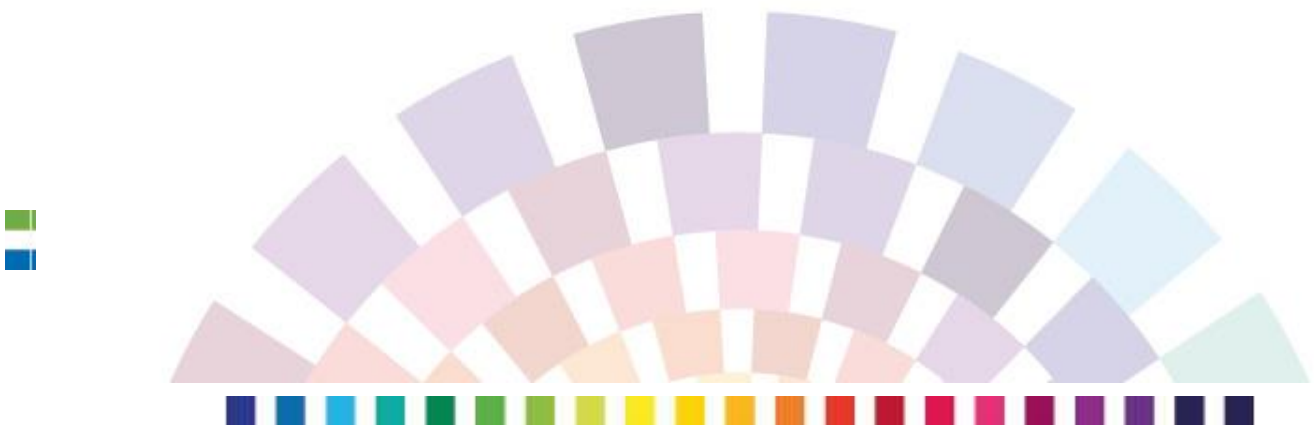




PLAN DE ACCIÓN

Resolución 011-CGREG-2012

Trabajo inter-institucional





Contenido

I. ANTECEDENTES:	3
II. JUSTIFICACIÓN:	4
III. OBJETIVOS DEL PLAN DE ACCIÓN:.....	6
Objetivo General	6
Objetivos Específicos:.....	6
IV. METODOLOGÍA:	6
V. POLÍTICA INCREMENTAL – TRABAJO POR FASES:	7
VI. MARCO LEGAL PROPUESTO	8
VII. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN, EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO	9
VIII. CRONOGRAMA DEL PROYECTO	13
IX. ACTIVIDADES FASE I: CONSUMO RESPONSABLE – CREANDO DEMANDA	14
X. ACTIVIDADES FASE II: PRODUCCIÓN LOCAL – CREANDO OFERTA LOCAL.....	15
XIII. PRESUPUESTO	16
XIV. GLOSARIO:.....	19
XV. ANEXOS	19



I. ANTECEDENTES:

El 16 de marzo de 2012 la máxima autoridad de la provincia, el Pleno del Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos (CGREG), emitió la resolución No. 011-CGREG-2012 para:

1. Acoger el Estudio presentado por parte de la DPNG para reducir el consumo de fundas plásticas tipo camiseta en Galápagos,
2. Crear la comisión inter-institucional para la elaboración de un plan de acción e implementación de este plan que es coordinada por el Consejo de Gobierno Régimen Especial de Galápagos (CGREG) y cuenta con la participación activa de la Dirección de Parque Nacional Galápagos (DPNG) por parte del Ministerio de Ambiente (MAE), el Ministerio de Turismo (MINTUR), el Municipio de San Cristóbal, Municipio de Santa Cruz, Municipio de Isabela, World Wildlife Fund (WWF); así como miembros de la comunidad.
3. Emitir una resolución provincial para respaldar el plan de acción inter-institucional.

Foto No 1. Reuniones de la Comisión Interinstitucional para el consumo responsable de plásticos en Galápagos.



La primera reunión de esta comisión ocurrió el 18 de marzo de 2014 en la isla de San Cristóbal y contó con la participación de la Sra. Ministra Presidenta del CGREG, María Isabel Salvador. Hasta la fecha se ha mantenido cinco reuniones en total de la comisión en las islas San Cristóbal y Santa Cruz con participación activa de cada delegado por institución. Mediante un análisis de los productos de plástico que se desean erradicar, la comisión ha acordado enfocar en los siguientes productos:

1. Fundas de plástico tipo camiseta.
2. Sorbetes plásticos en restaurantes.
3. Vasos desechables de plástico.
4. Vasos y platos de poliestireno extendido (espuma-flex / estereofón).
5. Tarrinas de plástico desechables.

Dentro de la comisión se ha conformado mesas de trabajo especializadas en diferentes áreas, logrando los siguientes productos:



- Justificación técnica
- Modelo de resolución provincial
- Modelo de ordenanza municipal
- Estrategia de comunicación y participación ciudadana
- Apoyo a la producción local y análisis de alternativas

El día 06 de agosto del presente año la comisión presentó un resumen del trabajo inter-institucional realizado hasta la fecha ante los Presidentes de las comisiones ambientales de los Municipios de San Cristóbal y Santa Cruz y un delegado de la Junta Parroquial de la Isla Floreana. La reunión tuvo como objetivo presentar los borradores de la Resolución y Ordenanzas, para recibir las observaciones y retroalimentación a las mismas.

II. JUSTIFICACIÓN:

Los océanos del planeta se han convertido en un gigantesco vertedero. Algunos estudios han estimado una tasa de 8,4 millones de toneladas de residuos cada año que entran en el océano. De estos entre un 60% y 80% son plásticos. Por otra parte, estudios en lugares remotos oceánicos, como Midway Island (Sileo, 1987), demuestran la existencia de 13.000 piezas de plástico por kilómetro cuadrado (Derraik 2002; C&R Consulting 2009; Eriksen; et al 2013).

Dicha contaminación ya no es un problema exclusivo de las zonas más deprimidas en términos ambientales. Actualmente también está afectando los sitios más prístinos de estos entornos marinos protegidos (Laist 1987; Allsopp et al. 2012) como lo son la Reserva Marina de las Islas Galápagos.

Los plásticos son materiales sintéticos que en su mayoría están hechos de petróleo y consisten de polímeros orgánicos de alta masa molecular. La mayoría de los plásticos en su forma limpia son insolubles en agua y contienen una variedad de aditivos o plastificantes que son considerados tóxicos o tienen efectos negativos para la salud.

Pequeños fragmentos y fibras de plástico (entre otros) se han encontrado en la arena y en el agua. Inclusive se ha registrado la presencia de plástico en el estómago de peces utilizados para el consumo humano e de interés económico que pueden bioacumular toxinas relacionadas (como por ejemplo bifenilos policlorados –PCBs). Dichas toxinas, podrían estar asociadas a ciertos tipos de cáncer (Teuten et al. 2009).

Para disminuir la contaminación de plásticos, una propuesta ha sido plásticos “biodegradables.” Estos artículos consisten, en general, de mezclas de un plástico común con almidón. En el proceso de la degradación se descompone el almidón por completo pero el plástico solamente se desintegra en fragmentos. En consecuencia “biodegradable” no significa que un producto necesariamente tiene que terminar el proceso de biodegradación por completo sino el término incluye artículos que solamente pasan por la primera fase



de biodegradación. Siendo así, a pesar de que existe la descomposición parcial del artículo en partículas más pequeñas, el impacto ambiental sigue latente.

La prioridad en la gestión integral de residuos sólidos es minimizar y eventualmente evitar el uso de artículos que congestionan el sistema de gestión. En el caso de Galápagos se sabe que los artículos plásticos desechables llegan hasta el 10% del volumen de los rellenos sanitarios (WWF, 2014), por ende, es importante enfocarse en una estrategia de evitar estos artículos.

Por ende, la mejor solución es promover el uso de alternativas a los productos plásticos desechables (de un solo uso) para poder reducir los problemas ambientales y de salud humana.

Si se observa la prioridad en la Gestión Integral de Residuos, el consumo responsable de plásticos es una medida que se ubica en el más alto nivel de la Jerarquía. Se trata de una medida orientada a los aspectos sociales como la educación, cultura, sensibilización, regulación y control, lo que a la larga resulta más barato para el Estado ya que transfiere la corresponsabilidad a todos los que conforman la ciudadanía, lo que reduce notoriamente los costos de aplicar medidas que están más abajo de la Jerarquía.

Para cualquier otro lugar, y más aún para Galápagos, cualquier otra medida necesita insumos (costosos equipos, materiales y energía); además de altos costos de operación y mantenimiento, y con muchas desventajas ambientales (emisiones, lixiviados, residuos, etc).

Gráfico No 1: Prioridad en la Gestión Integral de Residuos Sólidos



Está claro que, cada dólar invertido en Prevención y Reducción presenta muchos más beneficios que si fuese invertido en Aprovechamiento Energético (incineradores, por ejemplo) y Disposición Final (rellenos sanitarios).



III. OBJETIVOS DEL PLAN DE ACCIÓN:

Objetivo General

- Promover el consumo responsable mediante la regulación de la comercialización y distribución de: fundas plásticas tipo camiseta, envases desechables de plástico y sorbetes plásticos dentro del territorio del Archipiélago de Galápagos y su Reserva Marina.

Objetivos Específicos:

- Promover el cambio de paradigmas en la población de Galápagos en pro del consumo responsable y consideración de estilos de vida apropiados al Régimen Especial.
- Lograr un cambio de hábitos en la población de Galápagos que promueve el uso de alternativas al plástico y gradual aceptación de ausencia de los productos de plásticos desechables y suntuarios.
- Empoderar a la ciudadanía a ejercer el control social para garantizar la reducción y gradual erradicación de productos de plásticos desechables y suntuarios.

IV. METODOLOGÍA:

El psicólogo ambiental Doug McKenzie-Mohr, autor del libro “Fomentando el Comportamiento Sostenible”¹ enfatiza que se puede fomentar el cambio de comportamiento primero con un cambio de paradigma (en otras palabras, se percibe el mundo de otra forma) y luego respondiendo al motivo del hábito con un sustituto para promover el nuevo hábito deseado. La metodología entonces es:

1. Identificar los patrones socio-culturales que perpetúan el paradigma actual
2. Identificar los obstáculos al cambio de hábito deseado
3. Diseñar una estrategia que responde a los puntos identificados anteriormente y que incorpore las siguientes herramientas esenciales para fomentar comportamiento sostenible
 - a. Alternativas a las acciones o productos usados históricamente
 - b. Compromisos públicos para usar las nuevas alternativas
 - c. Recuerdos: influencias a la acción
 - d. Incentivos para fomentar un cambio de hábitos
 - e. Nuevas normas con apoyo comunitario que facilitan acoplarse al nuevo hábito deseado y un control social positivo

Bajo esta metodología, un supuesto importante es la participación proactiva de la ciudadanía ya que el cambio de hábitos no puede ser impuesto directamente, sino tiene que ser fomentado en cada individuo.

¹ Publicado en 2008. Disponible en línea <http://www.cbsm.com/pages/guide/preface/>



En el trabajo inter-institucional, es importante tomar en cuenta estos pasos y las varias herramientas que se requieren para realmente fomentar el cambio de hábito. Por eso, se recomienda lo siguiente:

1. Las alternativas serán artículos de materiales reusables:
 - a. Bolsos de tela y canastas (como reemplazo para las fundas de plástico tipo camiseta),
 - b. Toma-todos, vasos reusables y vasos ecológicos (como reemplazo para los vasos de plástico desechables), y
 - c. Recipientes reusables o biodegradables (como reemplazo para los envases plásticos desechables).
2. Las alternativas que se distribuyen deben ir acompañadas por:
 - a. Un compromiso público que puede ser la firma del compromiso de WWF en línea y/o una foto subida a una página virtual,
 - b. Recuerdos para uso en domicilio (lugar donde va a tener su alternativa) y punto de venta (lugar donde va a usar la alternativa) que pueden ser los *stickers* de la campaña,
 - c. Incentivos para el uso regular de las alternativas en el lugar de venta que podrían ser un producto extra de regalo y/o una tarjeta de consumo responsable frecuente para retirar un premio por cada 10 usos,
 - d. Dando la vuelta a incentivos serían sanciones (aunque simbólicas) donde alguien está vigilando al otro y puede ponerle un *sticker* de no cumplimiento, llamando atención que no está participando en la iniciativa a pesar de su compromiso, y
 - e. La normativa provincial pero que sea respaldado por la ciudadanía, que sea una norma social.

V. POLÍTICA INCREMENTAL – TRABAJO POR FASES:

Existen varias estrategias de implementación de una nueva política con los dos extremos siendo inmediato e incremental. En línea con los objetivos arriba y metodología comprobada, se recomienda trabajar con la estrategia incremental para gradualmente involucrar la participación de más ciudadanos en el proceso e incorporar sus ideas activamente.

Por este motivo se trabajará por fases:

1. El consumo responsable: uso de productos alternativos.
2. Motivación a la producción local de alternativas al uso de plásticos desechables
3. Restricción y su gradual prohibición a la distribución y comercialización de fundas plásticas tipo camiseta y sorbetes plásticos.
4. Restricción y su gradual prohibición a la distribución y comercialización de envases plásticos desechables.



VI. MARCO LEGAL PROPUESTO

El CGREG estructurará el marco legal al nivel provincial mediante una resolución presentada ante el Pleno del CGREG que articula la política nacional. Conforme con el artículo 29 del Reglamento de Funcionamiento Interno del Consejo de Gobierno (Resolución No. 31-CGREG-2010), “La formación de las resoluciones que establezcan políticas generales, normas... se hará en dos debates, en dos sesiones distintas, contando con el informe técnico y jurídico correspondiente,” que significa que el marco legal provincial demorará algunos meses. Para facilitar los tiempos, la presente comisión viene trabajando activamente con representantes de los tres municipios y se ha creado un modelo de ordenanza para que puedan avanzar con el proceso de una nueva ordenanza o reforma a su ordenanza actual de manejo de residuos sólidos.

Abajo se resume los contenidos de cada norma propuesta:

- A. Resolución provincial para promover el consumo responsable consiste de 14 artículos:
1. Objetivo del plan de acción,
 2. Tiempo de reemplazo de fundas plásticas tipo camiseta en 120 días y envases de plástico desechables en 180 días ambos a partir de la vigencia de la resolución,
 3. Competencias de las instituciones involucradas incluyendo a los GADs municipales, DPNG, Subsecretaría de Puertos y Transporte Marítimo y Fluvial y la ABG,
 4. Prohibición a los comerciantes distribuir y comercializar productos restringidos,
 5. Reconocimiento al trabajo de los artesanos para confeccionar productos alternativos,
 6. Prohibición a los comerciantes y establecimientos turísticos a entregar envases desechables o sorbetes a sus clientes,
 7. Requerimiento de los GADs municipales de aprobar sus normativas cantonales en 45 días,
 8. El CGREG coordinará a través de la Secretaría Técnica, la Estrategia de Implementación (el presente Plan de Acción),
 9. Sanciones para los establecimientos comerciales que incumplan la resolución conforme las normativas cantonales aprobadas por los GADs,
 10. GADs municipales tienen la competencia de controlar,
 11. Coordinación de cumplimiento y control entre GADs municipales y autoridades,
 12. Plan de Acción (documento presente) que detalla los 4 fases,
 13. Los GADs municipales entregarán un informe cada cuatro meses al CGREG para detallar los avances, logros e indicadores de seguimiento de la resolución y ordenanza respectiva, y
 14. La Comisión Inter-institucional hará un segundo Plan de Acción para cumplir con las normativas nacionales para prohibir las botellas de politereftalato de etileno PET.
- B. Modelo de ordenanza de Municipios consistente de 25 artículos que complementan los contenidos de la resolución provincial organizado en 10 capítulos:
1. De la prohibición y restricción de fundas y utensilios plásticos desechables,
 2. De las excepciones,
 3. De la producción y promoción de fundas o utensilios de materiales alternativos,
 4. De los reconocimientos públicos y certificaciones ambientales,



5. De los incentivos tributarios,
6. De las sanciones,
7. De las multas,
8. De la suspensión temporal de establecimientos,
9. De la Autoridad Competente, y
10. Del Procedimiento.

VII. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN, EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

La meta central de este plan de acción es promover el uso de materiales alternativos al plástico en las comunidades galapagueñas mediante un proceso participativo con la ciudadanía para juntos erradicar el uso de productos de plástico desechables que hacen un daño al ambiente y comunidad donde vivimos.

Publicos Meta

- Públicos primarios: El público objetivo de primera instancia es el conjunto de servidores públicos dentro de las instituciones que forman parte de la comisión porque el mensaje será más impactante y motivador cuando está acompañado por el ejemplo de cada ciudadano en cada institución. Dentro de los públicos meta primarios se incluiría la oferta de plásticos: dueños de tiendas, dueños de restaurantes, meseros o personal involucrado en servicio y hoteles. En el caso de fundas de tela, la demanda consiste en: amos de casa, empleadas domésticas como los dos grupos principales que hacen las compras para el hogar.
- Públicos secundarios: Los otros públicos objetivos son los estudiantes, representantes de organizaciones sociales, transportistas, y otros consumidores que se espera alcanzar mediante trabajo con público primario y después de concluir con este primer plan de acción que culminaría en julio 2015.

Los objetivos de comunicación seguirán la lógica de la metodología y fases incluyendo:

1. Informar a la ciudadanía acerca de la problemática de los plásticos y las alternativas posibles.
2. Vender la importancia del consumo responsable.
3. Difundir la normativa y promover su apego.

Los objetivos de educación profundizarán los de comunicación:

1. Fomentar un cambio de hábitos en los públicos metas.
2. Promover el control social entre los socios estratégicos y proponentes de la campaña.

El logo de la campaña fue diseñado para ofrecer un símbolo positivo de acción comunitaria por medio del uso de alternativas al plástico desechable:



Gráfico No 2: Logo de la campaña “Consumo responsable de plásticos en Galápagos”



El slogan es “Pequeños actos hacen un gran cambio.”

Como política de comunicación inter-institucional, todo mensaje que sale de las instituciones de la comisión tiene que contener el siguiente texto:

“Este mensaje es parte de la campaña provincial “Consumo Responsable de Plásticos en Galápagos” liderada por el Gobierno de Galápagos, Ministerio de Turismo, Dirección de Parque Nacional Galápagos, Gobiernos Municipales y WWF.”

A continuación se presenta la matriz de estrategia con objetivos por público, mensajes objetivos, actividades macros, resultados esperados e instituciones responsables.



ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN, EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO AL CAMBIO DESEADO				
OBJETIVOS POR PÚBLICO	MENSAJE OBJETIVO	ACTIVIDADES MACRO	RESULTADOS ESPERADOS	RESPONSABLES
<p>SERVIDORES PÚBLICOS DE INSTITUCIONES DE LA COMISIÓN: Informar del contenido de las ordenanzas y promover buenas prácticas socio-ambientales, particularmente en relación con todos los productos por restringir. Lograr 50% de servidores dejando de usar un producto de forma constante para diciembre 2014</p>	<p>“Como servidor público, yo empiezo el cambio para mi comunidad.”</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comunicación interna en cada institución 2. Campaña de modificación de hábitos para generar líderes en las instituciones 3. Avances compartidas por boletines internos y redes sociales para motivar y transparentar; puede ser con video que visibiliza el trabajo, difundir también externa a la institución 4. Elaboración de vasos de vidrio y bolsos de tela 5. Uso de productos biodegradables (vasos, otros envases) o reusables en eventos públicos 	<p>En 2014, último trimestre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 90% servidores públicos conocen de la iniciativa • 50% servidores públicos demuestran nuevos hábitos • 25% usuarios registrados comentan la iniciativa <p>En 2015, cada mes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 5% servidores públicos más demuestran sostener sus hábitos • 2% usuarios demuestran nuevos hábitos 	<p>CGREG (lidera) DPNG Ministerio de Turismo GADM San Cristóbal GADM Santa Cruz GADM Isabela</p>
<p>SECTOR PRODUCTIVO: Promover elaboración y distribución de alternativas a productos de plástico desechables con artesanos, dueños de supermercados, comerciantes pequeños y artesanos. (Enfoque en fundas tipo camiseta y luego, envases</p>	<p>“Yo produzco y distribuyo alternativas al plástico desechable para mi comunidad.”</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Campaña de modificación de hábitos para generar líderes en las instituciones 2. Entrega de letreros para comercios participando “Aquí evitamos el uso de plásticos desechables” y “Yo amo Galápagos: prefiero reusable que desechable.”. 3. Video de producción local para difundir en mismos canales que 	<p>En 2014 y 2015, cada mes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 pedido a un grupo local de artesanos para producción de alternativas al plástico. • 5% más de los comerciales participando promuevan el uso de alternativas a las fundas plásticas • Una meta de clientes por semana (fijada por comerciante participando) trae una 	<p>DPNG (CGREG – Producción y MIPRO)</p>



desechables)		video arriba.	alternativa para hacer compras	
SECTOR CONSUMIDOR: Promover uso de alternativas a fundas de plástico, vasos y envases desechables, en particular amas de casa. (Enfoque amas de casa)	“Yo prefiero las alternativas al plástico desechable para mi comunidad.”	<ol style="list-style-type: none"> 1. Intervenciones por barrio con entrega de bolso de tela y mini-charla e invitación a feria. 2. Feria por barrio con títeres. 3. Trabajo en mercados días sábados. 	<p>En 2014 y 2015, por trimestre :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 5% de personas usan una alternativa al plástico en sus compras • 5% de personas prefieren comprar alternativas al plástico 	<p>DPNG GADM San Cristóbal GADM Santa Cruz GADM Isabela</p>
SECTOR TURÍSTICO: Promover uso de alternativas a vasos, sorbetes y demás envases desechables, en particular con los dueños de restaurantes y hoteles. (Enfoque en sorbetes y envases plásticos)	“Mi negocio promociona alternativas al plástico desechable para un mejor estilo de vida.”	<ol style="list-style-type: none"> 1. Campaña de modificación de hábitos para generar líderes en las instituciones 2. Entrega de letreros – “Aquí evitamos el uso de plásticos desechables” y “Yo amo Galápagos: prefiero reusable que desechable.” 3. Stickers y e-mail para informar de ciudadanos participativos 	<p>En 2014 y 2015, con visitas mensuales, se comprobará que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 5% más de los restaurantes turísticos participando no usan sorbetes. • 5% más de los comerciales participando promuevan alternativas a los vasos desechables. 	<p>Ministerio de Turismo GADM San Cristóbal GADM Santa Cruz GADM Isabela</p>
SECTOR EDUCATIVO, SOCIEDAD CIVIL (TRANSPORTISTAS): Informar, sostener y evaluar el cambio: énfasis en incentivos y controles sociales. Replicar talleres, foros, etc. en organizaciones y planteles educativos. (Todos los productos)	“Nosotros amamos nuestro planeta: en Galápagos no usamos plásticos desechables!”	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pequeña presentación y video para público en Curso Inducción de Residencia, muelles y aeropuertos 2. Campaña de modificación de hábitos para generar líderes comunitarios 3. Control ciudadano con instituciones y organizaciones sociales mediante denuncias vía stickers 4. Evaluación de cambio deseado y desafíos a su logro 	<p>En 2015, cada mes se reconocen a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 15 ciudadanos por su uso de productos alternativos • 5 ciudadanos notificados públicamente mediante redes sociales por no usar productos alternativos. 	<p>CGREG DPNG Ministerio de Turismo GADM San Cristóbal GADM Santa Cruz GADM Isabela</p>



VIII. CRONOGRAMA DEL PROYECTO

Al siguiente se presenta los procesos con sus tiempos estimados y responsables.

Plan de Acción Inter-institucional Consumo Responsable de Plásticos para Galápagos 2014-2015													
No.	Proceso	Responsable	2014					2015					
			Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Marz	Abril	Mayo	Junio
I. Campaña Consumo Responsable													
1	Coordinación estrategia de comunicación	CGREG, DPNG, WWF											
2	Actividades con servidores públicos bajo el Proyecto Ciudadano Proactivo - Componente Institucional "Fomentando Buenas Prácticas Socio-Ambientales"	CGREG											
3	Lanzamiento campaña de expectativa- spots ya definidos en tema de fundas tipo camiseta	DPNG, WWF											
4	Campaña macro al nivel provincial "consumo responsable de productos plásticos desechables"	CGREG, DPNG, MinTur, WWF											
5	Actividades inter-institucionales promoción de consumo responsable de productos plásticos desechables	DPNG, MinTur, WWF, GADs											
6	Seguimiento de resultados información y cambio de hábitos	CGREG, DPNG, WWF y USFQ/GAIAS											
II. Fomentar producción local y mayor demanda para productos alternativos													
1	Investigación de alternativas y refinación de catálogo de alternativas	CGREG y USFQ/GAIAS											
2	Coordinación inter-institucional y mapeo productores	CGREG, MinTur y Cultura											
3	Foros y levantamiento de fortalezas y necesidades	CGREG y MinTur											
4	Actividades con organizaciones sociales y estudiantes	Comisión Inter-institucional											
III. Restricción y prohibición de fundas tipo camiseta y sorbetes													
1	Aprobación de resolución provincial	CGREG											
2	Aprobación de ordenanzas GADs	GADs											
3	Compromiso por parte de establecimientos turísticos no usar sorbetes	MinTur											
4	Control social de sorbetes conforme ordenanzas con organizaciones sociales y estudiantes	GADs											
5	Compromiso por parte de supermercados en las tres islas de seguir estrategia nacional de la DPNG	DPNG											
6	Entrega de bolsas de tela en supermercados e incorporar demás puntas de distribución en época de compras navideñas	DPNG											
7	Restringir distribución de fundas de plástico tipo camiseta	DPNG, ABG y GADs											
8	Control social de fundas plásticas conforme ordenanzas con organizaciones sociales y estudiantes	GADs											
IV. Restricción y prohibición de envases plásticos restringidos													
1	Compromiso por parte de supermercados en las tres islas de incorporar productos alternativos y cumplir con normativa	DPNG											
2	Compromiso con establecimientos de comida no entregar productos restringidos	MinTur y GADs											
3	Restringir distribución de envases plásticos	ABG, DPNG y GADs											
4	Control social de envases plásticos conforme ordenanzas con organizaciones sociales y estudiantes	GADs											



IX. ACTIVIDADES FASE I: CONSUMO RESPONSABLE – CREANDO DEMANDA

A continuación se detalle las actividades que serán implementadas por cada proceso del cronograma.

1. *Coordinación estrategia de comunicación:*

Entre las instituciones principales en este tema (CGREG, DPNG y WWF) coordinar los productos y su elaboración bajo la metodología de “fomentando el comportamiento sustentable”.

2. *Actividades con servidores públicos que promuevan el consumo responsable como responsabilidad individual:*

Desde el mes de agosto hasta diciembre, el CGREG implementará actividades al nivel institucional que promuevan nuevos hábitos de relaciones humanas y cuidado al medio ambiente, en particular los hábitos que se desea cambiar con este plan de acción bajo su Proyecto Ciudadano Proactivo - Componente Institucional "Fomentando Buenas Prácticas Socio-Ambientales"².

3. *Continuación de campaña de expectativa:*

En la Hora del Planeta del 22 de abril de 2014, el WWF en coordinación con la DPNG, lanzó la campaña “No te confundes la funda, úsala de tela” en Puerto Ayora y recolección de firmas de compromiso de participación por la ciudadanía en su plataforma web www.horadelpianetaecuador.org

Para lo que resta del año 2014 la DPNG y WWF usarán sus spots y productos comunicacionales ya desarrollados como campaña de expectativa mientras las demás instituciones, en particular, el CGREG, trabajará desde la institución con sus servidores públicos.

4. *Campaña al nivel provincial "consumo responsable":*

La campaña de “consumo responsable” se basará en el mensaje “Pequeños actos, grandes cambios” y cada público meta tiene su mensaje particular, conforme la matriz de comunicación, educación, evaluación y seguimiento. Las instituciones de la comisión trabajarán actividades en línea con la estrategia de comunicación y educación en línea con este mensaje macro.

5. *Actividades inter-institucionales con proyectos que buscan el Consumo Responsable:*

Para lograr un ejemplo desde las instituciones se trabajarán actividades para promover el consumo responsable.

6. *Seguimiento y mapear actitud de funcionarios y ciudadanía en general:*

Se formará un equipo de trabajo entre técnicos de las instituciones y estudiantes que harán:

- a. Recolección de datos de participantes
- b. Informes en cuanto a investigación de fuentes primarias y secundarias

² El Proyecto Ciudadano Proactivo del CGREG tiene como objetivo fomentar estilos de vida adaptados a Galápagos mediante el análisis interactivo de los problemas públicos, como son la generación de desechos y violencia.



X. ACTIVIDADES FASE II: PRODUCCIÓN LOCAL – CREANDO OFERTA LOCAL

1. Coordinación inter-institucional y mapeo productores:

La Dirección de Producción del CGREG coordinará con MiPro y MinTur para mapear los productores con potencial para hacer los productos alternativos.

2. Foros y levantamiento de fortalezas y necesidades:

Una vez coordinado, se realizaría foros para conocer las fortalezas de cada grupo y las necesidades para diseñar proyectos de apoyo a la producción.

3. Investigación de alternativas y refinación de catálogo de alternativas:

Con el borrador del catálogo ya levantado por la sub-comisión de comunicación y alternativas, se trabajará con los estudiantes y productores para hacer marketing de sus productos. Este catálogo será entregado a los comercios locales para promover compras locales.

4. Actividades con organizaciones sociales, estudiantes en proyectos relacionados:

Se harán actividades de sensibilización con las organizaciones sociales y estudiantes donde mostrarán los productos alternativos para promover su uso.



XIII. PRESUPUESTO

Al siguiente se presenta por fases los procesos de la sección VIII con sus responsables y costos estimados.

I. Fase Campaña Consumo Responsable de Plásticos Desechables						
No.	Proceso	Responsable	Presupuesto			
			Materiales	Unidad	Costo	Total
1	Coordinación estrategia de comunicación	CGREG, DPNG, WWF	<i>Coordinación vía Skype</i>			
2	<i>Actividades con servidores públicos CGREG</i>	CGREG	<i>250 funcionarios CGREG</i>			
	A. Elaboración vasos de vidrio		Insumos botellas de vidrio	250	\$2	\$500
	B. Elaboración bolsos de tela		Insumos bolsos de tela	250	\$3	\$750
	<i>Subtotal</i>		<i>\$1.250</i>			
3	Lanzamiento campaña de expectativa	CGREG, DPNG, WWF				
	Campaña al nivel provincial "consumo responsable de productos plásticos desechables"	CGREG	1 spot de radio, impresion de material para difundir			\$2.000
4		DPNG, MinTur, WWF	Material para difusión			\$2.000
5	<i>Actividades con servidores públicos</i>	DPNG, MinTur, WWF, GADs	<i>250 funcionarios instituciones participando</i>			



I. Fase Campaña Consumo Responsable de Plásticos Desechables						
	A. Elaboración vasos a base de botellas de vidrio		Insumos botellas de vidrio	500	\$2	\$1.000
	B. Elaboración bolsos de tela		Insumos bolsos de tela	500	\$3	\$1.500
	<i>Subtotal</i>		\$2.500			
6	<i>Seguimiento de resultados información y cambio de hábitos</i>	CGREG, DPNG, WWF y GAIAS	<i>Supuesto- transporte terrestre por CGREG</i>			
	A. Cuestionarios y stickers		Impresión materiales	1000	\$0,50	\$500
	B. Letreros para reconocer locales		Producción letreros	100	\$15	\$1.500
	<i>Subtotal</i>		\$2.000			
TOTAL						\$5.750



En esta primera fase, los costos corresponden a las campañas, actividades interactivas con funcionarios públicos y la provisión de vasos biodegradables en eventos públicos usando el logo de la campaña.

II. Fomentar producción local y mayor demanda para productos alternativos						
No.	Proceso	Responsable	Presupuesto			
			Materiales	Unidad	Costo	Total
1	<i>Investigación de alternativas y refinación de catálogo de alternativas</i>	CGREG y GAIAS	<i>Supuesto - diseño con equipo comunicación CGREG</i>			
	A. Diseño de catálogo de alternativas		Impresión catálogo (3 páginas, doble lado)	100	\$3	\$300
	<i>Subtotal</i>		\$300			
2	Coordinación inter-institucional y mapeo productores	CGREG, Cultura				
3	Foros y levantamiento de fortalezas y necesidades	CGREG y MinTur				
4	<i>Actividades con organizaciones sociales y estudiantes</i>	CGREG, DPNG, WWF, GADs				
	A. Elaboración vasos a base de botellas de vidrio		Insumos botellas de vidrio	500	\$2	\$500
	B. Elaboración bolsos de tela		Insumos bolsos de tela	500	\$3	\$750
	<i>Subtotal</i>		\$1.250			
			TOTAL	\$1.550		



XIV. GLOSARIO:

Consumo responsable: Consumo responsable: Considera el cambio de hábitos de consumo de las personas ajustándolos a sus necesidades reales y optando en el mercado por opciones que favorezcan la conservación del medio ambiente y la igualdad social.

Funda de plástico tipo camiseta: denominada así por la forma de sus asas (agarraderas), es una bolsa económica hecha de PEAD (Polietileno de Alta Densidad) o PEBD (Polietileno de Baja Densidad); que puede transportar regularmente hasta 12 kilos.

Expendedores: Son todos los puntos de venta de artículos orgánicos e inorgánicos que entregan a los consumidores sus productos en fundas plásticas

Consumidores: Todas las personas que compran y usan las fundas plásticas.

Distribuidores: Son aquellos locales que venden al por mayor fundas plásticas.

Envases desechables: Pieza cóncava de mayor o menor tamaño, capaz de contener algo, especialmente líquidos, diseñados para un solo uso. Hecho de polipropileno, poliestireno o estereofón.

XV. ANEXOS

1. Resolución 011-CGREG-2012
2. Acuerdo Ministerial 080 del Ministerio de Ambiente
3. Estrategia de Comunicación del Ministerio de Ambiente