

FEDERICO BARAIBAR

Lic. en Dirección de Empresas.
Especialista en Gestión Ambiental.



Las 3R, ¿famosas o no tanto?

CULTURA DE LAS 3R

Cuando preguntamos en alguna charla sobre el significado de las 3R, algunos responden que saben, otros que no, pero en su mayoría, quienes comparten sus percepciones del asunto, lo vinculan a reciclaje y no mucho más.

Sin embargo ese concepto tan sencillo, encierra en un orden lógico y para nada caprichoso. Una secuencia inquebrantable de estrategias de abordaje para la gestión de residuos que queremos compartir con ustedes en esta nota.

Las 3 R's, iniciales de Reducir, Reutilizar y Reciclar y su orden, proponen la lógica de pensamiento y acción necesarios para buscar soluciones eficientes desde todo punto de vista en un gradiente de eficiencia descendente.

Desnudando las 3 R's

REDUCIR

Reducir es la estrategia más inteligente. No significa forzosamente que haya que renunciar a estándares de vida, quizás de hecho sea todo lo contrario. Sin embargo es la que requiere más cuestionamiento del status quo, requiere rediseño, reingeniería, romper paradigmas. En fin, es la estrategia que requiere más inteligencia, y es la que desde los puntos de vista social, ambiental y económico termina siendo la más racional y deseable.

A modo de ejemplo: en los últimos años varias empresas han decidido re-pensar sus envíos de papel a los clientes. Es fácil llegar por mes a alguna decena de millones de envíos, 10 millones de sobres y 20 a 40 millones de hojas. Anualizado serían 120 millones de sobres 240 a 480

millones de hojas y a 1 dólar por envío llegamos fácilmente a 120 millones de dólares anuales que una empresa podría destinar a este rubro. Estos números son el ahorro o mejor dicho la reducción de residuos cuando se rediseña un proceso, en este caso apoyado por los avances tecnológicos.

Está claro que del otro lado hay una reducción de una actividad económica y de empleo, pero el ahorro que significa este tipo de avances se puede destinar a la creación de nuevos empleos en áreas diversas.

Cuando una persona de una familia típica sale a hacer las compras con una bolsa reutilizable, y un contingente de tapers, está eligiendo renunciar al exceso de bolsas que desbordan en el cajón de la cocina. Dijo que “no a las bolsas” porque no es necesario tanto, no es necesario el exceso. Es solo un ejemplo entre tantos posibles que hacen a la reducción y que puede ir al manual de economía doméstica.

Evidentemente el efecto acumulado de una decisión de este tipo, en los casi 1 millón de hogares uruguayos que involucran seguramente a las personas que forman parte de la mayoría de empresas uruguayas, es el que termina haciendo esa gran diferencia y que significa una evolución cultural. Allí como individuos tenemos un gran desafío y como organizaciones la gran oportunidad de estimular esta evolución.



REUTILIZAR

Si nos enfrentamos a elegir un producto cuyo residuo puede ser empleado en otra cosa luego de su consumo, a uno que no podemos reutilizar, vale la pena darle la oportunidad al primero. El mercado de segunda mano íntimamente ligado a la reparación, forma parte de esta estrategia y es algo que requiere mayor promoción.

La reutilización es más deseable que el reciclaje debido a que requiere, por ejemplo, de un

menor consumo de energía. Actualmente las empresas comienzan a explorar estos caminos y son diversas las iniciativas que empiezan a surgir. Por ejemplo, reparación y/o reacondicionamiento de aparatos electrónicos (ej. decodificadores). El desafío es nuevamente, identificar aquellos residuos que por el momento no podemos eliminar, y buscar qué alternativas de reutilización podemos generar con ellos. **Lo que no le sirve a uno le puede servir al otro.**



RECICLAJE

Finalmente la vedette: el Reciclaje, el más promocionado de todos y probablemente la estrategia más utilizada de las 3, pero de ellas la menos eficiente.

En general se piensa en los residuos como un hecho consumado, como algo inevitable, como un mal necesario, de modo que la lógica indica, que si queremos hacer algo mejor que enterrarlos, debemos buscar la manera de reciclarlos.

El reciclaje en términos generales requiere esfuerzo, energía, requiere masividad, industria pesada, transporte, entre otros. Generalmente esta sumatoria en términos de energía y materiales resulta menor que el uso de materias primas vírgenes, si bien debemos aclarar no es una regla inquebrantable.

Lamentablemente la conveniencia ambiental del reciclaje aún no se ve reflejada en los precios de los materiales post-consumo vs. los materiales vírgenes.

En este punto, dedicamos un espacio al concepto de Upcycling (*1), que surge a fines de los 90', cuando la percepción general era que el producto reciclado era de menor calidad que el producto hecho a partir de material virgen (percepción aún arraigada en el Uruguay) y comenzaron en respuesta a ello, a desarrollarse productos reciclados con mayor durabilidad y prestaciones, que el material que los originó. Además, y lo que lo hace aún más interesante, frecuentemente el upcycling viene aparejado con iniciativas de innovación social.

El caso de Halo, marca de CEPRODIH (*2) es emblemático: utilizan lonas de PVC de material publicitario para realizar artículos diversos, de muy buena calidad y terminación, con el agre-

gado que las artesanas que confeccionan los productos integran un programa de atención y promoción de familias en situaciones de vulnerabilidad.

También hay soluciones caseras para reciclar. Por ejemplo, el reciclaje de residuos orgánicos en compost es una solución de reciclaje a nivel doméstico. En efecto cuanto más cercana a la fuente y menos intervenciones de agentes requiera la solución, más eficiente será desde todo punto de vista.

La estrategia de las 3R es aplicable a todos los aspectos ambientales que genera una organización humana: efluentes líquidos, emisiones gaseosas, ruidos, consumos, etc. y están en la base de un concepto que cobra cada vez más fuerza y que los invitamos a explorar: Economía Circular. La Economía Circular propone un cambio sistémico radical que apunta al ecodiseño, la simbiosis industrial, la economía de la funcionalidad, reuso, reparación, remanufactura y valorización. Este enfoque promueve la innovación y la resiliencia a largo plazo y permite el desarrollo de nuevos modelos de negocio. (*3).

Los invitamos a pensar sus prácticas desde esta mirada.



(*1) Upcycling: Transformar residuos en objetivos de valor.

(*2) CEPRODIH: Centro de Promoción por la dignidad humana www.ceprodih.org

(*3) Fuente: [www.https://foroekonomiacircular.com](https://foroekonomiacircular.com)