



**Campaña institucional para la reducción  
de bolsas comerciales de un solo uso**

**Informe Final**

alcandora

“Debemos cambiar nuestros hábitos de consumo y conseguir una reducción efectiva del consumo de bolsas y de los residuos”.

Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino



Coordinación y gestión de campaña realizado por Alcandora Publicidad

alcandora





## ÍNDICE

1. Introducción
2. Materiales de campaña
3. Acciones 2010
  - 3.1 Acto de presentación
  - 3.2 Acciones en Playas
  - 3.3 Acciones en Mercados
4. Acciones 2011
  - 4.1 Charlas con consumidores
  - 4.2 Acción en Universidades
  - 4.3 Acciones en Municipios de Castilla La Mancha
  - 4.4 Acciones en Playas
5. Repercusión en prensa
6. Información sobre la Ley 22/2011 del 28 de Julio de Residuos y Suelos Contaminados



# 1. Introducción

Conscientes del excesivo consumo de bolsas comerciales de un solo uso y de la generación de residuos que se derivan (13.500 millones de bolsas de plástico y 2.080 millones de papel/cartón al año, que suponen unas 98.000 y 41.600 toneladas de residuos anuales respectivamente), el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino puso en marcha una Campaña Institucional (2010-2011), para la Reducción de Bolsas Comerciales de un Solo Uso, que suponga una drástica reducción en el uso y deshecho de bolsas de plástico por parte de los consumidores.

El objetivo de la campaña es sensibilizar a la población para que modifique sus hábitos de consumo, que resulta excesivo en la mayoría de los casos. Asimismo, pretende concienciar a todos los agentes económicos y sociales que se ven implicados (fabricantes, comercios, centros de distribución, etc.), para que se impliquen de manera activa y colaboren en el cambio que se pretende conseguir.

A lo largo del 2010 y 2011, la campaña ha estado presente en diferentes lugares de la geografía española con un Punto de Información Móvil, donde todos los ciudadanos han podido recoger información acerca de la Reducción de Bolsas Comerciales de un Solo Uso.

En este sentido, la campaña comenzó en julio de 2010 con un acto institucional de la mano de Elena Espinosa, Ministra de Medio Ambiente. Continúo durante

el mes de agosto con la visita de 10 localidades costeras y terminó el año con la visita a 46 mercados municipales de diferentes Comunidades Autónomas.

Durante 2011, la campaña siguió recorriendo diferentes lugares. Entre enero y marzo, se realizaron 17 charlas informativas dirigidas a consumidores. Asimismo, durante los meses de marzo, abril y mayo, un Punto de Información Móvil estuvo presente en ocho universidades de toda España. En junio de ese mismo año, también se visitaron 20 Municipios de Castilla La Mancha. Por último, la campaña finalizó en el mes de julio con la visita de 10 municipios del sur de España.

La Campaña Institucional del Ministerio de Medio Ambiente y Rural y Marino ha tenido una gran acogida por parte de la opinión pública. En total, la iniciativa ha contado con una afluencia superior los 20 millones de personas, así como 15 millones de impactos indirectos.

En total se han recogido más de 45.500 bolsas de plástico, lo que equivale a 300 kilos de plástico para reciclar. A nivel mediático, la campaña ha obtenido 106 referencias en prensa, internet, radio y televisión, así como una audiencia superior a las 14.450.000 de personas.





## 2. Materiales de campaña

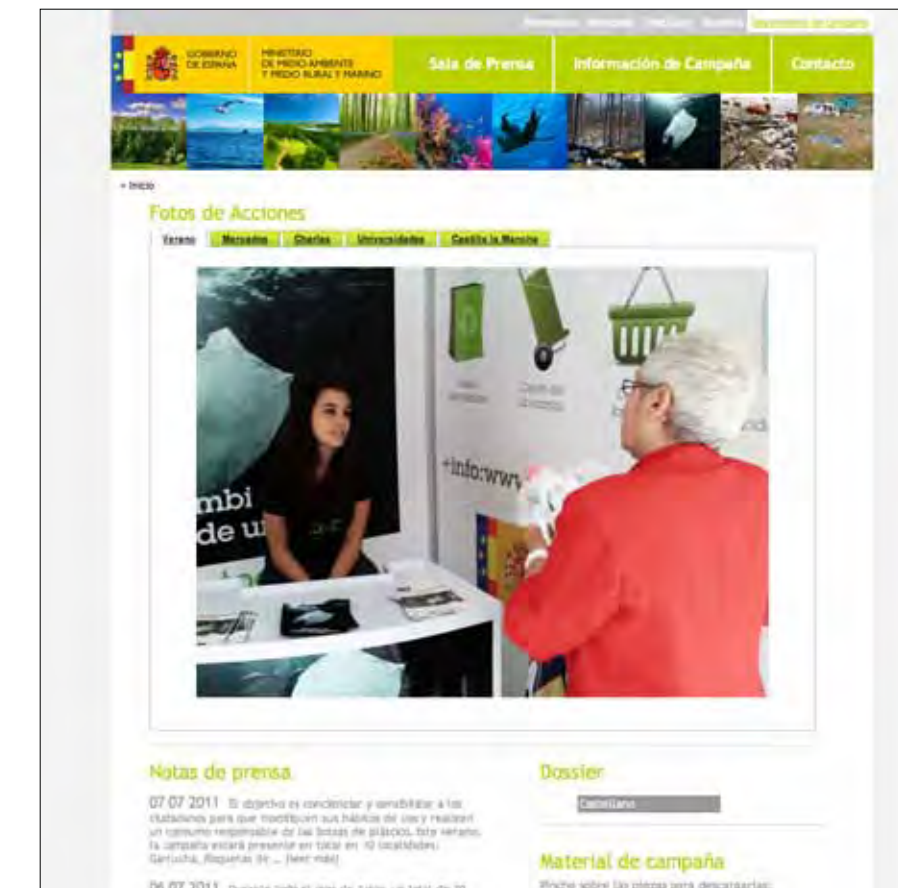






Página Web

- Además de las acciones anteriormente mencionadas, se ha desarrollado una página web: [www.deunavezportodas.es](http://www.deunavezportodas.es), donde los usuarios pueden consultar información sobre la campaña, así como ver las noticias, fotografías, videos y el dossier de comunicación en la “sala de prensa”.



## 3 Acciones 2010

### 3.1 Acto de presentación

20 de Julio 2010 (Jardines de Nuevos Ministerios, Madrid)

#### Acto de presentación

El 20 de julio de 2010, la Ministra de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, Elena Espinosa, presentó la Campaña Institucional “Cambia la bolsa de una vez por todas”, iniciativa que se encuentra dentro del Proyecto Nacional Integrado de Residuos (2008-2015), aprobado por el Gobierno de España.

Durante el acto, la Ministra explicó las fases y los lugares donde estaría presente la campaña. En palabras de Elena Espinosa “La primera fase se inicia el 1 de agosto en la localidad de Sanxenxo (Galicia) y terminará el 30 de agosto en La Manga (Murcia). Más adelante, en otoño e invierno y especialmente en Navidad, la campaña se instalará junto a mercados municipales y superficies comerciales”.

Asimismo, la Ministra señaló en su intervención que se trataba de una campaña con valor educativo y para eso realizarían actividades en campus universitarios que “refuercen la conciencia solidaria y ecológica de los jóvenes sobre el uso responsable de las bolsas de plástico”.

Desde primera hora de la mañana, los medios de comunicación comenzaron a hacerse eco de la noticia, así como en días posteriores. En total fueron 50 noticias las que salieron publicadas en relación al acto de presentación. Además, se consiguió una audiencia superior a las 11.340.000 personas.





### Desarrollo del acto

- Realizamos la convocatoria de medios y las invitaciones a los pertinentes invitados entre CCAA, sectores, organizaciones de consumidores etc.
- Montamos un escenario de aproximadamente 4 metros, material gráfico de apoyo, el equipo de sonido y audiovisuales. Junto al escenario colocamos un árbol muerto con 300 bolsas de plástico.
- Asimismo, se colocó un punto de información móvil, donde unas amas de casa estuvieron realizando trabajos con las bolsas de plástico.
- 10:30: RECEPCIÓN Y ACREDITACIÓN DE PRENSA E INVITADOS. ENTREGA DE DOSSIERES A PRENSA.
- 11:00: PRESENTACIÓN DE LA CAMPAÑA: "CAMBIA LA BOLSA DE UNA VEZ POR TODAS"
- Una vez finalizada la presentación, la Ministra recogió unas bolsas de manos de unos niños, a los que les entregó otras bolsas de varios usos.
- A continuación, llevó las bolsas que recogió de manos de los niños hasta el set donde estaba montado el Taller de Reciclado. Allí las entregó y vio, durante unos momentos, como varias amas de casa estaban enseñando a los niños a fabricar algunos objetos originales con estas bolsas.
- 11:45: Mientras el taller siguió funcionando, se sirvió un catering ligero a base de zumos y frutas.



### Características técnicas del acto

- TARIMA:**  
Fabricación de una tarima de 3x3 m y 2x2 m, con 40 cm y 15 cm. de altura respectivamente cubierta de césped artificial
- TRASERA:**  
Traseras de 3x3,20 y 2 x280 m respectivamente realizada en bastidor de madera. Forrada con lona impresa
- FICTICIOS:**  
Realizados en DM de 16 mm silueteados con laser. Imagen para las dos caras y todos con una peana ovalada realizada en madea DM con un grosor de 30 mm. y acabado en chaflan.
  - 1 carrito de la compra de 61 x 148 cm
  - 1 cesta de la compra de 91 x 75 cm
  - 1 bolsa biodegradable de 60 x 85 cm
  - 1 bolsa reutilizable de 120 x 70 cm
- TALLER MANUALIDADES:**  
Sillas de madera y una pequeña mesa de apoyo.
- BIOMBO:**  
Colocación de biombo de 300 x 240 cm. con cerramiento de lona con impresión digital, para catering.
- CATENARIAS:**  
Catenarias (30 Uds.) para delimitación del espacio con cordón.
- ÁRBOL SECO:**  
Árbol seco de 3,5m. de altura anclado en un macetero de PVC blanco, con 300 bolsas de plástico.





## Asistentes

NOMBRE	EMPRESA	CARGO
Bernardo Colina Maica	Cicloplas	Directora De Comunicación
Guerrero Perez Manuel	Direccion Gral. De Calidad Y Sostenibilidad Ambiental	Director General
Garcia Gonzalez Iria	Feique	Cordinadora de Medio Ambiente
Gil De Luigi Ramon	Plastics Europe Iberica	Director General
Martin Rodriguez Alicia	Plastics Europe Iberica	Directora Tecnica
Ruiz Carpintero M.Dolores	Plastics Europe Iberica	Directora de Comunicación
Barrio Alvarez David	Aspapel	Director de Reciclaje
Alcaide Ruiz Jose Luis	Ecoembes	Subdirector Relaciones Institucionales
Poncela Cordero Marina	Aces (Asoc. de Cadena Españ. de Supermercados)	Tecnico de Calidad y Medio Ambiente
Moliner Aramendia Ana	Red Española de Compostage	Representante de la Red Española de Compostage
Marquieri Estevez Idoya	Anged (Asoc. Nac. de Grandes Empresas de Distribucion)	Responsable de Medio Ambiente
Martinez Herrera Maria	Asedas (Asoc. de Distribuidores de Autoservicios y Supermercados)	Responsable de Comunicación
Azcoitia Borghi Gonzalo	Afco (Asoc. Frab. de Carton Hondulado)	Responsable de Relaciones Institucionales
Gallego Enrique	Anaip	
García Ignacio	Asedas (Asoc. de Distribuidores de Autoservicios y Supermercados)	
Martínez Carlos	Comisiones Obreras	
Abadía Rafael	Forplast	
Biel Borraz Alfonso	Asoc. Transformadores de Bolsas	
Hidalgo Rodriguez Gema	Asoc. Transformadores de Bolsas	
Del Pino Aurelio	Aces	







“Satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer a las futuras”









# Repercusión en medios

## Acto de presentación

### Repercusión en los medios

#### Total general

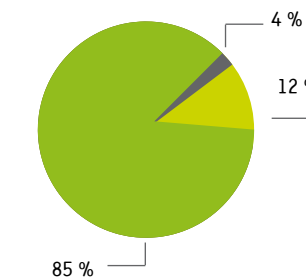
Noticias	50
Referencias	50
Audiencia	11.349.000
Valoración	216.494 €

#### Total por medios

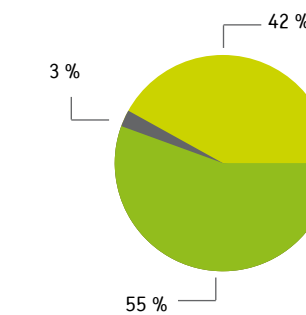
	Referencias	Audiencia	Valoración
Prensa	42	6.259.000	40.819 €
Radio	2	295.000	16.420 €
TV	6	4.795.000	159.256 €
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>11.349.000</b>	<b>216.494 €</b>

- Prensa
- Radio
- TV

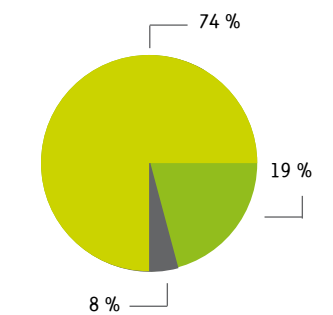
Referencias (2.958.576)



Audiencia (50)



Valoración (216.494,27)



3 Acciones 2010

## 3.2 Acción en playas

Agosto 2010





## Acción en playas agosto 2010

Durante el mes de agosto, un Punto de Información Móvil recorrió más de 3.300 kilómetros por las costas españolas. La campaña contó con una afluencia de público de más de 10.500 personas.

Sanxenxo, A Coruña, Gijón, Santander, San Sebastián, Lloret de mar, Salou, Oro-pesa del mar, Playa de San Juan en Alicante y Mazarrón, fueron las localidades visitadas en esta primera fase.

Todas las personas que se acercaron al Punto de información Móvil pudieron conocer de primera mano, los beneficios que una utilización responsable de las bolsas de plástico significa, el impacto medio ambiental que supone un uso abusivo de las mismas y sobre todo las alternativas que existen para hacer un uso responsable de las mismas.



## CARÁCTERÍSTICAS TÉCNICAS

- FURGÓN 3.500kg CARGA de 16 M3, con un espacio publicitario de 34 m2.
- Incluido en este espacio office de 1,5 m2.
- Vehículo con 3 plazas con rampa de acceso.
- Medidas caja : Largo: 420 cm Alto: 210 cm Ancho: 210 cm
- 1 Pantalla plana de 42"
- 1 Reproductor de DVD
- 1 Mostrador información personalizado
- 1 Taburete blanco
- 1 Inversor 12v - 1000w para corriente interna
- Seguro vehículo + ITV



Punto de información móvil

Material promocional





## Agosto 2010



LUGAR	FECHA	ASISTENTES	MATERIAL ENTREGADO	DURACIÓN	PRENSA	PERSONALIDADES
<b>Sanxenxo</b> Paseo de Playa de Silgar	1,2 y 3 Agosto	875	Camisetas, cuadernos, chapas y lapiceros	8 horas/día		
<b>A Coruña</b> Centro Deportivo La Torre	4,5 y 6 Agosto	925	Camisetas, cuadernos, chapas y lapiceros	8 horas/día		
<b>Gijón</b> Plaza 6 de Agosto	7,8 y 9 Agosto	850	Camisetas, cuadernos, chapas y lapiceros	8 horas/día		
<b>Santander</b> Parque de Mesones	10,11 y 12 Agosto	965	Camisetas, cuadernos, chapas y lapiceros	8 horas/día	Etb, Rtve, El Mundo, El País	
<b>San Sebastián</b> Estadio Anoeta	13,14 y 15 Agosto	515	Camisetas, cuadernos, chapas y lapiceros	8 horas/día		
<b>Lloret de mar</b> Plaza Pere Torrent	16,17 y 18 Agosto	1255	Camisetas, cuadernos, chapas y lapiceros	8 horas/día	Radio Lloret	
<b>Salou</b> Pza.de las Comunidades Autónomas	19,20 y 21 Agosto	1345	Camisetas, cuadernos, chapas y lapiceros	8 horas/día		
<b>Oropesa del mar</b> Paseo del Mediterráneo	22,23 y 24 Agosto	1750	Camisetas, cuadernos, chapas y lapiceros	8 horas/día		
<b>Alicante</b> Playa de San Juan	25, 26 y 27 Agosto	950	Camisetas, cuadernos, chapas y lapiceros	8 horas/día	Diario Información, La Verdad	Encarna Linares, Subdelegada del Gobierno
<b>Mazarrón</b> Explanada de Bolnuevo	28,29 y 30 Agosto	1050	Camisetas, cuadernos, chapas y lapiceros	8 horas/día		





Sanxenxo  
Paseo de Playa de Silgar  
A Coruña  
Centro Deportivo La Torre







Gijón  
Plaza 6 de Agosto

Santander  
Parque de Mesones

San Sebastián  
Estadio Anoeta

“En la actualidad se consumen en España alrededor de 300 bolsas de plástico de un solo uso por habitante y año”





Lloret de mar  
Plaza Pere Torrent

Salou  
Pza.de las Comunidades Autónomas

Oropesa del mar  
Paseo del Mediterráneo







Alicante  
Playa de San Juan

Mazarrón  
Explanada de Bolnuevo





3 Acciones 2010

### 3.3 Acciones en Mercados Municipales

Noviembre - Diciembre 2010





## Acción en Mercados Municipales

Entre los meses de noviembre y diciembre se repartieron un total de **25.000 dípticos informativos** de la campaña, **54 "TÓTEM"** con portafolletos y **7.000 bolsas reutilizables** en 46 mercados de 36 ciudades de toda España.

El objetivo fue dar a conocer esta iniciativa del MARM entre los clientes de los mercados.

Se trataban de mercados municipales ubicados en poblaciones de más de 30.000 habitantes.

Gracias a esta acción se llegó a más de **150.000 personas** y se consiguió **una participación de más de 7.000 personas**. Todas las provincias escogieron tuvieron al menos una actuación en la capital.



## Materiales gráficos de apoyo a la campaña

- Díptico informativo: 25.000 ud.
- Tótem. Punto de información  
Calidades: Tamaño 62,5 x 160 cm.  
Impresos a 4 tintas por los dos lados sobre cartoncillo estucado de 375 grs. y plastificado PP Brillo las dos caras, con dos bolsillos portafolletos A5 y American.  
Unidades: 46





## Mercados

26 y 27 de noviembre de 2010

Mdo. de la Corredera – Córdoba  
 Mdo. de Nervión – Sevilla  
 Mdo. de Bellavista – Sevilla  
 Mdo. de la Feria – Sevilla  
 Merc. del Carmen – Huelva  
 Mdo. de Peñamefecit – Jaén  
 Mdo. de San Agustín – Granada  
 Mdo. de Ronda del Carmen – Cáceres  
 Mdo. de Calatrava – Mérida-Badajoz  
 Mdo. de Altavista – Las Palmas  
 Mdo. Central de Valencia – Valencia  
 Mdo. de Municipal de Alicante – Alicante  
 Mdo. Central de Salamanca – Salamanca  
 Mdo. del Conde Luna – León  
 Mdo. de Guadalajara – Guadalajara  
 Mdo. El Fontán Oviedo – Asturias

## Datos

Mercados: 16  
 Bolsas entregadas: 2.400  
 Bolsas recogidas: 24.000  
 Residuos recuperados: 120 kg.





## Mercados

3 y 4 de diciembre de 2010

Mdo. de Abastos de El Ejido – Almería

Mdo. Ciudad Jardín – Córdoba

Mdo. Virgen del Rosario – Cadiz

Mercado Central de abastos de Cadiz

Mdo. Nuestra Señora de África – Tenerife

Mdo. Municipal Olivar – Islas Baleares

Mdo. de Arenas de San Pedro – Ávila

Mdo. Sur de Burgos – Burgos

Mdo. Municipal San Ildefonso – Segovia

Mdo. de Medina del Campo – Valladolid

Mdo. de San Agustín – A Coruña

Mdo. de Pontevedra

Mdo. de San Sebastián – Guipuzcoa

Mdo. de Abastos de Campoamor – Murcia

Mdo. de Ciudad Real – Ciudad Real

Mdo. Municipal de Cuenca – Cuenca

Mdo. Municipal de Abastos Cabra – Cordoba

Mdo. de San Blas – La Rioja

Mdo. De la Feria – Sevilla

## Datos

Mercados: **13**

Bolsas entregadas: **1.950**

Bolsas recogidas: **27.000**

Residuos recuperados: **135 kg.**





## Mercados

17 y 18 de diciembre de 2010

Mdo. Los Ángeles - Almería  
 Mdo. Central - Castellón  
 Mdo. de Abastos de Palencia - Palencia  
 Mdo. de Abastos de Zamora - Zamora  
 Mdo. de Lugo - Lugo  
 Mdo. de San Agustín - A Coruña  
 Mdo. de Orense - Orense  
 Mdo. de Abastos de Almansa - Albacete  
 Mdo. Central de Lanuza - Zaragoza  
 Mdo. PuertoChico - Cantabria  
 Mdo. del Sur de Gijón - Asturias  
 Mdo. Central de Abastos - Ceuta

## Datos

Mercados: 18  
 Bolsas entregadas: 2.700  
 Bolsas recogidas: 19.950  
 Residuos recuperados: 97,5 kg.



“Supone casi 100.000 toneladas al año de residuos que deben ser objeto de tratamiento y que, en ocasiones, se abandonan en el entorno y pueden provocar daños en los ecosistemas”



## Comentarios a la campaña

**Alicante** la promoción fue muy bien, la gente se animó mucho a participar, cuando se enteraba de la campaña iban a casa y traían bolsas. Incluso llegaron a formarse colas para conseguir la bolsa que regalaba.

**Almansa** la respuesta de la gente fue muy satisfactoria, una gran parte de las personas iban con su carrito de la compra y dentro llevaban bien una de tela o bien bolsas de plástico para reutilizarlas en futuras compras. También hubo gente con que no fue muy receptiva.

**Cantabria** A pesar de ser un mercado pequeño, las bolsas entre la gente tuvieron una gran acogida. Todos eran conscientes de la importancia de preservar el Medio Ambiente para que las generaciones futuras puedan gozar de él también en perfecto estado. Muchos de los allí presentes ya concienciados con ésta realidad, llevaban tanto carritos como bolsas de tela o papel, aunque la realidad es que las bolsas de plástico aún seguían predominando en el Mercado. Lo que más costó fue recaudar tantas bolsas como medio de cambio por la de tela y sobre todo, que la gente quisiera hacerse fotos conmigo. Por lo general, ha sido un trabajo que me ha aportado tanto conocimientos como sensibilidad y creo que entre las gentes, ese sentimiento se ha transmitido perfectamente.

**A Coruña** La gente acogió muy bien la iniciativa, aunque por lo que se pudo observar, muchos de ellos sí que reutilizarán bolsas o venían con las suyas de plástico de casa. Al final se repartieron todas las bolsas.

**Granada** La campaña que tuvo lugar en el Mercado de San Agustín que se desarrolló con éxito. Los dos días transcurrieron con normalidad y la gente se mostró muy interesada sobre la campaña, sobre todo las personas mayores y las personas de entre 40 y 50 años. Las personas están bastante concienciadas con la importancia del uso de las bolsas de tela en lugar de las de plástico ya que en el mercado había mucha gente usándolas, aunque algunas admitían que por comodidad seguían usando las de plástico que les facilitaban los comerciantes.

Por lo general, el diseño de las bolsas de tela gustó mucho a la gente, así como la información complementada en los folletos informativos.

El escenario de la campaña estaba en el centro del mercado, lugar en el que tenía bastante visibilidad para la accesibilidad de las personas.

**Guadalajara** El viernes hubo menos afluencia de público que el sábado. La gente acogió bien la campaña, en general gustaron las bolsas reutilizables. Al principio la gente pensaba que las vendía pero cuando les informaba que se las cambiaba por bolsas de plástico me las traían. El viernes vinieron reporteros de dos periódicos para cubrir la noticia, y el sábado dos cadenas de televisión.



**Las Palmas** A la gente le parecía una buena iniciativa para poder acabar con las bolsas de plástico. Agradecían el que les diésemos bolsas reutilizables de tela.

**Murcia** la campaña muy bien, aunque la gente no estaba todavía muy concienciada para utilizar bolsas que no sean de plástico. La gente mayor es reacia a cambiar de costumbres y se preguntaban si realmente se iban a quitar las bolsas de plástico del mercado y qué pasaría con la gente que trabaja en ese sector, esas eran casi todas sus preocupaciones.

**Salamanca** Destacar la masiva participación ya que en apenas pasados varios minutos se repartiÓla mitad de las existencias con lo que tuve que parar para tener para el día siguiente y sólo me puse a repartir los folletos.









## 4 Acciones 2011

### 4.1 Charlas a consumidores

Enero - Marzo 2011





## Charlas con consumidores

Entre enero y marzo se realizaron 17 charlas informativas dirigidas a consumidores. El objetivo de esta acción fue concienciar a los consumidores sobre la importancia de reducir el consumo de bolsas de un solo uso y hacer un consumo responsable de las mismas. Durante las charlas se distribuyó material y objetos promocionales de la campaña.

Consideraciones específicas a las acciones con Organizaciones de Consumidores:

Las charlas fueron impartidas por Miguel Herrador, técnico Medio Ambiental titulado con experiencias en charlas dirigidas a consumidores sobre el reciclaje y el uso de las bolsas comerciales.

En cada charla se aportó el equipo audiovisual necesario, la decoración de la sala con la cartelería adecuada, así como dos enaras.



A cada asistenté se le entregó un Wellcome pack de la campaña:

- Bolsa Reutilizable
- Folleto informativo

Se entregó a los medios de comunicación locales, dossiers informativos al efecto.

A estas charlas estuvieron invitados los medios de comunicación locales, que puedan dar testimonio de lo que se trate en cada una de ellas.





- Para la elección de los municipios donde se desarrollaron las charlas, se estimó oportuno ponerse en contacto con los municipios, comarcas y mancomunidades que solicitaron información sobre la campaña y pusieron a disposición de la misma su colaboración para desarrollar alguna acción.
- La respuesta fue muy positiva e incluso se pusieron en contacto otros municipios que estaban interesados en esta acción.



- Huelva
- Cuenca
- Toledo
- Tomelloso (Ciudad Real)
- Almansa (Ciudad Real)
- San Vicente del Raspeig (Alicante)
- Comillas (Cantabria)
- Reinosa (Cantabria)
- Manzanares (Ciudad Real)
- Agenda Local 21 de Cintruénigo (Navarra)
- Albacete
- Tarancón (Cuenca)
- Motilla del Palancar (Cuenca)
- Cuevas de Almanzora (Almería)
- Maracena (Granada)
- Santa M<sup>a</sup> del Cayón (Cantabria)
- Sodeto (Teruel)

LUGAR	FECHA	ASISTENTES	BOLSAS ENTREGADAS	DURACIÓN	PRENSA	PERSONALIDADES
Huelva	14/01/11	50	50	1 hora	Canal sur	Diputada Medio Ambiente
San Vicente del Raspeig (Alicante)	17/01/11	25	35	30 mins.		
Maracena (Granada)	19/01/11	50	50	1 hora 20 mins.	TV local	Concejal de Medio Ambiente
Comillas (Cantabria)	24/01/11	48	50	1 hora		Concejala de Cultura Esposa de concejal de Medio Ambiente
Reinosa (Cantabria)	25/01/11	15	20	1 hora 15 mins	Alerta, periódico de Cantabria Programa de radio en directo por la mañana a las 11:00	Concejal Medio Ambiente
Cintruénigo (Navarra)	27/01/11	16	18	1 hora	Grabación de la charla por parte de la TV local de Cintruénigo	
Toledo	01/02/11	6	10	40 mins.	Prensa escrita La Tribuna de Toledo	
Manzanares (Ciudad Real)	02/02/11	55	58	1 hora 20 mins.	Radio Surco. TV La Mancha y Kallejero.com	
Almansa (Albacete)	03/02/11	35	50	1h 15 mins.	Radio Almansa+periódico local	Concejal Medio Ambiente (Pascual Blanco)
Tomelloso (Ciudad Real)	07/02/11	40	40	1 hora	Tomelloso 30 Días, Radio Tomelloso	Concejal Medio Ambiente (Isidoro Torres)
Albacete	09/02/11	50	50	1 h 20 mins.	Albacete TV, Punto Radio, Crónica de Albacete, Visión 6	
Cuenca	14/02/11	14	30	1 hora		Ana Valero (Diputación)
Tarancón (Cuenca)	15/02/11	24	24	1h 15 mins.	CNC TV, Diario de Cuenca	
Motilla del Palancar (Cuenca)	17/02/11	21	25	1 hora		Concejala Medio Ambiente
Santa M <sup>a</sup> del Cayón (Cantabria)	24/02/11	18	18	1 hora		
Cuevas de Almanzora (Almería)	01/03/11	80	120	1 hora 15 mins.		
Sodeto (Huesca)	03/03/11	40	50	1 hora	Periódico el Heraldo de Aragón (sólo fotos)	Rosa Pons (Alcaldesa)





Huelva  
Plaza de las Monjas

San Vicente Del Raspeig  
Centro Social.Calle Cervantes

Maracena  
Salón de Plenos del Ayuntamiento



Comillas  
Salón de Plenos del Ayuntamiento

Reinosa  
La Casona. Sala de La Chimenea

Cintruénigo  
Salón de Actos







Toledo

Plaza Padilla

Manzanares

Asoc. Amas de casa Manzanares

Almansa

Teatro Principal



“ Haz y ayuda a que hagamos un uso responsable de la bolsa (vendedores, distribuidores, consumidores)”



**Tomelloso**

Sala Francisco Carretero

**Albacete**

Salón de Actos del Ayuntamiento

**Motilla del Palancar**

Salón de Actos del Centro Social

**Sodeto**

Museo Colonización Agraria

Cuenca  
Salón de ActosTarancon  
Sala PolivalenteSanta María de Cayón  
Punto Socioambiental 21Cuevas del Almanzora  
Salón Social



## 4 Acciones 2011

### 4.2 Acciones en Universidades

Marzo - Mayo 2011





## Acciones en universidades

Entre marzo, abril y mayo, la campaña del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), estuvo presente en un total de ocho universidades de toda España.

Las Universidades de Córdoba, Almería, Huelva, Pablo Olavide de Sevilla, Miguel Hernández de Elche, Carlos III de Madrid, Salamanca y Alcalá de Henares, fueron las primeras escogidas para presentar entre los universitarios la campaña institucional.

Entre las actividades que se realizaron hubo un punto de información móvil, donde los universitarios pudieron conocer los beneficios que una utilización sostenible de las bolsas de plástico. Otra de las acciones que se llevaron a cabo fue el cambio de bolsas de plástico por otras reutilizables.

- En total, se recogieron más 15.000 bolsas, se repartieron 6.325 bolsas reutilizables, donde se consiguió más 123.000 impactos indirectos.

- 5 semanas, 2 días en cada universidad (lunes-martes / jueves-viernes).
- 10 universidades.
- FECHAS: Marzo - Mayo
- HORARIO: De 10:00 h a 14:00 h y de 15:00 a 19:00 h



UNIVERSIDAD	FECHA	IMPACTOS INDIRECTOS	BOLSAS ENTREGADAS	BOLSAS RECOGIDAS
Córdoba	28-29 Marzo	15.000	450	1.500
Almería	31 Marzo -1 Abril	9.500	325	750
Huelva (2 CAMPUS)	4-5 Abril	7.250	275	925
Sevilla	6-7 Abril	25.000	625	2.000
Elche	24-25 Mayo	5.500	1.500	3.500
Carlos III	26-27 Mayo	35.000	1.500	3.500
Salamanca	30 Mayo	10.950	900	1.800
Alcalá de Henares	31 Mayo	15.000	750	1.050
<b>TOTAL</b>		<b>123.200</b>	<b>6.325</b>	<b>15.025</b>





Universidad de Córdoba  
Aula de Sostenibilidad

Universidad de Almería  
Aula Verde



Universidad de Huelva  
CIECEM Parque Dunar

Universidad de Pablo Olavide  
Sevilla  
Edificio Celestino Mutis





“Tu participación, elemento clave en el cambio”







Universidad Miguel Hernandez  
Elche  
Avda. de la Universidad

Universidad Carlos III  
Campus Getafe



Universidad de Salamanca  
Patio Escuelas

Universidad de Alcalá De Henares  
Pza. San Diego





4 Acciones 2011

## 4.3 Acciones en Municipios de Castilla La Mancha

Junio 2011



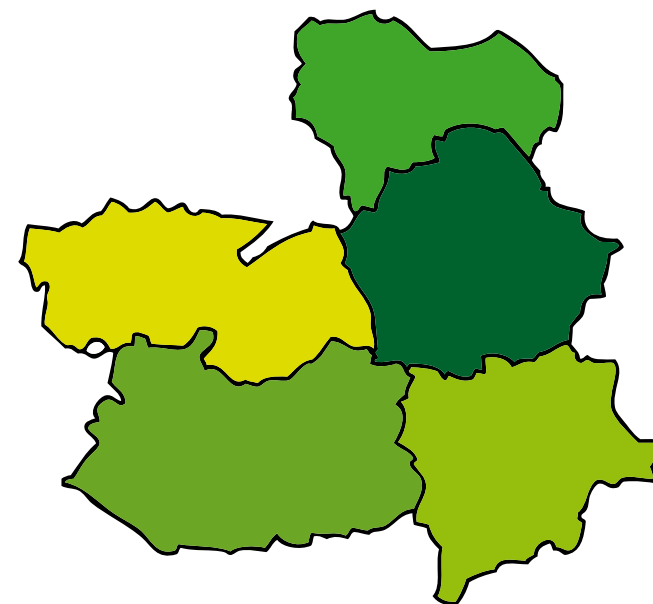


## Acciones en municipios de Castilla La Mancha

En el mes de junio, un total de 20 Municipios de Castilla La Mancha acogieron la Campaña "Cambia la bolsa de una vez por todas", para reducir el consumo de bolsas de plástico de un solo uso.

Los 20 Municipios de Castilla La Mancha donde estuvo presente la campaña fueron:

- Cuenca
- Toledo
- Tomelloso (Ciudad Real)
- Almansa (Ciudad Real)
- San Vicente del Raspeig (Alicante)
- Comillas (Cantabria)
- Reinosa (Cantabria)
- Manzanares (Ciudad Real)
- Agenda Local 21 de Cintruénigo (Navarra)
- Albacete
- Tarancón (Cuenca)
- Motilla del Palancar (Cuenca)
- Cuevas de Almanzora (Almería)
- Maracena (Granada)
- Santa M<sup>a</sup> del Cayón (Cantabria)
- Sodeto (Teruel)



En total se entregaron **4.900 bolsas** reutilizables, se recogieron 19.400 y tuvo más de **1.020.000 impactos indirectos**.

CIUDADES	FECHA	IMPACTOS INDIRECTOS	BOLSAS ENTREGADAS	BOLSAS RECOGIDAS	CUADERNOS ENTREGADOS	CAMISETAS ENTREGADAS
MANZANARES	1-2/06/2011	75.000	750	3.500	5	40
MEMBRILLA	3-4/06/2011	95.000	500	1.500	10	15
LA SOLANA	05/06/11	85.000	300	800	12	25
RUIDERA	06/06/11	125.000	500	1.025	11	30
DAIMIEL	7-8/06/2011	125.000	750	1.750	12	30
SAN CARLOS DEL VALLE	9-10/06/2011	60.000	300	750	10	50
VILLACAÑAS	11/06/11	45.000	150	655	3	30
QUERO	12/06/11	25.000	150	725	15	50
VILLA DE DON FABRIQUE	13/06/11	25.000	150	640	15	40
VILLAFRANCA DE LOS CABALLEROS	14-15/06/2011	30.000	150	525	10	50
SESEÑA	16/06/11	125.000	300	1.200	20	30
ESQUIVIAS	17/06/11	45.000	150	850	5	10
YELES	18/06/11	25.000	75	930	8	20
YUNCOS	19/06/11	45.000	75	645	2	25
CARRANQUE	20/06/11	15.000	150	500	10	25
UGENA	21/06/11	20.000	75	625	3	10
CEDILLO DEL CONDADO	22/06/11	15.000	150	630	2	15
EL VISO DE SAN JUAN	23/06/11	10.000	75	600	1	25
COBEJA	24/06/11	15.000	75	750	0	25
PANTOJA	25/06/11	15.000	75	800	10	30
TOTAL		<b>1.020.000</b>	<b>4.900</b>	<b>19.400</b>	<b>164</b>	<b>575</b>





**MANZANARES**  
Plaza del Gran teatro

**MEMBRILLA**  
Plaza Colón

**LA SOLANA**  
Plaza Mayor

**RUIDERA**  
Plaza Cervantes



**DAIMIEL**  
Plaza España

**SAN CARLOS DEL VALLE**  
Rasillo la Mancha

**VILLACAÑAS**  
Avenida de la Mancha

**QUERO**  
Calle Era







VILLA DE DON FABRIQUE  
Recinto Ferial

VILLAFRANCA DE LOS CABALLEROS  
Plaza de España

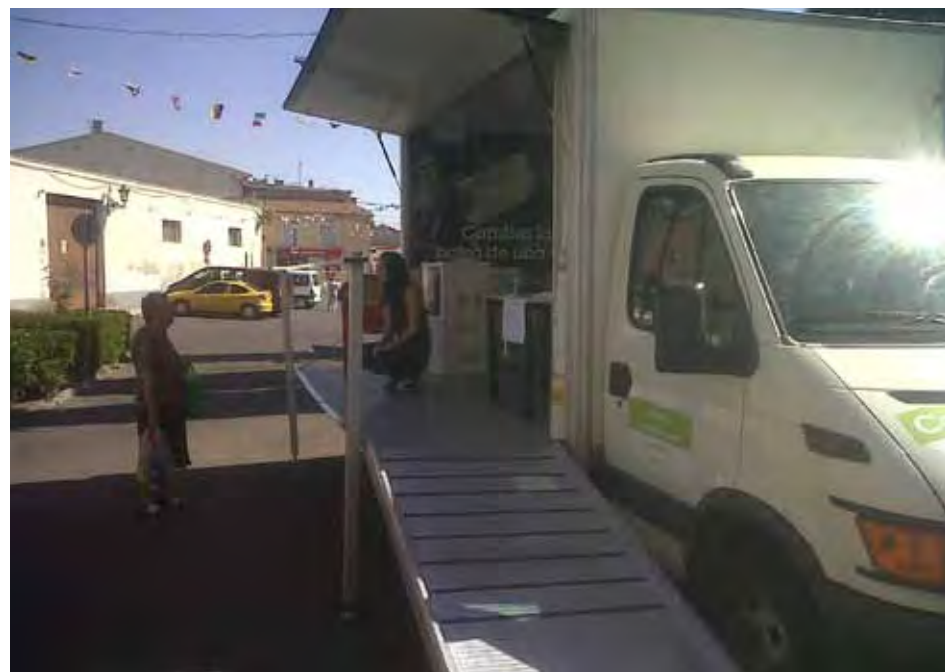
SESEÑA  
Plaza Bayona

ESQUIVIAS  
Plaza de España



“Si Reutilizamos, si reducimos el uso de las bolsas de un solo uso, si prevenimos antes de salir de compras, cada uno de nosotros podría ahorrar: 6 bolsas por semana, 24 bolsas al mes, 288 bolsas al año, y unas 25.000 a lo largo de nuestras vidas”



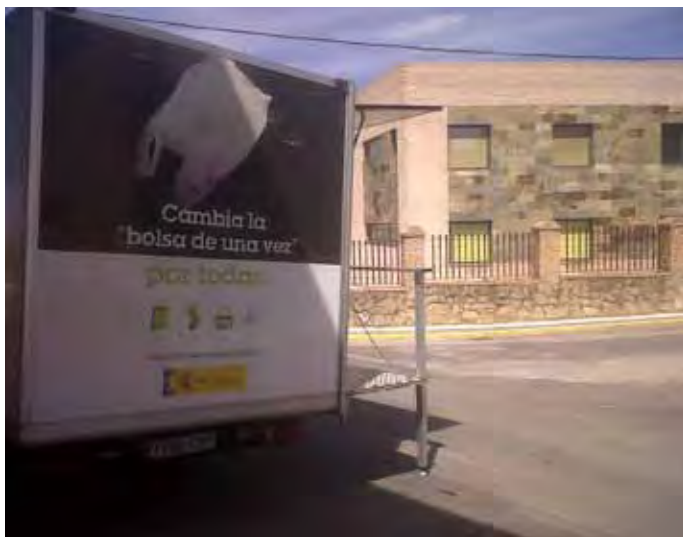


**YELES**  
Puerta del Ayuntamiento

**YUNCOS**  
Plaza 11 de marzo

**CARRANQUE**  
Plaza de las Eras

**UGENA**  
Plaza del Palacio



**CEDILLO DEL CONDADO**  
Antiguas Escuelas

**EL VISO DE SAN JUAN**  
Plaza del Ayuntamiento

**COBEJA**  
Plaza Constitución

**PANTOJA**  
Plaza de España





## 4 Acciones 2011

### 4.4 Acción en playas

Julio 2011





## Acción en playas agosto 2010

Durante el mes de julio, la campaña estuvo presente en 10 municipios del sur de la geografía española. En total, el Punto de Información Móvil recorrió más de 830 kilómetros por las costas españolas

- Garrucha (Almería), Roquetas de Mar (Almería), Almuñecar y Motril (Granada), Málaga y Mijas (Málaga), Puerto de Santa María (Cádiz), Cádiz, Matagorda y Punta Umbria (Huelva) fueron las localidades visitadas en la segunda fase por la campaña institucional para la reducción de bolsas comerciales de un solo uso.
- En total, se entregaron más de 5.000 bolsas reutilizables y se contó con una afluencia de público superior a las 10.000 personas, así como un impacto indirecto de más de 3.200.000 impactos indirectos.

Esta última acción significó el fin de la Campaña Institucional del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino.



## CARÁCTERÍSTICAS TÉCNICAS

- FURGÓN 3.500kg CARGA de 16 M3, con un espacio publicitario de 34 m2.
- Incluido en este espacio office de 1,5 m2.
- Vehículo con 3 plazas con rampa de acceso.
- Medidas caja : Largo: 420 cm Alto: 210 cm Ancho: 210 cm
- 1 Pantalla plana de 42"
- 1 Reproductor de DVD
- 1 Mostrador información personalizado
- 1 Taburete blanco
- 1 Inversor 12v - 1000w para corriente interna
- Seguro vehículo + ITV



Punto de información móvil



## Julio 2011



CIUDADES	FECHA	IMPACTOS INDIRECTOS	BOLSAS ENTREGADAS	BOLSAS RECOGIDAS
<b>Garrucha</b> Calle Malecón	1,2 y 3 Julio	175.000	175	500
<b>Roquetas de Mar</b> Paseo Marítimo	4,5 y 6 Julio	250.000	310	750
<b>Motril</b> Paseo del Pájaro	7,8 y 9 Julio	190.000	260	400
<b>Málaga</b> Calle Pacífico	13,14 y 15 Julio	750.000	297	600
<b>Mijas</b> Paseo Marítimo de La Cala	16,17 y 18 Julio	350.000	260	525
<b>Puerto de Santa María</b> Plaza de la Puerta del Mar	19,20 y 21 Julio	525.000	310	760
<b>Cádiz</b> Glorieta Ingeniero Lacierva	22,23 y 24 Julio	250.000	360	850
<b>Matalascañas</b> Paseo Marítimo de Caño Guerrero	25, 26 y 27 Julio	225.000	310	225
<b>Punta Umbría</b> Plaza 26 de abril	28,29 y 30 Julio	350.000	210	150





Garrucha  
Plaza Pere Torrent

Roquetas de Mar  
Pza.de las Comunidades Autónomas

Motril  
Paseo del Mediterráneo







**Almuñecar**  
Plaza Pere Torrent

**Málaga**  
Pza.de las Comunidades Autónomas

**Mijas**  
Paseo del Mediterráneo





“Si abandonas la bolsa,  
el Medio Ambiente sufre”.



Puerto de Santa María  
Plaza Pere Torrent

Cádiz  
Pza.de las Comunidades Autónomas





Matalascañas  
Plaza Pere Torrent

Punta Umbría  
Pza.de las Comunidades Autónomas





# Repercusión en la prensa (de Marzo a Julio 2011)

Acciones en Universidades  
 Acciones en Municipios de Castilla La Mancha  
 Acción en playas

Repercusión meses  
 Marzo - Julio 2011

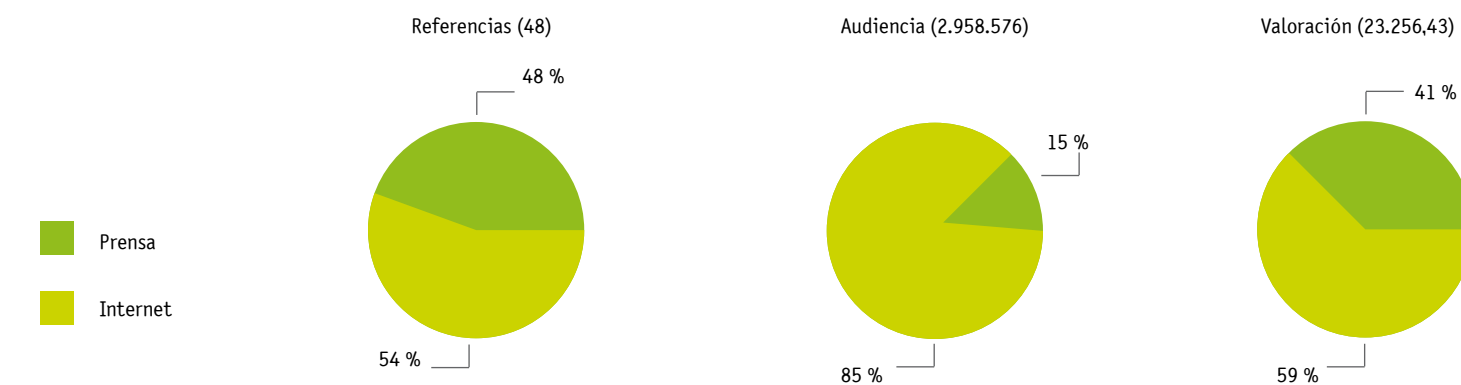
## Medios

### Total general

Noticias	48
Referencias	48
Audiencia	2.958.576
Valoración	23.256 €

### Total por medios

	Referencias	Audiencia	Valoración
Internet	26	2.505.576	13.801 €
Prensa	22	453.000	9.456 €
Total	48	2.958.576	23.256 €





# 5. Resumen repercusión en medios (Julio 2010 - Julio 2011)

## Medios

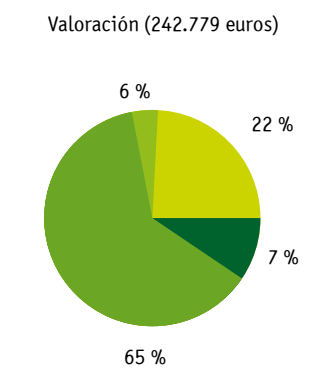
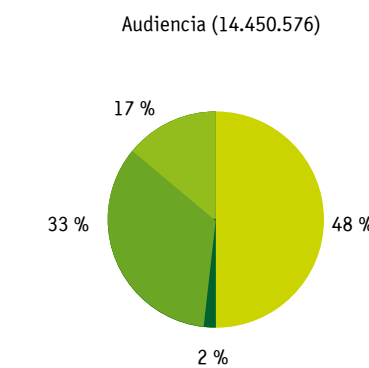
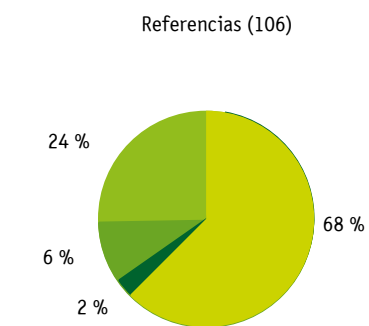
### Total general

Noticias	106
Referencias	106
Audiencia	14.450.576
Valoración	242.779 €

### Total por medios

	Referencias	Audiencia	Valoración
Prensa	72	6.855.000	53.302 €
Radio	2	295.000	16.420 €
Televisión	6	4.795.000	159.256 €
Internet	26	2.505.576	13.801 €
TOTAL	106	14.450.576	242.779 €

- Prensa
- Radio
- Television
- Internet



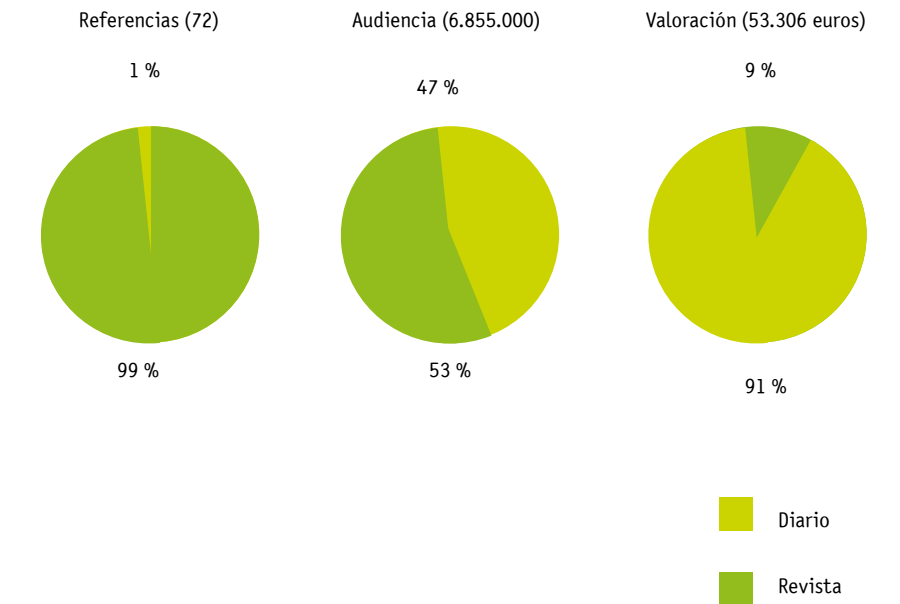




# Prensa

## Prensa

Noticias	72
Referencias	72
Titulares	39
Fotos	31
Difusión	1.606.687
Audiencia	6.855.000
Espacio (pag.)	16,92
Valoración	53.302 €



## Total por tipo de publicación (prensa)

	Referencias	Difusión	Audiencia	Espacio	Valoración
Diario	71	643.473	3.245.000	16,67	48.252 €
Revista	1	963.214	3.610.000	0,25	5.050 €
<b>TOTAL</b>	<b>72</b>	<b>1.606.687</b>	<b>6.855.000</b>	<b>16,92</b>	<b>53.306 €</b>



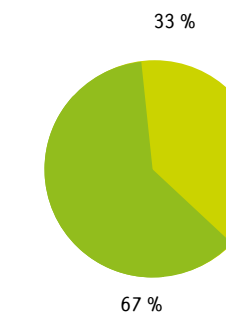


# Televisión

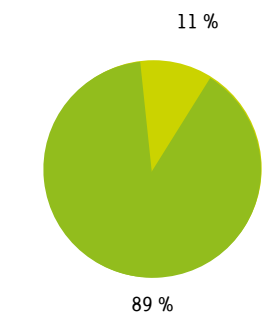
## Televisión

Noticias	8
Referencias	8
Audiencia	11.762000
Duración	13:98
Valoración	445.556 €

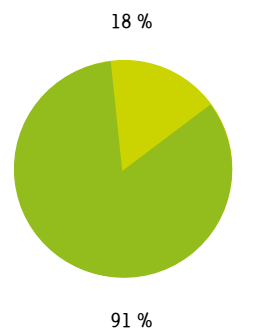
Referencias (6)



Audiencia (4.795.000)



Valoración (53.306 euros)



Autonomica  
Nacional

## Total por tipo de cadena (Televisión)

	Referencias	Audiencia	Duración	Valoración
Autonómica	2	505.000	2:45	28.021 €
Nacional	4	4.290.000	05:04	131.235 €
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>4.795.000</b>	<b>00:7:49</b>	<b>159.256 €</b>



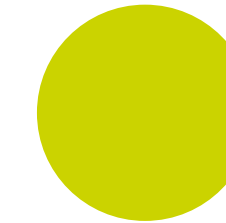


# Radio

## Radio

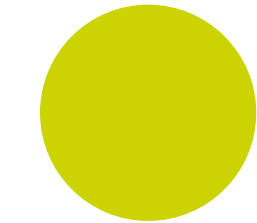
Noticias	2
Referencias	2
Audiencia	295.000
Duración	2:14
Valoración	16.420 €

Referencias (72)



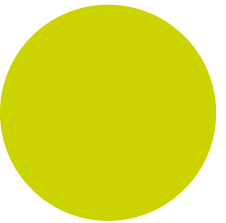
100 %

Audiencia (6.855.000)



100 %

Valoración (53.306 euros)



100 %

Nacional

## Total por tipo de cadena (Radio)

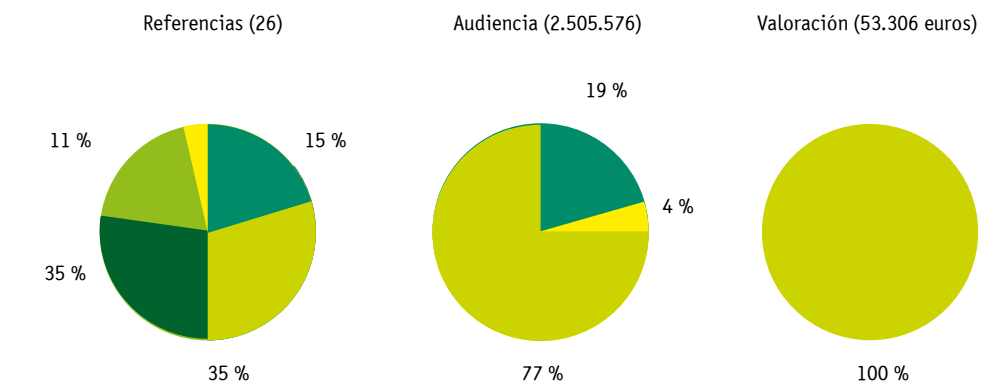
	Referencias	Audiencia	Duración	Valoración
Nacional	2	295.000	2:14	16.420 €
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>295.000</b>	<b>2:14</b>	<b>16.420 €</b>



# Internet

## Internet

Noticias	26
Referencias	26
Titulares	13
Audiencia	2.505.576
Valoración	13.801 €



- Agencias de noticias
- Medio audiovisual
- Medio impreso
- Medio online

## Total por tipo de fuente

	Referencias	Audiencia	Valoración
Agencias de noticias	4	483.135	0 €
Medio Audiovisual	1	107.881	0 €
Medio impreso	9	1.914.560	13.801 €
Medio online	9	0	0
Portal web	3	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>2.505.576</b>	<b>13.801 €</b>



## 6. Información sobre la Ley 22/2011 de 28 julio de Residuos y Suelos Contaminados

### Información sobre la Ley 22/2011 de 28 julio de residuos y suelos contaminados

la Disposición adicional segunda. Sustitución de las bolsas de un solo uso.

1. Las administraciones públicas adoptarán las medidas necesarias para promover los sistemas más sostenibles de prevención, reducción y gestión de los residuos de bolsas comerciales de un solo uso de plástico no biodegradable y sus alternativas, incluidas las acciones correspondientes a la condición de la administración como consumidor, a través de las compras públicas.

2. La biodegradación se entenderá conforme a la Norma europea EN 13432:2000 «Envases y embalajes. Requisitos de los envases y embalajes valorizables mediante compostaje y biodegradación. Programa de ensayo y criterios de evaluación para la aceptación final del envase o embalaje», u otras equivalentes.

3. Se establece el siguiente calendario de sustitución de bolsas comerciales de un solo uso de plástico no biodegradable, tomando como referencia la estimación de las puestas en el mercado en 2007:

- a) Antes de 2013 sustitución del 60% de las bolsas;
- b) antes de 2015 sustitución del 70% de las bolsas;
- c) antes de 2016 sustitución del 80% de las bolsas;
- d) en 2018 sustitución de la totalidad de estas bolsas, con excepción de las que

se usen para contener pescados, carnes u otros alimentos perecederos, para las que se establece una moratoria que será revisada a la vista de las alternativas disponibles. La puesta en el mercado de estas bolsas con posterioridad a la fecha mencionada será sancionada en los términos previstos en el artículo 47.1.b).

4. A partir del 1 de enero de 2015 las bolsas que se distribuyan incluirán un mensaje alusivo a los efectos que provocan en el medio ambiente. El contenido y el formato de dichos mensajes se determinarán mediante Orden del Ministro de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino. En caso de incumplimiento de esta previsión serán de aplicación las sanciones previstas en el artículo 47.1.c).

5. Se creará un grupo de trabajo en el seno de la Comisión de coordinación en materia de residuos especializado para el estudio de las propuestas sobre la prevención y gestión de los residuos de las bolsas comerciales de un solo uso de plástico no biodegradable.

6. Cuando los envases mencionados en esta disposición pasen a ser residuos de envases sus poseedores deberán entregarlos de acuerdo con los sistemas establecidos en cada caso.

7. Antes del 30 de junio de 2016 el Gobierno elaborará un informe que evaluará el grado de consecución de los objetivos del calendario de sustitución y la conveniencia de implantar medidas fiscales sobre el consumo de las bolsas comerciales de un solo uso de plástico no biodegradable.





**“Hay alternativas, usa tu sentido común y responsabilidad, Y cambia la bolsa de una vez... Por todas!”.**



