

SIGAUS



NOTICIAS

Número 9 • Enero 2011



Comunicar para crear conciencia

LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN
PARA EL MEDIO AMBIENTE

EDITORIAL

Mirar hacia adelante,
por Eduardo de Lecea

ACTUALIDAD

El año 2010 finaliza
con 45 nuevas adhesiones



HABLAMOS CON...

Luis Miguel Domínguez,
Naturalista y presentador de TV

ESPECIAL

Mesa de debate.
Comunicación
y medio ambiente

PLAN DE COMUNICACIÓN

"Haces más de lo que crees",
nueva campaña 2.0



ESTUVIMOS EN...

Talleres inscritos en el Programa
"Taller Colaborador"

Mirar hacia adelante

Permítame que, en primer lugar, aproveche estas páginas para saludar a la llegada del nuevo año 2011. Aunque los pronósticos no son demasiado alentadores, no veo mejor momento que este para trasladar un mensaje de ánimo y esperanza. Seguro que, con el esfuerzo de todos, seremos capaces de iniciar el camino de la recuperación, aunque sea lenta. Sin duda, el primer paso para lograrlo es la confianza en nuestras propias posibilidades, la apuesta por nuevos proyectos, por la modernización y la eficiencia, más allá de lamentaciones y temores.

En el ámbito de SIGAUS, salimos de un año 2010 en el que hemos sufrido una situación económica difícil, que ha repercutido claramente en el mercado de lubricantes. Y quiero decir que, lejos de rebajar nuestra actividad o nuestra capacidad de gestionar el residuo, hemos seguido apostando sin ambages por dar cumplimiento escrupuloso a lo que nos demandan la ley, nuestras empresas adheridas y la sociedad en su conjunto.

A falta de cerrar estadísticamente el año, podemos adelantar que volveremos a cumplir los objetivos ecológicos establecidos, y que hemos crecido en número de empresas adheridas y de gestores de aceites usados que prestan servicio. En el caso de las empresas, aun estando en un entorno económico desfavorable, 2010 ha sido el año más prolífico en cuanto a nuevas adhesiones (45), si exceptuamos el primer año de actividad del SIG (2007). La cantidad y diversidad de empresas que confían en SIGAUS es para nosotros la mejor muestra de estar resolviendo eficazmente el problema del aceite usado.

Pero, además, ha sido un año en el que hemos demostrado que se puede ser no sólo eficaz, sino eficiente en la gestión de este residuo. En este sentido, hemos sido capaces de controlar el gasto, modernizando nuestros procesos, auditando a empresas y gestores, y logrando recoger y tratar el aceite usado a un menor coste unitario. Les dejo con nuestro noveno número de "SIGAUS Noticias", que hemos dedicado especialmente a otro de los aspectos que, precisamente, nos ayudan a ser más conocidos y con ello más eficaces: la comunicación.

A pesar de la coyuntura, hemos seguido siendo una entidad comunicativa, que ha puesto en marcha una ambiciosa acción, como es el caso de nuestro Programa Taller Colaborador. También hemos lanzado recientemente una nueva campaña en la que damos un paso más respecto a las anteriores, involucrando a los ciudadanos como participantes activos del sistema de reciclaje del aceite usado. Y para apoyarla hemos comenzado nuestra presencia en las hoy tan de moda redes sociales. Ése es el camino a seguir en épocas de crisis: mirar hacia adelante y apostar por la confianza de todas las partes afectadas.



Eduardo de Lecea, Director General de SIGAUS

LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN PARA EL MEDIO AMBIENTE

Mesa de debate:

hacia una mayor conciencia social

¿Está suficientemente concienciada la sociedad española acerca del reciclaje de residuos? ¿Qué papel juegan aquí los sistemas integrados de gestión? ¿Ofrecen los medios hoy día una información ambiental fiable y de calidad? ¿Cómo está trabajando, en este sentido, SIGAUS? En torno a estas preguntas, y bajo la premisa básica de que tan importante como las normas y obligaciones es informar y concienciar a toda la sociedad de que nuestra actuación tiene una repercusión directa en el medio ambiente, "SIGAUS Noticias" ha reunido a 3 periodistas expertos en la materia con el Director de Relaciones Institucionales y Comunicación de SIGAUS.

Se suele decir que la comunicación ha de encarnar el espíritu y la razón de ser de cualquier organización. Una afirmación que, en el caso de entidades que desarrollan su actividad en el área del medio ambiente, adquiere si cabe más rotundidad. En el mundo actual, junto al desarrollo normativo, la concienciación social está llamada a ser el gran motor que haga avanzar a la sociedad hacia actitudes más implicadas con un desarrollo sostenible.

Uno de los ejemplos más claros lo representan los sistemas integrados de gestión. Entidades sin ánimo de lucro que se sitúan en el centro de un escenario multisectorial y cuya actividad depende del compromiso de diversos agentes. En esa situación, la comunicación se convierte en la herramienta esencial para aglutinar actuaciones, generar confianza y sensibilizar al gran público sobre la recuperación de los distintos tipos de residuos.

En los SIG, la comunicación se convierte en la herramienta esencial para aglutinar actuaciones, generar confianza y sensibilizar al gran público.

Para hablar de comunicación y medio ambiente, en el ámbito de un sistema integrado de gestión, "SIGAUS Noticias" ha reunido a Raúl González, Director de la revista Autoprofesional, una de las más veteranas y prestigiosas del sector de la posventa de automoción; David Vidorreta, Redactor Jefe de la revista Residuos; y Susana Hernanz, Redactora Jefe de la revista InfoEnviro, ambas publicaciones de referencia de la industria medioambiental, junto a Fermín Martínez de Hurtado, responsable de la política de comunicación de SIGAUS.

Sobre la mesa, una reflexión acerca de la importancia de la comunicación en la creación de conciencia y en el cumplimiento de los objetivos que se plantea un sistema integrado de gestión como SIGAUS.

"Los SIG están jugando un papel fundamental en la consolidación de la industria del reciclaje en nuestro país, y prueba de ello son las tasas de recogida, reciclaje y valorización de los distintos residuos que se han alcanzado en estos años" —afirma Susana Hernanz. David Vidorreta añade que "en general, la imagen que proyectan es buena", aunque matiza que "en este caso es más importante la calidad que la cantidad de información, resulta básico controlar el mensaje, siendo a la vez riguroso y transparente, porque esto es lo que genera confianza. Un exceso de información puede crear el efecto contrario".

Precisamente, la confianza es uno de los aspectos a los que más importancia da Fermín Martínez de Hurtado: "Como SIG debemos ganarnos la confianza de diversos agentes y, en ese proceso, mantenerlos informados de forma puntual y veraz resulta clave. Sólo gracias a la colaboración de todos, se puede crecer y seguir cumpliendo objetivos aún en coyunturas especialmente difíciles como las actuales".

Susana Hernanz:
"Los SIG están jugando un papel fundamental en la consolidación de la industria del reciclaje en nuestro país".

Raúl González utiliza un símil de lo más oportuno: "SIGAUS es al medio ambiente lo que un lubricante al motor: un ingenio institucional que engrasa y optimiza el funcionamiento de cada una de las piezas involucradas en la gestión de los aceites usados. Veo a SIGAUS como una máquina,

David Vidorreta: "Hay que controlar el mensaje porque un exceso de información puede generar confusión y el ámbito del medio ambiente se puede prestar mucho a la manipulación".

que después de realizar algunos ajustes a lo largo del tiempo, funciona a pleno rendimiento".

Respecto a la conciencia existente, González se muestra optimista: "Los talleres de reparación son probablemente uno de los colectivos empresariales más comprometidos medioambientalmente. La actividad de reparar vehículos encierra una hermosa paradoja: al tiempo que da vida, certifica la defunción de las piezas fuera de uso. Por esa familiaridad con los ciclos de vida de las máquinas (de los automóviles, en nuestro caso), los talleres saben que la mayoría de los residuos aún pueden tener otro aprovechamiento".

Susana Hernanz apunta que "la sociedad no es aún del todo consciente de lo importante que es gestionar de manera adecuada nuestros residuos y muchos no saben que implica no sólo un beneficio ambiental sino también económico y social". A este respecto, David Vidorreta añade que, en el caso del aceite usado, "a pesar de que la ciudadanía en general no interviene en el proceso de reciclaje, sí que puede actuar como agente de presión, ya que el aceite es percibido claramente como un residuo peligroso, lo que supone un plus en el grado de concienciación sobre su necesaria gestión".

Respecto a la información ambiental que ofrecen los medios, los periodistas del sector asumen que existe una brecha entre medios generalistas y especialistas, lo que hace necesario un criterio para saber distinguir la información fiable de la que no lo es. Además, Vidorreta pone el acento en internet: "La Red ha dado pie a la aparición de fuentes de información no demasiado fiables, sea por desconocimiento o por motivos aún más innobles. Y el ámbito del medio ambiente se puede prestar mucho a la manipulación".

De internet también hablan nuestros invitados resaltando la importancia de nuevos canales para llegar al consumidor como las redes sociales, en los que, precisamente, SIGAUS ha comenzado recientemente su actividad comunicativa. Para Fermín Martínez de Hurtado, "internet ha ocupado un lugar importante en nuestra política de comunicación desde el principio, pero con el tiempo se ha convertido en el cauce ideal para llegar a un amplio espectro de público de forma inmediata, utilizando las múltiples herramientas que pone a nuestra disposición: desde la página web a campañas publicitarias, redes sociales o publicaciones electrónicas".

Raúl González: "SIGAUS es al medio ambiente lo que un lubricante al motor: un ingenio que engrasa y optimiza el funcionamiento de distintas piezas involucradas en la gestión de los aceites usados".

EXPERTOS EN COMUNICACIÓN MEDIOAMBIENTAL INVITADOS A LA MESA DE DEBATE



Raúl González

Director de la revista Autoprofesional

Periodista y fundador de la plataforma "Mi Coche en Forma: automovilistas y talleres responsables", actualmente es Director de la revista AUTOPROFESIONAL. Ha sido investigador del Ministerio de Educación y Ciencia en la Universidad Complutense de Madrid y ha trabajado en diferentes departamentos de Comunicación y como redactor en RTVE y RTVM.



David Vidorreta

Redactor Jefe de la revista Residuos

Periodista y Redactor Jefe de la revista técnica de medio ambiente RESIDUOS y de la web www.infoambiental.es. Anteriormente, ha trabajado en diversos medios de comunicación escrita, tanto generalistas como de ámbito económico. Desde hace más de seis años desempeña su labor en Reed Business Information, grupo editorial de prensa profesional de referencia en España y Portugal.



Susana Hernanz

Redactora Jefe de la revista InfoEnviro

Licenciada en Ciencias Ambientales, en 2006 entró a formar parte de InfoPower e InfoEnviro, revistas técnicas especializadas en los sectores energético y medioambiental. Desde hace cuatro años, es Redactora Jefe de InfoEnviro, publicación que es además co-organizadora del certamen ExpoRecicla, Feria Internacional de Recuperación, Reciclaje Industrial, Gestión y Valorización de Residuos, la única celebrada en España dedicada en exclusiva a esta materia.

1

¿QUÉ IMPORTANCIA CONSIDERA QUE TIENE LA COMUNICACIÓN EN LOS SISTEMAS INTEGRADOS DE GESTIÓN?

“La comunicación es fundamental para fomentar mejores prácticas entre profesionales y ciudadanos”

Fundamental, ya que su actividad no es sólo una cuestión normativa, sino que requiere del compromiso responsable de las empresas afectadas en la producción del residuo. Aunque la sociedad tiene cada vez una mayor conciencia medioambiental, aún es necesario fomentar mejores prácticas entre profesionales y ciudadanos que no valoran cabalmente las consecuencias, por ejemplo, de un vertido de aceite usado. Es ahí donde los valores que representa SIGAUS deben encarnarse en mensajes que contribuyan no sólo a informar, sino a concienciar.

Raúl González

“Es una de las herramientas más valiosas de los SIG para cumplir sus objetivos”

Los SIG vienen desarrollando una labor imprescindible para el aprovechamiento de los recursos naturales, que son limitados, y es muy importante que la sociedad en su conjunto la conozca. Transmitir un mensaje claro y unívoco genera confianza, pero además esa transparencia también incide en la conciencia medioambiental del receptor, así que nos encontramos con que la comunicación en sí misma se convierte en una de las más valiosas herramientas del SIG —sí no la principal— para llevar a cabo de forma eficaz uno de sus objetivos prioritarios, como es la educación y la concienciación medioambiental.

David Vidorreta

“Es indispensable para que todos conozcan lo que están haciendo los SIG”

La comunicación es indispensable para que todos los agentes implicados conozcan cuál es su razón de ser y por qué es tan importante la labor que realizan. Todos los SIG, en mayor o menor medida, otorgan una gran importancia a la información, concienciación y formación de los distintos colectivos. Es necesario seguir incidiendo en todo esto para conseguir la participación de todas las partes afectadas.

Susana Hernanz

“Desde el principio entendimos la relevancia de la comunicación como elemento integrador y motivador”

Para una entidad como SIGAUS es importante establecer canales permanentes de comunicación con los diferentes agentes relacionados con nuestra actividad. Debemos explicar las obligaciones existentes a fabricantes y talleres, sensibilizar a los consumidores y mantener informadas a las Administraciones Públicas. Son colectivos diversos, con intereses no siempre idénticos pero que debemos aunar, haciéndolos parte de un sistema común que depende de todos. Y en esa labor de cohesión, de integrar y motivar, la comunicación resulta fundamental.

Fermín Martínez de Hurtado



2

¿CUÁL ES SU VISIÓN SOBRE LA IMAGEN EXISTENTE DE SIGAUS Y LA LABOR DE COMUNICACIÓN QUE REALIZA?

“Las últimas acciones dirigidas al automovilista cierran el círculo emprendido con los talleres”

Habida cuenta de lo complicado que es posicionar un mensaje, SIGAUS puede estar más que satisfecho. El conocimiento de la entidad es muy amplio entre los profesionales del taller de reparación de vehículos y entre la prensa especializada. Las últimas acciones encaminadas a llegar al automovilista cierran el círculo y estoy convencido de que será una iniciativa exitosa. Por aportar algún ámbito de desarrollo más, apuntaría la posibilidad de realizar acciones de divulgación entre asociaciones de consumidores y clubes de automovilistas.

Raúl González

“En el ámbito profesional SIGAUS ya se ha ganado su espacio”

Creo que SIGAUS está haciendo un esfuerzo considerable en comunicación, lo cual me parece una decisión muy acertada. Aún está “dándose a conocer” entre la sociedad en general, aunque en ámbitos más profesionales ya se ha ganado su espacio. Como virtud de esta labor de comunicación resaltaría la variedad de formatos (publicidad, eventos, medios, redes sociales...) desde los que se está transmitiendo el mensaje, lo que sin duda redundará en su eficacia. En cuanto a las mejoras, procuraría que esa presencia fuera lo más continua posible, complementando todos los formatos mencionados y sin descuidar las redes sociales, aunque me consta que ya se está trabajando en este aspecto.

David Vidorreta

“Destaco la versatilidad de las acciones de comunicación de SIGAUS adecuando sus acciones a los diversos agentes”

SIGAUS transmite una imagen de confianza, transparencia y eficacia. Y en parte lo ha conseguido gracias a un completo plan de comunicación dirigido tanto a empresas como a colaboradores y consumidores. Entre sus virtudes destacaría la versatilidad, adecuando sus acciones a los diversos agentes, y la diversidad de formatos y canales. Creo que uno de los retos que debe afrontar es que el consumidor entienda realmente su mensaje y se sienta como parte esencial del sistema.

Susana Hernanz

“Lo esencial para nosotros es informar con la mayor claridad y transparencia”

En SIGAUS siempre hemos considerado tan importante informar, como cuidar el mensaje que se ofrece, tanto en su contenido como en su canal de transmisión. Adecuamos las acciones a los receptores, tratando de utilizar un amplio abanico de canales y acciones en función del objetivo a conseguir. Pero lo más importante no son los canales ni siquiera los mensajes, lo realmente esencial para nosotros es informar con la mayor claridad y transparencia. La transparencia en la comunicación genera confianza y sin esa confianza la actividad del SIG no sería posible.

Fermín Martínez de Hurtado

3

¿CUÁL ES SU OPINIÓN RESPECTO AL NIVEL DE CONCIENCIACIÓN, DE CIUDADANOS Y PROFESIONALES, CON EL RECICLAJE DEL ACEITE USADO?

“La buena nueva de SIGAUS, porque en verdad lo es, ha calado”

En un mundo con tanta información, el problema no es la cantidad de mensajes sino la percepción de los mismos. Lo difícil no es transmitir esa información sino posicionarla, hacerla un hueco entre los asuntos que ocupan y preocupan. En este sentido, la buena nueva de SIGAUS, porque en verdad lo es, ha calado. Quizá no lo suficiente y quizá no para siempre, pero es de justicia reconocer que desde el principio SIGAUS haya apostado por ser una entidad comunicativa.

Raúl González

“Las excelentes ratios de recuperación del aceite usado tienen que ver con que el residuo se recupera en talleres y empresas”

El nivel de concienciación en cuanto al reciclaje en general es bastante alto, aunque sé que aún queda bastante margen para mejorar las ratios de recuperación de algunos residuos. El aceite industrial usado representa un caso especial, ya que su recuperación tiene lugar en los propios talleres y empresas, donde el profesional es aún mucho más

4

¿CÓMO VE LA INFORMACIÓN MEDIOAMBIENTAL QUE OFRECEN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ACTUALMENTE EN ESPAÑA?

“En la prensa sectorial de automoción lo verde no siempre vende”

La prensa sectorial tiene un importante componente comercial. Y lo “verde” no siempre vende. Reviso en el buscador de noticias de www.autoprofesional.com lo publicado en los últimos años sobre la normativa medioambiental que afecta a los talleres y resulta apabullante. Me reconforta reconocernos en la idea de que el cerebro comercial de algunas publicaciones —no sólo la nuestra— tiene también un alma medioambiental, cuya responsabilidad social queda bien a las claras en esa búsqueda de noticias que les propongo.

Raúl González

“Es importante tener un criterio para diferenciar el grano de la paja”

Hace ya años que los medios de comunicación generalistas tomaron conciencia de la creciente importancia del medio ambiente, lo que se ha ido plasmando en una presencia cada vez mayor de este tipo de información. Para aquellos a los que les gustaría profundizar más en materias concretas cubrimos ese espacio los medios especializados. Además, Internet ha permitido a empresas, asociaciones, Administraciones Públicas, etc. convertirse en emisores constantes de la información medioambiental. Por supuesto, luego unos lo harán bien y otros no tanto, por lo que es importante también tener un criterio que nos ayude a diferenciar el grano de la paja.

David Vidorreta

“En los medios generalistas la información ambiental queda relegada a un segundo plano o se trata de modo sensacionalista”

Los medios de comunicación de tipo generalista no dan suficiente cobertura a las cuestiones medioambientales, pues a menudo estas noticias quedan relegadas a un segundo plano, a pequeñas secciones específicas o son tratadas de modo sensacionalista. No ocurre lo mismo con los medios especializados, que son los que responden a las inquietudes de los que sí demandan más y mejor información. También hay que destacar los nuevos canales de comunicación, como internet, los blogs o las redes sociales, que constituyen una creciente fuente de información y foro de debate, especialmente en áreas como el medio ambiente.

Susana Hernanz

“Los medios de comunicación tienen que ser nuestros grandes aliados”

Desde SIGAUS percibimos una creciente demanda de información por parte de medios y profesionales del sector, que cada vez se interesan más por la labor que desarrollamos los sistemas integrados de gestión. Es claro que en los medios generalistas la información se trata de modo más superficial y que, en este aspecto, hay una gran diferencia con la prensa especializada. No obstante, unos y otros desempeñan un papel fundamental, el de ir creando, poco a poco, en la sociedad una sensibilidad hacia determinados temas, como el reciclaje del aceite usado. Tenemos claro que los medios, con sus virtudes y sus defectos, están llamados a ser nuestros grandes aliados.

Fermín Martínez de Hurtado

consciente del grado de peligrosidad del residuo y de la necesidad de una correcta gestión del mismo. Seguramente esto tenga también mucho que ver con las excelentes ratios de reciclaje de aceite usado.

David Vidorreta

“En el caso del aceite usado el salto ha sido espectacular”

El nivel de concienciación ha mejorado notablemente en los últimos años, pero aún queda mucho camino por recorrer para ponernos a la altura de otros países europeos. En el caso concreto del aceite industrial usado, creo que el salto ha sido espectacular; hemos pasado de no saber demasiado a tener una gran cantidad de información sobre la importancia de reciclar. Y en esto ha tenido mucho que ver SIGAUS.

Susana Hernanz

“Estamos incidiendo en decirle al automovilista lo que gracias a él conseguimos hacer”

Está claro que hoy no solamente el aceite usado es un residuo mejor gestionado que hace años, sino que existe una mayor conciencia social sobre la importancia de su reciclaje. En el caso de los talleres, su preocupación por hacer las cosas bien y por saber contarle a sus clientes resulta evidente, como estamos comprobando, por ejemplo, con el lanzamiento de nuestro Programa Taller Colaborador. La mayoría de los ciudadanos de a pie aún desconoce la labor que realiza SIGAUS, por eso, una vez cumplida la información con otros colectivos, estamos incidiendo de manera especial en decirle al automovilista lo que —gracias a él— conseguimos hacer.

Fermín Martínez de Hurtado

3



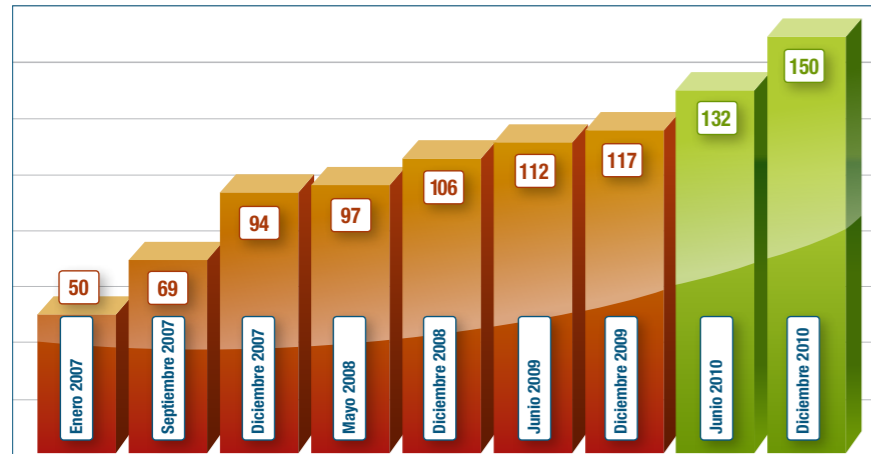
1

2

4

2010 finaliza con 45 nuevas adhesiones

El Sistema Integrado de Gestión sigue creciendo en cuanto al número de empresas que cumplen las obligaciones derivadas de la normativa de aceites usados a través de SIGAUS. Durante el ejercicio pasado, se firmaron 45 nuevos contratos de adhesión por parte de otras tantas empresas que, de esta forma, han confiado en SIGAUS la obligación de garantizar la correcta gestión medioambiental de los aceites usados que se generen con la comercialización de sus productos.



Exceptuando el primer año de actividad del SIG, 2010 ha sido el año en el que un mayor número de compañías se han incorporado al mismo para el cumplimiento de sus obligaciones. Ello denota, por un lado, una progresiva concienciación en diferentes sectores empresariales acerca de la necesidad de dar una solución medioambiental al problema de los aceites usados. Asimismo, revela la capacidad de SIGAUS para ofrecer un sistema eficaz y transparente que dé respuesta a esta demanda empresarial. Con las nuevas adhesiones, SIGAUS cuenta ya con 150 empresas adheridas que conforman un panorama multisectorial. Los nuevos adheridos proceden principalmen-

te del sector importación, en sus múltiples facetas: empresas distribuidoras de aceites importados, empresas importadoras o empresas industriales que hacen uso de un aceite importado. Además, especialistas en mecánica rápida, auto-repuestos y accesorios, aceites para compresores de aire acondicionado y fabricación e importación de motocicletas son otras de las actividades desarrolladas por las empresas de reciente incorporación a SIGAUS. La mayoría de las nuevas incorporaciones lo hacen con carácter retroactivo al año 2007, de manera que suponen casi 1.500 toneladas de aceites industriales más adheridos a SIGAUS desde entonces.

Jesús Huertas, nuevo Director General de Calidad y Evaluación Ambiental del MARM

El Consejo de Ministros ha nombrado a Jesús Huertas nuevo responsable de la Dirección General de Calidad y Evaluación Ambiental del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino que, desde el pasado noviembre, viene a sustituir a M^a Jesús Rodríguez de Sancho.

Nacido en Granada, Jesús Huertas es licenciado en Derecho y antes de su incorporación al Ministerio de Medio Ambiente fue, entre 1998 y 2008, Alcalde-Presidente del Ayuntamiento de Peligros, posteriormente Delegado del Gobierno de la Junta de Andalucía en Granada y Director General de Rehabilitación Sostenible de Viviendas y Barriadas de la Consejería de Obras Públicas y Vivienda de la Junta de Andalucía.



Acciones de Prevención: las empresas adheridas responden

Desde el pasado 23 de noviembre, las empresas adheridas han comenzado a informar de las Acciones de Prevención que han llevado a cabo desde el año 2007 para reducir el impacto ambiental de los aceites industriales que ponen en el mercado, de acuerdo a lo establecido en el Plan Empresarial de Prevención (PEP) presentado por SIGAUS a las Comunidades Autónomas en mayo de 2010. Con esta información, SIGAUS elaborará el preceptivo Informe anual de Seguimiento de la Ejecución del mencionado PEP, que también será remitido a las CC.AA.

A partir de las obligaciones de adoptar medidas de prevención y de informar de las mismas, obligaciones que recaen en las empresas adheridas, SIGAUS trabaja así para obtener un alto grado de confianza por parte de las Administraciones Públicas en el compromiso que los fabricantes o importadores de lubricantes han mostrado desde la entrada en vigor del Real Decreto 679/2006, manifestado no sólo por su adhesión al SIG sino también por su participación y ejecución de este Plan de Prevención.

La oficina técnica que SIGAUS ha puesto a disposición de las empresas que han suscrito el PEP está recibiendo declaraciones muy positivas, novedosas e interesantes, y con un gran nivel de detalle, que revelan un excelente nivel de aceptación del procedimiento por parte de las compañías participantes. Para ello, SIGAUS ha tenido muy en cuenta el carácter multisectorial de sus empresas adheridas, ofreciendo ejemplos ilustrativos de cada medida de prevención, pensando en los distintos sectores que componen la realidad de SIGAUS. Así, tanto las empresas adheridas pertenecientes al sector fabricación y blending de lubricantes, como importadores, distribuidores, fabricantes de piezas y equipos están completando la información en la herramienta informática diseñada y enviada a cada empresa para simplificar su trabajo.

La declaración de empresas adheridas y gestores se realizará mensualmente desde 2011

En cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 15/2010, de 5 de julio, de modificación de la Ley 3/2004, de 29 de diciembre, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales, SIGAUS ha establecido un nuevo procedimiento de la declaración relativa a la gestión del aceite usado realizada por las empresas gestoras, con periodicidad mensual. Y para poder atender la financiación de dicha gestión en los plazos máximos establecidos, se ha establecido un nuevo periodo de declaraciones aplicable a las empresas adheridas, por el que deben informar de los aceites industriales puestos en el mercado mensualmente, requisito que es coherente con el hecho de que el servicio prestado por SIGAUS a estas empresas, en su condición de entidad gestora de un SIG de aceites usados, se considera un servicio continuado que se presta con

periodicidad mensual y cuyo devengo se produce el último día de cada mes. De esta forma, SIGAUS atiende a las medidas establecidas en la Ley 15/2010, relativas a los plazos máximos de pago y de entrega de las facturas, y al calendario de aplicación gradual en lo que se refiere a los plazos máximos de pago de las facturas derivadas de contratos suscritos con anterioridad a la entrada en vigor de la citada Ley. La norma resulta de especial trascendencia en las relaciones contractuales de SIGAUS con los gestores de aceites usados, por lo que se hacen necesarios estos ajustes en los periodos de declaración, facturación y cobros a las EE.AA., así como en los periodos de declaración y pagos a las entidades gestoras de aceites usados. Los nuevos periodos serán de aplicación a partir de enero de 2011.

Nuevas incorporaciones al Consejo de Administración de SIGAUS



D. Pedro Corrales Rodríguez, de GALP Energía España, S.A.U.



D. Carlos Giner Monleón, de CHEVRON España, S.A.

La Junta General extraordinaria de SIGAUS celebrada el 1 de diciembre de 2010 acordó el nombramiento de dos nuevos consejeros de la compañías GALP ENERGÍA ESPAÑA, S.A.U., representada por D. Pedro Corrales Rodríguez, y CHEVRON ESPAÑA, S.A. representada por D. Carlos Giner Monleón, quienes sustituyen en el cargo a D. Andrés Cristian Bauer de FUCHS LUBRICANTES, S.A. y a D. José Berasategui Berasategui de KRAFFT, S.L.. Los nuevos consejeros ocupan las 2 plazas que desde la creación de SIGAUS vienen siendo desempeñadas por los socios minoritarios. D. Pedro Corrales es Ingeniero Industrial por la ETSII de la Universidad Politécnica de Madrid, en la especialidad de Técnicas Energéticas. Su trayectoria profesional ha estado siempre vinculada al sector de los

lubricantes y especialidades ocupando diversos cargos como directivo en diferentes áreas de las compañías Mobil Oil, en la que dirigió la Joint Venture con BP, y Exxon Mobil. Actualmente desempeña el puesto de Director de Lubricantes, Aceites Base y Procesos en Galp Energía España, S.A. Por su parte, D. Carlos Giner Monleón, Licenciado en Dirección y Administración de Empresas, viene desarrollando su trayectoria profesional en Texaco y Chevron desde hace 20 años, donde ha desempeñado distintas funciones y ocupado diferentes puestos de responsabilidad, tanto en el ámbito nacional como internacional. En la actualidad ocupa el cargo de Area Business Manager del Mediterráneo.

Mejoras en el Sistema de Información Tecnológico

En aras de seguir trabajando hacia una más precisa y automatizada trazabilidad de los aceites usados cuya gestión es objeto de financiación a través de SIGAUS, durante los últimos meses se han incorporado importantes mejoras en la aplicación informática (SIT) que gestiona dicha información. En concreto, y para dar un paso más en el control del camino que sigue el residuo desde su producción en origen (ya sean talleres o instalaciones industriales) a través de los centros de transferencia y gestores intermedios hasta su gestor final, se ha diseñado una nueva consulta que permite relacionar las salidas de aceite usado de los gestores intermedios con las entradas a planta en los gestores finales. De esta manera, en cualquier momento se puede ejecutar una comparativa entre dichas cantidades, pudiendo conocer los orígenes y destinos de las mismas y localizar automáticamente los documentos de control y seguimiento de las partidas de aceites usados que eventualmente puedan producir diferencias entre salidas y entradas.

Por otro lado, y de cara a disponer de la información necesaria para elaborar los preceptivos informes del año 2010 a las Administraciones Públicas (a presentar antes del 1 de abril de 2011), se ha comenzado ya a través del SIT a revisar la consistencia de la base de datos, y los orígenes y destinos de cada traslado de aceite usado efectuado durante 2010. Esta información permitirá disponer de un control exacto de los movimientos de aceites usados efectuados entre las distintas Comunidades y Ciudades Autónomas, tal y como se documentará en los mencionados Informes.

En el mismo ámbito del SIT, también se han realizado mejoras en la herramienta que facilita la generación automática de facturas a abonar a los distintos gestores de aceites usados, subsanando deficiencias y ajustando la aplicación para dar cabida a los gestores recientemente incorporados a SIGAUS.

SIGAUS patrocinó la XXXII edición de la Fiesta de la Bicicleta

Con la invitación "Súbete a la XXXII edición de la Fiesta de la Bicicleta", miles de ciclistas madrileños pudieron disfrutar el pasado día 3 de octubre de la tradicional Fiesta de la Bicicleta, una celebración que SIGAUS ha patrocinado por segundo año consecutivo y que promueve la práctica del ejercicio físico a través de un deporte como el ciclismo, con el objetivo de divulgar el concepto de un entorno urbano más

sostenible, solidario y respetuoso con el medio ambiente. El evento lúdico-deportivo de mayor tradición de Madrid dio lugar a que los ciclistas pudieran transitar en bicicleta por las principales calles de la capital, a lo largo de un recorrido de 15 kilómetros, sin contaminación y sin ruidos a fin de promover una ciudad sostenible y respetuosa con el medio ambiente. ♻️



SIGAUS participará en Motortec 2011

El Sistema Integrado de Gestión de Aceites Usados estará presente en el salón de los componentes para la automoción, Motortec Automechanika Ibérica 2011, el mayor acontecimiento del sector de la posventa de automoción. Su participación como expositor supone un paso más en la decidida apuesta realizada desde hace tiempo por la entidad por fomentar un adecuado tratamiento de los aceites industriales usados en talleres y concesionarios, que generan la mitad del aceite usado que gestiona el SIG.

SIGAUS participa por segunda vez en Motortec, una feria internacional dedicada a componentes, equipos y servicios para la automoción, y la más importante en España, que se celebrará del 29 de marzo al 2 de abril en Madrid. Con diez ediciones celebradas ya en España, Motortec se posiciona esta vez dentro del marco Internacional de Automechanika, la mayor marca a nivel mundial de ferias del ámbito de la posventa. Además, el salón cuenta con el apoyo total de las asociaciones de talleres, de las asociaciones de fabricantes y distribuidores de recambios y accesorios, así como de las grandes marcas del sector. En el marco de la Feria, SIGAUS llamará la atención sobre la necesidad de gestionar correctamente los aceites industriales usados en talleres y concesionarios. En este sentido, SIGAUS promocionará en Motortec

2011 su Programa "Taller Colaborador", mediante el que, desde finales de 2010, está distinguiendo mediante material identificativo específico a aquellos talleres que gestionan el aceite usado de conformidad con la legislación vigente. La entidad estará presente con un stand de 56 m² en el pabellón 10 en el que los visitantes podrán aprender sobre SIGAUS y las buenas prácticas exigibles para una correcta gestión del residuo. Motortec Automechanika Ibérica tendrá lugar en los pabellones 2, 4, 6, 8 y 10 del recinto ferial IFEMA de Madrid. A finales de año, la asignación de espacios de exposición se acercaba ya a las 400 empresas que habían confirmado su participación en la Feria. Además del evento ferial en sí, se prepara un amplio programa de actividades paralelas en la que se llamará "semana de la posventa". ♻️



SIGAUS edita un vídeo sobre el proceso de recuperación y reciclaje del aceite usado



Amo de guía explicativa y bajo el título "Proceso de reciclaje del aceite industrial usado", el vídeo editado por SIGAUS relata el ciclo de la gestión del aceite usado, deteniéndose en cada etapa del proceso. La primera parada muestra la escena del cambio de aceite de un vehículo en el taller, dando paso a la recogida del aceite usado mediante un camión cisterna que traslada el residuo a un centro de transferencia, donde se realizan los análisis necesarios para determinar su óptimo destino final. En último lugar, el vídeo nos traslada a dos instalaciones de tratamiento final, una planta de regeneración y otra de valorización energética, donde el aceite usado se convierte en un nuevo producto con valor en el mercado, ya sea como nuevo lubricante o como combustible alternativo. El resultado final ha sido una representación completa y didáctica que pretende despertar el interés del consumidor, cumpliendo con la misión de la entidad sin ánimo de lucro de informar sobre la recuperación y el reciclaje del aceite usado a todos los agentes implicados y a la sociedad en general. ♻️

"Haces más de lo que crees", nueva campaña de comunicación 2.0

SIGAUS ha lanzado este otoño su primera campaña comunicación dirigida especialmente a los consumidores que, cuando llevan sus vehículos a cambiar el aceite, inician la cadena de reciclaje del aceite usado de automoción. Se trata de una campaña íntegramente on line, canalizada a través de la página web www.hacesmasdeloquecrees.org y apoyada con la presencia, por primera vez, en las redes sociales Facebook, Twitter y Youtube.

Facebook
www.facebook.com/hacesmasdeloquecrees



Concepto: Crear una comunidad sobre reciclaje y medio ambiente, a la que atraer usuarios interesados y a los que trasladar un mensaje acerca de la importancia de la gestión de aceite usado y de la aportación que los consumidores realizan en este sentido.

Usuarios:
512 fans a final de 2010.



Twitter
www.twitter.com/hacesmas



Concepto: Perfil especializado en información ambiental (sobre el aceite usado en particular), que siga y sea seguido por las principales entidades, periodistas y usuarios de referencia en este ámbito, a fin de entablar un cauce de comunicación directa con ellos en tiempo real. Tweets sincronizados con las actualizaciones de Facebook.

Usuarios:
323 seguidores y 977 seguidos a final de 2010.



YouTube
www.youtube.com/hacesmasdeloquecrees



Concepto: Canal propio de SIGAUS, donde se alojarán los sucesivos materiales audiovisuales creados por la entidad y que puedan servir como soporte de destino para aquellos usuarios que, dentro del ámbito on line u off line, estén interesados en acceder a este material.

Usuarios:
483 visualizaciones a final de 2010.



La campaña, desarrollada por SIGAUS bajo el eslogan "Haces más de lo que crees", pretende dar un giro respecto al tradicional concepto de campaña de tipo medioambiental, haciendo llegar al automovilista un mensaje, no acerca de lo que debería hacer para proteger el medio ambiente, sino de lo que, gracias a su colaboración, ya se está consiguiendo en el caso de los aceites usados. En este sentido, la campaña pretendía adoptar una visión mucho más positiva al decirle al ciudadano que, aunque no lo sepa, ya está contribuyendo en la protección del medio ambiente. A través del microsite www.hacesmasdeloquecrees.org, los conductores pueden utilizar una aplicación para descubrir qué beneficios medioambientales se obtienen con el aceite usado extraído de sus automóviles en los talleres, en función del tipo de vehículo, el número de cambios realizados y un periodo de tiempo. Además, en la página se puede conocer cuál es el proceso de reciclaje del aceite usado y acceder a datos curiosos sobre la importancia de la gestión de este residuo. La campaña ha utilizado un amplio espectro de soportes publicitarios dentro del canal on line, desde un gran número de medios de comunicación y portales especializados en motor de gran audiencia,

hasta multitud de pequeñas y medianas páginas y blogs dedicados al automóvil o al medio ambiente. Además, se ha combinado la aparición de los tradicionales "banners" en una veintena de tamaños distintos con otros formatos de mayor información y recuerdo, como los patrocinios o los reportajes, y todo ello combinando las fórmulas de pago por clic y por impresiones. En su conjunto, la campaña ha generado 41.000 visitas al mencionado microsite, mostrándose los anuncios 87 millones de veces. Como complemento a la acción, SIGAUS ha realizado acciones de relaciones públicas y ha iniciado su presencia en las redes sociales con perfiles de campaña en Facebook, Twitter y YouTube. Esta presencia nace con la vocación de permanecer en el tiempo y el objetivo de convertirse a medio plazo en una herramienta más de comunicación hacia sus públicos de interés, especialmente los consumidores. "Las redes sociales representan una oportunidad única de informar, pero también de escuchar y colaborar con los diversos colectivos implicados en la gestión del aceite usado", afirma Fermín Martínez de Hurtado, Director de Comunicación y de Relaciones Institucionales de SIGAUS. ♻️



LUIS MIGUEL DOMÍNGUEZ

“No podemos seguir generando residuos de manera suicida”

Naturalista, escritor, presentador televisivo y una de las caras y voces de los medios de comunicación más implicadas en mover la conciencia medioambiental. Luis Miguel Domínguez es conocido principalmente por ser director y presentador de series documentales de televisión sobre naturaleza, como “Fauna callejera”, “Amazonia, última llamada”, “Espacios naturales”, “Tesoro del Sur” o “La Ruta de Don Quijote”, entre otras muchas. Colaborador habitual en espacios dedicados a la naturaleza o la ecología de múltiples magazines de radio y televisión, también ha desarrollado su faceta de escritor. Actualmente dirige y presenta el programa Biodiario, un espacio de divulgación ecológica creado en colaboración con la Fundación Biodiversidad y el Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino, que se emite todas las tardes a través de La 2 de TVE.

¿Cómo comenzó tu vocación ecologista?

En mi caso ecologismo y naturalismo se funden desde que tengo uso de razón. Solamente a través de un conocimiento directo de la naturaleza se llega a desarrollar una especial sensibilidad por los problemas relacionados con el medio ambiente. Mi escuela fue el pueblo de mi madre (Los Navalmorales de Pusa, Toledo) donde pasábamos los veranos en contacto estrecho con la naturaleza. El maestro que iluminó el camino fue Félix Rodríguez de la Fuente, que irrumpió en la mocedad de millones de españoles con su mensaje arrollador, y que en mí caló de manera muy íntima.

Has dedicado tu vida y trabajo a la naturaleza. Después de todos estos años, de tantas horas de radio y televisión, ¿de qué logro a favor de la ecología te sientes especialmente orgulloso?

Creo que he conseguido un estilo propio reconocible por el gran público y con el que se sienten identificados muchos españoles. Lo percibo cada día viajando por España. Reconozco que mi entrega voca-

“

Hemos pasado de ser un país analfabeto en materia de medio ambiente a interiorizar el mensaje y hacerlo nuestro. Hay que seguir por ese camino.

”

cional ha tenido su justa recompensa: la naturaleza, después de la muerte de Félix, sigue teniendo vigor y brillo en los medios gracias, entre otras cosas, a las producciones que he realizado en estos últimos 30 años de mi vida.

Tu última producción es “Invasores”, un documental que alerta sobre la amenaza de especies invasoras en nuestros ecosistemas e incluso en nuestras casas. ¿Qué acogida está teniendo y cuáles son tus próximos proyectos?

Este documental cuenta una historia que está de plena actualidad, que preocupa mucho a las instituciones y que merecía ser conocida en profundidad por la sociedad. Quizá por todo ello la acogida ha sido estupenda, e incluso hemos motivado que el tema de las invasiones biológicas se haya movido de manera extraordinaria en las últimas semanas y veamos por fin acciones por parte del Ministerio de Medio Ambiente y de las diferentes Comunidades Autónomas. “Invasores” ha optado además a los Premios Goya de este año, y eso siempre es bueno porque sitúa este tipo de producciones al mismo nivel que el resto de las obras cinematográficas de nuestro país, pero con el contenido ambiental y naturalista como protagonista.

En la actualidad trabajo en la preparación de un documental sobre la importancia de conservar los bosques en Centroamérica. 2011 es el Año Internacional de los Bosques y pensamos aportar nuestro granito de arena.

“

Ante el volumen de noticias que nos apesadumbran hay que contraatacar contando lo que se hace y los logros maravillosos que se consiguen con la gestión de los residuos en los diferentes sectores.

”

Desde hace casi un año diriges y presentas Biodiario, un programa diario en La 2 en el que se abre una ventana a la naturaleza, ¿en qué consiste esta producción y qué fin persigue?

Biodiario continúa con fuerza en 2011, con una apuesta histórica en la televisión de nuestro país: llevar la naturaleza y la ecología a los hogares españoles cada día. Pensé que un formato diferente al gran documental sería capaz de conseguir un compromiso con la defensa de la naturaleza mucho más real, y lo estamos consiguiendo. Biodiario mezcla afectuosamente y sin estridencias el conocimiento de lo nuestro, de nuestra biodiversidad y de nuestra cultura tradicional, con una serie de pautas de comportamiento que ayuden al ciudadano a reducir su huella ecológica de manera entretenida y práctica. Todo ello en el único entorno habitable en estos momentos en el panorama televisivo: en la televisión pública, en La 2.

En tu blog te defines como un “naturalista, terrícola”. Como experto en divulgación científica y defensor de la naturaleza, has sabido abordar los problemas de la ecología comunicándote con la sociedad de una manera cercana y muy humana. ¿Qué nivel de concienciación observas que existe actualmente en los ciudadanos y qué se debería hacer para mejorarlo?

Lo más importante es reconocerle a cada cual su esfuerzo, y creo que los seres humanos que habitan en España han hecho uno grande. Entre todos hemos conseguido pasar de ser un país analfabeto en materia de medio ambiente a interiorizar el mensaje y hacerlo nuestro. Hay que seguir por ese camino y desde mi punto de vista sólo lo conseguiremos si retomamos el camino de la afectividad con respecto a nuestra madre, a la naturaleza. El ciudadano ha de verse como protagonista de la conservación y no como un mero consumidor al que de vez en cuando se le regaña por hacer determinadas cosas mal. Complicidad, esa es la palabra clave.

¿Qué desastre ecológico de los que hayas podido comprobar en primera persona te ha conmovido más?

Cualquier incendio forestal (he asistido a decenas de ellos por desgracia en la “España del ladrillazo”), también estuve, cómo no, con mis hijos Carola y Luismi partiéndonos el pecho en la Costa da Morte cuando el Prestige. Ahora contemplo con sufrimiento y rabia otros desastres más silenciosos como es el caso de la muerte de nuestro mundo rural. Con cada abuelita o abuelito que mueren en el campo español enterramos sin remedio miles de años de cultura tradicional. Se nos está escapando la esencia entre los dedos y está cambiando la fisonomía de nuestra tierra a la velocidad del rayo.

Como sabes, los residuos son uno de los principales problemas ambientales de nuestro mundo. En España, los sistemas integrados de gestión (SIG) son los encargados de la recuperación y reciclaje de algunos de ellos. ¿Conocías este tipo de entidades y su trabajo? ¿Qué opinión te merecen?

Claro que los conocía, como ciudadano (mi familia y yo actuamos consecuentemente y reciclamos como dogma de fe) y como profesional de los medios. La modernidad de un país se mide interna y externamente a través de la coherencia con la que sepa afrontar su papel en materia de preservación del medio y sus limitados recursos. No es más limpio el que más limpia, sino el que menos ensucia, y los SIG son la única opción. Son la guía de cabecera para cualquier sociedad que quiera afrontar el futuro sin riesgos y con satisfacción.

Además, he de decir que el modo de operar y la capacidad de unir a consumidores/ciudadanos y a productores y demás piezas del engranaje del consumo que realizan los SIG me parece realista y certera. Todos estamos involucrados y los sistemas integrados de gestión nos dan tranquilidad y respuestas, ante la certeza de que no podemos seguir generando residuos de manera suicida.

“

El hecho de unir cada día a tantos productores y profesionales del mundo de la industria, que a priori deberían tener intereses encontrados, bajo el paraguas de SIGAUS, es una gran noticia.

”



“ Los SIG no deben ser y actuar como “pepitos grillo” que regañan al personal por lo que no hace, sino más bien ser compañeros de viaje que animan y enriquecen. ”



En el desarrollo de su actividad, la comunicación es una herramienta vital para los sistemas integrados de gestión. ¿Cómo valoras la comunicación llevada a cabo por los diferentes SIG? Aún hay que hacer un esfuerzo mayor para que la sociedad conozca lo que ella misma está haciendo para garantizarse el futuro a través de los diferentes SIG. No hay que tener miedo a contar cosas buenas, es más, hoy en día el volumen de noticias que nos apesadumbran desde los medios es tóxico. Mi opinión es que hay que contraatacar contando lo que hacéis y los logros maravillosos que conseguís con la gestión de los residuos en los diferentes sectores. De este modo, el ciudadano verá con nitidez el resultado positivo de este esfuerzo colectivo, que además es muy complejo y que los SIG demuestran desarrollar con eficacia y sentido del bien común.

De manera más concreta, ¿qué valoración te merece la labor de comunicación desarrollada por SIGAUS?, ¿qué nivel de conocimiento y conciencia existe sobre el reciclaje de los aceites industriales?, ¿en qué se debe mejorar? Esta revista tiene la virtud de interesar no solamente al sector de los aceites industriales. En ella cualquier ciudadano encuentra ejemplos constatables que hacen ver cuánta naturaleza ponemos a salvo con la gestión de este residuo tan contaminante. ¡Enhorabuena!, aunque aún queda

un largo camino por recorrer, y eso debe animar a SIGAUS a seguir aportando a la sociedad buenas nuevas. El hecho de unir cada día a tantos productores y a tantos profesionales del mundo de la industria, que a priori deberían tener intereses encontrados, bajo el paraguas de estas siglas es una gran noticia. Ahora hay que centrar la estrategia de comunicación en que el ciudadano se sienta protagonista del proceso y entienda de qué modo entrar en acción. Además, la última campaña de SIGAUS es perfecta para reconocer el esfuerzo que hace cada uno desde su anonimato. Los SIG no deben ser y actuar como “pepitos grillo” que regañan al personal por lo que no hace, sino más bien ser compañeros de viaje que animan y enriquecen.

¿Cuál es tu opinión sobre la cantidad y calidad de información medioambiental que ofrecen los medios de comunicación actualmente en España? Hace falta aún más y mejor. Habitualmente, de la monda de la noticia ambiental no se pasa y nos perdemos el gajo, el núcleo. Bien en clave de simple suceso o de anécdota, casi siempre encontramos a la ecología en los arrabales de la información. El eslabón perdido el de la comunicación científica en general, y en materia de ecología y medio ambiente, mucho más. Hacen falta más divulgadores especializados y con rigor. Que sean excelentes tanto en el

aporte certero de datos científicos como en conseguir vestir a las noticias de atractivo para el público en general. Para que os hagáis una idea de por qué creo que aún nos falta mucho, os diré que periódicos como El País o El Mundo, si bien es cierto que tienen suplementos semanales al respecto, no tienen en cambio ninguna sección de ecología y medio ambiente a diario. Me parece un error meter en el saco de la sección de sociedad un argumento que tiene importancia y peso suficiente como para merecer una sección propia.

A nivel de comunicación y publicidad, ¿la utilización de argumentos de tipo ecológico se está convirtiendo en una moda, en una forma de vender más, o responde a una demanda real de la ciudadanía? El problema de la moda es que se pasa de moda. Por ahí vamos mal y vuelvo a esgrimir mi argumentación del principio de la entrevista. Solo desde la verdad, desde el corazón, conseguiremos darle recorrido y cuerpo al tema que nos ocupa. La ciudadanía tiene que considerarse naturaleza y no desligarse de ese tipo de información, así como uno no renuncia de sí mismo.

Para terminar, ¿qué mensaje le transmitirías a los lectores de “SIGAUS Noticias”, ¿qué pueden hacer cuando acaban de leer estas páginas para colaborar en un mundo mejor? Que se miren al espejo sinceramente, y se pregunten apuntando a los ojos si podemos seguir consumiendo a este nivel, llevando la vida que llevamos sin pensar en nuestra huella ecológica. Cada uno de nosotros somos privilegiados por haber heredado el planeta maravilloso que nos cobija, pero no olvidemos que también pertenecemos a la única especie suicida. ¡Reciclemos y vivamos! ♻️

“ En clave de simple suceso o de anécdota, casi siempre encontramos a la ecología en los arrabales de la información. ”

LOS PRIMEROS TALLERES COLABORADORES NOS ABREN SUS PUERTAS

“ Los conductores están muy concienciados con la importancia del medio ambiente en los talleres de reparación ”

Dos meses después de su lanzamiento en toda España, más de 1.000 talleres forman ya parte del Programa “Taller Colaborador SIGAUS”. Establecimientos de todo tipo que ya han recibido el material que identifica su colaboración en la correcta gestión del aceite usado de los vehículos, apoyando de esta forma la comunicación y la fidelización de sus clientes. “SIGAUS Noticias” ha visitado algunos de estos primeros talleres en participar en el Programa. Sus responsables saludan la iniciativa por su valor informativo de cara a los clientes y coinciden en que, para éstos, la cuestión medioambiental es un aspecto cada vez más demandado y valorado a la hora de llevar su automóvil a reparar.



Remm Guitart Molins de Rei (Barcelona)



Taller Ciclos Cano. Burgos.



Vicente Leal Vargas. Segovia.



Mabesoa Soñeiro-Sada. (A Coruña)



Turismos y Posventas. Denia. (Alicante)

En una fría mañana de invierno, la niebla casi no deja ver la nave de Redauto en el polígono industrial la Fuensanta, en Móstoles. Este servicio oficial de Iveco lleva dos años instalado en esta zona, cuando ampliaron las instalaciones que tenían en el vecino Alcorcón. Juan Ignacio Delgado, hijo del propietario, es uno de los jefes del taller, donde se revisan y reparan todo tipo camiones y autocares de Iveco y otras marcas, entre otros, gran número de vehículos de limpieza urbana de distintos municipios cercanos. “El conductor profesional está muy concienciado con los temas medioambientales, porque forman parte de su trabajo diario. El medio

ambiente es el futuro y eso tenemos que tenerlo claro todos”. Respecto a la aportación a SIGAUS que se hace efectiva en las facturas de los cambios de aceite, señala que “la mayoría conoce bien el tema del reciclaje del aceite usado y que se paga por ello... no hay demasiadas preguntas y nadie se queja. Hay que tener en cuenta que, dentro del precio de la revisión o reparación de un camión, que puede ser de 2.000 € de media, el coste de la gestión del aceite usado es mínimo”. A pesar de ello, valora muy positivamente iniciativas como el Programa Taller Colaborador: “Está muy



bien que el usuario quede informado. De hecho, eso es lo que le pedimos a SIGAUS, que informe y envíe carteles como éstos, para que la gente sepa lo importante que es reciclar en vez de tirar”.

“*Ser un Taller Colaborador de SIGAUS nos viene muy bien. Puede ser la oportunidad para que vengan nuevos clientes.*”

Sonia Bravo es la responsable de medio ambiente de Bravosur, servicio oficial Citroën en el madrileño barrio de Usera. “La gran mayoría de los conductores están muy concienciados con la importancia de reciclar los diferentes residuos del vehículo en los talleres. Nosotros solemos explicar las facturas y los diferentes cargos que hay en ellas, pero aun así siempre hay gente que pregunta qué es lo de SIGAUS y para qué sirve. En general, la gente tiene asumido que hay que pagar por el reciclaje de distintas cosas... En el caso del aceite, la cantidad es muy pequeña y con esos 30 céntimos se consiguen ahorrar muchos más, porque el beneficio ambiental es muy grande”. Sonia nos cuenta que el aceite usado supone apenas una quinta parte en volumen de todos los residuos que genera el taller, que se gestionan de forma independiente (filtros, líquido de frenos, baterías, textiles, neumáticos, piezas, etc.).

A pesar de ser un taller de barrio con una clientela bastante fija, señala que “Ser un Taller Colaborador de SIGAUS nos viene muy bien, porque la publicidad de que hay una serie de talleres que sí reciclan el aceite usado es muy buena, y puede ser la oportunidad para que vengan nuevos clientes. Además, los carteles nos sirven para informar a la gente”.

“*El hecho de que SIGAUS y los talleres colaboradores sean visibles en internet es un beneficio añadido.*”

Nos desplazamos hasta San Sebastián de los Reyes, donde nos recibe M^a Carmen Arellano, gerente de Arellano Motor, que se ubica en un imponente edificio azul de tres plantas que incluye exposición de vehículos nuevos Peugeot, servicio oficial y venta de vehículos de ocasión. En la amplia recepción del taller nos encontramos con el cartel y pegatinas que le identifican como Taller Colaborador SIGAUS. “Es una campaña muy buena... todo lo que sea dar publicidad a los talleres en esta época es bueno, y más en internet, porque hoy todo el mundo se mueve en internet, consulta precios, compara ofertas y está permanentemente informado. Nosotros mismos vendemos coches a través de Facebook. El hecho de que SIGAUS y los talleres colaboradores sean visibles en internet es un beneficio añadido”.

M^a Carmen tiene claro que los automovilistas valoran muy positivamente cualquier aspecto que vincule al taller con el medio ambiente, y que dan por hecho que determinados residuos se tienen que reciclar: “Nosotros siempre explicamos por qué les cobramos, y la gente lo asume sin problemas ni quejas... están muy concienciados con el medio ambiente... por eso es importante publicitarlo para que sepan que un residuo que se recicla y que conlleva un coste adicional”. En este sentido, apunta que la financiación de esta gestión es ahora como debería ser: “Es un residuo que genera el cliente y lo normal es que lo pague él. Lo que no era justo era lo anterior, cuando el coste lo soportaba el taller”. Última parada: polígono industrial Los Olivos, junto al Cerro de Los Ángeles, en Getafe. Entramos en Automotor Los Ángeles, concesionario y servicio oficial Renault y Dacia, y Taller Colaborador SIGAUS desde hace unos días. Feliciano Galán es el jefe de taller y coordinador técnico de Renault: “Veo muy bien el envío de los carteles. Aunque los clientes asumen sin problemas la aportación por el reciclaje del aceite es muy bueno que se enteren de que se está cobrando por algo, que los residuos no se tiran a la calle o se prenden fuego sino que sirven para usos posteriores que ahorran materias primas. Aunque ya lo hacíamos antes, para nosotros es positivo que vean que somos de los que hacemos las cosas bien”. Feliciano nos muestra cómo no sólo se recuperan el aceite usado o las baterías, sino que las piezas cambiadas, como un alternador o un motor de arranque, se envían en muchos casos a las casas fabricantes para su

aprovechamiento. “Nos tenemos que concienciar todos, talleres y clientes, porque el medio ambiente es el futuro. En general, los usuarios asumen bien este tipo de ecotasas porque se preocupan por el medio ambiente, pero hay que ser realistas: depende de la cantidad que eso suponga. Por ejemplo, un automovilista que sabe que su coche está excediendo el límite de emisiones permitido, puede dudar a la hora de gastarse los 600 € que cuesta cambiar el catalizador”.

“*Aunque ya lo hacíamos antes, para nosotros es positivo que vean que somos de los que hacemos las cosas bien.*”

El relato podría proseguir a lo largo y ancho de la geografía española, visitando establecimientos de otras marcas, multimarca o pequeños talleres independientes, hasta un total de 1.090 talleres que, en el momento de escribir estas líneas, ya son Talleres Colaboradores SIGAUS. Todos ellos participan de forma gratuita en el Programa, mostrando a sus clientes que gestionan correctamente el aceite usado, incluyendo sus datos en un buscador on line creado al efecto y, en definitiva, haciendo visible uno de los valores en los que radica el éxito del negocio: el compromiso medioambiental. ♻️



Motosport Villalba. Collado Villalba. (Madrid)



BravoSur Autos. Madrid



Hermanos Arellano. San Sebastián de los Reyes. (Madrid).



Autolavado Coslada. Coslada. (Madrid).



Arellano Motor. San Sebastián de los Reyes. (Madrid)



Arellano Motor. San Sebastián de los Reyes. (Madrid).

Italcentro Talavera. Cazalegas. (Toledo).



Automoción Jofar. Sevilla.



Automotor Los Ángeles. Getafe. (Madrid).



Auto-norte. Navalcarnero. (Madrid).



Talleres Mendoza. Carlet. (Valencia).



Midas. Colmenar Viejo. (Madrid).



Redauto. Móstoles. (Madrid).



Ochoa Lores. Alagón. (Zaragoza).



Garaje Oeste. Villares de la Reina. (Salamanca).



Autos Ibáñez (AIBASA). Vilagarcía de Arousa. (Pontevedra).

TALLER COLABORADOR SIGAUS



El Programa **Taller Colaborador** es una iniciativa de SIGAUS con la que se aporta un valor añadido a los talleres mediante la puesta a su disposición de material identificativo para hacer saber a sus clientes que el taller participa en el sistema de recogida y reciclaje del aceite usado de motor, evitando el impacto ambiental del mismo.

Talleres que cuidan del Medio Ambiente

Inscriba ya a su taller:

www.tallercolaborador.sigauss.es

SIGAUS 
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN DE ACEITES USADOS

Revista periódica de SIGAUS.
Edita: Sistema Integrado de Gestión de Aceites Usados, S.L.
Avda. Europa 34-D 3ºB 28023 Madrid
Tel. 917 991 551