

Guerra al plástico

Por **Cristina Cunchillos**

Dramáticas imágenes de fauna marina mortalmente herida por plásticos que flotan en los océanos o escenas de playas cubiertas por los desechos que arrastran las olas sirven para concienciar al público del impacto de sus hábitos consumistas. La industria MICE también es responsable, y debe actuar.

Botellas, recipientes, bolsas... el plástico no solo es omnipresente: más del 40 % se utiliza una sola vez y no se recicla. A menudo termina contaminando ríos y mares, e incluso llega a ser consumido en forma de microplásticos en el aire, el agua y los alimentos, con efectos desastrosos para el planeta y la salud.

Las cifras son alarmantes. Actualmente se generan 25 millones de toneladas de desechos plásticos en Europa y menos del 30 % es reciclado. En todo el mundo, el plástico representa el 85 % de los residuos que se encuentran en las playas. Según un estudio de la revista norteamericana *Proceedings of the National Academy of Sciences*, el 90 % de las aves marinas registran un 10 % de su peso en el plástico que han consumido y se espera que esta cifra se incremente al 99 % en 2050. Y se estima que, de seguir el nivel de consumo actual, para 2050 podría haber más plástico que peces en los océanos.

Un sector que contamina

Expertos como el naturalista británico David Attenborough alzan la voz de alarma en medios de comunicación o plataformas como el último Foro Económico Mundial en Davos. Es una llamada que va dirigida a todos: gobiernos, empresas y consumidores. También a los profesionales de la industria MICE.

Y es que es un sector en el que el uso de plástico es habitual, e incluso necesario. En las ferias, los *stands* más versátiles y



ligeros son construidos con PVC y los suelos se cubren con moquetas de polipropileno. En las reuniones no pueden faltar las botellas de agua para los participantes, y los asistentes a eventos, salones y convenciones están acostumbrados a llevar su identificación cubierta con plástico. Para muestra un botón: se estima que una convención con 500 asistentes puede producir hasta dos toneladas de desechos.

Tal vez por ello, este sector ha sido también uno de los primeros en tomar conciencia del problema y aplicar medidas para reducir el volumen de plástico, sobre todo el de un solo uso, que genera su actividad.

La regla de las cuatro erres

A la hora de considerar qué hacer con el plástico, los organizadores deben pensar en cuatro erres: rechazar, reducir, reutilizar y reciclar. Hay quienes hablan también de recuperar, “recomprar” o repensar. El principio, en cualquier caso, es el mismo.

Lo primero es plantearse si ese plástico es realmente necesario y no hay otra opción más ecológica. Los invitados pueden beber en vasos de vidrio, por ejemplo. Si no se puede evitar, al menos se debe intentar reducir la cantidad de desechos plásticos en la medida posible, calculando bien el número de asistentes o limitando los envoltorios en este material.

Y si se ha de usar plástico, que sea reutilizable, o al menos reciclable. Si los asistentes a una feria devuelven sus acreditaciones, se podrán volver a usar los contenedores de plástico al año siguiente. Y las botellas de plástico reutilizables pueden convertirse en un práctico —y ecológico— regalo corporativo.

Las respuestas del sector MICE

Organizadores de ferias multitudinarias como el Grupo IMEX ya están actuando. En sus salones en Fráncfurt y Las Vegas las

moquetas utilizadas son totalmente reciclables y no se utilizan cubiertas de plástico para las acreditaciones. La iniciativa más reciente es pedir a los asistentes que se impliquen con botellas de agua reutilizables que pueden rellenar en estaciones instaladas en el recinto.

En el centro de exposiciones ExCeL de Londres, los concesionarios de comida y bebida han eliminado el uso de muchos elementos de plástico. También se instalarán fuentes donde los delegados podrán beber o rellenar sus botellas con agua fresca, evitando así tener que comprar y posteriormente desprenderse de otro envase.

Por otro lado, para las empresas que contratan los eventos, el cumplimiento de una política de responsabilidad social corporativa es cada vez más relevante y por ello exigen cada vez más *venues* y proveedores que se preocupen por el medioambiente. También los contratantes contribuyen, por ejemplo organizando sesiones de *teambuilding* en las que los participantes limpian un paraje natural o liberan una playa de basura.

Iniciativas de los proveedores

Este tipo de iniciativas se extienden también a la hostelería y la aviación. Iberostar, por ejemplo, fue pionera en la eliminación de plásticos de un solo uso en las habitaciones de sus hoteles en España, así como en su sede corporativa, sustituyéndolos por alternativas naturales o biodegradables y ahorrando así 300 toneladas de desechos anuales en 2018. Este año extenderá las medidas a las habitaciones de todos sus hoteles y en 2020 a todos los espacios, incluyendo las salas de reuniones.

Ryanair ha prometido que eliminará todos los plásticos no reciclables de sus cabinas antes de 2023. Air New Zealand

Se estima que una convención con 500 asistentes puede generar hasta dos toneladas de desechos



ha eliminado ya elementos como cepillos de dientes y bolsas para antifaces en aviones y *lounges* de aeropuertos. En diciembre de 2018 partió el que aseguraba ser el primer vuelo sin plásticos del mundo, de la aerolínea portuguesa Hi Fly, con cubiertos y recipientes de bambú u otros materiales reciclados.

Pequeños gestos de gran alcance

Proveedores, organizadores y participantes, todos pueden contribuir a la reducción de residuos plásticos. No es necesario implementar grandes medidas que a veces pueden ser costosas. Se puede empezar por pequeños pasos, incluso en las más simples reuniones internas.

Ofrecer agua a los asistentes en dispensadores, jarras, botellas y vasos de vidrio y no de plástico; evitar las cápsulas monodosis de café, difíciles de reciclar al mezclar aluminio, plástico y restos orgánicos... son medidas sencillas de

implementar. El café, como la comida, sabe mejor servido en vajilla de porcelana y con cubiertos metálicos. Si no es viable, hay opciones más ecológicas como la cubertería de bambú.

Las bolsas de plástico se pueden sustituir fácilmente por otras más atractivas de tela o rafia que incluyan la imagen de la marca. Y realmente no es necesario que las acreditaciones de los delegados sean presentadas en cubiertas de plástico. Sea una sala de reuniones, un recinto ferial o la habitación de un hotel: si dispone de contenedores de basura diferenciados para distintos tipos de residuos, se facilitará el reciclaje sin apenas esfuerzo.

Realmente no es necesario que las acreditaciones de los delegados sean presentadas bajo plástico

Cuidar del planeta es responsabilidad de todos. Y si cada individuo, proveedor o empresa aporta su granito de arena, poco a poco se podrán ver cada vez más playas libres de desechos y algún día podrán formar parte del pasado las tristes imágenes de fauna intoxicada por nuestros desechos.



Entrevista

Kay England

Presidenta de MIA
(Meetings Industry
Association)

“Es útil hacer una lista de productos sin los cuales el evento funciona igualmente”

¿Qué es #20PercentLess?

Dentro de la estrategia de MIA para promover operaciones sostenibles y respetuosas con el medio ambiente, la campaña #20PercentLess es una nueva iniciativa para animar a la industria MICE a reducir en un 20 % su consumo de plástico de un solo uso. Con el lema *Pequeños pasos, grandes ganancias* intentamos educar al sector demostrando cómo nuestros esfuerzos colectivos pueden tener un gran impacto y allanar el camino para un futuro sostenible. Ayudamos a *venues*, hoteles y proveedores a identificar áreas que se pueden mejorar y les ofrecemos soluciones. Aunque supone un reto, sabemos que es un objetivo realista que las empresas pueden lograr.

¿Por qué es un asunto que debería preocupar a la industria?

Es prácticamente imposible ignorar la creciente repercusión medioambiental del plástico en nuestros océanos. Hay estadísticas preocupantes como las del grupo Positive Impact, que revelan que el 50 % del plástico en hostelería se tira tras un solo uso y, lo que es peor, en el 15 % de los casos se tira por puro hábito, sin ser realmente necesario. Romper ese hábito podría generar más tiempo y dinero en las empresas. Si lo consiguen, entonces solo necesitan implementar una reducción adicional del 5 % para llegar al objetivo del 20 %.

¿Qué consejo daría a los organizadores para reducir los residuos plásticos en eventos?

El primer paso viene simplemente de una mayor concienciación. Es útil hacer una lista de todo el plástico de un solo uso que se utiliza, identificando productos innecesarios sin los cuales el evento funcionaría igualmente, como los agitadores de plástico. El impacto medioambiental de su eliminación puede ser difícil de medir inicialmente, pero sí se verá un ahorro económico. El siguiente paso es considerar alternativas a los productos identificados como esenciales en la lista; estudiar qué productos no plásticos existen y su coste y, finalmente, hablar con los proveedores. Es muy probable que ellos también estén buscando alternativas y puedan ofrecer una mayor gama de productos responsables con el medioambiente.