



Ayuntamiento de  
**Alicante**

SERVICIO DE LIMPIEZA Y RESIDUOS

# PROYECTO DE GESTIÓN DE LA RED DE ECOPARQUES DEL PLAN ZONAL DE RESIDUOS 9 ÁREA DE GESTIÓN A4

DOCUMENTO 3. PLAN DE GESTIÓN DEL SERVICIO

III. CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN



Av. de los Naranjos 33 - 46011 VALENCIA

963 391 890 - 963 932 607

Mayo 2021

## ÍNDICE

ÍNDICE .....	2
<b>1 INTRODUCCIÓN Y OBJETO .....</b>	<b>3</b>
1.1 INTRODUCCIÓN.....	3
1.2 OBJETO .....	3
<b>2 OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN .....</b>	<b>4</b>
<b>3 PLANIFICACIÓN CRONOLÓGICA DE LA CAMPAÑA.....</b>	<b>5</b>
<b>4 LÍNEAS DE ACTUACIÓN Y MEDIDAS ASOCIADAS .....</b>	<b>6</b>
<b>5 FASES .....</b>	<b>9</b>
5.1 FASE INICIAL.....	9
5.2 FASE DE PUESTA EN MARCHA .....	10
5.3 FASE DE SEGUIMIENTO .....	10
<b>6 VALORACIÓN ECONÓMICA DE LA CAMPAÑA .....</b>	<b>11</b>

## 1 INTRODUCCIÓN Y OBJETO

### 1.1 INTRODUCCIÓN

El objeto del presente documento de Campaña de Concienciación, según lo dispuesto en el Plan Zonal 9, Área de Gestión A4 (anteriormente Plan Zonal XVI), es completar el Plan de Gestión de la **Red de Ecoparques** mediante la definición del contenido y objetivos que conformarán la campaña de concienciación social a implantar.

*“Para la consecución de los objetivos de un programa integrado de gestión municipal de residuos, es imprescindible la participación de los ciudadanos y de los agentes sociales implicados. Para ello, la administración competente, con la colaboración de los municipios, debe impulsar la realización de una campaña de concienciación social destinada no sólo a dar información sino también a promover.”*

A su vez, en el Decreto 55/2019, de 5 de abril, del Consell, por el que se aprueba la revisión del Plan integral de residuos de la Comunitat Valenciana define los Ecoparques en el punto 1 de la Norma técnica, como instalaciones que deben servir como equipamiento de educación ambiental, con el objetivo de **informar y sensibilizar** a los usuarios sobre los beneficios ambientales de una correcta segregación de los residuos; y establece la necesidad de que las Entidades Locales realicen actuaciones de sensibilización y difusión ambiental para dar a conocer a los ciudadanos la existencia y los beneficios del Ecoparque y proponiendo la organización de forma periódica de coloquios y jornadas divulgativas en los colegios e institutos, así como con las asociaciones de vecinos y de comerciantes de la localidad, además de la colocación de carteles por la población y el uso de los medios de comunicación locales con dicho fin.

### 1.2 OBJETO

El objeto de este documento es la planificación de una campaña de concienciación social en torno a la gestión selectiva de residuos municipales y en concreto del funcionamiento de los Ecoparques, a lo largo de toda la ejecución del Proyecto de Gestión, de manera que se implique a toda la población perteneciente al Plan Zonal 9, Área de gestión A4, estableciendo mecanismos de información, concienciación y participación ciudadana para lograr una adecuada gestión de dichos residuos.

## 2 OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN

Los objetivos de la campaña de concienciación social, según apartado 2.8.2.1 de la Orden de 29 de diciembre de 2004 por la que se aprueba el Plan Zonal de Residuos de la Zona XVI (ahora denominado Plan Zonal 9 del Área de Gestión A4) serán:

- Conseguir que los ciudadanos entiendan la problemática de los residuos y conozcan los diferentes factores implicados (aspecto cognoscitivo).
- Crear conciencia en los ciudadanos sobre el impacto ambiental de una gestión inadecuada de los residuos y de la necesidad de aplicar un modelo más correcto, aunque este exija un mayor esfuerzo (aspecto emocional).
- Concienciar sobre las implicaciones ambientales de la compra y el uso de cualquier producto o servicio.
- Dar a conocer el modelo de gestión de residuos y el papel de los diversos agentes sociales en la cadena de consumo: productores, distribuidores, vendedores y consumidores (qué deben y pueden hacer).
- Conseguir que los ciudadanos aprendan a distinguir las diferentes fracciones de los residuos que han de separar en origen, principalmente la materia orgánica y los residuos peligrosos, y la manera en la que han de entregarla a los sistemas de recogida selectiva.
- Cambiar los hábitos cotidianos de los ciudadanos, por lo que respecta a la reducción (evitar los embalajes superfluos, envases no retornables, productos de un solo uso, etc...), la recogida selectiva.
- Incentivar el uso y consumo de productos de menor impacto ambiental o provenientes del reciclado
- Lograr que los distribuidores y vendedores tengan el incentivo y la sensibilidad para participar activamente en el modelo de gestión, estudiar ofrecer a sus clientes la posibilidad de generar menos residuos, colaborar en su valorización y favorecer la compra de productos reciclados y de eco balance positivo.
- Proporcionar a los diversos agentes sociales un sistema de información ágil y fundamentado sobre las diversas condiciones que afectan al Plan Zonal de Residuos, que les dé apoyo y evite la circulación de ideas tópicas e inexactas.
- Coordinar la participación en la recogida selectiva según las características locales de cada municipio.

Estos objetivos generales de la campaña de concienciación deberán ayudar a alcanzar los objetivos cuantitativos del Plan Zonal 9 Área de Gestión A4.

### 3 PLANIFICACIÓN CRONOLÓGICA DE LA CAMPAÑA

En función de su distribución en el tiempo, deben desarrollarse dos tipos de elementos de comunicación:

- **Comunes y simultáneos**, para todo el territorio en que se aplicará el Plan de Gestión de la Red de Eco parques del Plan Zonal 9, Área de Gestión A4, que se corresponde con el municipio de Alicante.

Estos elementos corresponden básicamente a la fase inicial de la campaña y al seguimiento y son principalmente las actuaciones en los medios de comunicación (TV, prensa, radio y redes sociales), la visita de las instalaciones, la presentación y exposición del proyecto de gestión de la Red de Eco parques, etc.

- **Específicos**, de manera que el Ayuntamiento de Alicante los distribuya en el área de influencia de cada Eco parque en función de su planificación cronológica.

Corresponden a la fase de puesta en marcha. Estos elementos son principalmente: la distribución de correo personalizado, la distribución de material (tríptico de sensibilización, guía de segregación, medios de segregación interna), las visitas puerta a puerta, etc.

La campaña tendrá tres fases bien diferenciadas: inicial, de puesta en marcha, y de seguimiento; (cada una con unos elementos de comunicación concretos y diferentes) según determina el epígrafe 2.8.2. Promoción y educación ambiental del Plan Zonal 9 Área de Gestión A4.

#### 4 LÍNEAS DE ACTUACIÓN Y MEDIDAS ASOCIADAS

La campaña de concienciación social podrá seguir las siguientes líneas de actuación:

##### 1. Comunicación, información y sensibilización

Para impulsar la participación en la prevención de residuos y en su segregación en origen para mejorar los rendimientos de recuperación, siendo necesario promover nuevas actitudes y hábitos mediante acciones de información, formación y sensibilización que ayuden a concienciar a la sociedad de la importancia de la adecuada gestión de los residuos y de su ventajas económicas y especialmente medioambientales.

Es fundamental dar a conocer las funciones de los ecoparques fijos y móviles y su necesidad para la mejora de los rendimientos de recuperación y segregación de los residuos en origen.



Ilustración 1. Información tipología residuos admisibles y horario ecoparque existente

Las medidas que podrán ser aplicadas son:

- **CAMPAÑAS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN**
- **CREACIÓN DE MARCAS PROMOCIONALES EN LA ADECUADA GESTIÓN DE LOS RESIDUOS**
- **POTENCIAR LA SEGREGACIÓN DE LOS RESIDUOS EN LA EDUCACIÓN AMBIENTAL**

“Proyecto de Gestión de la Red de Ecoparques del municipio de Alicante -Plan Zonal 9, Área de Gestión A4-”



**ecopunto**  
Más cercano  
Más eficiente  
Más sostenible

**Tú haces Alicante**

UTE Alicante AYUNTAMIENTO DE ALICANTE

**Alicante amplía el servicio del Ecopunto**  
16 nuevas localizaciones

El nuevo servicio del Ecopunto pasará de las doce ubicaciones actuales a veintiocho.

consulta las localizaciones con el código QR



www.tuhacesalicante.es

**Las localizaciones y días del nuevo servicio del Ecopunto son los siguientes**

Día	Localización	Horario
Lunes	CAROLINAS ALTAS, Plaza América	8:30-10:00
	CAMPOAMOR, ADA (Avda. Novelda)	10:30-12:00
	GARBINET, Avda. Periodista Rodoifo Salazar	12:30-14:30
	CENTRO, Plaza Calvo Sotelo	15:00-17:00
Martes	CENTRO, Plaza Calvo Sotelo	17:30-19:00
	SAN BLAS, Plaza Biógrafo Manuel Rico	17:30-19:00
	PLAYA SAN JUAN, Avda. Historiador Vicente Ramos esq. Avda. Ansaldo	8:30-10:30
	CABO HUERTAS, c/ Curricán (CC Venecia)	11:00-12:30
Miércoles	VISTAHERMOGA, CC Gran Vía	13:00-14:30
	PLA-CAROLINAS, Plaza Pío XII	15:00-17:00
	BENALÚA, Plaza Navarro Rodrigo	17:30-19:00
	CENTRO, Avda. Oscar Esplá esq. C/ Foglietti	8:30-11:00
Jueves	CIUDAD DE ASÍS, Plaza Ciudad de Asís	11:30-13:00
	TÓMBOLA, Plaza del Progreso	13:30-15:00
	JUAN XXIII-400 viviendas, c/ Diputado Antonio García Miralles	15:30-17:00
	ALTOZANO, Parque Central en c/ Colombia	17:30-19:00
Viernes	PLAYA SAN JUAN, c/ Holanda esq. c/ San Sebastián (CC Fontana)	8:30-11:00
	CENTRO, Mercado central C/ Balmes	11:30-14:00
	FLORIDA-BABEL, Mercadillo babel frente Centro Salud	14:30-16:30
	SAN BLAS-SANTO DOMINGO, Plaza General Mancha	17:00-19:00
Sábado	POL. SAN BLAS, Mercadillo Teulada	8:30-11:00
	LOS ÁNGELES, Avda. Novelda, 92 junto Iglesia	11:30-14:00
	REBOLLADO, Centro de Salud	14:30-16:30
	PLA, Plaza Gómez Ulla	17:00-19:00
Domingo	VILLAFRANQUEZA, Paseo de la Ermita	8:30-10:30
	FLORIDA, c/ Tomás Aznar Domenech esq. c/ Castor	11:00-12:30
	SAN GABRIEL, Plaza la Fabriquet	13:00-14:30
	VIRGEN DEL REMEDIO, Avda. Pino Santo (centro social)	15:00-17:00



Ilustración 2. Díptico ampliación servicio del Ecopunto

## 2. Actuaciones para la disposición de infraestructuras

Consiste en proceder a la construcción de las infraestructuras previstas en el proyecto de gestión de la Red de Ecoparques con el objeto de ofrecer un servicio óptimo a la ciudadanía, en cumplimiento con la normativa, y facilitando la segregación en origen y reciclado, que permita conseguir los objetivos del Plan local de residuos y del Proyecto de Gestión.

### 3. Seguimiento y evaluación

Es fundamental en toda campaña de concienciación el seguimiento de las actuaciones mediante datos sobre el grado de participación de la ciudadanía, encuestas y entrevistas a los agentes sociales que permitan evaluar los resultados y fomenten propuestas de mejora tanto en el grado de participación o nivel de satisfacción de la ciudadanía.

### 4. Otras iniciativas

- Visitas guiadas y jornadas de puertas abierta.
- Reuniones con colectivos ciudadanos, asociaciones de vecinos y tercera edad.
- Reuniones con sectores empresariales, comerciantes y hostelería.
- Convenios y colaboraciones.
- Paneles informativos.



## 5 FASES

Las fases descritas en el Plan Zonal de residuos denominado anteriormente de la zona XVI, correspondiente al actual Plan Zonal 9 Área de Gestión A4 se detallan a continuación:

### 5.1 FASE INICIAL

Es una fase fundamentalmente descriptiva. Dada la importancia de que los ciudadanos conozcan la gestión de los residuos urbanos y la recogida selectiva, se realizarán una serie de actuaciones de comunicación general para que términos como “residuos”, “recogida selectiva”, “reciclaje”, etc., sean conocidos por la mayor parte de la población. Al mismo tiempo, estas actuaciones contribuirán a crear una cierta expectativa para la puesta en marcha del nuevo sistema de recogida y gestión.

Realización de encuestas para conocer la opinión de los ciudadanos en condiciones como la conciencia medioambiental, el nivel de conocimiento de la recogida selectiva, la imagen del actual sistema de recogida, el grado de predisposición a participar en la recogida selectiva y las motivaciones más importantes.

Estas encuestas, además de permitir conocer el nivel de sensibilización de los ciudadanos y sus preocupaciones en este ámbito, harán una importante función como elemento de comunicación y educación, porque muchas veces despiertan la conciencia de los ciudadanos encuestados.

Para esta campaña, se podrán utilizar los siguientes elementos de comunicación:

- Artículos de prensa
- Realización de un vídeo sobre el proyecto de gestión en general
- Preparación de una exposición itinerante de carácter general sobre residuos abierta al público
- Exposiciones en las instalaciones de gestión y jornadas de puertas abiertas
- Sesiones informativas para asociaciones y colectivos específicos; particularmente para aquellos que deberán colaborar en la separación de residuos en origen.
- Preparación de material didáctico para los escolares
- Edición y distribución de un tríptico de sensibilización

La campaña de comunicación se dirigirá a todos los ciudadanos, pero habrá elementos concretos para determinados grupos o colectivos que, dadas sus características, se harán mediante canales de comunicación específicos. Por ejemplo, se prevé la preparación de material adecuado para la prensa, los escolares, las asociaciones de vecinos, los comercios, las oficinas y los mercados, entre otros.

## 5.2 FASE DE PUESTA EN MARCHA

La puesta en marcha de la campaña requiere unas actuaciones de comunicación con un contenido muy concreto que debe coordinarse con la puesta en marcha del sistema de tratamiento de residuos.

Entre los diferentes elementos de comunicación que se pueden realizar para esta etapa se encuentran:

- Visitas puerta a puerta para concienciación ciudadana.
- Colocación de carteles informativos en los portales sobre la ubicación de los contenedores de recogida selectiva.
- Reuniones o visitas informativas a comercios, mercados, escuelas, bares y restaurantes.
- Distribución de pegatinas entre los comercios, escuelas y otros agentes colaboradores, con la figura y el color del contenedor previsto para la recogida de cada fracción.

También es importante, como un elemento más de comunicación, la publicación o la difusión a través de la prensa local de los primeros resultados del programa.

## 5.3 FASE DE SEGUIMIENTO

Esta es, sin duda, la fase más larga de la campaña. Su objetivo es consolidar la segregación en origen y la participación por parte de los ciudadanos y colectivos. Los propósitos que persigue esta fase se indican a continuación:

- Las encuestas a los ciudadanos para conocer el grado de participación y el grado de satisfacción con el servicio
- Los contactos directos con los medios de comunicación
- Aumentar la participación
- Mejorar la calidad de los residuos segregados
- Evitar la desmotivación de los ciudadanos, pasada la primera fase de la campaña.

Durante esta fase, además de la información a los ciudadanos, se deberán continuar:

- Las acciones recordatorias de los materiales solicitados a los puntos de entrega
- Los programas de educación a las escuelas con la organización de talleres de separación de residuos en origen y reciclaje de diversos materiales, etc.

## **6 VALORACIÓN ECONÓMICA DE LA CAMPAÑA**

La dotación económica para la realización de la Campaña de sensibilización social es de 25.000 € (impuestos incluidos) anuales, que se distribuye en los costes de explotación de manera equitativa entre los cuatro ecoparques fijos y cuatro ecoparques móviles.