

La gestión de residuos electrónicos en Costa Rica

Seminario Gestión Ambientalmente Racional de Residuos
Eléctricos y Electrónicos, Chile 2011

Victoria Rudin



Fases del proceso nacional 2003-2011



Sensibilización e información a empresas importadoras de equipo electrónico

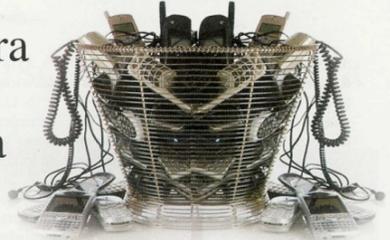
- Reuniones con cámaras de empresarios
- Reuniones y talleres con empresarios importadores de electrónicos
- Publicaciones periódicas en medios especializados de las cámaras empresariales



Ambiente 27

Avances en la estrategia para el manejo de los desechos electrónicos en Costa Rica

José Emil De la Rocha Valverde
Floria Roa Gutiérrez



En la última publicación realizada sobre este tema abordamos aspectos generales de la “Estrategia para el manejo de los desechos electrónicos en Costa Rica”, la cual es de carácter nacional y comprende un periodo de 10 años y se iniciará con el manejo de la línea gris (computadoras, accesorios de impresión, fotocopiadoras, escáneres, cámaras digitales y telecomunicaciones), incorporándose las líneas blanca (refrigeradoras, lavadoras, congeladores, cocinas, secadoras) y marrón (equipos de sonido, radios, video-grabadoras, video digital), una vez que el sistema de manejo de los desechos de la línea gris esté funcionando.

Debemos recordar que los desechos electrónicos se incorporaron en la propuesta de decreto ejecutivo del “Reglamento de creación del sistema nacional para el manejo de residuos especiales”, sin embargo, éste aún no ha sido publicado.

Como parte del trabajo que viene haciendo el Comité Técnico Nacional, integrado por representantes del Ministerio de Ambiental y Energía, la Cámara de Industrias, el Instituto Tecnológico de Costa Rica y liderados por la Asociación Centroamericana para la Economía y el Ambiente (ACEPESA), se desarrolló un plan piloto en la zona

Creación de la Asociación de Empresarios para la Gestión Integral de Residuos Electrónicos (ASEGIRE) - 2009



Facilitado por Cámara de Industrias,
apoyo de CYMA/GTZ y fondos de
cooperación holandesa

Sensibilización al público en general

- Uso de prensa escrita, radio y televisión
- Uso de otros recursos (trípticos, afiches, internet, etc.)
- Artículos en diversos medios
- Charlas
- Campañas de recolección



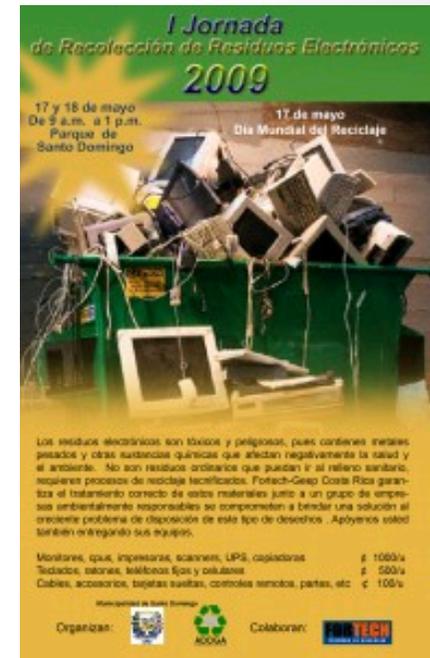
Campañas de recolección

I evento - 2.596 unidades (2005)
II evento - 10.437 unidades (2007)



Aproximadamente 12 campañas (2007-2011)

Las más recientes : 18. 5 toneladas (ASEGIRE),
20 toneladas (empresa Nissan) y Municipal



Desarrollo de empresas procesadoras



- GEEP
- Servicios ecológicos
- Bodeguita
- Mermas
- Hope
- Valu Shred –nueva
- Otras



Mecanismos de recolección:

- Negocio a negocio (B2B)
- Eventos de recolección
- Centros de recuperación
- Minoristas

Datos de cantidades procesadas

Empresa	Ton	Mecanismo recolección	Costo	Proceso local	Lugar exportación
GEEP	1,555.4 (2008-2011)	Negociaciones con clientes, entrega en el sitio, exposiciones y campañas	Varía de acuerdo a la empresa, no se cobra a individuos	Desmantelamiento de todo equipo y componentes	-Plástico : planta biodiesel en Canada. Tarjetas y chips/monitores/metales: planta de procesamiento en Canada. -Baterías: planta en Belgica.
Bodeguita	300 (2008-2011)	Campañas Ambientados	Gratis, solo transporte	No	Asia, EEUU y Europa

Decreto N° 35933-S

Reglamento para la Gestión Integral de los Residuos Electrónicos – Mayo 2010

Contenido

- Objetivos
 - Alcance
 - Principios
 - Creación del SINAGIRE y el CEGIRE
 - Obligaciones
 - Manejo
 - Control y vigilancia
 - Disposiciones
- Anexo- Listado de equipos

Ley para la Gestión Integral de Residuos
N° 8839 /Julio 2010
Principio REP

Estado de implementación del reglamento

- Constitución del CEGIRE y su funcionamiento
- Formato para inscripción de Unidades de Cumplimiento (ASEGIRE – 18 empresas y HP – 5 empresas)
- Formato para registro de gestores
- Plan de trabajo (Modelos de Gestión, Aspectos técnicos, Aspectos legales, Sensibilización y Divulgación)

Algunas consideraciones

- Sostenibilidad del proceso construido con la participación de principales actores vinculados al tema, públicos y privados
- Posicionamiento del tema en la agenda nacional/labor de sensibilización
- Es un proceso por lo que toma tiempo
- Tiene que haber un conductor del proceso



Muchas gracias

vrudin@acepesa.org

www.acepesa.org