



Edita:
**Federación Regional
de Asociaciones de Vecinos
de Madrid (FRAVM)**

C/ Bocángel, 2. 28028 Madrid
tfno: 91 725 29 09
fax: 91 725 06 23
www.aavvmadrid.org
fravm@aavvmadrid.org

Subvencionado por:



Este proyecto ha sido subvencionado por el Instituto Municipal de Consumo del Ayuntamiento de Madrid, siendo su contenido responsabilidad exclusiva de la Federación Regional de Asociaciones de Vecinos de Madrid (FRAVM)



1.

**Pequeño comercio
y sostenibilidad**

2.

**Buenas prácticas
ambientales**

➤ **Compartimentos ambientales**

2.1.- Agua

2.2.- Energía

2.3.- Materiales y residuos

2.4.- Nuestro impacto sobre el paisaje

➤ **Procesos comerciales**

2.5.- Limpieza y mantenimiento

2.6.- Iluminación y climatización

2.7.- Compras, transporte y almacenamiento

2.8.- Orientación a la compra sostenible

2.9.- Comunicación

1.

Pequeño comercio y sostenibilidad

- La actividad comercial proporciona cohesión al territorio y, con las medidas correspondientes, tiene capacidad de articularlo de una manera equilibrada y respetuosa con el entorno natural. El pequeño comercio, en concreto, como sector integrado en la actividad urbana, debe estar comprometido activamente con la responsabilidad ambiental.
- El sector del comercio minorista constituye una de las principales actividades económicas urbanas, y debe acomodarse a las necesidades de los consumidores y, en general, a la evolución social, transformándose en una actividad con gran capacidad de adaptación y flexibilidad, puesto que posee una gran capacidad de dinamizar, cohesionar y articular el territorio de forma sostenible potenciando la actividad comercial como motor económico y de revitalización de espacios urbanos deprimidos y aislados.
- La FRAVM defiende la ciudad compacta como estructura que permita una red más funcional y eficiente, evitando desarrollos urbanos no deseados. A consecuencia de ello, siempre ha mostrado preferencia por el desarrollo y primacía del comercio minorista, capaz de articular el territorio, y defiende su promoción sobre la cada vez más frecuente implantación de grandes superficies comerciales situadas en los sectores limítrofes o contiguos a áreas urbanas, que exigen grandes infraestructuras de transporte y generan graves problemas medioambientales del todo evitables.

- La localización de la actividad comercial en grandes centros promueve un modelo de desarrollo urbano apoyado en la utilización del automóvil privado, que resulta hoy día incompatible con el equilibrio territorial y genera un balance ambiental negativo. El crecimiento de las ciudades, y sus áreas de influencia, así como la progresiva aparición de áreas monofuncionales, ha contribuido de forma importante a que, cada vez más, la movilidad constituya uno de los problemas fundamentales de la sociedad actual.
- Por tanto, esos procesos de localización de la oferta comercial en grandes centros comerciales generan importantes problemas medioambientales al contribuir de forma notable a la contaminación del aire, al incremento en la emisión de gases de efecto invernadero, así como al crear problemas de movilidad, residuos y, no menos importante, influir de manera pernicioso en los hábitos individuales de consumo, alejándolos del modelo de consumo responsable.
- El pequeño comercio, en cambio, además de vertebrar territorio y de generar desarrollo económico, se apoya en gran parte en el acceso peatonal o en transporte público y puede contribuir a la sostenibilidad introduciendo buenas prácticas ambientales en su propia actividad, así como influir en la mejora de los hábitos de consumo de sus clientes.
- Esta pequeña guía está dirigida a los pequeños comerciantes que quieran mejorar su competitividad, ahorrar costes y obtener mejora de su imagen a través de optimizar sus procesos y dirigir su establecimiento hacia la sostenibilidad con sencillas acciones.

2.

Buenas prácticas ambientales

Listamos una serie de medidas para ser aplicadas por el pequeño comercio de forma responsable y unirse a las medidas de respeto, protección y mejora del medio ambiente.

> Compartimentos ambientales

2.1.- Agua

Objetivos:

- Mejorar la eficiencia en el consumo de agua, obteniendo los mismos resultados con un consumo sensiblemente reducido.
- Reducir el aporte de sustancias que puedan entorpecer la depuración en las aguas residuales del establecimiento.

Medidas:

1. Controlar el consumo.
2. Reparar las averías en la instalación.
3. Cambiar los procedimientos de limpieza para propiciar el ahorro de agua.
4. Plantear acciones de mejora de las aguas residuales del establecimiento, separando los residuos líquidos (aceites, restos de pinturas, barnices, disolventes y productos de limpieza agresivos) que no deben ser vertidos por el sumidero sino trasladados al punto limpio.

2.2.- Energía

Objetivos:

- Utilizar el abastecimiento energético menos contaminante.
- Utilizar la energía de forma más racional, con la máxima eficiencia, obteniendo la mayor cantidad posible de iluminación, calor y fuerza con el mínimo consumo de kilovatios, metros cúbicos de gas o litros de combustible.

Medidas:

1. Elegir el abastecimiento energético de más calidad, el más seguro, barato y limpio. Sustituir calderas de carbón y el gasóleo por gas natural o paneles solares
2. Determinar cuánta energía necesitamos y el suministrador adecuado
3. Mejorar la eficiencia: optimizar al máximo la energía que llega a nuestro comercio y uso de aparatos economizadores de energía, procurando el mayor aislamiento de locales y evitando pérdidas de calorías y frigorías.



2.3.- Materiales y residuos

Objetivos:

- Prevenir la producción de residuos.
- Facilitar el reciclaje de los residuos producidos en el establecimiento, procurando su correcta separación selectiva.

Medidas:

1. Si se tiene la oportunidad, elegir materiales sostenibles para el mobiliario y la decoración.
2. Cambiar los consumibles del establecimiento, como bolsas o material publicitario por versiones más sostenibles.
3. Reducir la entrada en el establecimiento de materiales desechables. Minimización de residuos.
4. Reutilizar algunos tipos de residuos, si es posible, enviando material fuera de uso a las organizaciones de reciclaje especializado y solidario que existen. Esta posibilidad existe para muchos artículos, especialmente ropa, material informático, medicamentos, gafas, muebles, etc.
5. Hacer una separación selectiva correcta de los materiales desechables habituales: papel y cartón, restos de envases y embalajes, materia orgánica ...
6. Dar salida adecuada a los residuos que necesitan una gestión especial :pilas, tóner, lámparas fluorescentes, medicamentos, radiografías, aparatos eléctricos o electrónicos, muebles y enseres voluminosos, etc, acudiendo al punto limpio o a través de un gestor autorizado.

Algunas entidades encargadas de diversos tipos de residuos:

- Fluorescentes y lámparas: Ambilamp, Asimelec, Ecolum.
- Teléfonos móviles: Asimelec, Tragamóvil.
- Neumáticos usados: Signus.
- Aceites y lubricantes usados: Sigaus.
- Medicamentos: contenedores Sigre en farmacias.
- Aparatos eléctricos y electrónicos: Asimelec, Ecolec.
- Pilas y baterías usadas: Aerpam, Ecopilas.

Residuos peligrosos y no peligrosos

- **No peligrosos:** Papel y cartón, envases (plásticos y metálicos), vidrio y restos orgánicos.
- **Peligrosos:** Aceites usados, pinturas y disolventes, productos de limpieza, tóner de impresora, equipos electrónicos, fluorescentes, pilas y baterías.

¿Qué dice la ley sobre los productos y residuos tóxicos y peligrosos?

- Productos peligrosos de uso cotidiano
Todos los productos que pueden encontrarse de forma habitual en un establecimiento disponen de una etiqueta identificativa que advierte de la naturaleza del riesgo asociado a su uso y que se corresponden con los pictogramas del Anexo II del R.D. 833/1988. R.D. 952/1997.
- Residuos Peligrosos
Según la Ley 5/2003 de la Comunidad de Madrid, de Residuos, los residuos peligrosos son aquellos que contienen en su composición una o varias

sustancias que les confieren características peligrosas, en cantidades o concentraciones tales, que representan un riesgo para la salud humana, los recursos naturales o el medio ambiente. También se consideran residuos peligrosos los recipientes y envases que hayan contenido estas sustancias.

La normativa vigente define como residuo peligroso a los “que figuren en la lista de residuos peligrosos aprobada por Real Decreto 952/1997, que modifica el Reglamento de Residuos Tóxicos y Peligrosos aprobado por Real Decreto 833/1988 de 20 de Julio, así como los recipientes y envases que los hayan contenido, los que hayan sido calificados como peligrosos por la normativa comunitaria y los que puede aprobar el Gobierno de conformidad con lo establecido en la normativa europea o en convenios internacionales de los que España sea parte”.

2.4.- Nuestro impacto sobre el paisaje

Objetivos:

- Contribuir directamente a la mejora del entorno urbano del establecimiento evitando contribuir al deterioro del entorno urbano que rodea su establecimiento comercial.
- Contribuir indirectamente a la mejora del paisaje natural, de donde proceden nuestros recursos.

Medidas:

1. Cuidar el entorno urbano del establecimiento para fortalecer la imagen de comercio del barrio.
2. Contribuir a la mejora del paisaje en sentido amplio, como expresión de la salud ambiental de un territorio ofreciendo artículos de bajo impacto y fomentándolos para afianzar la imagen de un comercio avanzado.

> **Procesos comerciales**

2.5.- Limpieza y mantenimiento

Objetivos:

- Combinar una limpieza lo más escrupulosa posible con un consumo reducido de agua, energía y materiales.
- Reducir –y eliminar si es posible– el empleo de productos de limpieza agresivos para la salud y el medio ambiente.
- Controlar los establecimientos de posibles invasiones de ácaros, insectos, etc.

Medidas:

1. Elegir formas y materiales que se limpien con facilidad.
2. Establecer un sistema de limpieza ajustado a las necesidades del establecimiento.
3. Reducir lo más posible el consumo de agua.
4. Utilice procedimientos de limpieza que reduzcan al mínimo el uso de componentes peligrosos o nocivos para la salud y el medio ambiente
5. Mantenimiento, dentro de las disposiciones legales, de desinfección y desinsectación.

2.6.- Iluminación y climatización

Objetivos:

- Proporcionar el máximo confort posible con el mínimo gasto de energía y recursos.

Medidas:

1. Elegir la tecnología más eficiente de iluminación.
2. Elegir las luminarias más adecuadas.
3. Disponer, regular y mantener adecuadamente la iluminación del establecimiento.
4. Estimar correctamente la demanda de climatización.
5. Elegir el mejor sistema de calefacción, agua caliente sanitaria y aire acondicionado.
6. Instalar un sistema de regulación de la temperatura, en cualquier momento y también por zonas.
7. Contratar un mantenimiento profesional de las instalaciones.

2.7.- Compras, transporte y almacenamiento

Objetivos:

- Reorientar la política de abastecimiento del establecimiento en el sentido de productos más sostenibles.
- Transportar y almacenar los productos con un impacto ambiental lo más reducido posible.

Medidas:

1. Seguir una política ambientalmente responsable de proveedores: preferir aquellas empresas y suministros más sostenibles.
2. Seguir una política ambientalmente responsable de compras: colocar productos sostenibles en el catálogo del comercio.
3. Seguir una política ambientalmente responsable en materia de envases y embalajes.
4. Tener en cuenta la procedencia y la manera en que son transportadas las mercancías.
5. Cambiar el coche de reparto a un modelo ecológico, o manejarlo de manera economizadora.
6. Gestionar adecuadamente el almacén evitando deterioro de productos.
7. Manejar los refrigeradores y armarios de atmósfera controlada de manera eficiente.



2.8.- Orientación a la compra sostenible

Objetivos:

- Proporcionar un valor extra a nuestro establecimiento comercial, mediante su orientación hacia la sostenibilidad.
- Actuar como informadores activos de la clientela, mostrándole las opciones sostenibles que existen en nuestro campo de actividad.

Medidas:

1. Encamine al cliente hacia la sostenibilidad.
2. Haga pasar a los productos verdes al primer plano.
3. Haga que sus bolsas y embalajes sean sostenibles.

El pequeño comercio y el sistema de consigna de envases

- Hasta no hace mucho tiempo, la mayoría de los envases de vidrio para bebidas se devolvían vacíos en el comercio donde se compraron, recibiendo a cambio el cliente una pequeña cantidad de dinero.
- El establecimiento comercial era así el nudo principal de un sistema de distribución de alimentos envasados que no producía residuos: las botellas vendidas por el comerciante retornaban a la fábrica, desde donde regresaban otra vez al establecimiento, cerrando así el círculo de distribución con un impacto mínimo para el medio ambiente.
- La normativa actual en materia de residuos reconoce el sistema de consigna (devolución y retorno) como el más adecuado y sostenible.

No obstante, ha desaparecido casi por completo de los establecimientos cara al público.

- Si tiene oportunidad, coopere en la recuperación de este interesante y sostenible sistema de distribución de envases.

2.9.- Comunicación

Objetivos:

- Basar nuestra imagen en la sostenibilidad, y apoyarla sólidamente mediante una actuación del establecimiento cada vez más responsable desde el punto de vista ambiental y social.

Medidas:

1. Reducir en lo posible el impacto de nuestra publicidad sobre el medio ambiente.
2. Contar a los clientes nuestras buenas prácticas.
3. Utilizar las acciones de comunicación para propagar entre los clientes mensajes de sostenibilidad.