

# El kit de compra verde como herramienta de sensibilización en la Universidad de Barcelona

Óscar Marcos Valiente <sup>a\*</sup>

Universidad de Barcelona, c/ Adolf Florensa, 8, Barcelona, 08028, España

<sup>a</sup> Oficina de Seguridad, Salud y Medio Ambiente (OSSMA)

\* [omarcos@ub.edu](mailto:omarcos@ub.edu)

## Resumen

La Universidad de Barcelona está desarrollando en los años 2009 y 2010 un proyecto de compra verde con el objetivo de incrementar la presencia en la institución del papel reciclado, los consumibles remanufacturados y el material de oficina respetuoso con el medio ambiente. Para informar y sensibilizar a los responsables de compras, se ha buscado una vía alternativa a las reuniones y los documentos informativos, que son recursos útiles pero de impacto limitado. La solución aplicada ha sido el diseño del kit de compra verde que, combinado con la información individualizada de las personas clave en el proceso de compra, ha contribuido activamente a incrementar la proporción de productos sostenibles en la cesta de la compra de la UB.

**Palabras clave:** compra verde, oficina verde, sensibilización ambiental, papel reciclado, cartuchos remanufacturados.

## 1. Introducción

La Universidad de Barcelona ha ido aplicando criterios de contratación sostenible integrando el componente ambiental en sus contratos de servicios (limpieza, mantenimiento, jardinería, transporte interno, reprografía, restauración, etc.), e incorporado requisitos de eficiencia energética o reducción de las emisiones de ruido en el rénting de equipos informáticos.

Por otro lado, la compra verde es un instrumento muy útil para reducir el impacto ambiental institucional, e incluso para reducir el gasto. Aplicando criterios de compra verde se pueden alcanzar diversas ventajas ambientales, como por ejemplo un menor uso de sustancias peligrosas, utilización de productos reutilizados o reciclados, menor generación de residuos y mayor eficiencia energética en la fabricación y el uso de los productos.

En este sentido, el material de oficina es uno de los que concentra un mayor gasto y volumen de compra, ya que se encuentra integrado en todas las unidades, servicios y departamentos de la UB, y está asociado a las diversas actividades que se desarrollan: administrativa, docencia e investigación.

Considerando que la capacidad de compra de la UB es muy elevada tanto en variedad de productos como en cantidad, a propuesta del Comisionado de Sostenibilidad, el Consejo de Dirección de la UB acordó, en fecha 6 de abril de 2009, promover la utilización de material de oficina de menor impacto ambiental.

Así, entre septiembre de 2009 y diciembre de 2010 se está desarrollando un proyecto de compra verde, coordinado desde la Oficina de Seguridad Salud y Medio Ambiente (OSSMA) y la Unidad de Compras, que se basa en tres ejes de acción y tres líneas de productos:

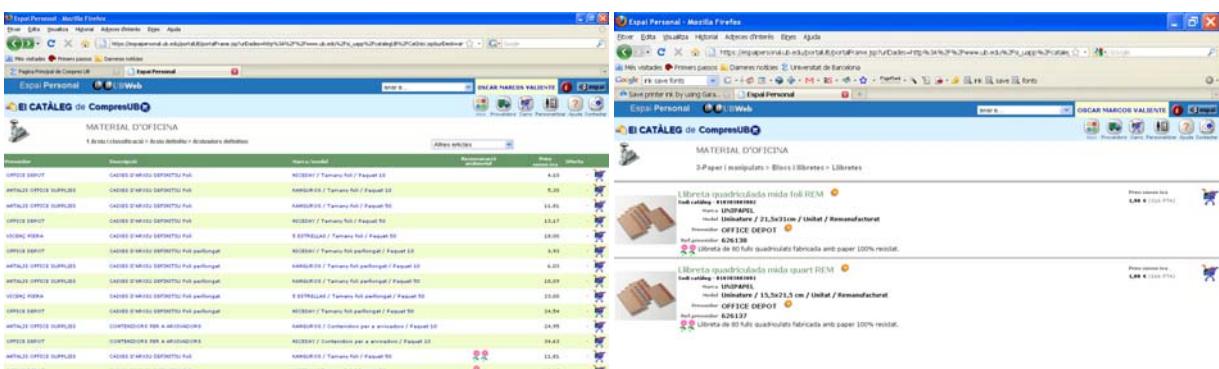
- Incremento progresivo de la utilización de **papel reciclado** en oficinas y despachos, con el objeto de que se convierta en el tipo de papel habitual en impresiones, copies u otros usos. El objetivo inicial es que al final del proyecto el 50% de la compra de papel sea reciclado, y que a medio plazo el papel reciclado sea la opción de compra habitual.
- Incremento progresivo de la utilización de **cartuchos de tinta y tóner remanufacturados** en impresoras y fotocopiadoras. El objetivo es que la mitad de los cartuchos adquiridos por los departamentos, unidades y servicios sean de este tipo.
- Incorporación de productos ambientalmente correctos en la compra de **material de oficina** (material de archivo y clasificación, material de escritura y corrección, derivados de papel y pequeño material de escritorio). El objetivo es divulgar la existencia de estos productos y se incorporen a los pedidos habituales en función de las necesidades de cada departamento, unidad o servicio (no se fijan objetivos cuantitativos en el marco temporal del proyecto).

## 2. Desarrollo del proyecto

El tratamiento aplicado a cada categoría de productos ha sido diferente atendiendo al grado de madurez en el mercado de alternativas más sostenibles. Así, en tanto que con el papel y los cartuchos de tinta y tóner se han homologado proveedores que ofrecen papel reciclado (Océ) y cartuchos remanufacturados (Optize Bureau-Info), con el material de escritorio ha sido necesario adoptar otra estrategia que facilite el acceso a una gran diversidad y complejidad de productos: archivo y clasificación (carpetas, dossier...), escritura y corrección (bolígrafos, rotuladores), manipulados del papel (blocs, etiquetas, post-it), complementos (clips, grapadoras, adhesivos, pilas...), máquinas de oficina (calculadoras, guillotinas, destrutoras...), etc.

En relación al material de escritorio, donde la compra puede realizarse a través de cuatro proveedores homologados (Antalis, Office Depot, Optize Bureau-Info y Vicenç Piera), las acciones de mejora se han centrado en ofrecer recomendaciones de productos a través del Catálogo de Compras UB [ii]. Los criterios establecidos para seleccionar los productos sostenibles han sido, entre otros, el uso de materiales reciclados, evitar la presencia de materiales que dificulten el reciclaje, evitar el uso de disolventes, metales pesados y sustancias tóxicas y/o peligrosas, la obtención de certificaciones ambientales, etc.

Así, la OSSMA ha diseñado unas tablas de criterios y ha valorado los productos de diferentes categorías de material de oficina que estaban dados de alta en el Catálogo de Compras UB, asignando un símbolo de recomendación ambiental a aquellos que obtenían la valoración más alta. En caso que el producto más sostenible fuera significativamente más caro que el resto de alternativas, se seleccionaba otro producto que, entre los más económicos, proporcionara alguna ventaja ambiental, asignándole un símbolo diferente. También se propusieron nuevos productos que tuvieran algún beneficio ambiental para incorporarlos al Catálogo de Compras UB.



The screenshot shows two side-by-side browser windows. Both are titled 'Espai Personal - Mozilla Firefox' and display the 'El CATÀLEG de ComprasUB' website. The left window shows a table of 'MATERIAL D'OFICINA' products, with columns for 'Descripció', 'Presentació', 'Nombre o nombre', 'Presentació ambiental', 'Preu', and 'Última'. The right window shows a product detail page for 'Llibreta quadruplicada mida foli REM' (REME). It includes a product image, a brief description, and a table comparing it with another product. The REME product is marked with a green flower icon, indicating it is a recommended green purchase.



Producto recomendado de compra verde (mejor alternativa de consumo sostenible)



Producto alternativo de compra verde (buena relación precio / ventajas ambientales)

La difusión del proyecto se ha llevado a cabo mediante

- noticias en los portales de los colectivos universitarios InfoPAS y EspaiPDI [ii],
- un escrito firmado por el Comisionado para Sostenibilidad dirigido a los departamentos y unidades administrativas,
- una reunión de presentación de la campaña a los administradores de centro, y
- una página web sobre oficina verde [iii] con apartados informativos específicos sobre compra verde, gestión de residuos, o consumo de agua y energía.

Sin embargo, la acción de difusión más relevante ha sido el diseño y distribución de unos kits con muestras de material de oficina de menor impacto ambiental, que se entregaron en visitas concertadas con los responsables de compras de todos los departamentos, oficinas y servicios de la Universidad. En la visita también se presentaban recomendaciones para realizar una compra responsable y se recogían sugerencias y valoraciones sobre el desarrollo del proyecto.



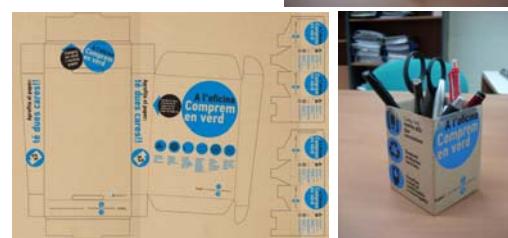
Web de la oficina verde de la Universidad de Barcelona

### 3. El kit de compra verde

El kit de compra verde es una caja de cartón rotulada con múltiples funciones, cuyo diseño parte de una idea de la OSSMA desarrollada hasta su aspecto final por El Tinter [iv], empresa de artes gráficas, ediciones y producciones que dispone de certificaciones ISO 14.001 y EMAS. En sí mismo, el kit constituye un ejemplo de ecodiseño, ya que no sólo está elaborado de materiales reciclados y es recicitable, sino que además tiene numerosos usos y en su fabricación se ha tenido en cuenta la minimización de residuos.

Entre las funciones del kit de compra verde pueden destacarse:

- a) es un contenedor de mensajes de sensibilización sobre compra verde, invitando a evitar la compra innecesaria, a escoger productos reciclados reutilizables o recargables, a compartir material, etc.;
- b) es un muestrario de consumibles de oficina respetuosos con el medio ambiente, ya que incluye papel reciclado, bolígrafos, marcadores fluorescentes y marcadores de pizarra recargables, libretas y post-its reciclados, sobre multiuso de correo interno, sobre de un solo uso reciclados, etc.);
- c) es una bandeja de cartón reciclado para utilizar el papel por las dos caras, ya que una vez vacío se puede separar la tapa de la caja, que viene precortada;
- d) es un ejemplo de minimización de residuos en el diseño, ya que cada kit contiene dos portalápices obtenidos con el cartón sobrante del proceso de impresión en la plancha;
- e) es un ejemplo de reutilización ya que, entre otro material, cada kit contiene dos posavasos con mensajes de compra verde y residuos, elaborados partiendo de residuos de CDs y DVDs; y



- f) por encima de todo, **el kit de compra verde es una nueva herramienta de comunicación y sensibilización ambiental**, ya que su entrega personalizada ha facilitado un contacto más directo con los responsables de compras de cada unidad, así como valorar la percepción de la campaña, sus resultados, y qué acciones deberán abordarse en un futuro para favorecer el cambio de hábitos en la compra de productos de oficina en la UB.

Entre los meses de octubre de 2009 y mayo de 2010 se repartieron en mano 272 kits entre las personas encargadas de realizar las compras de material de oficina y los órganos de gobierno (Gerencia, Rectorado y Decanatos), con la siguiente distribución por centros:

Campus	Edificio / Facultad	Núm. de kits	Fecha
Humanidades	Edificio Histórico y Balmes	65	10/2009
	Filosofía, Geografía e Historia	19	03/2010
Diagonal - Portal del Conocimiento	Bellas Artes, Biblioteca, Comedores Universitarios y Florensa	15	11/2009
	Física y Química	18	11/2009
	Economía y Empresa	18	11/2009
	Geología	7	11/2009
	Biología	15	12/2009
	Farmacia	15	12/2009
	Derecho	14	12/2009
	Pabellón Rosa	8	01/2010
	Otros: Esports UB, SCT	3	
Ciencias de la Salud de Bellvitge		15	03/2010
Medicina-Clínico		15	01/2010
Mundet		29	02/2010
Otros	UB-Sants	9	04/2010
	Pabellón de la República	2	04/2010
	Relaciones Laborales	2	05/2010
	Finca Pere Pons	2	05/2010
	Agencia Alumni-UB	1	05/2010
<b>TOTAL</b>		<b>272</b>	

Sin negar el valor de otras estrategias de comunicación que también son válidas, como las reuniones de presentación del proyecto o la distribución de documentos informativos y declaraciones institucionales sobre el tema, estimamos que el kit de compra verde es, con diferencia, el que ha tenido un mayor impacto en los responsables de compras, habiendo sido valorado favorablemente por la práctica totalidad de los receptores.

#### 4. Valoración del proyecto

Con la campaña prácticamente finalizada, y de acuerdo con las observaciones obtenidas en las entrevistas con los responsables de compras de los departamentos, servicios y unidades, la valoración la valoración del proyecto es positiva, ya que ha habido una buena aceptación por parte de las personas implicadas en la realización de los pedidos de material de oficina.

En general, se ha observado una elevada concienciación ambiental entre el personal de la UB responsable de compras, manifestando que ya ponen en práctica algunas de las recomendaciones propuestas, como por ejemplo colocar el papel usado en una bandeja para reutilizarlo posteriormente por la otra cara, o depositar los residuos de papel en el contenedor de recogida selectiva.

En diversos casos, especialmente al final de la campaña, también se ha observado que las oficinas ya utilizaban papel reciclado, y cartuchos remanufacturados.

Desde el punto de vista cuantitativo, y según datos proporcionados por los proveedores de papel (Océ) y consumibles de informática (Optize), de las compras realizadas entre los meses de septiembre de 2009 y marzo de 2010, se ha alcanzado un consumo del 33% de papel reciclado y de un 30% de cartuchos remanufacturados.

Resultados del proyecto de compra verde (septiembre 2009 – marzo 2010)				
Papel		Consumibles de informática		
Reciclado 80gr	33,5 %	Originales	5.405 unitats	70 %
Blanco TCF 75gr	61,9 %	Remanufacturados	2.313 unitats	30 %
Otros	4,6 %			

Teniendo en cuenta que el porcentaje de partida en el consumo de estas alternativas respetuosas con el medio ambiente era inferior al 5% al inicio del proyecto, y la dificultad que representa cambiar hábitos de consumo adquiridos durante décadas, puede considerarse como un buen inicio. Con todo, existe todavía margen de mejora para alcanzar el objetivo del 50% previsto para el año 2010.

En el uso del papel reciclado se ha observado un buen funcionamiento en las impresoras y fotocopiadoras de la universidad. Sin embargo, todavía existe reticencia en algunas oficinas por la leyenda de que estropearán las máquinas y porque su color más oscuro lleva a la falsa creencia de que el papel es de peor calidad y que no está bien visto enviar documentación en papel reciclado.

Por otro lado, existe predisposición a seguir los consejos ambientales explicados al entregar el kit, aunque en algunos casos los responsables de compras han manifestado que no disponen de tiempo para comprar material de oficina diferente al habitual y tienden a comprar los mismos productos de siempre en lugar de sus alternativas más sostenibles.

Algunas personas también han manifestado haber tenido algún problema con los cartuchos de tinta y tóner remanufacturados que se han comenzado a ofrecer, y por este motivo se niegan a utilizarlos. Sin embargo, de acuerdo con una encuesta realizada por la Unidad de Compras, el resultado ha sido en general satisfactorio, y la proporción de devoluciones por mal funcionamiento se sitúa entre el 2 y el 5%, según el modelo. Este porcentaje puede considerarse asumible en un producto de estas características, dadas sus ventajas ambientales y económicas.

Aprovechando la experiencia de los primeros meses, la Unidad de Compras ha retirado del Catálogo aquellas referencias que han generado más problemas, y ha incorporado un formulario para comunicar las posibles incidencias producidas por los cartuchos defectuosos y realizar el seguimiento.

## 5. Retos de futuro y propuestas de mejora

El proyecto de compra verde no ha cambiado algunas realidades del proceso de contratación en la UB. Aunque se han homologado proveedores, lo que ha simplificado el sistema y ha permitido lograr una reducción de costes por economía de escalas, la compra sigue siendo atomizada debido a que cada departamento, unidad y servicio, e incluso cada investigador en el marco de sus proyectos, tiene capacidad de decidir qué productos quiere comprar.

Por otro lado, y especialmente en lo referente al material de oficina, la enorme diversidad de productos existentes dificulta la aplicación de procesos de orientación de compra hacia alternativas más sostenibles.

Teniendo en cuenta que algunos responsables de compra siguen manteniendo vivas algunas leyendas sin base sobre el papel reciclado (no queda bien para presentar documentos oficiales, estropea las máquinas) y los cartuchos remanufacturados (ensucian el papel, estropean las máquinas), resulta evidente que un reto de futuro es dar continuidad a la campaña de sensibilización, con el objeto de generar un verdadero cambio de hábitos en el proceso de compra.

Con la experiencia de este proyecto, donde hemos detectado que las oficinas administrativas han consolidado la compra de productos más sostenibles, será necesario concentrar los esfuerzos en comunicar de manera directa y específica al profesorado los objetivos de la campaña, insistiendo especialmente en la utilización del papel reciclado. Se trata de un colectivo que utiliza mucho papel y, en general, todavía se muestra reticente a utilizar el papel reciclado.

Aunque sólo se podrán extraer conclusiones definitivas al finalizar el año 2010, cuando ya se dispondrá de datos suficientes con los que analizar la evolución de las compras de material de oficina, papel reciclado, y cartuchos de tinta y tóner remanufacturados, es necesario empezar a planear acciones que permitan consolidar estos productos en el cesto de la compra, de forma que unos se conviertan en la opción de consumo habitual (papel reciclado) y otros refuerzen su presencia (material de oficina y cartuchos).

En este sentido, una opción a considerar será la obligatoriedad de uso del papel reciclado con excepción de usos muy concretos. Algunas universidades y organismos públicos han dado ya este paso con resultados satisfactorios.

Finalmente, y fuera del ámbito de la campaña, será necesario reforzar el seguimiento sobre la obligatoriedad de uso del papel reciclado en los servicios de reprografía, ya que éste utiliza elevadas cantidades de papel y todavía es frecuente que las copisterías presenten los trabajos por defecto en papel blanco y a una sola cara. En muchos casos, la presión de los usuarios que encargan los trabajos es determinante en esta tendencia.

## **6. Agradecimientos**

Este proyecto se ha llevado a cabo en colaboración con la Unidad de Compras, pero no se habría podido completar sin la participación de Judit Monlleó, becaria de colaboración de la OSSMA, que realizó la entrega de los kits de compra verde por todos los departamentos, servicios y unidades de la UB y recogió las observaciones de los responsables de compras.

## **Notas**

- [i] <http://www.ub.edu/compres> (para acceder al Catálogo de Compras es necesario autentificarse)
- [ii] <http://www.ub.edu/comint/persub/notis/2009/20091005.html>
- [iii] [http://www.ub.edu/ossma/mediambient/medi\\_overda.htm](http://www.ub.edu/ossma/mediambient/medi_overda.htm)
- [iv] <http://www.eltinter.com>