

ESTRATEGIA DE IMPULSO DEL CONSUMO RESPONSABLE

2016 ————— 2019

Mirada global y
criterios generales

Alimentario

Energía, agua y
suministros

Prevención de
residuos

Movilidad y espacio
público

Educación, cultura,
ocio, comunicación
y tic, electrónica y
electrodomésticos

Servicios
financieros,
vivienda y otros
consumos
personales



Ajuntament de
Barcelona

Economia
Cooperativa,
Social i Solidària
i Consum

Índice

01. Introducción	3
02. El consumo responsable en Barcelona	4
2.1. El consumo responsable	4
2.2. La situación actual	5
2.3. La actuación del ayuntamiento hasta ahora	5
2.4. El ayuntamiento y el impulso del consumo responsable	6
03. Elaboración de la Estrategia	7
04. Contenido de la Estrategia	9
4.1. Principios inspiradores	9
4.2. Objetivos estratégicos	10
4.3. Ámbitos temáticos	11
4.4. Líneas de trabajo	12
4.5. Acciones	13
4.6. Marcos de referencia	13
05. Presupuesto	31
06. Implementación, seguimiento y evaluación	32
6.1. Mecanismo y estructura de implementación	32
6.2. La implementación	32
6.3. El seguimiento y la evaluación	33
07. Anexos	34
7.1. Principales actores del consumo responsable en Barcelona	34
7.2. Lista del grupo impulsor	35
7.3. Lista de departamentos que han cumplimentado la relación de actuaciones del CR	36
7.4. Lista de entrevistas	37
7.5. Hacia una nueva política socioeconómica	38

01 Introducción

Consumir bienes y servicios para satisfacer necesidades es inherente a los seres humanos. En nuestra sociedad, el consumo ocupa en espacio central en nuestras vidas y en el sistema económico. La forma en que una persona consume acostumbra a ser la interacción más importante que tiene con el mundo. Por eso, la acción de consumir no posee una **dimensión** simplemente **económica**, sino también **ética** y **política**. Cada producto es una porción de naturaleza y una serie de horas de trabajo nuestras y/o de otras personas que gastamos; pueden ser bien utilizadas o no.

En las sociedades capitalistas actuales, el consumo acostumbra a adoptar la forma de **consumismo**, que podemos definir como la exacerbación del consumo inducida por imaginarse, individualmente, que la felicidad propia radica en la compra continua de bienes y servicios y, colectivamente, que consumiendo contribuimos al crecimiento económico y, por tanto, en teoría, a la felicidad colectiva.

Pero el consumo compulsivo y el consumo, también, de las famosas *3 bes*: "bueno, bonito y barato", el consumo que solo se fija en las repercusiones individuales, directas y a corto plazo, en realidad genera grandes desigualdades sociales, mercantiliza todos los ámbitos de la vida, es insostenible ambientalmente, y termina incluso provocando insatisfacción personal.

Tradicionalmente, las **políticas de consumo de las administraciones públicas** se han centrado en incentivar cualquier consumo para generar riqueza y ocupación y, en todo caso, han velado para **defender los derechos de las personas consumidoras, su salud y seguridad**, y para paliar las dificultades

de **acceso al consumo de productos y servicios por parte de los sectores más vulnerables** con la finalidad de que puedan satisfacer sus necesidades básicas.

Hasta hace poco, la política de consumo del ayuntamiento de Barcelona se había centrado también en estos objetivos. Ahora se trata, por un lado, de iniciar una **nueva política local de consumo** que configure un relato coherente e integrador con otros ámbitos de actuación como la vivienda, la energía (pobreza energética), el turismo, o las finanzas (banca ética), y por otro, la incorporación de una nueva línea de actuación, el **impulso de un nuevo modelo de consumo, el llamado consumo responsable**.

La extensión de las prácticas de consumo responsable entre las personas y las organizaciones, así como su conversión primero en hábitos concretos y después en estilos generales de vida, son la clave para alcanzar la justicia social y la sostenibilidad.

02

El consumo responsable en Barcelona

2.1

EL CONSUMO RESPONSABLE

Desde hace unas décadas se ha ido extendiendo otra forma de entender el consumo. Es el conocido como consumo responsable, también llamado consciente, crítico, ético, ecológico, transformador, sostenible, solidario o justo; cada término pone el acento en una dimensión concreta de esta nueva forma de concebir la acción de consumir.

El consumo responsable es una propuesta que nos interpela, como personas y como sociedad, a adoptar hábitos de consumo y estilos de vida que contribuyan a mejorar tanto nuestra calidad de vida como el medio ambiente, la justicia social y la democracia, y a avanzar, de este modo, hacia una economía y una sociedad más justas y sostenibles.

A diferencia del modelo de consumo tradicional, el consumo responsable tiene en cuenta las **repercusiones colectivas e integrales, indirectas y a medio y largo plazo** de nuestro consumo.

De un modo muy sintético, podemos definir el **consumo responsable como la satisfacción de las necesidades y aspiraciones legítimas de las personas consumidoras mediante, cuando sea necesario, la elección consciente de productos, servicios y canales de comercialización que respeten las condiciones laborales de las personas productoras, los derechos de las personas consumidoras y el medio ambiente.**

Las grandes aportaciones conceptuales del consumo responsable son dos: el **buen vivir**, como una interpretación de la calidad de vida basada en la frugalidad, y el **consumo transformador**, que recuerda la influencia de las opciones de consumo en el mantenimiento o bien en el cambio de la sociedad actual. Estas ideas-fuerza enriquecen las visiones más tradicionales del consumo responsable, que ponen énfasis en valores como la **salud** y la **seguridad**, entendidos a menudo desde una perspectiva más individualista.

Por poner un ejemplo concreto, en la promoción del consumo de frutas y verduras se tratará de complementar el enfoque tradicional que apela a la salud, con el añadido de que será mucho mejor que estas frutas y verduras sean de origen local y de temporada, de producción ecológica, estén poco envasadas, se comercialicen en circuitos cortos y hayan estado elaboradas por productores de la economía social y solidaria.

Para practicar el consumo responsable, las personas y las organizaciones se pueden orientar siguiendo algunos criterios clave, como **prescindir** de consumos superfluos; **reutilizar**, **compartir** y **optar** por bienes, servicios y canales de comercialización comprometidos socialmente y ambientalmente.

Por lo que respecta a este último criterio, los principales elementos que nos pueden ayudar a elegir productos, servicios o canales de compra responsables son los siguientes elementos de compromiso social y de compromiso ambiental:

COMPROMISO SOCIAL

- Apuesta por la economía local, priorizando las empresas e iniciativas más comprometidas y/o las pymes (lo que favorece, en general, una distribución más equitativa de la renta y del poder económico) y los canales de comercialización justa.
- Buenas condiciones laborales de la empresa proveedora
- Gestión democrática de la empresa proveedora
- Compromiso de la empresa proveedora con el entorno social y cultural
- Práctica de valores cooperativos y no sexistas de la empresa proveedora

COMPROMISO AMBIENTAL

- Productos y materias primas locales o, si no, de origen tan cercano como sea posible
- Materia primas reutilizadas, recicladas, renovables, reciclables y fácilmente separables
- Productos duraderos, reparables y de bajo consumo
- Proceso de producción sostenible: reducción del consumo de agua, energía y materias primas, y minimización de los residuos, especialmente los más insalubres y contaminantes

2.2 LA SITUACIÓN ACTUAL

Hay algunas prácticas concretas que son las que las grandes capas de la población identifican fácilmente con el consumo responsable: el consumo de productos alimentarios de proximidad, ecológicos y/o de comercio justo; las prácticas de ahorro y eficiencia energética en el hogar; la prevención y separación de los residuos; la banca ética en menor medida; etc. Podemos afirmar que el consumo responsable está ganando reconocimiento social y que ya tiene consolidada una gama significativa de alternativas para practicarlo.

Con todo, la realidad es que incluso en estos sectores las prácticas de consumo responsable siguen siendo minoritarias, posiblemente porque a pesar de la **predisposición favorable** de una buena parte de la ciudadanía, en la vida diaria estas personas tropiezan con cuestiones prácticas que a menudo suponen un obstáculo para aplicarlo: precios más altos en algunos productos, oferta más limitada o menos a su alcance, o falta de información, entre otras.

Por ello, el reto actual consiste en pasar de una estrategia voluntarista para incrementar el consumo responsable, que sobrevalora el poder y la responsabilidad de los individuos, a **estrategias más normativas, incentivadoras y ejemplificadoras** llevadas a cabo por las administraciones públicas y las grandes empresas.

2.3 LA ACTUACIÓN DEL AYUNTAMIENTO HASTA AHORA

Como ya hemos mencionado anteriormente, la política y los servicios municipales de consumo se han centrado, a través del OMIC (Oficina Municipal de Información al Consumidor) y la JAC (Junta Arbitral de Consumo), en **informar** de los derechos de las personas consumidoras, **atender las reclamaciones**, efectuar la **mediación y arbitraje** entre las partes e **inspeccionar** empresas y establecimientos para garantizar lo que establece la Ley del Código de Consumo de Cataluña 26/2010.

El OMIC también ha sido un servicio de información y asesoramiento puntualmente importante en temas como el cambio de moneda al euro, la liberalización de las eléctricas o de la telefonía, las acciones preferentes, los servicios de revisiones de gas a domicilio o, últimamente, las cláusulas suelo.

También se han impulsado iniciativas para **educar** en un “consumo responsable”, entendido sobre todo como un **consumo saludable y seguro**, desde un enfoque más individualista que comprometido con el bien común. Con una visión global del consumo responsable es destacable la excelente labor del Programa Barcelona + Sostenible.

Así mismo, ya hace años que diferentes áreas del Ayuntamiento llevan a cabo numerosas y valiosas medidas ambientales que inciden en el impulso del consumo responsable.

Las políticas de residuos, energía, movilidad, comercio, mercados municipales y Mercabarna, salud, educación, sociales y últimamente turismo, entre otras, impulsan el consumo responsable, si bien desde definiciones y enfoques diversos.

De hecho, todas las áreas, empresas y distritos municipales analizados consideran que realizan acciones de consumo responsable, aunque es poco habitual que adopten el enfoque más colectivo, integral y transformador, tal como propugna esta Estrategia de Impulso.

Actualmente, la promoción del consumo responsable por parte del Ayuntamiento de Barcelona refuerza los objetivos de varios programas y compromisos municipales, entre los que destacan los cinco ejes estratégicos del **programa de actuación municipal (pam) 2016-2019**, muy especialmente los relativos al empuje a favor de la economía plural y la transición económica; el **Compromiso Ciudadano por la Sostenibilidad 2012-2022**, las actuaciones que desde Ecología Urbana incluye el plan de Barcelona + Sostenible, y los objetivos relativos al comercio sostenible, vertebrador de la ciudad y comprometido con la cohesión social del **Plan de trabajo de Comercio de Barcelona 2016-2019**.

Las acciones que parten más de un enfoque colectivo en la práctica del consumo inciden en la reducción del impacto ambiental en las oficinas y los equipos: la gestión, el control y la reducción de consumo (energético, de agua, materiales de oficina), el uso responsable de los materiales y la prevención y separación de residuos.

Respecto a medidas que impliquen cambios normativos o incentivos fiscales relacionados con un consumo responsable, a pesar de que ha habido alguna experiencia en bonificaciones para la recogida selectiva co-

mercial o líneas de ayuda a la rehabilitación y mejora de la eficiencia energética de viviendas y comercios se entiende que es un ámbito en el que aún queda camino por recorrer.

En relación al apoyo a las iniciativas para las asociaciones de consumidores y entidades en general, en 2016 se incorporó en la convocatoria general de subvenciones del Ayuntamiento una línea específica de consumo responsable.

Con relación a la propia práctica municipal, destacamos aspectos como la guía municipal de contratación pública, que incorpora las instrucciones a seguir con criterios ambientales y sociales a la hora de adquirir bienes y servicios por parte del Ayuntamiento.

En el ámbito del comercio y la empresa, destaca la iniciativa municipal de los mercados verdes y los planes existentes para difundirla, como también la labor realizada por el programa Entidades y Empresas + Sostenibles (de Barcelona + Sostenible).

Respecto al impulso de la economía social y solidaria, de la que el consumo responsable forma parte, el Plan de Impulso de la Economía Social y Solidaria 2016-2019 aporta el marco conceptual y de trabajo para incluir el consumo, y el consumo responsable en concreto, en la acción de la política municipal.

En cuanto a la vinculación del consumo responsable con los derechos sociales, destacamos la contratación de empresas de inserción y la promoción de derechos laborales en establecimientos turísticos y hosteleros.

2.4 EL AYUNTAMIENTO Y EL IMPULSO DEL CONSUMO RESPONSABLE

La administración local puede aportar mucho al impulso del consumo responsable; estas son las razones:

- a) Su **potencial ejemplificador**, que tanto puede ser inspirador de mejores prácticas, como desmoralizador cuando constituye un mal ejemplo.
- b) Su importancia como **agente económico**, tanto porque produce y/o presta bienes y servicios a la ciudadanía a través de servicios municipales y empresas públicas, como porque por sí mismo es un gran consumidor de bienes y servicios.
- c) Su capacidad de **promover acciones de educación, sensibilización e implicación**, dirigidas tanto al mismo ayuntamiento como a la sociedad civil, ya sea desde las clásicas actuaciones de información y divulgación como por la puesta en marcha de modelos de gestión ciudadana (cooperativa o comunitaria) más coherentes con los valores y las prácticas del consumo responsable.
- d) Su capacidad para posibilitar transformaciones de alcance más amplio a través de **cambios normativos**.

03

Elaboración de la Estrategia

Esta Estrategia es el resultado de un proceso que surge de la voluntad política del gobierno municipal de avanzar hacia una **política pública local de economía plural** que tenga el consumo responsable como uno de sus pilares.

El proceso de elaboración del EICR se ha asentado en una serie de principios que han marcado el enfoque de trabajo, la metodología utilizada y las actividades llevadas a cabo. En concreto, los criterios y principios orientadores han sido:

- **Marco transversal** de políticas municipales de ciudad y acciones de los diferentes ámbitos, que desea contribuir en las prácticas del consumo responsable por parte de los diferentes agentes de la ciudad.
- La coordinación y la transversalidad se han llevado a cabo a través del **grupo impulsor representativo** de todas las áreas municipales, así como con **la participación de los diferentes grupos políticos** presentes en el Ayuntamiento.
- **Enfoque participativo** para poner en práctica la co-producción de políticas públicas y aumentar la corresponsabilidad entre administración, ciudadanía y sociedad civil organizada.
- **Aprendizaje** para generar y ahondar en el conocimiento colectivo a través de las diferentes actividades de diálogo, debate y formación durante el proceso de elaboración.
- **Transparencia y visibilidad** con la voluntad de dar a conocer aquellas acciones incluidas en programas municipales en los que se impulse el consumo responsable.
- **Seguimiento, indicadores y continuidad** para incluir, corregir y mejorar las prácticas de consumo responsable.

FASES DE ELABORACIÓN DEL EICR

- Fase 1: Clasificaciones previas y diseño del proceso (septiembre – noviembre 2015)
 - Principios metodológicos
 - Constitución del grupo impulsor y creación de un marco conceptual común
 - Diagnóstico sobre el consumo responsable en el Ayuntamiento y en la ciudad
 - Concreción del carácter participativo del proceso
 - Concreción de los objetivos estratégicos y ámbitos temáticos
- Fase 2: Prediagnóstico del consumo responsable en la ciudad (diciembre – abril 2016)
 - Entrevistas a los diferentes departamentos del Ayuntamiento (14)
 - Entrevistas a entidades y personas expertas de la sociedad civil (8)
 - Debate en el proceso del PAM con sesión específica sobre “El consumo consciente y transformador: el plan de impulso del consumo responsable” (30 entidades de consumo responsable)
 - Provisión de actuaciones municipales (32 empresas y departamentos)
 - Provisión de actuaciones de entidades ciudadanas y de otras administraciones (8)
 - Análisis y principales conclusiones del consumo responsable en las prácticas municipales y en la ciudad de Barcelona
- Fase 3: Propuestas, debate, definición y redacción (mayo – noviembre 2016)
 - Taller participativo con las entidades más representativas del consumo responsable (25 entidades)
 - Consejo de Consumo con las asociaciones de consumidores y grupos políticos (20 miembros)
 - Entrevistas a los grupos políticos con representación municipal (6)
 - Entrevistas de contraste con reconocidos referentes en este ámbito (5)
 - Reuniones entorno al modelo de economía plural del Ayuntamiento (3)
 - Definición y concreción de las medidas y acciones (continuidad y nuevas propuestas)
 - Elaboración de una propuesta para la implementación, el seguimiento y la evaluación
 - Redacción del Plan Operativo del EICR sobre la base de la matriz de objetivos y ámbitos temáticos

04

Contenido de la Estrategia

4.1

PRINCIPIOS INSPIRADORES

CONCEPTUALES

a) **Buen vivir**

El consumo responsable como una oportunidad de vivir mejor. La calidad de vida basada en la práctica de estilos de vida sostenibles, que además promueven hábitos saludables.

b) **Consumo transformador**

Consideración del consumo como una herramienta al alcance de todo el mundo (personas y organizaciones) para mejorar la sociedad.

c) **Consumo local**

Apuesta por la economía local, priorizando el consumo de bienes y servicios de proximidad de las pequeñas y medianas empresas que actúan con responsabilidad social. A su vez, estas hallarán en el consumo responsable un apoyo diferenciador respecto a las otras empresas y productos, y se abrirán nuevas oportunidades de ocupación en sectores como la agroecología local, el ahorro y la eficiencia energética o la producción renovable.

d) **Derechos sociales**

Apoyo a productos y canales de comercialización que tienen buenas prácticas laborales y de género.

e) **Sostenibilidad ambiental**

Reducción del consumo de materias primas, agua y energía, así como de los residuos y las emisiones contaminantes.

f) **Soberanía alimentaria**

Orientación hacia el desarrollo local integral agroecológico y posicionamiento del Ayuntamiento como un agente socioeconómico activo que apoya las iniciativas de dinamización local agroecológica ya existentes o en gestación.

g) **Democracia**

El consumo como espacio de inclusión y de participación sociales, que favorecen el liderazgo social y comunitario, y la coproducción y responsabilidades de las políticas públicas.

h) **Economía social y solidaria**

El consumo responsable como la expresión propia de la economía social y solidaria en materia de consumo.

METODOLÓGICOS

Hasta ahora, el enfoque dominante de política pública en consumo responsable ha apostado, sobre todo, por la concienciación, la educación y la información (etiquetaje, sellos de calidad...). Se ha centrado en velar por los derechos de las personas consumidoras —un papel importante que debe mantenerse e, incluso, reforzar— y ha sectorializado las políticas de consumo asociadas al medio ambiente y a la sostenibilidad.

A partir de ahora, tal como hemos dicho anteriormente, la política municipal de consumo deberá complementar las acciones centradas en la seguridad y los derechos, la salud individual y la reducción del impacto ambiental, con políticas de promoción, tanto de estilos de vida sostenibles como de nuevos relatos más eficaces sobre la necesidad de practicar el consumo responsable.

Para conseguirlo, el enfoque que propone esta Estrategia de impulso parte de unas nuevas premisas metodológicas, que son:

- a) Concepción de la extensión y la consolidación del consumo responsable como un **proceso largo y progresivo que conlleva un cambio de hábitos colectivo**, y que será más fácil de hacer cuanto más amparado esté por **acciones de información, de apoyo, cambios normativos y divulgación de buenas prácticas** desde las administraciones.
- b) **Papel clave de la motivación y la vivencia positiva** para conseguir el cambio. El énfasis en la manera en que el cambio nos puede aportar salud y placer (el “consumir menos para vivir mejor”) resulta más atractivo y motivador que las apelaciones a la ética, la responsabilidad, la justicia, la sostenibilidad o el espíritu crítico. En ningún caso no se trata de generar angustia ni sentimiento de culpabilidad, o de plantear retos inalcanzables en un contexto a veces difícil; sí, en cambio, de potenciar la toma de conciencia de las personas en su poder transformador como consumidores.
- c) Refuerzo del **rol estratégico, preventivo y proactivo del Ayuntamiento** a favor del consumo responsable.

- d) **Intervención transversal**, ya que el consumo afecta a la mayoría de áreas de las administraciones públicas, tanto por aspectos de contratación como porque el consumo se encuentra en la mayoría de ámbitos de nuestra vida.
- e) Despliegue de una **amplia gama de políticas públicas** que faciliten que las alternativas sean más accesibles y asequibles: políticas de apoyo y estímulo, acciones ejemplificadoras como la compra y la contratación responsables, y cambios normativos.
- f) **Trabajo en red** con las asociaciones de consumidores, entidades, empresas y otras administraciones que promueven también el consumo responsable.

4.2 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Las acciones que prevé la Estrategia de Impulso del Consumo Responsable (EICR) están orientadas para conseguir 5 objetivos estratégicos, que se engloban en 7 ámbitos de actuación diferentes.

Los objetivos que persigue la Estrategia de impulso son los siguientes:

1. Extender la cultura del consumo responsable

Difusión de valores, criterios e ideas prácticas entre la ciudadanía, empresas y la propia administración para conseguir un cambio de hábitos y favorecer nuevas formas de consumo responsable en la ciudad.

2. Disponer para hacerlo de las regulaciones adecuadas

Revisión y actualización de la normativa actual para poder incluir cláusulas y criterios sociales, ambientales y de buen gobierno que favorezcan el consumo responsable. Además, se impulsará a otras administraciones a seguir la misma línea de trabajo y se establecerán mecanismos que velen por el correcto cumplimiento de la normativa existente.

3. Impulsar el consumo responsable en las actuaciones del Ayuntamiento

Práctica del consumo responsable por parte del Ayuntamiento como consumidor que es e impulso a la contratación y a la compra pública responsables.

4. Impulsar el comercio y la empresa locales promoviendo su vínculo con el consumo responsable

Promoción del comercio local y del consumo de productos de proximidad poniendo énfasis en sus valores en términos de cohesión social y gestión ambiental.

5. Impulsar la economía social y solidaria reforzando su vínculo con el consumo responsable

Reforzar el compromiso de las empresas y entidades de economía social y solidaria con el consumo responsable y promover la creación de nuevas iniciativas de economía social y solidaria en consumo responsable. Hasta ahora, el enfoque dominante de política pública en consumo responsable ha apostado sobre todo por la concienciación, la educación y la información (etiquetaje, sellos de calidad...). Se ha centrado en velar por los derechos de las personas consumidoras —un papel importante que debe mantenerse e, incluso, reforzar— y ha sectorializado las políticas de consumo asociadas al medio ambiente y a la sostenibilidad.

4.3 ÁMBITOS TEMÁTICOS

Los ámbitos temáticos de intervención elegidos pretenden facilitar la clasificación de las medidas en un número razonable de bloques que tengan el máximo de coherencia interna posible y el mínimo de encabalgamientos.

Están agrupados y ordenados en función de una combinación de criterios como son su frecuencia de consumo (consumos diarios como el agua, energía o envases —residuos—), su importancia en los gastos (vivienda o movilidad), su impacto ambiental y en la salud (movilidad o alimentación) o la importancia social del ámbito (banca, comunicación, cultura, educación, ocio).

Para que quede más claro, después del título de cada ámbito indicamos algunas de las temáticas que incluye.

- a) **Mirada global y criterios generales** (*incluye tanto la promoción del “buen vivir” como la promoción del consumo responsable como herramienta para transformar la sociedad*)
- b) **Alimentario**
- c) **Energía, agua y suministros**
- d) **Prevención de residuos**

- e) **Movilidad y espacio público** (*hace referencia a medidas que promuevan un diseño urbano favorable al comercio de proximidad o al ocio saludable*)
- f) **Educación, cultura, ocio, comunicación y tic, electrónica y electrodomésticos** (*incluye material escolar y de oficina, oferta y consumo hotelero y turístico, telefonía e internet*)
- g) **Servicios financieros, vivienda y otros consumos personales** (*ropa y tejido, limpieza, muebles, seguros, menaje del hogar, mascotas y plantas*)

4.4

LÍNEAS DE TRABAJO

1. EXTENDER UNA NUEVA CULTURA DEL CONSUMO

Realizar acciones de formación y sensibilización

Promover el modelo, los actores y las prácticas de consumo responsable

Promover el trabajo colaborativo en red entre asociaciones de consumidores, entidades y empresas

2. DISPONER DE LAS REGULACIONES ADECUADAS

Proponer normativas fiscales que promuevan el consumo responsable

Dar apoyo, seguir y controlar el cumplimiento de las normativas

3. IMPULSAR EL CONSUMO RESPONSABLE EN LAS ACTUACIONES DEL AYUNTAMIENTO

Fomentar la compra y la contratación socialmente responsables

Fomentar el consumo responsable en espacios y eventos municipales

4. IMPULSAR EL COMERCIO Y LA EMPRESA LOCALES PROMOVIENDO SU VÍNCULO CON EL CONSUMO RESPONSABLE

Promover los vínculos entre el producto de proximidad, la empresa y el comercio con el consumo responsable

5. IMPULSAR LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA REFORZANDO SU VÍNCULO CON EL CONSUMO RESPONSABLE

Promover el modelo y el ámbito de la economía social y solidaria

Reforzar las iniciativas existentes y dar apoyo a la creación de nuevas

4.5 ACCIONES

El conjunto de las acciones que se relacionan son el resultado de las aportaciones del grupo impulsor (áreas y departamentos municipales), de los diferentes procesos participativos y de las entrevistas a expertos y representantes de los grupos políticos.

Muchas forman parte de medidas implementadas o en ejecución y pertenecen a marcos de referencia de varios planes de acción municipal, mientras que otras son propuestas de futuro para impulsarlas desde la misma Estrategia de Impulso.

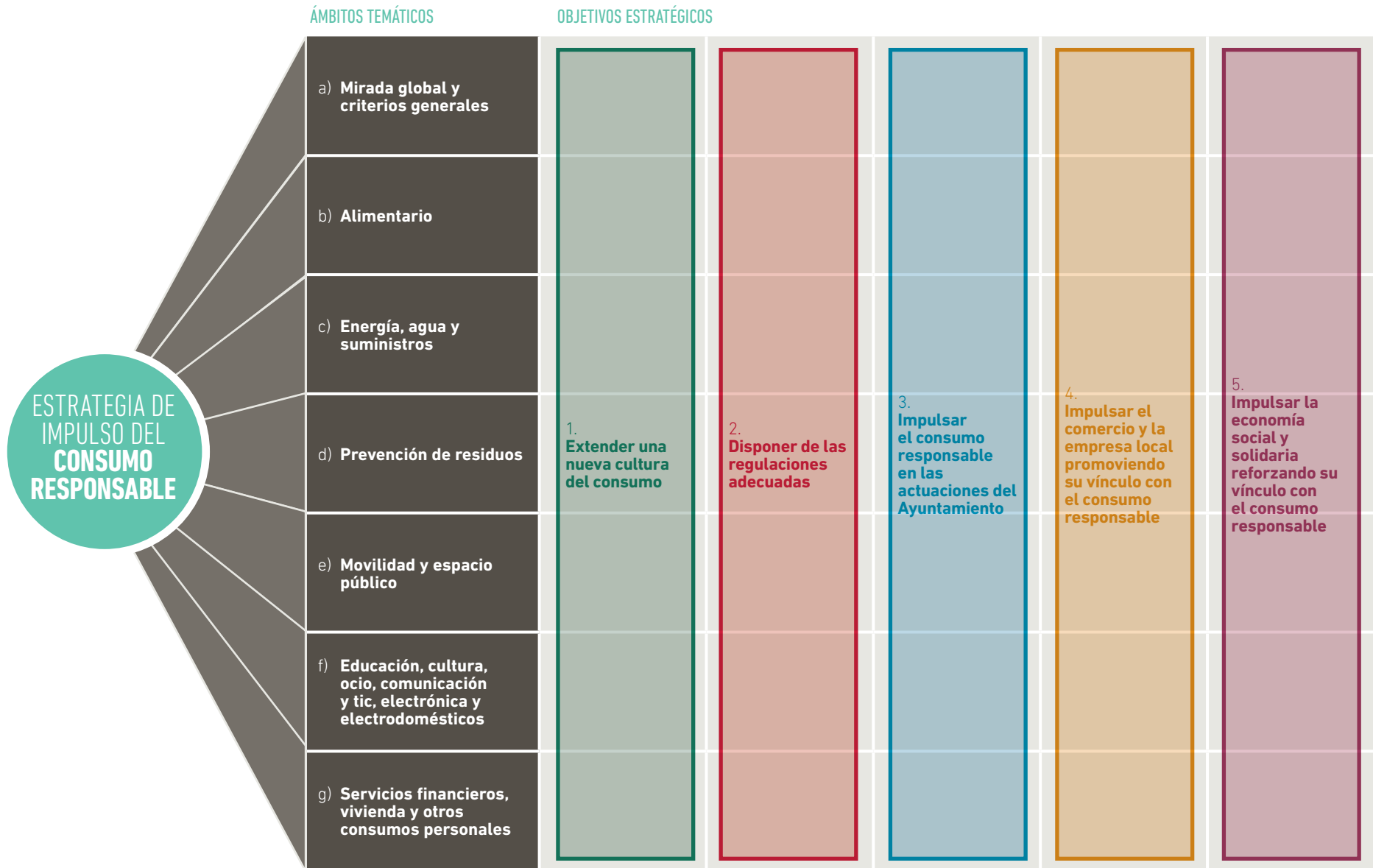
Para dar sentido y aplicar uno de los principios de la estrategia, el de la transversalidad en las actuaciones municipales, hacemos referencia a los distintos planes de actuación sectoriales del Ayuntamiento que incorporan acciones que impulsan el consumo responsable.

4.6 MARCOS DE REFERENCIA

- Plan de Impulso de Economía Social y Solidaria 2016-2019
- Plan de Prevención de Residuos 2015-2020
- Programa Barcelona + Sostenible
- Medida de Gobierno: Apoyo e impulso del sector de la restauración de Barcelona
- Plan Estratégico de Turismo 2016-2020
- Medida de Gobierno para la Desconcentración del Espacio Público
- Plan Estratégico de Mercados Municipales 2015-2020
- Plan de acción trienal de Mercabarna 2015-2017
- Plan de Mejora de Calidad del Aire 2015-2018
- Instrucciones municipales de compra pública con cláusulas sociales y medioambientales
- Plan de Actuación de Derechos Sociales y Servicios Sociales
- Plan de Trabajo de Dirección de Comercio
- Planes de desarrollo económico de Bcn Activa
- Estrategia para la transición energética 2016-2019

PROCESO DE ELABORACIÓN PARTICIPADO





A. MIRADA GLOBAL

A.1 — Extender una nueva cultura del consumo

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Observatorio del Consumo. Análisis estadística y de investigación en consumo. Incorporar el consumo en las encuestas ciudadanas OMNIBUS y otras.	ECSSiC				
Nuevo espacio de formación y asesoramiento en consumo responsable en las oficinas del OMIC (Oficina Municipal de Información al Consumidor). Servicio dirigido a la ciudadanía y a la comunidad educativa.	ECSSiC				
Nuevo espacio de información especializada en el OMIC para otros servicios municipales y asociaciones de consumidores sobre temas de consumo.	ECSSiC				
Incluir oferta de información sobre consumo responsable en los servicios de atención en las reclamaciones en consumo del OMIC.	ECSSiC				
Impulsar las acciones de sensibilización según los objetivos de la Estrategia de Impulso de Consumo Responsable, y en especial sobre una nueva cultura del consumo y el consumo transformador.	ECSSiC				
Programa de sensibilización del programa Barcelona + Sostenible para Escuelas, Entidades, Ayuntamiento y Ciudadanía.	Ecología Urbana				
Programa de coordinación de contenidos y difusión en consumo responsable entre los distintos canales de información, webs municipales y equipamientos de educación ambiental: la Fábrica del Sol, Espacio lúdico ambiental Parque de la Ciudadela, Punto Verde Escolar, Centro de la Playa, mercados y la Oficina de Atención en Consumo.	Ecología Urbana / Departamento de Consumo / OMIC				
Plan de Actuación de Turismo 2016-2020 (línea específica de turismo responsable) según el Pacto Local para la gestión de la promoción de un turismo responsable y sostenible.	Turismo				
Incluir iniciativas de consumo responsable en el Mapa Barcelona + Sostenible. Actualmente permite ubicar, describir y localizar iniciativas de comercio, servicios y turismo sostenible.	Ecología Urbana / Departamento de Consumo				
Incluir el EICR para completar el objetivo del Compromiso Ciudadano para la Sostenibilidad "Uso racional de los recursos: de la sociedad del consumo al consumo responsable" que trata sobre el consumo responsable.	Ecología Urbana / Departamento de Consumo				
Incluir una línea específica de consumo responsable en la convocatoria general de subvenciones del Ayuntamiento.	ECSSiC				

ECSSiC: Comisionado de Economía Cooperativa Social y Solidaria y Consumo

A. MIRADA GLOBAL

A. 2 — Disponer de las regulaciones adecuadas

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Estudio y propuestas sobre cambio de normativas relacionadas con el impulso del consumo responsable	Ecología Urbana / Departamento de Consumo				
Promover la inclusión de criterios ambientales y sociales en el proceso de valoración y de concesión de las subvenciones municipales.	Ecología Urbana / Departamento de Consumo				

A. 3 — Impulsar el consumo responsable en las actuaciones del Ayuntamiento

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Creación de la comisión interdepartamental para el seguimiento y evaluación de la Estrategia.	ECSSiC				
Diseño de formación interna sobre consumo responsable al personal técnico del Ayuntamiento.	ECSSiC				
Campaña de sensibilización y formación para los profesionales municipales desde el Programa A + S. Edición de guías de educación ambiental (<i>Guía de la oficina verde, Hoteles más sostenibles, Las fiestas más sostenibles, etc.</i>).	Ecología Urbana				
Poner en valor las buenas prácticas del Ayuntamiento.	Ecología Urbana / Departamento de Consumo				

A. MIRADA GLOBAL

A. 4 — Impulsar el comercio y la empresa local promoviendo su vínculo con el consumo responsable

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Línea de subvenciones para proyectos de mejora de la sostenibilidad en el comercio.	Comercio				
Incorporar en los planes municipales de desarrollo local de los barrios estudios de hábitos de consumo y el valor del consumo responsable.	Barcelona Activa / Departamento de Consumo / Comercio				
Incluir el comercio sostenible (ambiental y social) y el comercio colaborativo al Premio Comercio Barcelona.	Comercio				
Apoyo a la creación de empresas (especial énfasis en las cooperativas) de productos y servicios vinculados al consumo responsable.	ECSSiC				
Programa educativo para un consumo crítico y responsable y favorecer el conocimiento del comercio del barrio.	Comercio				
Formación de las PYMES locales en consumo responsable y Jornadas de Economía Circular.	Comercio				
	Comercio				

A. MIRADA GLOBAL

A. 5 — Impulsar la economía social y solidaria reforzando su vínculo con el consumo responsable

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Fomentar la economía colaborativa del procomún en el ámbito del Acuerdo Ciudadano.	Derechos sociales				
Feria de Navidad de Consumo Responsable y de Economía Social y Solidaria.	ICUB / ECSSiC				
Proyecto "Pacto del Tiempo". Incluye acuerdos entre la Administración, las organizaciones y la ciudadanía para promover la calidad de vida y la conciliación de la vida familiar y laboral a través de una mejor gestión del tiempo.	ECSSiC				
Fomentar la intercooperación entre iniciativas comunitarias y cooperativas de consumo.	ECSSiC				
Planes de ocupación y servicios de impulso a la creación/fortalecimiento de cooperativas en varios sectores vinculados al consumo responsable (alimentario, energético, segunda mano y reparación, rehabilitación y reformas, etc.).	Barcelona Activa				
Plan de apoyo a las Economías Comunitarias y en especial a las cooperativas de consumo agroalimentario.	ECSSiC				

B. ALIMENTACIÓN

B. 1 — Extender una nueva cultura del consumo

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Establecer los criterios para una nueva política alimentaria en Barcelona.	ECSSiC				
Impulsar un grupo de acompañamiento social con la finalidad de informar sobre el ámbito de la alimentación.	Mercabarna				
Dar apoyo a cursos sobre cocina de aprovechamiento.	Instituto de Mercados				
Dar apoyo y difundir, junto con el Gremio de Pescaderos de Cataluña y la Federación Nacional Catalana de Cofradías de Pescadores, la campaña de etiquetaje del pescado (Generalitat) en la red de mercados municipales.	Instituto de Mercados				
Reducir el malbaratamiento alimentario. Realizar un diagnóstico de las pérdidas alimentarias producidas por la actividad de todos los operadores que confluyen en Mercabarna con la finalidad de analizar sus causas y poder reducirlas.	Mercabarna				
Dar apoyo a las campañas de sensibilización para favorecer una mejor nutrición.	ECSSiC / Salud				

B. 2 — Disponer de las regulaciones adecuadas

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Propuestas de mejora para la logística de distribución de productos de proximidad, y agroecológicos vinculados a un consumo responsable.	Mercabarna				

B. ALIMENTACIÓN

B. 3 — Impulsar el consumo responsable en las actuaciones del Ayuntamiento

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Instrucción técnica, en los procesos de contratación/compra pública del Ayuntamiento, para la aplicación de criterios de sostenibilidad en los servicios de alimentación.	Ecología Urbana				

B. 4 — Impulsar el comerç i l'empresa local promovent el seu vincle amb el consum responsable

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Promover el consumo de productos ecológicos y de proximidad. Ampliar la campaña piloto "Mercado Verde" en el resto de mercados.	Instituto de Mercados				
Apoyo e impulso del sector de la restauración de Barcelona. Promoción de la calidad y la sostenibilidad energética y de reducción de residuos en la restauración.	Comercio / Mercados				
Potenciar la dinamización de los Mercados Municipales y Comercio de Proximidad y otras formas de venta directa o canal corto de comercialización, con criterios de productos de proximidad, ecológicos y con parámetros de consumo responsable.	Mercados / Comercio / ECSSiC				
Impulsar campañas de visibilización para conectar el mundo de la restauración local y el producto de proximidad y de calidad.	Comercio				

B. 5 — Impulsar la economía social y solidaria reforzando su vínculo con el consumo responsable

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Fomentar los huertos urbanos con el objetivo de impulsar un cambio de consciencia y favorecer el autoconsumo con parámetros de calidad y seguridad alimentaria.	Ecología Urbana / ECSSiC				

C. ENERGÍA, AGUA Y SUMINISTROS

C. 1 — Extender una nueva cultura de consumo

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Puntos de atención energética para la ciudadanía con el fin de garantizar el asesoramiento sobre ahorro energético, eficiencia e inversión en energías renovables.	Ecología Urbana				
Actuaciones contra la pobreza energética: creación de las oficinas de atención al ciudadano en materia de pobreza energética (PAPEs) para ofrecer atención, información y asesoramiento personalizado a la ciudadanía en la contratación de suministros.	Derechos Sociales				
Difusión de la política de Barcelona Ciclo de Agua.	Ecología Urbana				
Campaña sobre tarificación social y ahorro energético dirigida a los centros de servicios sociales de la red del IMSS.	Derechos Sociales				
Programa para impulsar la creación de grupos voluntarios formados en estrategias de lucha contra la pobreza energética.	Derechos Sociales				

C. 2 — Disponer de las regulaciones adecuadas

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Impulsar la creación de un operador energético municipal.	Ecología Urbana				

C. ENERGÍA, AGUA Y SUMINISTROS

C. 3 — Impulsar el consumo responsable en las actuaciones del Ayuntamiento

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Actuaciones contra la pobreza energética: formar a los profesionales municipales para que puedan asesorar sobre cuestiones de energía en el hogar.	Derechos Sociales				
Implantar mejoras de ahorro energético en las instalaciones de los mercados municipales (lámparas led, placas fotovoltaicas, instalaciones de agua freática, instalaciones de energía geotérmica, etc.).	Instituto de Mercados				
Implantar mejoras de ahorro energético en las instalaciones deportivas municipales (instalaciones de placas solares, renovación de instalaciones) y cláusulas de contrato de mantenimiento con criterios de consumo responsable y sostenibilidad.	Deportes				

C. 4 — Impulsar la economía social y solidaria reforzando su vínculo con el consumo responsable

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Proyecto de eficiencia energética, mejora de la imagen exterior y accesibilidad a establecimientos comerciales.	Comercio / Barcelona Activa / IMPU / Ecología Urbana				

C. 5 — Impulsar l'economia social i solidària reforçant el seu vincle amb el consum responsable

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Renovar la certificación Biosphere World Class Destination (2014) que responde a los criterios del Global Sustainable Tourist Council. La certificación incorpora 4 ejes: ambiental, cultural, social y económico.	Turismo				

D. PREVENCIÓN DE RESIDUOS

D. 1 — Extender una nueva cultura de consumo

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Creación de la Estrategia y Centro de Investigación Residuo Cero	Ecología Urbana				

D. 2 — Disponer de las regulaciones adecuadas

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Reducir la tasa de recogida de residuos en los comercios que se acogen al Plan de Prevención de Residuos Municipales.	Ecología Urbana				

D. PREVENCIÓN DE RESIDUOS

D. 3 — Impulsar el consumo responsable en las actuaciones del Ayuntamiento

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Estudio del programa de promoción del consumo de agua de la red y limitación de la envasada en instalaciones y eventos municipales.	Ecología Urbana				
Introducción de cláusulas sostenibles de compra de papel a la Guía de Compra Pública.	Ecología Urbana				
Impulsar la implantación de un sistema de gestión de residuos en el Ayuntamiento (disminución, reutilización, recogida selectiva y disposición de gestores autorizados).	Ecología Urbana				

D. 4 — Impulsar el comercio y la empresa local promoviendo su vínculo con el consumo responsable.

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Campaña para el cambio de hábitos a favor de la disminución de las bolsas de plástico.	Instituto de Mercados				

E. MOVILIDAD Y ESPACIO PÚBLICO

E. 1 — Extender una nueva cultura del consumo

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Impulsar la propuesta y acciones del Pacto para la movilidad.	Movilidad				

E. 3 — Impulsar el consumo responsable en las actuaciones del Ayuntamiento

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Evaluar el impacto ambiental de los eventos deportivos realizados en la ciudad.	Deportes				

E. 5 — Impulsar la economía social y solidaria reforzando su vínculo con el consumo responsable

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Aportar y acondicionar espacios físicos y estructuras del Ayuntamiento al sector de las otras economías a través del impulso de proyectos emblemáticos: BiciHub en Can Picó, Coopolis, Can Calopa, rehabilitación antiguo patrimonio cooperativo (Flor de Mayo, Camp de l'Arpa, etc.).	ECSSiC				
Impulsar el Hub de la Bicicleta en el edificio municipal de Can Picó de Barcelona y la "Fábrica-Escuela Rebiciclem" (taller de reparación de bicicletas y aulas de formación dedicadas a la movilidad sostenible y a la economía social y solidaria).	ECSSiC				

F. EDUCACIÓN, CULTURA, OCIO, COMUNICACIÓN Y ELECTRÓNICA

F. 1 — Extender una nueva cultura de consumo

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Crear un programa en línea de asesoramiento y para la prevención de conflictos en temas de consumo en las unidades familiares.	ECSSiC / Derechos Sociales				
Programa de información y prevención sobre las compras en línea.	ECSSiC				
Incluir en la oferta turística los circuitos de consumo responsable, economía social y solidaria y los proyectos sociales.	Turismo				
Realizar una revisión de la web meet.Barcelona para favorecer la comunicación de la ciudad con los visitantes y fomentar la compra responsable.	Turismo				
Calcular la huella de carbono en los equipamientos turísticos.	Turismo				
Címera Mundial de Turismo Sostenible (mayo de 2017).	Turismo				
Campaña Convivir en Barcelona (2015) y Campaña Compartimos en Barcelona (2016)	Turismo				

F. 2 — Disponer de las regulaciones adecuadas

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Programa de información y protección de los consumidores visitantes y turistas.	ECSSiC / Turismo				

F. EDUCACIÓN, CULTURA, OCIO, COMUNICACIÓN Y ELECTRÓNICA

F. 3 — Impulsar el consumo responsable en las actuaciones del Ayuntamiento

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Adhesión al programa "Electronic Watch", un observatorio internacional que supervisa y analiza los procesos de producción de los aparatos y materiales consumibles electrónicos que se utilizan en las administraciones públicas.	Ecología Urbana				
Aplicar un certificado de Garantía de Calidad Ambiental a varios equipamientos del ICUB (energía, agua, residuos, materiales, movilidad, comunicación, etc.).	Cultura				

F. 4 — Impulsar el comercio y la empresa local promoviendo su vínculo con el consumo responsable

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Difundir buenas prácticas: "Estudio de casos de excelencia en RSE en la Hostelería de Barcelona".	Turismo				
Promover en el Gremio de Hoteleros la contratación, por parte de los hoteles, de personas del barrio, el impulso de acciones de consumo responsable y la prevención de residuos.	Turismo				
Análisis energético de los alojamientos turísticos.	Turismo				
Campaña para promover las adopciones o la compra responsable en la tenencia de animales de compañía.	Ecología Urbana				

G. SERVICIOS FINANCIEROS, VIVIENDA Y OTROS CONSUMOS

G. 1 — Extender una nueva cultura de consumo

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Convocatoria de Ayudas a la Rehabilitación con acento especial al interior de las viviendas, priorizando la habitabilidad y accesibilidad, y fomentando la salud y el ahorro energético.	Vivienda				
Programas ""Millor nou, Repara't", "Recuina" y "Renova la teva roba".	Ecología Urbana				
Impulsar los terrados vivos y las cubiertas verdes. Ayudas para las obras de rehabilitación y/o renaturalización del terrado de los edificios que incluyan medidas de ahorro energético y/o ajardinamiento de la cubierta.	Ecología Urbana				
Actuaciones contra la pobreza energética: intervención-rehabilitación en los hogares para fomentar la reducción del gasto energético en el colectivo más vulnerable de la ciudad.	Derechos Sociales				

G. 3 — Impulsar el consumo responsable en las actuaciones del Ayuntamiento

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Introducción de cláusulas sociales y sostenibles en la Guía de Contratación y compra pública.	DIECS_ Instrucciones				
Convenios marco entre los operadores de financiación para impulsar la utilización de la banca ética por parte del Ayuntamiento.	ECSSiC / Derechos Sociales				
Contratación preferente obligatoria de servicios financieros (y seguros) éticos por parte del Ayuntamiento y promoción entre trabajadores y trabajadoras municipales mediante acuerdos con las entidades y compras colectivas.	ECSSiC / Derechos Sociales				

G. SERVICIOS FINANCIEROS, VIVIENDA Y OTROS CONSUMOS

G. 5 — Impulsar la economía social y solidaria reforzando su vínculo con el consumo responsable

ACCIÓN	AGENTES IMPLICADOS	2016	2017	2018	2019
Definir e impulsar una prueba piloto de la moneda social.	ECSSiC / Derechos Sociales				
Edición de manuales de recursos de Economía Social y Solidaria (finanzas éticas, grupos de consumo responsable, huertos comunitarios, vivienda cooperativa, tienda cooperativa).	Barcelona Activa / ECSSiC				
Dar apoyo a la articulación de convenios para que las cooperativas tengan acceso al crédito ético y al crédito cooperativo.	ECSSiC				

05 Presupuesto

	2016	2017	2018	2019	TOTAL OBJETIVO
1. Extender una nueva cultura de consumo	640.500 €	540.000 €	400.000 €	375.000 €	1.955.500 €
2. Disponer de las regulaciones adecuadas	15.000 €	20.000 €	26.500 €	6.500 €	68.000 €
3. Impulsar el consumo responsable en las actuaciones del Ayuntamiento	15.000 €	15.000 €	10.000 €	5.000 €	45.000 €
4. Impulsar el comercio y la empresa local promoviendo su vínculo con el consumo responsable	355.000 €	331.000 €	351.000 €	351.000 €	1.388.000 €
5. Impulsar la economía social y solidaria reforzando su vínculo con el consumo responsable	173.000 €	162.000 €	252.000 €	307.000 €	894.000 €
TOTAL ANUAL	1.198.500 €	1.068.000 €	1.039.500 €	1.044.500 €	4.350.500 €

06 Implementación, seguimiento y evaluación

6.1 MECANISMO Y ESTRUCTURA DE IMPLEMENTACIÓN

En consonancia con la filosofía de trabajo que ha marcado la elaboración del EICR, su implementación, seguimiento y evaluación deberá incorporar los principios que han guiado el proceso de elaboración; por tanto, el dispositivo debe garantizar:

- La **coordinación, transversalidad y coherencia** entre las actuaciones municipales
- La **participación** de la sociedad civil
- Un proceso de **rendición de cuentas** periódico, transparente y participativo
- Así mismo, el seguimiento y la evaluación parten del **principio de utilidad** y, por tanto, su objetivo es el **aprendizaje colectivo** a través de la reflexión sobre el proceso de implementación del EICR que debe llevar a corregir, reorientar y mejorar los aspectos que se consideren necesarios en función de los elementos que la evaluación ponga de relieve.

6.2 LA IMPLEMENTACIÓN

- El **Departamento de Consumo** de la Dirección de Servicios de Economía Cooperativa, Social y Solidaria y Consumo, con el apoyo y asesoramiento de un equipo de trabajo, será el responsable técnico y operativo de la **implementación, seguimiento y evaluación del EICR**, así como de la necesaria coordinación con el resto de agentes municipales y de participación ciudadana que participen en él.

En algunas de las acciones hablamos de implementación descentralizada, ya que, en su sentido de transversalidad, el EICR incluye actuaciones de diferentes áreas municipales y de sus planes de actuación respectivos y, por tanto, de su implementación.

- Se creará una **comisión interdepartamental** que será el espacio municipal de coordinación y de impulso de las actuaciones de la Estrategia. Estarán representadas las cinco áreas municipales.

Por otro lado, y con el objetivo de que el consumo responsable se convierta en una política de ciudad con continuidad, el EICR se incorpora como elemento que complementa y aporta contenido al punto 5 del pacto por el **Compromiso Ciudadano por la Sostenibilidad 2012-2011 “Uso racional de los recursos: de la sociedad de consumo al consumo responsable”**.

6.3 EL SEGUIMIENTO Y LA EVALUACIÓN

El proceso de seguimiento y evaluación del **programa de actuaciones** para impulsar el consumo responsable debe tener en cuenta los siguientes criterios:

- **Coherencia** entre la política de consumo responsable y el resto de políticas públicas.
- **Trabajo colaborativo** con más entidades
- Construcción de un **relato de modelo económico más sostenible**
- **Grado de implementación** de las actuaciones
- **Medición** de su incidencia para alcanzar los objetivos previstos, así como su **impacto** en la ciudadanía y otros agentes.

EL SEGUIMIENTO

Los espacios de seguimiento y evaluación del EICR serán el **Consejo Municipal de Consumo** (órgano consultivo y de asesoramiento desde la participación ciudadana en temas de consumo) y la Comisión Interdepartamental Municipal de la misma estrategia.

Se presentarán los informes anuales ante el **Consejo Municipal de Consumo**.

LA EVALUACIÓN

El EICR, en su sentido de transversalidad, incluye actuaciones de diferentes áreas municipales y de sus planes de actuación respectivos, que ya definen sus indicadores.

A pesar de ello, la evaluación de las acciones del EICR se determinará según el impacto de la acción y su aportación a los objetivos generales.

Las encuestas de opinión y satisfacción ciudadana que hace el Ayuntamiento y los estudios y encuestas sobre los hábitos de compra y consumo relacionados con el comercio, serán los otros indicadores que permitirán evaluar la Estrategia.

07

Anexos

7.1

PRINCIPALES ACTORES DEL CONSUMO RESPONSABLE EN BARCELONA

Agencia Catalana del Consum, www.consum.cat

AICEC-ADICAE (Associació d'Usuaris de Bancs, Caixes i Assegurances de Catalunya), www.aicec.adicae.net

ASAC! (Aliança per la Sobirania Alimentària dels Pobles - Catalunya), www.asapcatalunya.wordpress.com

Associació Dia de la Terra (Fira de la Terra), www.diadelaterra.org

Associació Moda Sostenible Barcelona, www.modasosteniblebcn.org

Associació per a la Promoció del Transport Públic (PTP), www.transportpublic.org

Associació Vida Sana (Biocultura), www.vidasana.org,

Club Emes, www.clubemas.cat

Cohousing Barcelona, www.cohousingbarcelona.cat

Consejo Ciudadano para la Sostenibilidad, www.ajuntament.barcelona.cat/ecologiaurbana/ca/amb-qui-ho-fem/consell-ciutada-per-la-sostenibilitat

Consejo de las Personas Consumidoras de Cataluña, www.consum.gencat.cat/organismes_de_consum/consell

Ecoconsum, www.ecoconsum.org

FETS-Finançament Ètic i Solidari, www.fets.org

Fundación Catalana para la Prevención de Residuos y el Consumo Responsable, www.residusiconsum.org

guifi-net, www.guifi.net

La Repera, www.repera.wordpress.com

Llaurant Barcelona, www.llaurantbarcelona.info

mésOPCIONs, www.mesopcions.coop

Millor que nou!, www.millorquenou.cat

Oficina Municipal de Información a la Persona Consumidora de Barcelona, www.ajuntament.barcelona.cat/omic

Pacto por la Movilidad, www.mobilitat.ajuntament.barcelona.cat/ca/pacte-per-la-mobilitat/que-es-el-pacte

PIMEC, www.pimec.org/ca/pimec-tots/nosaltres/sectors/pimecomerc

Plataforma Aprofitem els Aliments, www.aprofitemelsaliments.org

Red de Consumo Solidario, www.xarxaconsum.net

Red de Economía Solidaria, www.xes.cat

Red Local de Consumo de la Diputación de Barcelona, www.diba.cat/es/web/consum/xlc/xarxa

Red por la Soberanía Energética, www.xse.cat

Roba Amiga, www.robaamiga.cat

SETEM Catalunya, www.setem.org/site/cat/catalunya

Sociedad Catalana de Educación Ambiental, www.scea.cat

Sostre Cívic, www.sostrecivic.coop

7.2

LISTA DEL GRUPO IMPULSOR

ÁREA/REGIDURÍA	TENENCIAS
Comisionado de Consumo, Comercio y Mercados	Primera Tenencia
Comisionado de Economía Cooperativa Social y Solidaria y Consumo	Primera Tenencia
Dirección de Coordinación de Contratación Administrativa	Primera Tenencia
Gerencia de Presidencia y Economía (Barcelona Activa)	Primera Tenencia
Dirección de empresas, entidades municipales y recursos	Primera Tenencia
Dirección de Turismo y Eventos	Primera Tenencia
Gerencia de Vivienda	Segunda Tenencia
Comisionado de Deportes	Tercera Tenencia
Regiduría de Participación y Territorio	Tercera Tenencia
Oficina de Sostenibilidad. Dirección Estrategia y cultura de sostenibilidad	Cuarta Tenencia
Comisionado de Medio Ambiente –Dirección de limpieza y residuos	Cuarta Tenencia
Distrito Horta-Guinardó	
Distrito Sant Martí	
Distrito Ciutat Vella	
Departamento de Consumo — Coordinación	
CRIC (Centre de Recerca i Investigació en Consum) — Apoyo externo	

7.3

LISTA DE DEPARTAMENTOS QUE HAN COMPLETADO LA LISTA DE ACTUACIONES DEL CR

PROGRAMA/DEPARTAMENTO AYUNTAMIENTO

Oficina de Sostenibilidad. Dirección Estrategia y cultura de sostenibilidad

Dirección Limpieza y Gestión de residuos

Dep- Programa de Tiempo y Economía de los Cuidados

Comisionado de Salud (Agencia Salud Pública)

Departamento de Consumo (OMIC y Soberanía Alimentaria)

Gerencia de Vivienda

Patronato Municipal de la Vivienda

Contratación pública

Turismo

Instituto de Mercados de Barcelona

IMEB (Instituto Municipal de Educación de BCN)

Dirección de Presupuestos y política fiscal

Consejo Tributario

Planificación e innovación

IBE Instituto Barcelona Deportes

ICUB

IMSS (Instituto Municipal Servicios Sociales)

Junta Arbitral de Consumo

Promoción económica internacional

DISTRITOS

Distrito Horta-Guinardó

Distrito Sant Martí

Ciutat Vella

EMPRESAS MUNICIPALES

Fomento de Ciutat Vella

Mercabarna

Barcelona Activa

BCASA (BCN Ciclo del Agua)

BIMSA BCN de infraestructuras Municipales

FCSA

FMVDR (Fundación Mies Van Der Rohe)

ICB (Información y Comunicación de Barcelona)

IMPS (Parques y Jardines)

7.4

LISTA DE ENTREVISTAS

ENTREVISTAS A TÉCNICOS MUNICIPALES

Dirección de Servicios de Economía Cooperativa, Social y Solidaria y Consumo

Dirección Estratégica, Cultura y Sostenibilidad

Director Planificación e innovación Derechos Sociales

Dirección de Servicios de Salud

Dirección de Servicios de limpieza y gestión de residuos

Dirección de Servicios de Energía y Calidad Ambiental

Director de Promoción Educativa de Deportes

Dirección Operativa de Turismo

Director de coordinación de contratación

Directora de Servicios de Comercio

Jefe del Departamento de Consumo

Jefe comunicación Instituto Mercados Barcelona

Jefe Departamento Ciclo de Vida, Feminismo y LGTBI

ENTREVISTAS A ENTIDADES Y OTRAS ADMINISTRACIONES

ADICAE

XES/SETEM

Presidente Comercio PIMEC

Club EMAS

Fundación para la previsión de residuos

Director Comunicación Agencia Catalana de Consumo

IGOP

Diputación de Barcelona

ENTREVISTAS A LOS GRUPOS POLÍTICOS DEL AYUNTAMIENTO

CiU

PP

CUP

C's

PSC

ERC

BC

7.5 POR UNA NUEVA POLÍTICA SOCIOECONÓMICA

CRISIS SISTÉMICA

La economía es *el sistema de instituciones, valores y prácticas que se da una sociedad para definir, movilizar, distribuir y organizar capacidades y recursos para resolver de la mejor manera posible las necesidades y deseos legítimos de todos sus miembros* (José Luis Coraggio). Así, velar por una buena salud económica que asegure una gestión eficiente de los recursos para hacerlos llegar a los 1,6 millones de personas que cohabitan en la ciudad tiene que ser una prioridad para el Ayuntamiento de Barcelona.

Cuando en la economía imperante se habla de crecimiento económico, no se mencionen las necesidades de la sociedad ni los recursos existentes, sino que se considera el *incremento porcentual del producto interior bruto*. Bajo esta visión tan estrecha, cualquier actividad que se escape del intercambio monetario queda fuera de lo que se considera economía, mientras considera como riqueza actividades perjudiciales para la sociedad o el medio ambiente, tan solo porque mueven dinero. Este indicador no nos muestra tampoco si hay un acceso equitativo a los bienes por parte de toda la población o no. De hecho, el mismo sistema potencia la polarización de la riqueza: el mercado se beneficia de la existencia de una gran masa de mano de obra dispuesta a trabajar por un salario reducido, de la división sexual del trabajo y de la deslocalización de ciertos sec-

tores de producción en países donde se practica el trabajo en condiciones insostenibles para la vida. En este contexto, **la crisis actual no se entiende como una eventualidad, sino como una consecuencia lógica del mismo modelo económico imperante**; una crisis sistémica.

Ante esta crisis, se hace imprescindible **experimentar y consolidar nuevas formas de entender la economía y la empresa**. La economía social y solidaria puede renovarlas y hacerlas más justas democráticas, solidarias y sostenibles.

OBJETIVO: SOSTENIBILIDAD INTEGRAL

Ya no se puede dar una respuesta a las emergencias derivadas de la crisis estructural que no esté enmarcada en una estrategia de **transformación social a medio y largo plazo**. Este cambio hacia el cual Barcelona tiene que transitar implica abrir la mirada y afrontar estas emergencias de una manera amplia que no se limite a políticas de empleo, sino que incluya todas aquellas actividades que hacen posible la vida. Es por eso que **la economía plural engloba todos los campos del ciclo económico convencional –producción, comercialización, consumo y financiación–, pero también el trabajo doméstico y las tareas de cuidados, las economías comunitarias, el procomún, el autoproducción o el intercambio no monetarizado**, entre otros. Así mismo, todas las sociedades tienen que tender a lograr la sostenibilidad integral, que tiene en cuenta, además de la sostenibilidad económica poniendo la vida en el centro, la sostenibilidad social, para avanzar hacia una sociedad más justa, y ambiental, asumiendo las limitaciones biofísicas a que estamos supeditados.

ECONOMÍA PLURAL

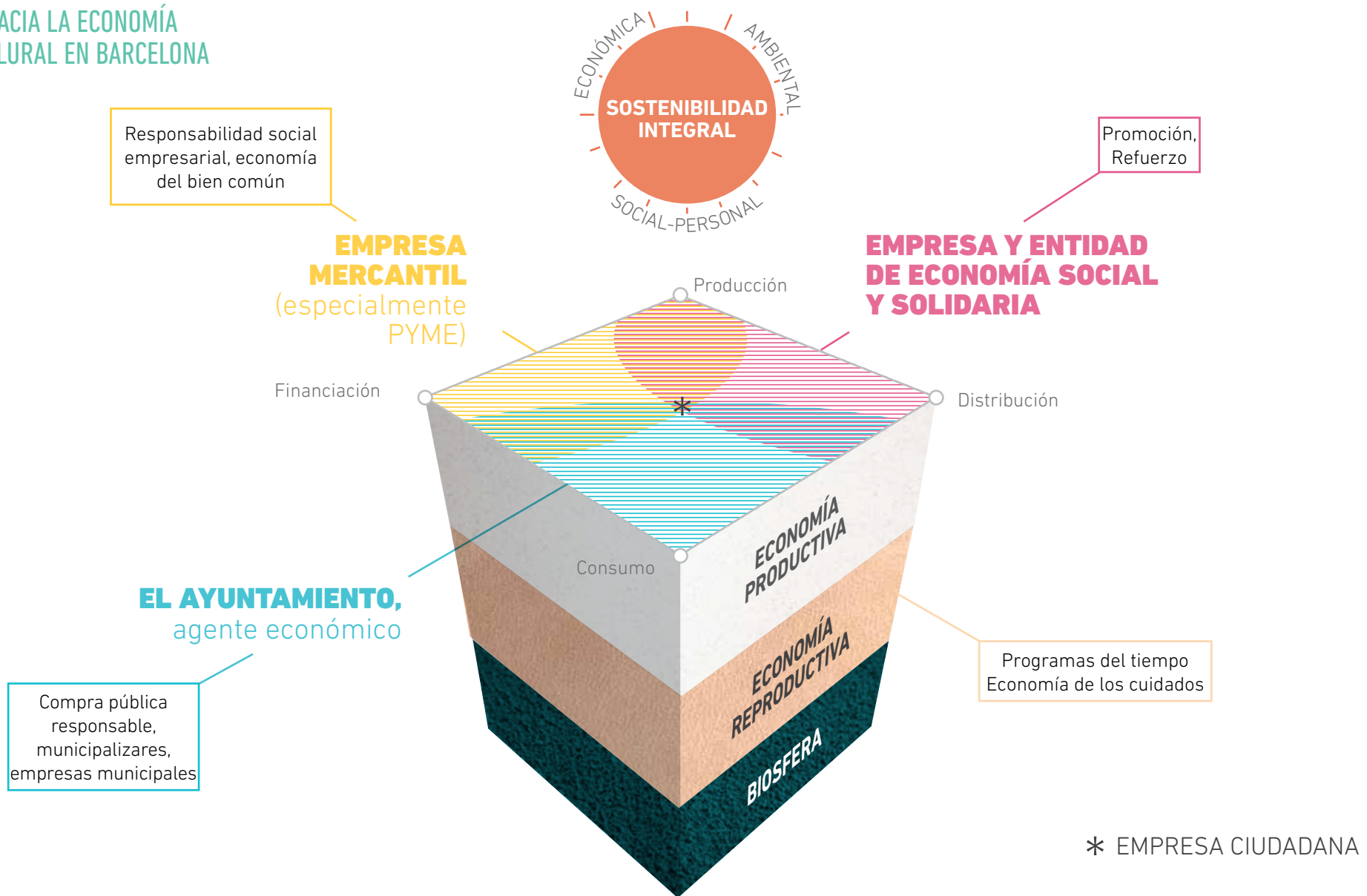
La economía plural es un sistema económico caracterizado por una combinación de ámbitos (el doméstico: economía reproductiva; el público: economía productiva) y de formas diversas de propiedad de los medios de producción (privada, cooperativa, asociativa, estatal, comunal), de tipo de recursos (monetarios y no monetarios), de actores (trabajadoras, inversoras, consumidoras y usuarias, administraciones...), de formas de distribución (mercado, reciprocidad, redistribución, autoconsumo...) y de motivaciones humanas (el servicio, la realización personal, la resolución de necesidades, el lucro...)... Todos de una manera u otra, se ponen al servicio del bien común.

Considerar la economía plural, tal como en realidad es, permite que afloren un conjunto de prácticas económicas valiosísimas para la sostenibilidad y la justicia social que hasta ahora estaban menospreciadas o, directamente, invisibilizadas.

El cambio de modelo socioeconómico que impulsa el Ayuntamiento de Barcelona pretende avanzar hacia una concepción de economía plural, que implica:

- Democratizar **la infraestructura de recursos comunes** (agua, tierra, energía, conocimiento...) que tienen que ser gestionados desde la sociedad o, cuando no pueda ser, desde las administraciones.
- **Subordinar el mercado a las exigencias del bien común** y, por lo tanto, regularlo democráticamente tanto desde los gobiernos locales, comarcales y nacionales como desde la misma ciudadanía.
- Impulsar **la economía desmonetarizada** basada en los principios de reciprocidad y de autoconsumo.

HACIA LA ECONOMÍA PLURAL EN BARCELONA



Al mismo tiempo, la política pública tendrá que equilibrar el peso de los varios agentes económicos que conformen la economía productiva:

El **sector privado**, que tiene como motor principal la generación de rentabilidad monetaria, y que está integrado por sociedades mercantiles.

El **sector público**, que prioriza la satisfacción de necesidades y que se desarrolla a su vez por dos vías:

El **subsector institucional**, conformado por las administraciones públicas, así como por empresas estatales, comarcales y municipales, regidas todas por instituciones públicas bajo el control de representantes escogidos democráticamente.

El **subsector social** formado por las empresas y entidades de la ESS.

Las actividades de todos los sectores se tendrían que adecuar progresivamente a unos estándares ecológicos y sociales en el marco establecido por una fiscalidad orientada a la redistribución y a generar un mayor retorno social y ambiental mediante bonificaciones, exenciones e impuestos.

EMPRESA CIUDADANA

Del mismo modo que se espera de las personas que habitan los municipios que velen por aquello común y se impliquen en el desarrollo del territorio para construir ciudades donde merezca la pena vivir, tenemos que poder **exigir a las empresas que sean ciudadanas**. "Es ciudadana toda empresa que actúa

con un espíritu de **codesarrollo con su entorno** y se reconoce responsable de su futuro. Es ciudadana toda empresa que se declara solidaria con el destino de la comunidad donde vive. La empresa ciudadana no pretende sustituir a los otros sectores de la sociedad, sino trabajar con ellos en espíritu de colaboración" (*Carta de la empresa ciudadana*, 1992). La empresa ciudadana, además de productos y servicios útiles a las personas, a las que vende a un precio justo, genera unos excedentes económicos y socioculturales que distribuye de manera participativa y equitativa entre sus miembros, la misma empresa y la sociedad.

Es en la dirección de **interpelar a las empresas de Barcelona para que se conviertan en ciudadanas** por lo que se harán las políticas públicas.

TRANSFORMACIÓN SOCIOECONÓMICA

Dado que la actividad económica tiene lugar dentro de la sociedad y se beneficia de las estructuras (e infraestructuras) de esta, la empresa tiene que establecer un vínculo de corresponsabilidad y tener un papel proactivo en la paliación de las desigualdades. Ya no se puede dar una respuesta a las emergencias derivadas de la crisis estructural que no esté enmarcada **en una estrategia de transformación social a medio y largo plazo**. Esta estrategia tiene que ir acompañada, necesariamente, de una integración de las políticas sociales, que consideren la producción y el consumo como una cuestión de la economía y la carencia como una cuestión social, y de las políticas económicas.

No nos podemos limitar a las políticas de ocupación; **la ESS integra de manera holística todo aquello que hace posible la vida** y que, en la actual sociedad mercantilizada, está atravesado por una mirada individualista, patriarcal, productivista y capitalista. También son ESS las cooperativas de consumo, las cooperativas de vivienda, los espacios de crianza autogestionados, los bancos del tiempo, los mercados de intercambio y los huertos comunitarios. Todas estas propuestas juegan un papel fundamental en el empoderamiento de las personas que forman parte de ello, tejiendo vínculos entre ellas y con el territorio. La ESS tiene la capacidad de desconstruir la forma con que nos enfrentamos con el mundo cada día, al mismo tiempo que construye alternativas. La ESS puede ser una herramienta muy apropiada para una intervención económica que constituya **un espacio económico de proximidad**: la vinculación territorial de sus miembros, la utilización de recursos autóctonos, la propensión a crear redes desde la intercooperación y la resistencia a la deslocalización.

Impulsar la ESS en la ciudad pasa **por fortalecer aquellas entidades que ya trabajan en vinculación con su territorio** potenciando la reducción de desigualdades y el cambio social y, también, para animar a otras muchas ciudades para que lo hagan del mismo modo. Se tiene que impulsar el ámbito no solo como propuesta de mejoras laborales, sino como **herramienta de transformación social clave en la reducción de desigualdades y para la satisfacción de necesidades**. De este modo, las políticas que se llevarán a cabo no serán simplemente económicas sino socioeconómicas. Además, la relación de la administración con la ESS tiene que ser bidireccional: no solo tiene que dar respuesta a las

necesidades del ámbito, sino que la misma administración, transversalmente, se tiene que impregnar de los valores de la ESS.

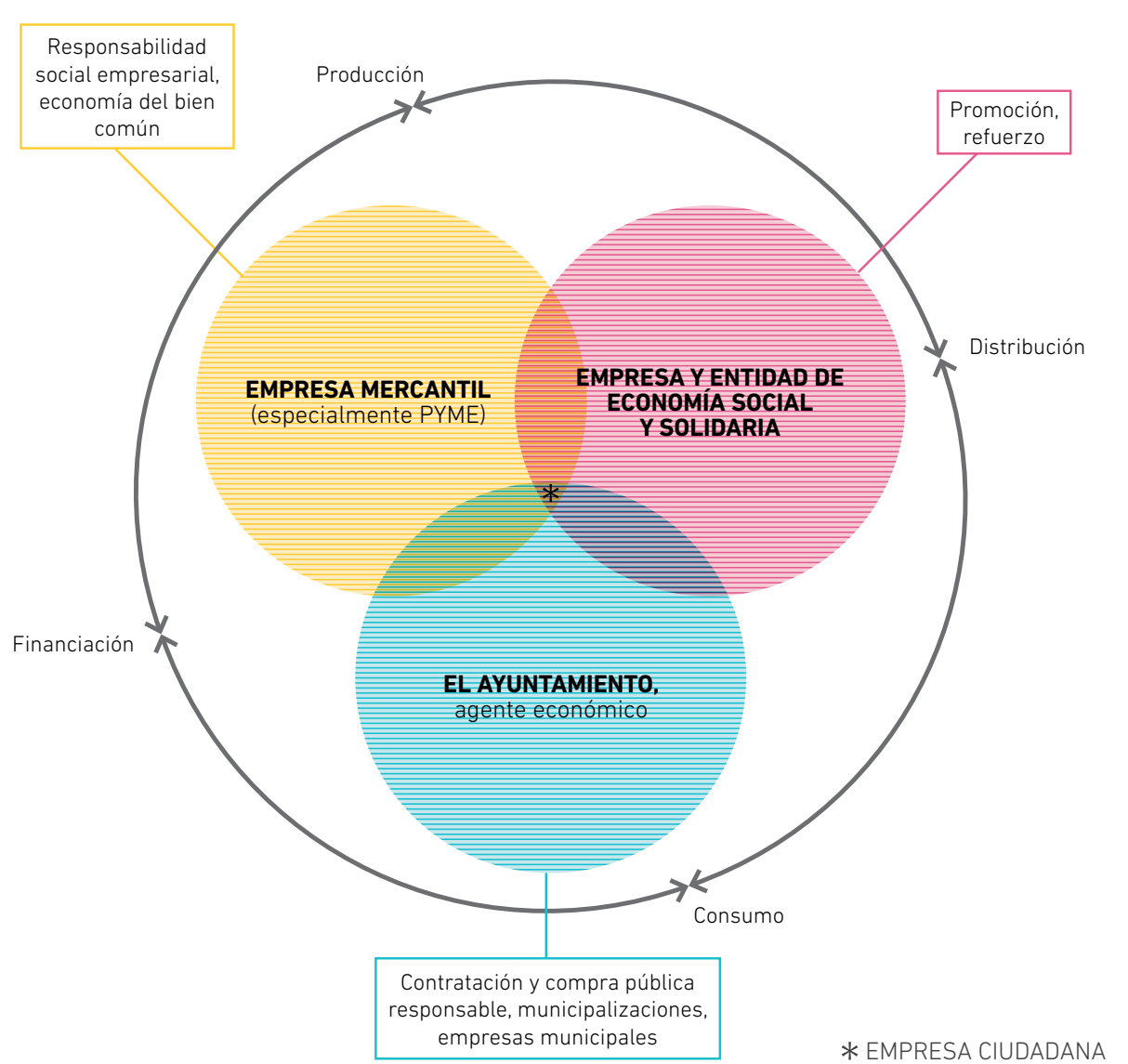
La ESS y el desarrollo local pueden interactuar de manera útil si se despliegan conceptual y operativamente con una voluntad transformadora explícita. Una, concretando en su práctica los **valores cooperativos**; la otra, cuando identifica desarrollo local con **desarrollo endógeno**, y ambas, en consecuencia, construyen nuevas realidades bajo el paradigma de la **sostenibilidad integral** –ecológica, social-personal y económica, en este orden, cada una de las cuales depende del anterior.

Para dar respuesta a estas necesidades sociales se tiene que impulsar **un nuevo modelo socioeconómico** que esté guiado por los **valores** siguientes: **la cooperación, la calidad de vida, la sostenibilidad y la equidad**. La cooperación se tiene que erigir en el principio rector de nuestra sociedad asumiendo que no hay vida posible sin vínculo con los demás y entendida también como práctica cotidiana. La calidad de vida implica garantizar a la ciudadanía la suficiencia en el sentido material e inmaterial de todo aquello que hace posible su crecimiento como personas. La sostenibilidad implica la adecuación de la esfera económica a los límites biofísicos del planeta. Finalmente, la equidad es el reparto equilibrado de la riqueza y de los trabajos necesarios para producirla.

La aplicación de estos valores tendría que significar una reorientación de la economía en cuatro direcciones:

- La **regeneración del sistema financiero y monetario** para que sirva a la economía productiva y no al capital rentista.
- La **reorientación de la economía productiva** para que priorice cubrir las necesidades y no esté tan determinada por criterios de rentabilidad de la inversión o de crecimiento económico.
- La **visibilización, contabilización y distribución igualitaria de la economía reproductiva**, es decir, del trabajo doméstico y de los cuidados.
- La **reconversión de nuestras formas de producción y de consumo** hacia una sociedad baja en consumo de energía y de recursos, y en generación de residuos.

HACIA LA ECONOMÍA PLURAL PRODUCTIVA EN BARCELONA



- POLÍTICAS SECTORIALES:**
- política industrial
 - política comercial
 - turismo
 - empleo
 - innovación social
 - alimentación
 - infraestructuras
 - emprendeduría
 - consumo
 - tecnología e innovación digital

* EMPRESA CIUDADANA

ESTRATEGIA
DE IMPULSO DEL
**CONSUMO
RESPONSABLE**

2016 ————— 2019



Ajuntament de
Barcelona

Economia
Cooperativa,
Social i Solidària
i Consum