

## Acta

### Reunión N° 4, Mesa Temática “Ecodiseño”

#### Hoja de Ruta de Economía Circular

Fecha	28-07-2020	Lugar/Plataforma	Zoom
Hora Inicio	10:00	Hora Término	11:30

#### Participantes

- Tania Bishara, MMA;
- Alejandro Chacón, U. de Chile;
- Marcela Godoy, Stgo Slow;
- Anne Kathrin Müller, Acción Empresas;
- Iván Urbina, CO-INVENTA USACH;
- Oscar Huerta, PUC;
- Mariana Bruning, Cyclo Sustainability;
- Gloria Moya, CORFO Región Metropolitana;
- Maarten van den Berg, VDB Ingeniería Circular;
- Nathalia Silva, Sistema Gestión AB Chile;
- Constanza Soto, Ecoclever;
- María José Ureta; Municipalidad de Vitacura

#### Temas tratados en orden cronológico

- Temas tratados
- Incluir iniciativas relacionadas con normativas;
- Considerar al ecodiseño como sistema de consumo y sistema de producción. Los consumidores no tienen que entender el ecodiseño como metodología. A las personas hay que explicarles los conceptos del ecodiseño, enfoque ACV, impactos, trazabilidad, relación con las categorías de impacto. Que acciones pueden hacer los consumidores para que el ecodiseño sea efectivo, como hacer que los consumidores sean parte del problema y de la solución. La comunicación del ecodiseño tiene que ir enfocada a las empresas, como le enseñamos a estas el marketing 3.0, marketing valórico para que las empresas o diseñadores de productos aprendan a comunicar o identificar cuáles son las necesidades de los consumidores, es lo que le falta al ecodiseño, identificar necesidades concretas desde el marketing, para tener un consumidor capaz de identificar, y se hace a través de un relato en torno al producto, marca o empresa. Es un punto que se puede abarcar en las de una iniciativa. Las áreas de marketing dentro de las empresas no tienen idea de esto.
- No es necesario que el consumidor entienda la metodología del ecodiseño, pero si el Estado. Entonces hay que diferenciar los tipos de clientes. Otras empresas también se consideran clientes (compran productos). En las iniciativas hay que tener en consideración estos diferentes tipos de consumidores.
- Huella Chile puede nutrir el ecodiseño, pero también está el tema de la gobernanza al ser este de otro departamento. Ecodiseño al ser una visión sistémica debería estar en la Oficina de EC,

hay que analizar este punto. Pero debe ser un cluster que convoque diferentes sectores para trabajar en conjunto.

- El D.S de EyE está cubierto en materia de ecodiseño a través de la ecomodulación de tarifas, y es la mesa de prevención la que incluirá criterios de ecodiseño para los otros productos prioritarios.
- En Desarrollo Comunicacional, contar con una herramienta, guía, reglamento para que quede plasmado cuales son las formas para hablar de ecodiseño, cuando se puede o no mencionar un mensaje. Ej: empresas que rebajan el peso de un envase, pero generan falta en otras normativas ambientales, tiene que tener una mirada sistémica. Tiene que existir una matriz de habilitación que aclare que claims de debe decir y como cumplir ese claims, si se considera ecoetiqueta tener claro la matriz de decisión para obtener esta. Matriz que indique que se puede hacer y que no. Marco de acción que deben tener las empresas para evitar green washing. Esto se traduce en tener una comunicación alineada y correcta al consumidor.
- Si el estado contrata adquisiciones verdes, se debe hacer estudio específico para determinarlo a través de ACV. Las empresas también deberían hacer ACV para conocer el impacto ambiental de sus productos y con esto ecodiseño para reducir impacto ambiental de su sistema de productos.
- Se hace necesario revisar como resolvieron los temas de ecodiseño las Hojas de Ruta de otros países. Algunas (Malasia y Finlandia) ya tenían establecido el rol del ecodiseño, entonces los consumidores ya reconocían algunas etiquetas y sellos en los productos para distinguir cuales eran mejor desde el punto de vista medio ambiental, y estas Hojas de Ruta reunieron casos de éxito que tenían en el mercado en cuanto a estos temas para consensuarlos y llevarlos a una guía, por lo que sucedió al revés de la situación de Chile.
- Sin financiamiento basal permanente se hace imposible crear programas que sean sostenibles y que puedan generar impacto en el tiempo. Además, incluir a las empresas en la gobernanza es fundamental, no tan solo como los clientes de estos programas.
- El consumidor final tiene que conocer el concepto, saber que es y no ecodiseño de una manera sencilla, a través de un sello por ejemplo, de esta forma lo que no tenga el sello no es ecodiseño.
- Generar un proyecto con financiamiento basal permanente para impulsar el ecodiseño dentro de las empresas, a través de diferentes líneas. A través de este generar información como el modelo del Basque Ecodesign Center.
- Mencionar un avance, se trabajó la homologación nacional de la Norma ISO 14006 con el INN, se espera en octubre ser publicada.
- A través del enlace a continuación se encuentran las brechas y acciones o proyectos levantados en la presente sesión.

<https://mmambiente->

[my.sharepoint.com/:x:/g/personal/tania\\_bishara\\_mma\\_gob\\_cl/EZWIT6DAjtFNvQXjMcvEg\\_oBwzn8CDB2fSyTgCRSON8lyg?e=CR3kMp](https://my.sharepoint.com/:x:/g/personal/tania_bishara_mma_gob_cl/EZWIT6DAjtFNvQXjMcvEg_oBwzn8CDB2fSyTgCRSON8lyg?e=CR3kMp)

## Acuerdos

- Revisar como incorporaron el ecodiseño las otras Hojas de Ruta, UE por ejemplo. Marcela Godoy e Iván Urbina presentarán este tipo de antecedentes en la próxima sesión.
- Alejandro Chacón describirá como llevar a cabo el incentivo I+D para el ecodiseño, a modo de redactar e incluir en las acciones.
- Se enviará un documento compartido formato Excel con lo que se recogió a través de Miró para que cada uno de los integrantes complementen las iniciativas, con plazo hasta el lunes 03 de agosto a las 14:00 hrs.
- Las iniciativas a completar deberán ser claras y extendidas, de todas formas al inicio de la próxima sesión se revisaran para aclarar a que apunta cada una.
- Próxima sesión se realizará votación de las acciones a considerar en las iniciativas.