas, bandejas, films) para disminuir su grosor o volumen sin comprometer resistencia o seguridad. Uso de herramientas de simulación estructural.	

BUENA PRÁCTICA 1: Reducción de gramaje en envases sin comprometer la funcionalidad

6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES
Alta	Ahorro en costes / Alta aplicabilidad / Cumple normativa.	Líneas de envasado / Departamento de I+D y diseño.	Responsable de innovación o producto.	I+D, ingeniería, proveedores de envases.
11. IMAGEN GRÁFICA				
				
12. PRESUPUESTO		13. FINANCIACIÓN		
Bajo – medio (optimización con software).		Fondos propios / Ahorro en materia prima.		
14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN				
Etiqueta “envase eco-optimizado” en producto / Comunicación en web.				
15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO				
Gramos de plástico por unidad / Reducción % en gramaje por producto.				
16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE				

BUENA PRÁCTICA 2: Inclusión de plástico reciclado postconsumo en productos

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN	3. NOMBRE DE LA ACCIÓN		
Reducir la demanda de plástico virgen mediante el uso de material reciclado.	Sustitución de materiales.	Contenido reciclado en producto final.		
4. TIPO DE MEDIDA		5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN		
Material / Sustitución.		Introducción de un % creciente de plástico reciclado (PCR) en productos o envases. Revisión de especificaciones técnicas para mantener la calidad.		
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES
Alta	Cumple normativa futura / Imagen positiva / Demanda creciente.	Centro de producción / Formulación de materiales.	Departamento técnico / Compras de materiales.	Proveedores de plástico reciclado, calidad, producción.

BUENA PRÁCTICA 2: Inclusión de plástico reciclado postconsumo en productos

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Medio (variable según mercado de reciclado).

13. FINANCIACIÓN

Fondos propios / Incentivos normativos.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Etiqueta de % reciclado / Certificados (p. ej., Blue Angel, RecyClass).

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

% de PCR por producto / Toneladas de plástico virgen evitadas.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE



BUENA PRÁCTICA 3: Sustitución de bandejas plásticas por moldes de fibra vegetal

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN	3. NOMBRE DE LA ACCIÓN			
Eliminar plásticos no reciclables en envases secundarios.	Sustitución de materiales.	Envases secundarios con base bio.			
4. TIPO DE MEDIDA		5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN			
Material / Sustitución.		Sustitución de bandejas de PET o PS por moldes termoformados de fibras recicladas o celulosa compostable en packaging de electrónica, cosmética o alimentación.			
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES	
Media	Coste moderado / Imagen positiva / Compostabilidad.	Departamento de packaging / Línea de empaquetado.	Ingeniería de envase / Sostenibilidad.	Proveedores de embalajes, compras, diseño de producto.	

BUENA PRÁCTICA 3: Sustitución de bandejas plásticas por moldes de fibra vegetal

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Medio

13. FINANCIACIÓN

Propios / Programas de transición ecológica.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Icono de envase compostable / Mensaje en caja o folleto.

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

% de sustitución de bandejas plásticas / Kg de plástico evitado por año.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE



BUENA PRÁCTICA 4: Reintroducción de recortes plásticos en el ciclo de producción

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN		3. NOMBRE DE LA ACCIÓN		
Reducir el residuo plástico interno en procesos de fabricación.	Optimización de procesos.		Cero residuos plásticos en planta.		
4. TIPO DE MEDIDA			5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN		
Organizativa / Técnica.			Implementación de sistemas de recogida, triturado y reintegración de recortes plásticos y piezas defectuosas en el proceso productivo.		
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES	
Alta	Reducción de costes / Cierre de ciclo / Mejora operativa.	Líneas de producción / Moldeo / Corte.	Producción / Ingeniería de procesos.	Mantenimiento, operarios, calidad.	

BUENA PRÁCTICA 4: Reintroducción de recortes plásticos en el ciclo de producción

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Medio (inversión inicial, retorno rápido).

13. FINANCIACIÓN

Fondos propios / Bonificaciones ambientales.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Informe de sostenibilidad / Sello “Planta Zero Waste”.

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

% de residuos reincorporados / Kg de recorte evitado como residuo.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE



BUENA PRÁCTICA 5: Sustitución de plásticos mezclados por polímeros únicos y desmontables en productos técnicos

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN	3. NOMBRE DE LA ACCIÓN		
Mejorar la reciclabilidad de productos mediante el uso de un solo tipo de plástico fácilmente separable.	Ecodiseño estructural y de materiales.	Producto monomaterial y desmontable.		
4. TIPO DE MEDIDA		5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN		
Técnica / Diseño estructural.		Rediseño de piezas o productos compuestos (p. ej., carcasas, envases complejos, elementos técnicos) para fabricarlos con un solo tipo de plástico reciclable (PP, PET, HDPE), eliminando mezclas de resinas o capas incompatibles. Introducción de uniones reversibles (clips, tornillos, sin adhesivos permanentes) que permitan desmontaje para reciclaje.		
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES
Alta	Alta reciclabilidad / Mejora de la imagen de marca / Cumple requisitos de economía circular.	Diseño de producto / Producción.	Responsable de ingeniería de producto.	I+D, producción, compras, proveedores de materiales.

BUENA PRÁCTICA 5: Sustitución de plásticos mezclados por polímeros únicos y desmontables en productos técnicos

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Medio (ajuste de moldes y diseño).

13. FINANCIACIÓN

Fondos propios / Ayudas a proyectos de ecodiseño.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Etiqueta o ficha con “100% reciclable” / Comunicación B2B.

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

% de productos rediseñados como monomateriales / Kg de plásticos no reciclables eliminados.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE



5.4 COMERCIO Y DISTRIBUCIÓN

El sector del comercio y la distribución genera un volumen significativo de residuos plásticos, especialmente por el uso de bolsas, embalajes y envases de un solo uso. Su cercanía al consumidor final lo convierte en un actor clave para impulsar cambios hacia un modelo más sostenible. A través de medidas como la sustitución de materiales, la optimización logística o la sensibilización, puede reducir de forma efectiva su huella ambiental. Las siguientes buenas prácticas ofrecen ejemplos concretos, aplicables y alineados con los ODS.

BUENA PRÁCTICA 1: Sustitución de bolsas de plástico por alternativas reutilizables o compostables

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN		3. NOMBRE DE LA ACCIÓN	
Reducir el consumo de bolsas plásticas de un solo uso.	Sustitución de materiales.		Eliminación de bolsas plásticas convencionales.	
4. TIPO DE MEDIDA		5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN		
Material / Sustitución.		Ofrecer únicamente bolsas reutilizables (tela, rafia, papel resistente) o compostables certificadas. Fomentar el “no bag” cuando sea posible y aplicar un cobro simbólico como desincentivo.		
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES
Alta	Cumplimiento normativo / Imagen sostenible / Aceptación por el cliente.	Tiendas físicas / Cajas / Secciones de autoservicio.	Departamento de compras / Dirección comercial.	Equipos de tienda, proveedores de bolsas, área de sostenibilidad.

BUENA PRÁCTICA 1: Sustitución de bolsas de plástico por alternativas reutilizables o compostables

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Bajo

13. FINANCIACIÓN

Fondos propios / Incentivos ambientales locales.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Carteles “sin bolsas plásticas” / Mensajes en redes y ticket de compra.

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

% de reducción de bolsas plásticas / N° bolsas reutilizables vendidas.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE



BUENA PRÁCTICA 2: Reducción de embalajes de un solo uso en productos frescos

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN	3. NOMBRE DE LA ACCIÓN		
Disminuir los residuos plásticos generados en secciones de productos frescos.	Sustitución de materiales.	Packaging sostenible en fruta, verdura y panadería.		
4. TIPO DE MEDIDA		5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN		
Material / Comercial.		Eliminar envoltorios innecesarios y sustituir bandejas y films plásticos por bandejas compostables, mallas reutilizables, papel vegetal o presentación a granel.		
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES
Alta	Reducción masiva de residuos / Mejora imagen / Satisfacción del cliente.	Secciones de frescos / Línea de montaje / Punto de venta.	Departamento de compras / Responsables de sección.	Diseño de envase, sostenibilidad, proveedores de packaging.

BUENA PRÁCTICA 2: Reducción de embalajes de un solo uso en productos frescos

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Medio

13. FINANCIACIÓN

Fondos propios / Programas de reducción de residuos.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Etiqueta visible “80% menos plástico” / Folletos informativos en tienda.

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

Kg de embalaje plástico evitado / % de productos frescos con embalaje compostable.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE



BUENA PRÁCTICA 3: Optimización del packaging en comercio electrónico

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN	3. NOMBRE DE LA ACCIÓN		
Reducir el uso de plásticos en el embalaje de pedidos online.	Ecodiseño y logística.	Packaging e-commerce libre de plásticos.		
4. TIPO DE MEDIDA		5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN		
Técnica / Material.		Reemplazar rellenos de espuma y film por papel reciclado. Usar sobres de papel o compostables. Redimensionar las cajas para evitar exceso de material y eliminar cintas plásticas.		
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES
Alta	Impacto alto por volumen / Mejora experiencia de cliente / Ahorro en residuos.	Centros de fulfillment / Almacenes / Distribución.	Departamento logístico / E-commerce.	Proveedores de embalaje, sostenibilidad, atención al cliente.

BUENA PRÁCTICA 3: Optimización del packaging en comercio electrónico

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Medio

13. FINANCIACIÓN

Fondos propios / Planes internos de sostenibilidad.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Mensajes en el pedido / Página web de sostenibilidad / Redes sociales.

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

% pedidos sin plástico / N° de toneladas de plástico evitado al año.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE



BUENA PRÁCTICA 4: Etiquetado destacado de productos con envases sostenibles

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN	3. NOMBRE DE LA ACCIÓN		
Visibilizar y poner en valor los productos que reducen o eliminan plástico en su envase.	Comercialización y comunicación en punto de venta.	Distintivo “Envase responsable” en lineales y catálogos.		
4. TIPO DE MEDIDA		5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN		
Organizativa / Técnica.		Diseñar y aplicar un sistema de etiquetado o distintivo visual para resaltar en el lineal o en el e-commerce aquellos productos que utilizan envases sostenibles (compostables, reciclables, monomateriales o reutilizables).		
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES
Alta	Mejora la visibilidad del compromiso / Facilita la elección sostenible / Refuerza la imagen de marca.	Estanterías / Etiquetas de producto / Web y app / Catálogos.	Departamento de marketing / Compras / Área de sostenibilidad.	Diseño gráfico, proveedores, responsables de tienda, comunicación online.

BUENA PRÁCTICA 4: Etiquetado destacado de productos con envases sostenibles

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Bajo

13. FINANCIACIÓN

Fondos propios / Presupuesto de marketing o sostenibilidad.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Carteles explicativos en tienda / Banners web / Campañas de RRSS / Acciones promocionales.

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

Nº de productos con distintivo / % ventas de productos sostenibles / Nivel de reconocimiento del icono por parte del cliente.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE



5.5 SERVICIOS PROFESIONALES Y TECNOLÓGICOS

Los servicios profesionales y tecnológicos se basan en el conocimiento, la innovación y la digitalización, lo que les permite avanzar hacia modelos operativos con un uso mínimo de recursos físicos. Su entorno de trabajo, mayoritariamente de oficina o virtual, facilita la eliminación de plásticos innecesarios mediante soluciones simples y eficaces. Este sector está en una posición privilegiada para liderar con el ejemplo la transición hacia modelos empresariales más responsables y circulares.

BUENA PRÁCTICA 1: Oficinas “cero plásticos”

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN		3. NOMBRE DE LA ACCIÓN	
Eliminar los plásticos de un solo uso en entornos de oficina.	Sustitución de materiales y cambio organizativo.		Oficina sin botellas ni vasos plásticos no reciclables.	
4. TIPO DE MEDIDA			5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN	
Organizativa / Material.			Retirar botellas, vasos y cubiertos de plástico no reciclable de todas las áreas de oficina y reuniones. Sustituirlos por botellas reutilizables, termos, jarras y menaje lavable o compostable. Instalar dispensadores de agua filtrada y/o compra botellas reutilizables de agua. Promover caterings sin envases plásticos.	
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES
Alta	Impacto diario directo / Bajo coste / Mejora la cultura interna.	Oficinas, salas de reunión, cafeterías internas.	Facility manager / Recursos Humanos / Área de sostenibilidad.	Empleados, proveedores de agua y catering, servicios generales.

BUENA PRÁCTICA 1: Oficinas “cero plásticos”

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Bajo

13. FINANCIACIÓN

Fondos propios / Ahorro en consumibles.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Comunicado interno / Bienvenida al nuevo personal / Redes sociales.

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

Nº de botellas entregadas / Reducción mensual estimada de vasos y botellas plásticas.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE



BUENA PRÁCTICA 2: Digitalización de procesos que eliminan materiales plásticos

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN	3. NOMBRE DE LA ACCIÓN		
Reducir el consumo de objetos físicos con componentes plásticos no reciclables.	Digitalización de productos y servicios.	Desmaterialización de procesos y soportes.		
4. TIPO DE MEDIDA		5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN		
Técnica / Organizativa.		Sustituir tarjetas identificativas físicas por apps móviles o códigos QR. Eliminar fundas, carpetas, archivadores plásticos al implantar gestión documental digital. Reemplazar merchandising físico, por plástico no reciclable, kits digitales o servicios en la nube.		
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES
Media-Alta	Reducción directa de plásticos / Mejora eficiencia / Imagen innovadora.	Oficinas, onboarding, ferias, presentaciones.	Área TIC / RRHH / Marketing.	Personal técnico, diseño gráfico, administración.

BUENA PRÁCTICA 2: Digitalización de procesos que eliminan materiales plásticos

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Bajo

13. FINANCIACIÓN

Fondos propios / Programas de transformación digital.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Guías internas / Soporte al usuario / Notas en email corporativo.

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

Nº de procesos digitalizados / Unidades físicas eliminadas / Ahorro en materiales.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE



BUENA PRÁCTICA 3: Compra verde y contratación con criterios de reducción de plásticos

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN	3. NOMBRE DE LA ACCIÓN		
Incorporar criterios de sostenibilidad en todas las compras.	Contratación sostenible.	Política de compras sin plásticos innecesarios.		
4. TIPO DE MEDIDA		5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN		
Administrativa / Ambiental.		Establecer que el material de oficina, limpieza, alimentación o regalos promocionales adquiridos por la empresa no incluya plástico innecesario. Priorizar materiales reciclados, envases retornables o productos. Incluir esta exigencia en contratos y pedidos a proveedores.		
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES
Alta	Impacto transversal / Coherencia institucional / Requiere control sistemático.	Sede / Oficinas / Contratación online.	Departamento de compras / Dirección financiera.	Proveedores, responsables de departamento, personal de almacén.

BUENA PRÁCTICA 3: Compra verde y contratación con criterios de reducción de plásticos

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Neutro o ahorro progresivo

13. FINANCIACIÓN

Fondos propios / Integrado en presupuesto habitual.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Política ambiental interna / Proveedores informados / Registro de buenas prácticas.

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

% compras con criterios ambientales / Nº productos libres de plástico comprados.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE



BUENA PRÁCTICA 4: Incorporación de plástico reciclado en dispositivos tecnológicos

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN		3. NOMBRE DE LA ACCIÓN	
Reducir el uso de plástico virgen en hardware y electrónica de oficina.	Ecodiseño tecnológico.		Equipos con contenido reciclado y embalaje sostenible.	
4. TIPO DE MEDIDA			5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN	
Técnica / Material.			Priorizar en las compras tecnológicas (ordenadores, monitores, periféricos) aquellos dispositivos fabricados con plástico reciclado postconsumo y que utilicen embalajes sin plásticos (cartón moldeado, sin film). Seleccionar proveedores que publiquen la trazabilidad de materiales.	
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES
Media	Reduce huella ambiental / Refuerza criterios ESG / Requiere proveedores alineados.	Oficinas / Servicios informáticos.	Área de sistemas / Compras tecnológicas.	Proveedores TIC, responsables de compras, área ambiental.

BUENA PRÁCTICA 4: Incorporación de plástico reciclado en dispositivos tecnológicos

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Medio (puede requerir ajuste de proveedores).

13. FINANCIACIÓN

Fondos propios / Programas de compras responsables.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Campañas internas / Notas en web corporativa / Menciones en RSC.

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

% de dispositivos con contenido reciclado / N° embalajes sin plástico adquiridos.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE



BUENA PRÁCTICA 5: Eliminación de SIM físicas y adopción de eSIM

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN		3. NOMBRE DE LA ACCIÓN	
Eliminar completamente el plástico en tarjetas SIM.	Innovación tecnológica / Digitalización de servicios.		Migración de SIM física a eSIM.	
	4. TIPO DE MEDIDA		5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN	
	Técnica / Comercial.		Sustituir el envío de tarjetas SIM físicas por el uso de eSIM (tarjetas integradas digitalmente en el dispositivo). Las empresas pueden aplicar esto a sus flotas móviles y ofrecerlo como opción preferente a los clientes.	
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES
Alta	Elimina totalmente el plástico / Facilita activación / Ahorro logístico.	Empresas de telecomunicaciones / Clientes B2B y B2C.	Área de innovación / Comercial / Tecnología.	Fabricantes de dispositivos, clientes, soporte técnico.

BUENA PRÁCTICA 5: Eliminación de SIM físicas y adopción de eSIM

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Bajo (digitalización de procesos ya existentes).

13. FINANCIACIÓN

Fondos propios / Estrategia digital global.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Campañas informativas a clientes / RRSS / Email marketing.

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

% de líneas activadas por eSIM / N° tarjetas plásticas eliminadas.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE



5.6 CONSULTORÍA Y SERVICIOS AVANZADOS

Las empresas de consultoría y servicios avanzados —incluyendo asesoría estratégica, sostenibilidad, I+D, transferencia de tecnología o formación especializada— actúan como catalizadores de transformación en múltiples sectores. Gracias a su capacidad técnica, visión transversal e influencia sobre sus clientes, tienen un enorme potencial para impulsar prácticas responsables en torno al uso del plástico. Este sector no solo puede eliminar plásticos innecesarios en sus propios entornos de trabajo, sino que multiplica el impacto positivo al ayudar a otras organizaciones a medir, reducir y rediseñar sus procesos y productos.

BUENA PRÁCTICA 1: Servicios de consultoría con enfoque en huella plástica

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN	3. NOMBRE DE LA ACCIÓN			
Impulsar la reducción del plástico en sectores productivos mediante servicios especializados.	Consultoría ambiental y estratégica.	Diagnóstico y mitigación de la huella plástica.			
4. TIPO DE MEDIDA		5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN			
Metodológica / Analítica.		Diseñar y ofrecer servicios que incluyan el análisis de la huella plástica de la empresa y de una empresa cliente (productos, operaciones, cadena de suministro), empleando metodologías como el Plastic Leak Project.			
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES	
Alta	Elevado impacto en terceros / Promueve economía circular / Enfoque técnico.	Proyectos a clientes multisectoriales.	Área de sostenibilidad / Área técnica.	Consultores ambientales, analistas de datos, personal de empresas cliente.	

BUENA PRÁCTICA 1: Servicios de consultoría con enfoque en huella plástica

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Variable según alcance.

13. FINANCIACIÓN

Facturación a cliente / Fondos europeos / Proyectos colaborativos.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Casos de éxito / Web corporativa / Participación en eventos sectoriales.

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

Nº de empresas asesoradas / % de reducción lograda por cliente / Nº de planes desarrollados.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE



BUENA PRÁCTICA 2: Formación a empresas cliente en reducción de plásticos

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN	3. NOMBRE DE LA ACCIÓN		
Capacitar a empleados y responsables de empresas en buenas prácticas sobre plásticos.	Formación y cambio cultural.	Programas de capacitación sectorial en plásticos.		
4. TIPO DE MEDIDA		5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN		
Formativa / Organizativa.		Diseñar e impartir formaciones adaptadas al sector de la empresa cliente sobre reducción de plásticos, reciclaje, compras responsables o alternativas materiales. Complementar con guías, materiales didácticos y campañas internas.		
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES
Alta	Gran efecto multiplicador / Mejora la cultura empresarial / Bajo coste.	In company / Online.	Equipo de formación / Especialistas en sostenibilidad.	Consultores, empleados cliente, RRHH, responsables de área.

BUENA PRÁCTICA 2: Formación a empresas cliente en reducción de plásticos

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Bajo – medio

13. FINANCIACIÓN

Presupuesto de proyectos / Formación bonificada / Clientes.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Diplomas / Web / Testimonios de participantes.

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

Nº de formaciones impartidas / Nº de personas formadas / Satisfacción.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE



BUENA PRÁCTICA 3: Asesoría en tecnologías limpias y materiales alternativos

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN		3. NOMBRE DE LA ACCIÓN	
Facilitar el uso de soluciones innovadoras que reduzcan el uso de plástico virgen.	I+D+i y transferencia tecnológica.		Innovación verde para sustituir plásticos convencionales.	
4. TIPO DE MEDIDA			5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN	
Técnica / Comercial.			Asesorar a clientes industriales sobre nuevas tecnologías (reciclaje avanzado, bioplásticos, compostables), y coordinar proyectos de innovación y de innovación colaborativa para probar su aplicación.	
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES
Media-alta	Alto impacto a medio plazo / Requiere conocimiento técnico avanzado.	Empresas industriales, centros tecnológicos.	Consultores I+D / Ingeniería / Medio ambiente.	Proveedores tecnológicos, técnicos cliente, entidades colaboradoras.

BUENA PRÁCTICA 3: Asesoría en tecnologías limpias y materiales alternativos

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Medio – alto

13. FINANCIACIÓN

Fondos de innovación / Horizonte Europa / Clientes.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Informes de innovación / Web / Eventos sectoriales.

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

Nº de tecnologías aplicadas / Reducción estimada de plástico / Patentes o pilotos generados.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE



BUENA PRÁCTICA 4: Certificación y benchmarking en sostenibilidad plástica

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN	3. NOMBRE DE LA ACCIÓN			
Impulsar la mejora continua de las empresas mediante estándares reconocidos.	Medición de impacto y benchmarking.	Acompañamiento para la certificación Plastic Neutral u otros estándares.			
4. TIPO DE MEDIDA		5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN			
Metodológica / Normativa.		Preparar a empresas para lograr certificaciones o incluir sus progresos en reducción de plástico en informes ESG o de sostenibilidad. Establecer métricas, plazos y acciones correctoras.			
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES	
Media	Impulsa transparencia / Mejora reputación / Requiere compromiso sostenido.	Clientes con estrategia de sostenibilidad.	Consultores ESG / Auditores internos.	Dirección cliente, proveedores, organismos certificadores.	

BUENA PRÁCTICA 4: Certificación y benchmarking en sostenibilidad plástica

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Medio

13. FINANCIACIÓN

Fondos propios cliente / Proyectos estratégicos.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Informe de sostenibilidad / Web corporativa / RRSS.

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

Logro de certificaciones / KPIs de reducción / Comparativas anuales.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE



BUENA PRÁCTICA 5: Diseño de hojas de ruta para la circularidad del plástico en empresas cliente

1. OBJETIVO ESTRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN	3. NOMBRE DE LA ACCIÓN		
Acompañar a organizaciones en la transición hacia modelos circulares con menor dependencia del plástico.	Planificación estratégica y economía circular.	Hoja de ruta hacia la reducción y circularidad del plástico.		
4. TIPO DE MEDIDA		5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN		
Estratégica / Organizativa.		Desarrollar para empresas cliente un plan personalizado de transición circular respecto al plástico, que incluya diagnóstico inicial, metas cuantificadas, líneas de actuación (sustitución, reutilización, rediseño, cierre de ciclo), cronograma e indicadores de seguimiento.		
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES
Alta	Transformación estructural / Visión a medio-largo plazo / Enfoque escalable.	Empresas cliente (multisectorial).	Consultores senior / Especialistas en economía circular.	Dirección de sostenibilidad del cliente, responsables de producción o compras, proveedores estratégicos.

BUENA PRÁCTICA 5: Diseño de hojas de ruta para la circularidad del plástico en empresas cliente

11. IMAGEN GRÁFICA



12. PRESUPUESTO

Medio

13. FINANCIACIÓN

Proyectos corporativos / Programas de economía circular / LIFE.

14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

Presentación interna / Talleres participativos / Web del cliente.

15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO

Nº de hojas de ruta implementadas / % de metas alcanzadas / Plásticos reducidos o eliminados por cliente.

16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE





6. HERRAMIENTAS Y RECURSOS PARA AVANZAR HACIA MODELOS ECONÓMICOS SIN PLÁSTICOS

La transición hacia modelos empresariales más sostenibles y con el objetivo de reducir plásticos requiere no sólo voluntad, sino también **recursos concretos y herramientas prácticas**. En este apartado se presentan guías, normativas, sistemas de gestión, ayudas públicas y plataformas de formación que pueden facilitar la toma de decisiones y la implementación de mejoras por parte de las empresas de Castilla y León.

6.1 GUÍAS SECTORIALES Y MARCOS NORMATIVOS

Las empresas que buscan avanzar hacia una reducción efectiva del uso de plásticos deben conocer el marco normativo que regula esta materia, así como las guías de referencia específicas por sectores. A continuación, se resumen los principales documentos y referencias útiles:

- Normativa europea y estatal:
- **La Directiva (UE) 2019/904 sobre plásticos de un solo uso**, que prohíbe la comercialización de determinados productos plásticos (como pajitas, cubiertos, bastoncillos o agitadores) y fija objetivos de reducción y reciclaje.
- **El Reglamento (UE) 2025/40 del Parlamento Europeo y del Consejo de 19 de diciembre de 2024 sobre de Envases y Residuos de Envases**, que establece requisitos de reciclabilidad, contenido reciclado y reutilización.
- **El Real Decreto 1055/2022, de 27 de diciembre, de envases y residuos de envases**
- **La Ley 7/2022 de residuos y suelos contaminados para una economía circular**, que introduce el impuesto especial a los envases de plástico no reutilizables y fija objetivos de reducción del 50% para 2026 y del 70% para 2030.

- Normativa **REACH** y otras regulaciones que restringen sustancias peligrosas en productos plásticos, especialmente para envases de alimentos o productos sanitarios.
- Normativas sobre sostenibilidad empresarial del **Pacto Mundial – Red España**. Directivas y reglamentos europeos y nacionales recientes sobre transición ecológica, gestión de envases, reducción de emisiones, prevención del desperdicio alimentario, restauración de la naturaleza, ecodiseño, reparación de bienes y lucha contra el greenwashing.

1. Estrategias y planes marco:

Estrategia Española de Economía Circular (EEEC) – España Circular 2030: incluye objetivos concretos de reducción de residuos plásticos, fomento del reciclado y ecodiseño.





Estrategia de Economía Circular de Castilla y León 2021-2030: promueve la reducción del plástico de un solo uso y el diseño de productos reutilizables, reciclables y duraderos.

Pacto por una Economía Circular en Castilla y León: iniciativa que agrupa a entidades públicas y privadas comprometidas con la circularidad, abierta a la adhesión de empresas.



2. Guías sectoriales y técnicas:

- Guías elaboradas por organizaciones como Ecoembes, PlasticsEurope, Fundación Biodiversidad, Anarpla o el Ministerio para la Transición Ecológica, que ofrecen recomendaciones específicas sobre reciclaje, reducción de plásticos y diseño de productos más sostenibles.

- Documentos como *el Plastic Leak Project*, *la Guía de Buenas Prácticas en Oficinas* o *el Catálogo de Buenas Prácticas Medioambientales en Empresas*, que proporcionan casos prácticos replicables.

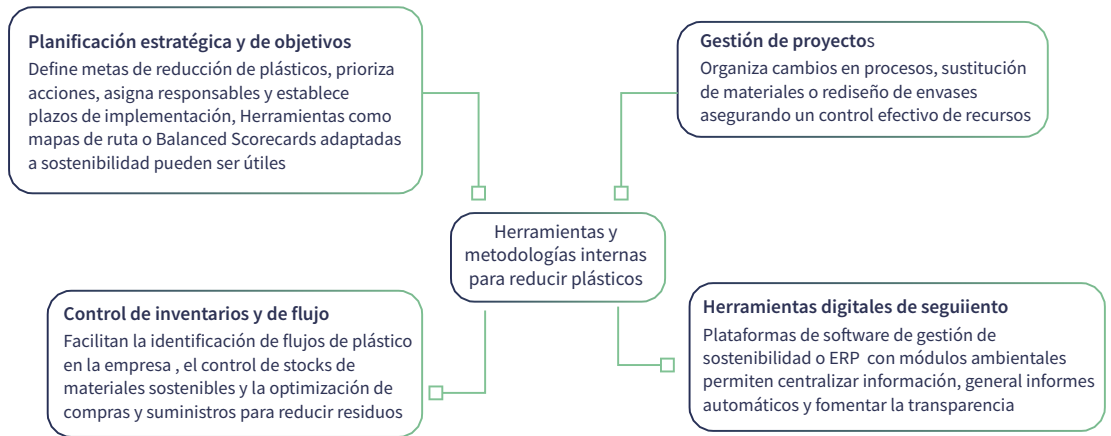
Estas guías y normas son un punto de partida clave para que las empresas alineen sus decisiones estratégicas y operativas con la legislación vigente y las expectativas sociales crecientes en materia ambiental.

6.2 SISTEMAS DE GESTIÓN

Además de los sistemas de gestión ambiental, existen otras herramientas y metodologías internas que ayudan a planificar, organizar y seguir las iniciativas de reducción de plásticos en la empresa:

- **Planificación estratégica y de objetivos:** Permite definir metas concretas de reducción de plásticos, priorizar acciones, asignar responsabilidades y establecer plazos de implementación. Herramientas como mapas de ruta o Balanced Scorecards adaptadas a sostenibilidad pueden ser útiles.
- **Gestión de proyectos:** Cambios en procesos, sustitución de materiales o rediseño de envases se pueden organizar asegurando un control efectivo de recursos.

- **Control de inventarios y de control de flujo:** Facilitan la identificación de flujos de plástico en la empresa, el control de stocks de materiales sostenibles y la optimización de compras y suministros para reducir residuos.
- **Herramientas digitales de seguimiento:** Plataformas de software de gestión de sostenibilidad o ERP con módulos ambientales permiten centralizar información, generar informes automáticos y fomentar la transparencia interna y externa.



Estas herramientas complementan los sistemas de gestión ambiental y contribuyen a que la transición hacia modelos empresariales sin plásticos sea más estructurada, medible y sostenible. Además, facilitan la identificación de **oportunidades de mejora**, permiten una toma de decisiones basada en datos y fomentan la implicación de todo el equipo en los objetivos de sostenibilidad de la empresa.

6.3 SISTEMAS DE GESTIÓN AMBIENTAL CON ENFOQUE EN RESIDUOS PLÁSTICOS

Una herramienta fundamental para avanzar de forma ordenada hacia la reducción de plásticos en la empresa es la implantación de **sistemas de gestión ambiental (SGA)**. Estos sistemas permiten estructurar políticas ambientales internas, controlar consumos y residuos, establecer metas de mejora y cumplir con la legislación aplicable.



- ISO 14001: Esta norma internacional es el estándar de referencia para implementar un sistema de gestión ambiental. Permite a las empresas identificar sus impactos ambientales significativos –incluidos los residuos plásticos– y estable-

cer planes de acción para reducirlos. Incluir la gestión del plástico como aspecto ambiental clave dentro del SGA permite medir consumos, identificar fuentes internas de generación y establecer indicadores de seguimiento.

- **Reglamento EMAS (Eco-Management and Audit Scheme):** Es un sistema voluntario de gestión y auditoría ambiental más exigente que ISO 14001, promovido por la UE. Las organizaciones inscritas deben publicar una **declaración ambiental** verificada externamente, que puede incluir metas de reducción de plásticos, avances logrados y buenas prácticas implantadas.
- **Sistemas específicos para residuos:**
 - **Plan de gestión de residuos no peligrosos:** obligatorio para empresas que generen ciertos volúmenes de residuos industriales, puede incluir flujos de plástico y metas de reducción y valorización.
 - **Sistema de trazabilidad y segregación interna de residuos plásticos:** incluir contenedores identificados, formación a personal, acuerdos con gestores autorizados y registro de cantidades generadas y tratadas.
- **Certificaciones complementarias:**
 - **Ecodiseño (ISO 14006):** integra el diseño ambiental dentro del sistema de gestión de calidad o medioambiente, permitiendo incorporar criterios como reciclabilidad, contenido reciclado o reducción de plásticos desde la fase de diseño del producto.

- **Huella ambiental de producto o de organización:** iniciativas como PEF/OEF o cálculos de huella de plástico permiten cuantificar el impacto del uso de plásticos en productos o servicios concretos.

Implantar estos sistemas no solo ayuda a organizar la mejora ambiental, sino que proporciona **valor reputacional**, facilita el acceso a contratos y prepara a la empresa para futuras exigencias regulatorias.

6.4 INCENTIVOS Y AYUDAS PÚBLICAS (PERTE ECONOMÍA CIRCULAR, ETC.)

Reducir el uso de plásticos y transitar hacia modelos circulares puede implicar inversiones en rediseño de productos, procesos de fabricación, tecnología, formación o auditorías. **Existen líneas de financiación pública**, tanto nacionales como autonómicas, que las empresas pueden aprovechar para impulsar estos cambios:

- **PERTE de Economía Circular (Gobierno de España):**
 - Programa estratégico impulsado por el Ministerio para la Transición Ecológica, con más de **490 millones de euros en ayudas** y préstamos para empresas que

implementen proyectos de economía circular, incluyendo reducción de plásticos, ecodiseño y reciclaje.

- Se convocan ayudas para proyectos sectoriales (como los centrados en plástico, textil o bienes de equipo) y para proyectos transversales de transformación empresarial. Las pymes pueden optar a subvenciones de hasta el 60% de los costes elegibles.
- Convocatorias abiertas de forma periódica a través del IDAE o la Fundación Biodiversidad.
- **Líneas de ayuda autonómicas (Castilla y León):**
 - Subvenciones para inversiones en gestión ambiental, eficiencia de recursos, residuos, o implantación de sistemas de gestión ambiental.
 - Ayudas del ICE (Instituto para la Competitividad Empresarial) para proyectos de innovación, digitalización y mejora de procesos que pueden incluir componentes vinculados a la economía circular o la sustitución de plásticos.
- **Otros programas estatales y europeos:**
 - **Programa MOVES Empresas**, cuando se trate de sustitución de embalajes o transportes internos por soluciones más sostenibles.
 - Ayudas a la digitalización industrial (Kit Digital, Industria Conectada 4.0) que pueden financiar tecnologías para la mejora del control de residuos, eficiencia

de procesos, trazabilidad de materiales o herramientas de ecodiseño.

- Fondos europeos LIFE, Horizonte Europa o Interreg, accesibles a través de consorcios o colaboraciones público-privadas para pilotar soluciones innovadoras de economía circular.
- **Bonificaciones fiscales, incentivos, :**
 - Algunas Comunidades Autónomas aplican **bonificaciones fiscales o reducciones** de tasas para las empresas que acrediten buenas prácticas ambientales (p.ej., reducción de residuos, uso de materiales reciclados).
 - Aunque el nuevo **impuesto a los envases de plástico no reutilizables** es una obligación fiscal, su implantación también está generando deducciones e incentivos para quienes acreditan el uso de envases reciclables o reutilizables.



Estar al tanto de estos instrumentos permite a las empresas **acelerar su transformación**, reduciendo costes e inversiones necesarias para avanzar hacia un modelo más sostenible.

6.5 PLATAFORMAS DE FORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOBRE PLÁSTICOS Y ECONOMÍA CIRCULAR

La transformación hacia una economía sin plásticos innecesarios requiere que los equipos humanos de las empresas estén **informados, concienciados y capacitados** para implementar mejoras de forma continua.



Existen múltiples recursos formativos disponibles:

Recursos formativos en economía circular y reducción de plásticos

Plataformas institucionales



- Fundación Biodiversidad
- ECOEMBES- The Circular Camus
- IDAE, Instituto Transición Justa
- Fundación Economía Circular

Formación sectorial



- Cámaras de comercio
- Colegios profesionales
- CEOE y asociaciones territoriales

Cursos online y MOOC



- Coursera, EDX, FUNMOOC
- UNED Abierta
- Ejemplos de economía circular plásticos, envases sostenibles

Herramientas y guías prácticas



- Autodiagnóstico MITECO
- Plastic Leak Project
- Guías de Buenas Prácticas (MITECO, oficinas sostenibles, gestión residuos)

● Plataformas institucionales:

- **La Fundación Biodiversidad** ofrece contenidos formativos gratuitos sobre economía circular, sostenibilidad empresarial y reducción de plásticos (boletines, cursos, webinars).

- El portal de **Ecoembes – TheCircularCampus** ofrece cursos sobre reciclaje, diseño de envases sostenibles y modelos circulares aplicables al sector empresarial.
- **El Instituto para la Transición Justa, el IDAE o la Fundación para la Economía Circular** también difunden jornadas, materiales formativos y contenidos sectoriales sobre economía circular y gestión de residuos.
- **Formación sectorial:**
 - Colegios profesionales, organizaciones sectoriales ofrecen cursos especializados sobre buenas prácticas ambientales, sostenibilidad y cumplimiento normativo, muchos de ellos financiados o bonificables por FUNDAE.
 - La CEOE, a través de sus federaciones y asociaciones territoriales, pone en marcha actividades formativas en economía circular, diseño de productos sostenibles, normativas aplicables y herramientas de implantación para empresas.
 - Cursos formativos financiados por la Junta de Castilla y León y otras administraciones públicas
- **Cursos online y MOOC:**
 - Plataformas como Coursera, EDX, FUNMOOC o UNED Abierta ofrecen cursos gratuitos y de pago sobre sostenibilidad, gestión ambiental, diseño circular o innovación en residuos plásticos.

- Ejemplos recomendables: “*Circular Economy – Sustainable Materials Management*” (Ellen MacArthur Foundation); “*Plastic Pollution: Solutions and Interventions*”; o “*Sustainable Packaging in a Circular Economy*”.
- **Herramientas de autoevaluación y guías prácticas:**
 - Existen cuestionarios y diagnósticos que ayudan a las empresas a identificar oportunidades de mejora: **desde el Autodiagnóstico de economía circular para pymes** del MITECO, hasta herramientas del *Plastic Leak Project* o *Ellen MacArthur Foundation* sobre impacto plástico.
 - **La Guía de Buenas Prácticas para Oficinas Sostenibles**, los catálogos de buenas prácticas y los manuales de gestión de residuos industriales pueden servir de base para elaborar planes de acción internos en la empresa.

La formación y la sensibilización son pilares fundamentales para consolidar una cultura corporativa que integre la reducción de plásticos como un valor compartido. Una empresa bien informada es una empresa mejor preparada para anticipar riesgos, responder a sus clientes y avanzar en la sostenibilidad de su actividad.

7. CÓMO PONER EN MARCHA UN PLAN PARA ELIMINAR PLÁSTICOS EN MI EMPRESA

*La siguiente guía se presenta como una **plantilla paso a paso** para que cualquier empresa pueda implementar un plan efectivo de eliminación de plásticos en sus operaciones. Cada subsección (7.1 a 7.4) corresponde a una fase clave del plan, desde el diagnóstico inicial hasta la comunicación de los resultados, ofreciendo recomendaciones prácticas y medibles.*

7.1 DIAGNÓSTICO Y AUTOEVALUACIÓN

La eliminación progresiva de plásticos innecesarios y la adaptación a los requisitos del **Reglamento (UE) 2025/40** comienza con un diagnóstico interno. No se trata solo de saber “cuánto plástico se usa”, **sino de qué tipos, en qué procesos, con qué**

finalidad y bajo qué grado de reutilización o reciclabilidad real. El diagnóstico es la base para determinar el “gap normativo” entre la situación actual de la empresa y las exigencias europeas que serán plenamente aplicables a partir de 2030.

El primer paso para eliminar los plásticos en una empresa es comprender con precisión dónde, cómo y en qué cantidad se utilizan actualmente. Para ello, es fundamental realizar un **diagnóstico exhaustivo** y una **autoevaluación estructurada**. Este proceso permite establecer una **línea base cuantificable** sobre la cual definir objetivos realistas y trazar el plan de acción.

¿POR DÓNDE EMPEZAR?



**Compromiso
y liderazgo**



**Mapa de uso
de plásticos**



**Cuantificación
de la huella
plástica**



**Establecer
línea base y
objetivos**

1. Compromiso y liderazgo: La dirección tendrá que nombrar a un responsable o equipo coordinador, preferiblemente con representación de diferentes áreas (com-

pras, logística, producción, sostenibilidad...), facilita la recolección de información y la toma de decisiones.

2. Mapa del uso de plásticos: Realizar un **inventario de todos los productos y materiales plásticos** utilizados en la empresa. Este inventario debe incluir tanto:

- Plásticos visibles (embalajes, utensilios de un solo uso, envases, sobres, etc.): Se trata de aquellos plásticos fácilmente identificables en el día a día. Son generalmente desechables, están a la vista y tienen un ciclo de vida corto. Suelen encontrarse en oficinas, almacenes o áreas de atención al cliente.
- Plásticos integrados en productos o en procesos (precintos, acolchados, componentes, etc.).
- Cada área (oficinas, almacén, ventas, producción...) debe colaborar en la identificación y registro de estos usos.

3. Cuantificación de la huella plástica: Recolectar datos de los **últimos 12 meses** para conocer:

- Volumen de plásticos adquiridos (por tipo y área) → Registrar estos datos permite **saber cuánto plástico entra en la empresa y en qué forma**, y sirve para detectar los consumos más significativos que conviene reducir o sustituir primero.

- Costes asociados → Conocer el gasto total permite **evaluar el impacto económico del plástico en la empresa** y estimar el ahorro potencial si se aplican medidas de reducción o sustitución.
- Cantidad estimada de residuos plásticos generados (internamente o a través del gestor de residuos) → Este paso es clave para diferenciar el plástico que se **reutiliza o recicla** del que se **desecha sin valorización**, permitiendo conocer **la huella real de la empresa sobre el entorno**.
- Con todos estos datos, la empresa podrá **crear una matriz de huella plástica**, donde cada tipo de plástico quede registrado con su volumen, coste, área de uso y destino final. Esta información no solo facilita la toma de decisiones y la fijación de objetivos medibles, sino que también sirve para **priorizar acciones** en los procesos o productos donde el plástico tiene mayor impacto ambiental y económico.

4. Esto permite **establecer una línea base** con cifras claras que servirán para evaluar los progresos futuros.

Herramientas que ayudan:

- Hojas de cálculo estructuradas por área y tipo de plástico.
- Software de seguimiento ambiental o cuadros de mando (Power BI, Excel, herramientas ISO).

- Instrumentos de autodiagnóstico gratuitos como el *Fantasticómetro*, orientado a pymes, que ofrece recomendaciones personalizadas.

Consejo práctico: Clasificar los plásticos por tipo, peso, coste anual y destino (reutilizado, reciclado o desechado) permite priorizar aquellos con mayor impacto para su sustitución.

Resultado esperado → *Al finalizar esta etapa, la empresa contará con:*

- Una **visión integral y cuantificada del uso de plásticos** en su actividad.
- **La identificación de los puntos críticos** (áreas, productos o procesos con mayor impacto).
- La base técnica necesaria para fijar **objetivos medibles** de reducción en la siguiente fase.

7.2 ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS MEDIBLES

Una vez realizado el diagnóstico inicial, es momento de traducir los datos obtenidos en **objetivos concretos y cuantificables** que sirvan de hoja de ruta para avanzar hacia la eliminación de plásticos en la empresa. Estos objetivos deben responder directamente a los puntos críticos identificados durante la autoevaluación. Por ejemplo, si se detecta un consumo elevado de envases de un solo uso en el área de ventas, uno de los objetivos podría ser su eliminación progresiva o total en un plazo determinado.

Es fundamental que las metas sean a la vez **ambiciosas y realistas**, lo que implica establecer retos significativos pero alcanzables dentro de las capacidades operativas de la empresa. Para ello, se recomienda seguir la metodología **SMART**, asegurando que cada objetivo sea:

- **Specific (Específico):** El objetivo debe indicar con claridad **qué se quiere lograr** y en qué área. Por ejemplo, ‘Reducir el uso de bolsas plásticas en el área de ventas’

- **Measurable (Medible):** Debe ser posible **cuantificar el progreso** mediante métricas concretas, como kilos de plástico eliminados, porcentaje de reciclaje o número de envases sustituidos.
- **Achievable (Alcanzable):** El objetivo debe estar dentro de las **capacidades operativas y recursos disponibles** de la empresa, evitando metas que sean imposibles de cumplir.
- **Relevant (Relevante):** Se debe contribuir directamente a la **reducción de impactos ambientales** y alinearse con la estrategia de sostenibilidad de la organización.
- **Time-bound (Limitado en el tiempo):** Fijar un plazo concreto para alcanzar la meta, de manera que el seguimiento sea efectivo y se mantenga el compromiso de los equipos.

Este enfoque permite que los avances se evalúen de forma rigurosa y facilita que todo el personal comprenda claramente **qué se quiere conseguir, cómo y en qué plazo.**

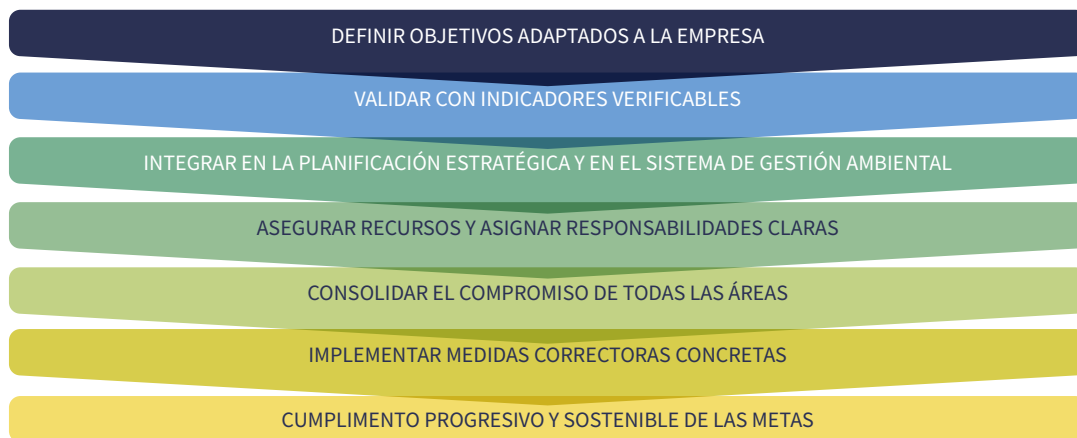
Algunos ejemplos de objetivos bien formulados podrían ser:

- “Eliminar el 100 % de los plásticos de un solo uso en oficinas y zonas comunes en un plazo de 12 meses.”
- “Reducir en un 50 % el uso de plástico virgen en embalajes antes de finalizar el próximo ejercicio.”
- “Alcanzar una tasa del 100 % de reciclabilidad en los envases de productos en el plazo de dos años.”

Para facilitar su cumplimiento, estos objetivos deben ser **adaptados a la realidad de cada empresa** y validados mediante indicadores verificables. Por ejemplo, indicadores como el porcentaje de reducción trimestral de plásticos, la cantidad de material reciclado utilizado o el número de productos rediseñados sin componentes plásticos permitirán hacer un seguimiento eficaz.

Además, se recomienda **integrar los objetivos en la planificación estratégica de la organización**, así como en su sistema de gestión ambiental (por ejemplo, alineándolos con estándares como la ISO 14001 si se dispone de ella). Esto contribuirá a asegurar los recursos necesarios, asignar responsabilidades claras y consolidar el compromiso de todas las áreas.

Una vez definidos estos objetivos, la empresa estará en condiciones de avanzar hacia la implementación de medidas correctoras concretas que permitan cumplir con las metas trazadas de forma progresiva y sostenible.



7.3 MEDIDAS CORRECTORAS Y BUENAS PRÁCTICAS IMPLANTABLES

Las medidas correctoras son el puente entre el diagnóstico (lo que la empresa tiene hoy) y los objetivos (a dónde debe llegar para alinearse con la normativa). No se trata solo de “hacer más reciclaje”, sino también de **modificar el diseño, el uso y la trazabilidad del envase** para garantizar su conformidad futura.

Definidos los objetivos, llega el momento de **pasar a la acción**. En esta etapa se implementan las **medidas correctoras** y se adoptan las **buenas prácticas** necesarias para reducir drásticamente –o eliminar por completo– el uso de plásticos en la empresa. A continuación, se presenta una lista de acciones y recomendaciones que sirven de plantilla para llevar a cabo esta fase. Cada empresa puede adaptar estas iniciativas a su contexto particular, priorizando aquellas que generen mayor impacto según su diagnóstico inicial:

ACCIONES Y RECOMENDACIONES PARA REDUCIR EL USO DE PLÁSTICOS EN EMPRESAS

Reevaluar embalajes y productos
Trabajar con proveedores más sostenibles
Concienciar e informar al personal
Establecer políticas internas "cero plásticos"
Fomentar la reutilización y mejorar el reciclaje
Sustituir materiales y aplicar ecodiseños
Colaboración externa y responsabilidad social

- **Reevaluar embalajes y productos:** Analizar los **embalajes actuales** de los productos y las materias primas, e identificar oportunidades para rediseñarlos con menos plástico. Una primera acción es sustituir o reducir los envoltorios plásticos en la medida de lo posible. Por ejemplo, optar por materiales de embalaje reciclables o biodegradables (cartón, papel, bioplásticos) en lugar de plásticos convencionales, o introducir **envases reutilizables o de retorno** que puedan recircular entre cliente y proveedor, disminuyendo así la necesidad de nuevos plásticos. Asimismo, conviene revisar el diseño de los propios productos para eliminar componentes plásticos innecesarios o facilitar que el cliente pueda usar recambios/recargas en vez de adquirir un producto completamente nuevo con embalaje plástico cada vez.

- **Trabajar con proveedores más sostenibles:** La estrategia de reducción de plásticos puede extenderse a la cadena de suministro, seleccionando proveedores que compartan los mismos valores ambientales. Colaborar con ellos permite aplicar soluciones como eliminar embalajes innecesarios o sustituir materiales plásticos por alternativas recicladas o compostables desde el origen. Esta alineación no solo reduce el plástico que entra en la empresa, sino que amplifica el impacto positivo al influir también en sus prácticas. Además, contar con proveedores ya comprometidos puede facilitar el cumplimiento de los objetivos establecidos.
- **Concienciar y sensibilizar:** La implicación del equipo humano es clave para el éxito del plan. Para ello, es necesario fomentar una cultura ambiental mediante formación adaptada y acciones de sensibilización. Charlas, talleres prácticos, carteles, concursos internos o guías de buenas prácticas pueden ayudar a generar hábitos sostenibles. Un personal informado y comprometido no solo aplicará las medidas, sino que también puede proponer mejoras desde su experiencia diaria.
- **Establecer políticas internas “cero plásticos”:** Para consolidar el cambio, es fundamental adoptar normativas internas que prohíban progresivamente los plásticos de un solo uso, promoviendo alternativas reutilizables (vasos de vidrio, botellas corporativas, fuentes de agua, etc.). Estas políticas deben acompañarse de medios facilitadores e incentivos que refuercen los nuevos hábitos. Incluir estos compromisos en reglamentos y manuales corporativos ayudará a construir una cultura organizacional coherente con los objetivos ambientales.

- **Fomentar la reutilización y mejorar el reciclaje:** Es clave establecer sistemas que prioricen el uso repetido de envases (como programas de retorno con clientes y proveedores) y promuevan hábitos sostenibles entre el personal (por ejemplo, usar recipientes propios en lugar de desechables). En paralelo, se debe reforzar la infraestructura de reciclaje con contenedores bien señalizados en todas las áreas y asegurar una correcta gestión por parte de operadores autorizados. Revisar periódicamente la eficacia del sistema, y colaborar con recicladoras o iniciativas de “cero residuos”, permite avanzar hacia una economía circular y reducir drásticamente el plástico destinado a vertedero.
- **Sustituir materiales y aplicar ecodiseño:** Implica reemplazar plásticos convencionales por materiales más sostenibles (biodegradables, reciclados o compostables) en productos, envases y procesos. Aplicar el ecodiseño supone repensar cada etapa del ciclo de vida del producto: desde la elección de materiales hasta su reutilización o reciclaje, reduciendo al máximo el impacto ambiental. Esta estrategia permite anticiparse a normativas cada vez más estrictas y refuerza el posicionamiento responsable de la empresa. Preguntarse si el uso de un plástico es realmente necesario en cada caso es clave para rediseñar con criterio ambiental.
- **Colaboración externa y responsabilidad social:** Ir más allá del ámbito interno permite que la estrategia de sostenibilidad tenga un efecto más transformador. Participar en campañas comunitarias, colaborar con ONG, obtener certificaciones o apoyar proyectos de limpieza y reciclaje permite visibilizar el compromiso ambiental, aprender de otras organizaciones y generar sinergias. Estas alianzas no

solo amplifican los resultados, sino que consolidan la reputación de la empresa como agente activo en la transición hacia un entorno libre de plásticos.

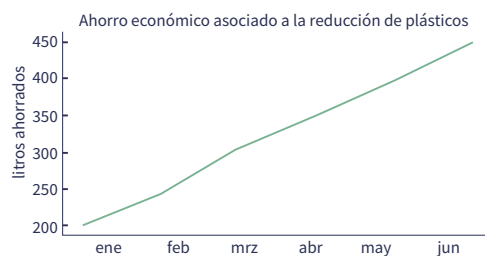
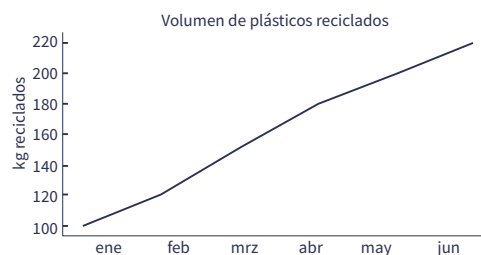
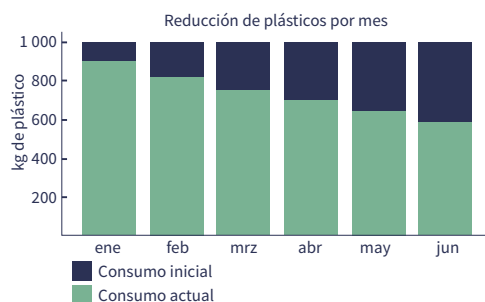
Estas medidas permiten convertir el plan en una **adaptación normativa progresiva**, no en una acción puntual. La empresa no solo “reduce residuos”, sino que **demuestra conformidad futura**, mitigando riesgos legales y reputacionales.

A continuación, se muestran ejemplos de situaciones habituales en la empresa, su riesgo de incumplimiento futuro y la medida correctora alineada con el Reglamento (UE) 2025/40:

Problema detectado	Riesgo regulatorio	Medida correctora
Film de paletizado no reciclable	No será admisible tras 2030 si no hay reciclabilidad real	Sustitución por fundas reutilizables o film reciclable
Envase multicapa inseparable	No cumple criterio de reciclabilidad real	Rediseño a monomaterial
Sobrembalajes sin función	Considerado “envase innecesario”	Eliminación
Envase plástico sin contenido reciclado	Incumplirá progresivamente metas del Reglamento	Incorporar porcentajes crecientes de reciclado
Falta de evidencia documental	No se puede demostrar cumplimiento	Certificación o declaración técnica del proveedor

7.4 INDICADORES, SEGUIMIENTO Y COMUNICACIÓN DE RESULTADOS

Una vez aplicadas las medidas de reducción de plásticos, es imprescindible establecer un sistema de seguimiento riguroso y comunicar los avances obtenidos. Esta fase incluye dos componentes clave:



A) INDICADORES Y SEGUIMIENTO

Desde el inicio del plan, la empresa debe definir indicadores clave de rendimiento (KPIs) alineados con los objetivos definidos y la línea base obtenida en el diagnóstico. Algunos ejemplos de KPIs incluyen:

- % de reducción de plásticos respecto al consumo inicial.
- Volumen mensual de plásticos reciclados frente a desechados.
- Unidades de plástico de un solo uso eliminadas.
- Ahorro económico asociado a la disminución del uso de plásticos.

El seguimiento debe ser periódico (mensual, trimestral, etc.), empleando herramientas digitales (Excel, Power BI u otras plataformas de business intelligence) que faciliten la visualización y el análisis de tendencias. Esto permite detectar a tiempo posibles desviaciones y ajustar las estrategias. Al final de cada periodo anual, se debe realizar una evaluación global para medir el cumplimiento de los objetivos y planificar nuevas metas dentro de una lógica de mejora continua.

“Lo que no se mide, no se mejora.” — Un principio fundamental para asegurar la eficacia del plan.

B) COMUNICACIÓN DE RESULTADOS

La comunicación transparente de los logros obtenidos fortalece el compromiso interno y la reputación externa de la empresa. Internamente, es clave informar a la dirección y al personal sobre el impacto generado: reducción de residuos, ahorro económico, cumplimiento normativo o mejora del posicionamiento ambiental. Se pueden utilizar medios como boletines internos, cartelera, presentaciones o reuniones periódicas.

Externamente, los resultados deben difundirse a través de canales como redes sociales, la web corporativa o memorias de sostenibilidad, mediante información verificada y cuantificable. Por ejemplo: “En 2025, eliminamos X toneladas de plástico, evitando la emisión de Y toneladas de CO₂ y generando un ahorro de Z €.”

Reconocer públicamente los logros e implicar a los distintos grupos de interés contribuye a consolidar una cultura organizacional orientada a la sostenibilidad y refuerza el liderazgo de la empresa en su sector.



8. CONCLUSIONES

La contaminación por plásticos es una amenaza global con impactos en el medio ambiente y la salud humana. Desde los océanos hasta los entornos urbanos, los plásticos –y sus residuos microscópicos– están presentes en todas partes, lo que exige una acción inmediata y coordinada de gobiernos, empresas y ciudadanía.

En este contexto, las empresas desempeñan un papel clave: reducir el uso de plásticos no solo es una obligación ambiental, sino también una oportunidad para innovar, liderar y reforzar la competitividad sostenible. Cada vez más organizaciones adoptan buenas prácticas que integran la sostenibilidad en su actividad diaria. A continuación se relacionan algunas claves que pueden facilitar este proceso de transformación

8.1 EN EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

- **Realizar una auditoría interna de plásticos:** Antes de implementar cambios, es imprescindible conocer el punto de partida. Un inventario detallado del uso de plásticos en todos los procesos y áreas permitirá identificar los focos principales de consumo y generación de residuos, facilitando decisiones estratégicas sobre qué eliminar, reducir o sustituir primero.
- **Reducir y sustituir plásticos de un solo uso:** Priorizar la eliminación en origen de productos plásticos desechables (embalajes innecesarios, utensilios de un solo uso, etc.), sustituyéndolos por alternativas reutilizables o materiales más sostenibles. Una de las formas más directas de disminuir la **huella de plástico** es precisamente la transición hacia **envases sostenibles** (biodegradables, compostables o reciclables), optimizando además el diseño del embalaje para evitar excedentes de material.
- **Implementar programas de reciclaje y gestión de residuos:** Establecer sistemas eficaces de separación y **reciclaje** en las instalaciones de la empresa, asegurando que todos los empleados dispongan de medios fáciles para desechar correctamente los materiales. Facilitar **contenedores de reciclaje accesibles**, promover y conocer las buenas prácticas de gestión de residuos puede marcar una gran

diferencia en la reducción de desechos plásticos. Asimismo, conviene colaborar con gestores autorizados para garantizar el tratamiento adecuado de los residuos no evitables.

- **Colaborar con proveedores y clientes en la cadena de valor:** Extender, en la medida de lo posible, el compromiso más allá de las fronteras de la propia empresa. Esto implica **escoger proveedores** que utilicen embalajes ecológicos o materias primas recicladas, e incluso acordar con ellos la devolución o reutilización de envases. Del mismo modo, sensibilizar a los clientes (por ejemplo, ofreciendo productos con menos plástico o sistemas de retorno de envases) contribuye a reducir el plástico a lo largo de todo el ciclo de vida del producto.
- **Fomentar la innovación y la economía circular:** Invertir más en investigación y desarrollo de alternativas al plástico tradicional, como nuevos materiales reciclados o bioplásticos, y rediseñar productos/servicios para minimizar el consumo de plásticos. Adoptar principios de **economía circular** –donde los materiales se mantienen en uso el mayor tiempo posible– ayuda a la empresa no solo a disminuir residuos sino también a optimizar costos y adelantarse a futuras regulaciones medioambientales.
- **Establecer objetivos y seguimiento de los avances:** Definir **metas concretas** de reducción de plástico (por ejemplo, porcentaje de disminución anual en uso de envases plásticos) y hacer seguimiento de los progresos. La medición de indicadores ambientales permite rendir cuentas, ajustar estrategias y comunicar los

logros tanto internamente como de cara a la sociedad. Fijar objetivos ambiciosos de mejora continua envía una señal clara del compromiso empresarial.

8.2 EN EL IMPULSO DE LA CULTURA EMPRESARIAL COMPETITIVAMENTE SOSTENIBLE

Más allá de las medidas puntuales, el éxito a largo plazo reside en forjar una **cultura corporativa** que integre la sostenibilidad –y específicamente en el caso que nos ocupa, la reducción de plásticos contaminantes – como un valor esencial. A continuación, se destacan algunas claves para impulsar y consolidar esa cultura empresarial encaminada a reducir el uso de plásticos de un solo uso así como aquellos no reciclables:

- **La dirección:** La alta dirección tendrá que abanderar el cambio, incorporando la filosofía menos plástico contaminante, en la visión y estrategia de la empresa.
- **Sensibilización, y comunicación interna:** Es importante concienciar al personal sobre la problemática de los plásticos y las ventajas de ser una empresa sostenible. Campañas internas, talleres formativos y materiales divulgativos mantienen el tema vigente y ayudan a que cada empleado entienda cómo sus acciones

cotidianas importan. Una plantilla informada y motivada será aliada en la eliminación de plásticos innecesarios.

- **Empleados:** Fomentar que los empleados formen parte de la solución, generando programas de ideas (sugerencias para reducir residuos) o actividades como jornadas de limpieza y retos colectivos (por ejemplo, **semanas sin plástico** en la oficina). Al involucrar a las personas, se fortalece el sentido de pertenencia a una causa común.
- **Integración en políticas y procedimientos:** Incorporar la reducción de plásticos en las **políticas corporativas** (compras sostenibles, eventos corporativos sin plásticos, criterios ambientales para proveedores, etc.) y en los procedimientos operativos del día a día. Cuando las prácticas libres de plásticos se formalizan –por ejemplo, prohibiendo botellas desechables en reuniones o sustituyendo materiales en los procesos de producción– dejan de ser iniciativas aisladas para convertirse en parte del ADN de la empresa.
- **Reconocimiento de logros y comunicación externa:** Celebrar y **difundir los éxitos alcanzados** (reducciones significativas, certificaciones obtenidas, casos de innovación en envases, etc.) refuerza la cultura interna y proyecta confianza al exterior. Compartir buenas prácticas en foros sectoriales o medios de comunicación **y sumarse a iniciativas globales** (como campañas del Día Mundial del Medio Ambiente, pactos o acuerdos voluntarios) no solo visibiliza el compromiso de la empresa, sino que inspira a otras organizaciones a seguir el mismo camino.

En definitiva, al construir una cultura empresarial competitivamente más sostenible desde el punto de vista ambiental, la empresa también fortalece su resiliencia, su reputación y su capacidad de adaptación hacia el futuro

9. ANEXOS

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Agentes de cambio: Personas que promueven transformaciones positivas dentro de una organización

Bioplásticos compostables: Plásticos hechos de materiales naturales (como maíz o caña de azúcar) que se descomponen en condiciones adecuadas.

Biopolímeros: Plásticos hechos a partir de materiales naturales como plantas o bacterias; suelen ser biodegradables.

Blíster: Envases plásticos (normalmente transparentes) que se usan para mostrar y proteger productos (como medicamentos o pilas).

Cadena de suministro: Conjunto de pasos que siguen los productos desde el proveedor hasta el cliente.

Capacitación ambiental: Formación específica sobre cómo trabajar cuidando el medioambiente.

Cartón estructural: Tipo de cartón grueso y resistente usado para construir muebles o soportes.

Celulosa moldeada: Material hecho con fibras vegetales, moldeado para proteger productos (como las hueveras).

Certificaciones ambientales: Reconocimientos oficiales que demuestran que una empresa cuida el medioambiente (Ej.: ISO 14001, EMAS, B Corp).

Ciclo de vida: Todas las etapas por las que pasa un producto: desde su fabricación, uso, hasta su eliminación o reciclaje.

Códigos QR: Imágenes cuadradas que se pueden escanear con el celular para acceder a información.

Compostable: Que se puede descomponer de forma natural y convertirse en abono.

Contenedores plegables retornables: Cajas o estructuras que se pueden doblar y usar varias veces para transportar productos.

Cultura sostenible: Conjunto de valores compartidos en una empresa que promueven comportamientos responsables con el entorno.

Desarrollo sostenible: Modelo de crecimiento que satisface las necesidades actuales sin comprometer los recursos de futuras generaciones.

Diseño modular: Diseño que permite que las partes encajen fácilmente entre sí, como si fueran piezas de Lego.

Disposable: cualquier objeto que esté destinado a ser utilizado solo una vez, que debe ser desechado tras su uso y que no es aprovechable tras su tiempo recomendado de uso

Ecodiseño: Diseño de productos teniendo en cuenta su impacto ambiental desde el principio.

Economía circular: Modelo en el que los productos se reutilizan, recuperan y reciclan para no generar residuos.

Eficiencia operativa: Hacer las tareas de una empresa de la forma más rápida y con el menor uso de recursos posibles.

Embalaje logístico: Tipo de empaque usado para mover productos de un lugar a otro de manera segura y eficiente.

Embalaje retornable: Empaque que se puede devolver para usarlo otra vez.

Etiquetas RFID: Etiquetas electrónicas que transmiten datos a distancia para rastrear objetos.

Flejes de PET o PP: Cintas plásticas usadas para asegurar cargas (PET = tereftalato de polietileno; PP = polipropileno).

HDPE: Tipo de plástico reciclable (polietileno de alta densidad) usado comúnmente en envases

Huella ambiental: Medida del impacto que tiene una persona, empresa o producto sobre el medioambiente (agua, emisiones, residuos, etc.).

Indicadores KPI: Medidas que sirven para evaluar si se están logrando los objetivos (por ejemplo, cuántos residuos se redujeron). KPI = Key Performance Indicators.

Leasing: Alquiler de largo plazo con opción de compra al final (ej. maquinaria o vehículos).

Logística inversa: Proceso de traer de vuelta embalajes o productos usados para su reutilización, reparación o reciclaje

Materiales biodegradables: Materiales que se descomponen por acción de organismos vivos.

Materiales multicapa: Empaques con varias capas de diferentes materiales difíciles de separar para reciclar.

Merchandising ecológico: Regalos promocionales diseñados para ser sostenibles (Ej.: bolsas de tela, botellas reutilizables).

Organización PNUMA: Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. Coordina acciones internacionales sobre sostenibilidad.

Pacto Verde Europeo: Plan de la Unión Europea para transformar su economía haciéndola más sostenible y neutral en carbono para 2050.

Packaging comercial: Envase que se muestra al consumidor, pensado también para comunicar la imagen de marca.

PET: Plástico común usado en botellas (polietileno tereftalato).

PHBV: Bioplástico que se puede descomponer naturalmente.

PLA: Plástico biodegradable hecho de recursos vegetales (ácido poliláctico).

Pooling logístico: Compartir recursos como cajas o palets entre varias empresas para reducir costos y residuos.

Política de compras sostenible: Reglas que guían qué productos y materiales se compran para cuidar el medioambiente

Polímeros: Sustancias formadas por la unión de muchas moléculas pequeñas; son la base de la mayoría de los plásticos.

Poliiolefinas: Familia de plásticos comunes y reciclables como el polietileno (PE) y el polipropileno (PP). Son baratos, resistentes y se usan mucho en empaques.

Prácticas implantables: Acciones concretas y aplicables que una empresa puede implementar fácilmente para ser más sostenible.

Propuesta de valor al empleado: Beneficios y valores que una empresa ofrece a sus trabajadores para atraer y retener talento

PVC: Tipo de plástico difícil de reciclar, usado comúnmente en tubos o lonas.

Rediseño de embalaje: Cambiar el diseño de los empaques para que sean más sostenibles, prácticos o económicos.

Rediseño de packaging: Ajustar el diseño del empaque para mejorar su impacto ambiental.

Rellenos de EPS: Espuma de poliestireno expandido, usada para proteger objetos frágiles en cajas.

Residuos plásticos secundarios: Plásticos extra usados en empaques, que no son esenciales para proteger el producto.

Responsabilidad extendida: Cuando los proveedores se hacen cargo de los productos incluso después de venderlos (ej.: recoger los envases usados).

Renting: Alquiler sin opción de compra, donde el mantenimiento suele estar incluido (muy común para coches o equipos).

Rutas de retorno planificadas: Rutas pensadas para que, al regresar, los camiones no vayan vacíos y puedan recoger embalajes usados.

Sistemas de trazabilidad: Herramientas para seguir el recorrido y uso de un producto desde su origen hasta su destino.

Suministros auxiliares: Materiales que no forman parte del producto final pero se usan en su fabricación o entrega (ej.: envases, etiquetas, bolsas).

Superfluo: Que no es necesario o es excesivo; en sostenibilidad, se refiere a materiales o envases innecesarios

- Fichas de buenas prácticas (modelo editable)
- Normativa de referencia
- Recursos web y bibliografía

BUENA PRÁCTICA 1: TEXTO				
1. OBJETIVO ES-TRATÉGICO	2. EJE DE ACTUACIÓN		3. NOMBRE DE LA ACCIÓN	
TEXTO	TEXTO		TEXTO	
4. TIPO DE MEDIDA		5. DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN		
TEXTO		TEXTO		
6. PRIORIDAD	7. CUADRO DE VALORACIÓN	8. LOCALIZACIÓN	9. RESPONSABLE DE LA ACCIÓN	10. AGENTES PARTICIPANTES
TEXTO	TEXTO	TEXTO	TEXTO	TEXTO

BUENA PRÁCTICA 1: TEXTO	
11. IMAGEN GRÁFICA	
IMAGEN	
12. PRESUPUESTO	13. FINANCIACIÓN
TEXTO	TEXTO
14. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN	
TEXTO	
15. INDICADORES DE MEDICIÓN-SEGUIMIENTO	
TEXTO	
16. ODS SOBRE LOS QUE INCIDE	

BUENA PRÁCTICA 1: TEXTO



CEOE
Castilla y León

NOS
IMPULSA

