

Las pymes y la economía circular

El objetivo del Real Decreto de Envases y Residuos de Envases es avanzar en la implantación de la economía circular. Sus obligaciones y plazos han puesto a prueba a las empresas, especialmente a las pymes y micropymes, añadiendo más complejidad si cabe a la gestión y control de los residuos e impactando directamente en los costes. Directivos de Aquadeus, Ecoembes, Grupo Choví y Santa Teresa Gourmet analizan en este debate cómo están afrontando esta situación y cuáles son los avances.

ROSA GALENDE C84
rgalende@aecoc.es



PARTICIPANTES

- ECOEMBES - Begoña de Benito. Directora de Relaciones Externas y ESG
- SANTA TERESA GOURMET - Isabel López. Directora general.
- CHOVÍ - Agustín Martiño. Gerente de negocio.
- AQUADEUS - Adrián Pérez. Director general.
- Moderadora. Cinta Bosch. Gerente de Sostenibilidad de AECOC.

Cinta Bosch: Para iniciar este debate, ¿podrías realizar una breve presentación de vuestras empresas y vuestras estrategias de sostenibilidad?

Isabel López (Santa Teresa Gourmet): Santa Teresa es una empresa centenaria de Ávila, una de las muchas pymes del tejido agroindustrial español. La sostenibilidad ha formado parte de nuestro ADN desde nuestros inicios, porque siempre hemos hecho productos saludables, limpios y sin aditivos. Nuestra estrategia, a la que llamamos 'transición alimentaria', se dirige al consumidor consciente que apuesta por construir un mundo mejor e impulsan la economía local. Estamos trabajando sobre ejes diversos, pero todos se sostienen sobre una estrategia de transición alimentaria que va avanzando y requiere de más medición. Este es, por ahora, uno de los grandes retos que tenemos: cómo medir nuestro impac-

to. La legislación reciente y la que está por venir es mucho más exigente, pero nuestra compañía está preparada para dar respuesta.

Adrián Pérez (Aquadeus): Aquadeus es la marca de agua mineral natural que pertenece al Grupo Fuertes con embotelladoras en Dúrcal (Granada) y Albacete. Para nosotros lo primero que tiene que ser sostenible es la empresa. Por supuesto, además tiene que haber una estrategia de sostenibilidad que incluya obligatoriamente el cuidado del medio ambiente, el uso de energías renovables y de materiales reciclados, recuperados o que se pueden reciclar, pero sin olvidar que la empresa tiene que seguir adelante y crear riqueza en su entorno para poder tener continuidad y desarrollarse. Hoy una empresa -se dedique a lo que se dedique- tiene que desarrollar su actividad respetando el

entorno, y esa es también nuestra prioridad. No obstante, los plazos de la legislación actual, y la que nos viene, está dejando a muchas empresas sin aire. La adaptación tiene sus tiempos.

Agustín Martiño (Grupo Choví): Grupo Choví es una empresa familiar que nació en 1950 con una tienda de ultramarinos y ha evolucionado hacia la producción de salsas basadas en la gastronomía mediterránea. Nuestro inconformismo congénito se traduce en ejercicios de mejora relacionados con la innovación, la sostenibilidad y la calidad a lo largo de toda nuestra historia. Estos son pilares totalmente transversales, que no solo están enfocados hacia el mercado, los clientes y los consumidores, como es lógico, sino también hacia elementos más internos: empleados, procesos, sistemas, producción, etc.

En ese sentido, dentro de lo que es el área de sostenibilidad este año vamos a presentar nuestra tercera memoria de sostenibilidad. Fue un compromiso que se inició en 2020 relacionado con ese planteamiento de transparencia a la hora de trasladar al mercado todo el trabajo que realiza la empresa.

Begoña de Benito (Ecoembes): Con 25 años de historia, el propósito de Ecoembes es promover la sostenibilidad a través de la circularidad de los envases. Ayudamos a las empresas a cumplir una normativa, a financiar el coste de gestión de los residuos de envases y también a reducir el impacto ambiental de sus envases en todo el ciclo de vida. Y no solo trabajamos el reciclado, sino también la prevención y reducción de residuos con herramientas e instrumentos que ponemos a disposi-





BEGOÑA DE BENITO - ECOEMBES Directora de Relaciones Externas y ESG

“Estamos ante un cambio profundo del modelo. Tenemos que producir, consumir y reciclar de manera diferente. Y esto requiere la movilización de todas las empresas”.

“Desde Ecoembes vamos a promover la creación de un sistema colectivo para gestionar los envases comerciales para ayudar a las empresas a cumplir con la responsabilidad ampliada del productor”.

“Trabajamos para aportar soluciones a las pymes, porque la transición tiene que ser sostenible y justa: hay que conseguir que nadie se quede atrás”.

“Contar con empresas más eficientes y sostenibles es progreso, es trabajo, es empleo y es riqueza para todos”.

ción de las empresas (formación, guías...).

En la actualidad vivimos un momento de profunda transformación, por la nueva regulación que es muy ambiciosa para las empresas y los sistemas colectivos. La sostenibilidad, que ha estado en el origen de muchas compañías, ahora está también en la agenda de los CEOs. Hoy ya no basta con cumplir con la regulación, sino que las empresas quieren ir un paso más allá y en Ecoembes queremos acompañarlas en este proceso. La regulación es un impulso, pero también lo es la propia demanda de las empresas y de los ciudadanos, para los que la sostenibilidad empieza a ser un vector de decisión de compra importante.

Cinta Bosch (AECOC): El año pasado se dio un paso más hacia la economía circular con la aprobación de la Ley de Residuos y el Real Decreto de Envases. ¿Cómo os está impactando en vuestro día a día?

Agustín Martiño (Grupo Choví): En nuestro caso, la afectación principal ha sido el impuesto al plástico, por su introducción precipitada y porque ha generado un coste extra en un momento muy complicado, dada la inflación de la energía y las materias primas. Por una parte, la Administración tomaba medidas para contener las subidas de precios a los consumidores -reducción del IVA- y por otra ponía en marcha este impuesto que en lo económico supera a la medida anterior y ha requerido, además, realizar un ejercicio de última hora para adaptar procesos y sistemas. En el resto de los elementos que nos afectan no hemos tenido que hacer ninguna gran transformación, porque nuestra política de envases y sostenibilidad va por delante de la legislación.

Isabel López (Santa Teresa Gourmet): El impuesto al plástico ha venido para quedarse y el momento de entrada en vigor fue absolutamente inoportuno. Si nos comparamos con otros países, como Reino Unido, tenemos una carga impositiva excesiva que nos hace perder competitividad. Los primeros meses han sido una locura porque las empresas y

los fabricantes de envases no entendíamos exactamente qué teníamos que hacer. Las empresas más grandes y las más pequeñas que ya tenían cierta infraestructura implantada hemos podido ir adaptándonos, pero para muchas pymes y micropymes las dificultades son grandes a la hora de realizar, por ejemplo, el registro de productores. Porque además del impacto económico hemos tenido que hacer frente a la repercusión burocrática, a la que hemos tenido que adaptarnos sí o sí, casi sin tiempo de reacción y en un momento inoportuno.

Adrián Pérez (Aquadeus): El plástico no es malo. Hemos avanzado muchísimo en los últimos 30 o 40 años gracias al plástico en todos los ámbitos, principalmente en seguridad alimentaria. Y el problema no es el plástico en sí, sino el mal uso post consumo. Y todas las empresas nos enfrentamos a lo mismo, da igual el sector.

En mi opinión, la norma tiene un afán recaudatorio y está mal hecha, y además es un hecho objetivo el que no hay reglamento del impuesto. Por ejemplo, la exportación de un producto envasado con plástico a



AGUSTÍN MARTIÑO - GRUPO CHOVÍ Gerente de negocio

“La sostenibilidad tiene que estar totalmente integrada dentro del plan estratégico de la compañía. Esta forma de trabajar, más que un beneficio económico, aporta credibilidad, rigor a la hora de hacer las cosas y responsabilidad con el entorno”.

“La normativa tiene que evolucionar con el propio país y en relación al entorno de la Unión Europea, pero siempre dando tiempo y facilitando que las empresas seamos capaces de asumirla”.

“En Choví tenemos una estructura pequeña, pero con capacidad para gestionar los cambios normativos, pero muchas pymes y micropymes no van a poder avanzar en los tiempos que se requieren”.

“Las empresas son clave en la actividad económica del país. Todas intentan diferenciar sus productos, hacer las cosas mejor, captar y llegar mejor a su cliente y consumidor... Y esa misma filosofía se tiene que incorporar en el ejercicio de la sostenibilidad”.

países terceros no está sujeta al impuesto del plástico. La interpretación de la Subdirección General es que el comprador, es decir, el importador -que es mi cliente- tiene que pedir luego la devolución. Una locura porque ninguno de nuestros cientos de pequeños clientes internacionales lo va a reclamar, pero nosotros habremos pagado por ello.

Agustín Martiño (Grupo Choví): Nosotros nos encontramos en la misma situación porque exportamos a 36 países. Entendemos que hay que regular las actividades de las empresas, sobre todo las que potencialmente contaminen. Afortunadamente, aunque nuestra estructura es pequeña, tenemos capacidad suficiente para gestionar estos cambios normativos, pero muchas pymes y micropymes no van a poder avanzar en los tiempos que se requieren. La normativa tiene que evolucionar con el propio país y en relación al entorno de la Unión Europea, pero siempre dando tiempo y facilitando que las empresas seamos capaces de asumirla.

Begoña de Benito (Ecoembes): En Ecoembes el Real Decreto de Envases tiene un impacto gigante.

- Tenemos que adaptar nuestro modelo de gobierno a la nueva regulación, ya que esta incide mucho en cómo tienen que funcionar los sistemas colectivos, cómo se tienen que tomar las decisiones y quién tiene que formar parte de ellos. Asimismo, establece 260 objetivos de reciclado muy ambiciosos, que hay que cumplir a nivel global del sistema, a nivel de material y por cada una de las comunidades autónomas, y esto es complejo de gestionar. Además, tenemos unos objetivos de recogida separada que solo tenemos en España. Hay que cumplir cada uno de ellos, porque si no lo haces te penalizan en forma de costes.

- Tenemos que traducir el Real Decreto a convenios de colaboración con las administraciones. Puede parecer que con el Real Decreto se acaba todo; pero para nosotros ahí empieza todo, porque desde Ecoembes articulamos la relación con la Administración pública a través de convenios de colaboración y de financiación que son la única herramienta que nosotros tenemos para cumplir los objetivos, al mismo tiempo que se fomenta la corresponsabilidad. Porque de nada sirve que las

empresas paguen el Punto Verde si no tenemos una Administración que dé un buen servicio y que persiga al ciudadano y a las empresas que no lo hacen bien. Esa corresponsabilidad es clave porque los objetivos que tenemos por delante solos no los vamos a conseguir.

- Vamos a ayudar a las empresas a cumplir con la ampliación de la responsabilidad del productor a envases comerciales e industriales. En marzo nuestro Consejo de Administración tomó la decisión de dar un paso al frente y, si las empresas quieren -porque la responsabilidad última es de las empresas-, vamos a promover la creación de un sistema colectivo para los envases comerciales. Es decir, vamos a ayudar a crear ‘otro Ecoembes’ para ayudar a las empresas a cumplir con la responsabilidad ampliada del productor. Será un sistema distinto y en forma de asociación.

- Y todo esto implica costes. Nosotros anunciamos en junio una subida de tarifa del Punto Verde para el año que viene del 30,6% de media, porque el modelo crece, el ciudadano aporta más a los conte- ■ ■ ■



ISABEL LÓPEZ-SANTA TERESA GOURMET Directora general

“Nuestra estrategia de ‘transición alimentaria’ se dirige al consumidor consciente que busca empresas cada vez más implicadas por construir un mundo mejor y contribuir a impulsar la economía local”.

“Necesitamos que la investigación en plásticos biodegradables y otros materiales más sostenibles se acelere para que los fabricantes podamos envasar nuestro producto tal como lo hemos concebido: seguro, sin ningún tipo de aditivos, en un material que lo soporte o para envasar en caliente. ¿Por qué no podemos termoformar en nuestras líneas de atmósfera protectora un material que no sea plástico?”

“La burocracia no ayuda a las pymes, que son el 90% de tejido empresarial español. Las empresas nos adaptaremos a las nuevas exigencias legislativas como siempre lo hemos hecho. Lo que sería de agradecer es que tengamos los tiempos oportunos para realizar esa adaptación”.

“¿Quién no quiere ser una empresa excelente? Todo el mundo quiere ser excelente. El hándicap es que ser una empresa excelente es carísimo”.

nedores, se recoge separadamente y se recupera más, y toda esa gestión tiene mayores costes. También hay una parte de la subida que viene por las mayores responsabilidades de la regulación que hay que cumplir en 2024 y en 2025. Sabemos que estas subidas llegan en un momento complicado, porque las cuentas de las empresas están sufriendo, por lo que el reto está en explicar a qué responde la subida del Punto Verde. Porque nuestro objetivo es alcanzar la máxima eficiencia y el menor coste posible euro/tonelada.

Cinta Bosch: El Real Decreto de Envases incorpora objetivos y medidas encaminadas a mejorar el ecodiseño de los envases, aumentar su reciclabilidad, fomentar su reutilización, etc. ¿Qué avances habéis realizado en este ámbito?
Isabel López (Santa Teresa Gourmet): El consumidor es cada vez

más exigente y avanzar en temas de ecodiseño, así como el poder darle pautas sobre el uso del producto y su reciclaje es positivo. Al final, todo requiere de una adaptación. No obstante, el espacio en las etiquetas de los envases no es infinito. Para incorporar nuevos iconos sobre toda esta circularidad de los envases hay que sacrificar otros, porque ya no cabe más información. La realidad es que sobre estos temas hay mucho desconocimiento en los consumidores, y posiblemente las empresas estamos yendo por delante de sus necesidades. Esto ya lo hemos vivido en la industria con otras oleadas: lo ecológico, el sin gluten, el máforo sí y ahora no... Hay que pensar un poco más las cosas antes de lanzarlas a la sociedad.

Agustín Martiño (Grupo Choví): Al final el consumidor no entiende que las medidas de sostenibilidad se traduzcan en un incremento de precio de los productos. Esa es la gran paradoja.

En 2021 incorporamos a nuestro envase más icónico, el mortero de alio-

li, un 25% de compuestos reciclados, que tienen un coste superior que pagar el impuesto al plástico. De hecho, la realidad hoy es que no hay capacidad productiva suficiente para utilizar un material 100% reciclable, así que seguimos con ese 25% de polipropileno en nuestro envase. No hay oferta para tanta demanda.

En 2008 nosotros creamos un molde exclusivo para nuestros envases de mayonesa, ecodiseñado, con una boca más ancha para poder meter la cuchara. Somos los únicos en el mercado que tenemos esta solución que, por un lado, traslada una ventaja clarísima al consumidor y, por otro, facilita el proceso de reciclado porque facilita su limpieza, lavado y reciclaje. Esta solución requirió invertir en modelos exclusivos, que no son baratos, que no sabemos si el consumidor valora, pero creemos que es lo correcto y seguimos adelante.

Adrián Pérez (Aquadeus): El ecodiseño tiene sus costes. El sector de aguas tiende a utilizar unos envases más ligeros, con PET reciclado, etiquetas de papel, etc. Y todo eso solo



ADRIÁN PÉREZ-AQUADEUS Director general

“Las empresas tienen que desarrollar su actividad haciendo el menor daño posible al entorno. Y esa es nuestra prioridad. No obstante, la legislación actual y la que nos viene, está dejando a muchas empresas sin aire. La adaptación tiene sus tiempos”.

“El 90% del tejido empresarial de España está formado por pymes, micro-pymes y autónomos. Y muchas de estas empresas de lo que están pendientes ahora mismo es de sobrevivir”.

“Nosotros decimos Sí a la ecosostenibilidad, Sí a que los envases utilicen menos productos derivados del petróleo, pero la primera función del envase es proteger el producto, alargar su vida útil y no poner en riesgo la seguridad alimentaria. Y, a día de hoy, algunos materiales reciclados no son aptos para cierto tipo de productos”.

“La iniciativa de Ecoembes de promover un SCRAP para cumplir con la responsabilidad ampliada del productor de los envases comerciales nos viene muy bien a muchas empresas que nos estábamos planteando cómo afrontar esta cuestión”.

se consigue invirtiendo en materiales. De hecho, nosotros estamos investigando con un material derivado del petróleo mezclado con fibras naturales y ya veremos si finalmente es una opción viable. Algunas empresas del sector están pensando, incluso, en montar sus propias subsidiarias que reciclen los plásticos, porque ahora mismo no hay casi alternativas. Y todas estas inversiones salen de unas cuentas de resultados cada vez más presionadas por los costes. En las empresas llevamos mucho tiempo diseñando envases y haciéndolos más eficientes, pero la evolución hacia envases más sostenibles se está viendo ralentizado por estas circunstancias.

Por otra parte, cuando los nuevos envases llegan al mercado el consumidor no siempre percibe sus bondades. Por ejemplo, a partir de un 50% el rPET amarillea y al consumidor eso no le gusta.

Isabel López (Santa Teresa Gourmet): Es cierto, el consumidor pide que alternativas a los plásticos y a la vez no quiere que estos opaquen el

producto. Quieren un PET lo más blanco posible. No obstante, en mi opinión, la demonización del plástico es a veces absurda. Si nos lo cuestionásemos todo como nos cuestionamos el plástico igual la respuesta sería otra.

Nosotros, por ejemplo, no encontramos en el mercado bolsas de vacío de plástico monomaterial que tenga el micraje adecuado para garantizar la seguridad alimentaria del producto; de momento y necesariamente tiene que ser de un material compuesto. Necesitamos que la investigación en materiales más sostenibles se acelere para poder envasar nuestro producto tal como fue concebido; de forma segura, sin aditivos y en un material que lo soporte. Porque no podemos envasar en cartón un producto caliente.

Adrián Pérez (Aquadeus): Y cuando superas todas esas trabas y pones en el mercado un producto que reúne unas características adecuadas de sostenibilidad, a veces el consumidor, por lo que sea, no lo entiende y lo rechaza... Nosotros decimos

Sí a la ecosostenibilidad, Sí a que los envases utilicen menos productos derivados del petróleo, pero la primera función del envase es proteger el producto, alargar su vida útil y no poner en riesgo la seguridad alimentaria. Y, a día de hoy, algunos materiales reciclados no son aptos para cierto tipo de alimentos.

Begoña de Benito (Ecoembes): Avanzar en ecodiseño es fundamental. Es un tópico, pero es real: el mejor residuo es el que no se produce. La mejor manera de conseguir los objetivos de reciclado no es reciclando más, sino generando menos. Hay que seguir avanzando en reducción y reciclabilidad. En este sentido, una novedad que también hemos comunicado con las tarifas es la ecomodulación. Este proyecto de ecomodulación tiene unos incentivos para aquellos que lo hacen bien y penalizaciones para los que lo hacen mal, en base a unos criterios técnicos objetivos. La tarifa de 2024 ya estará ecomodulada y ya hemos publicado una guía de ecomodulación con todo el detalle. Es cierto que nuestra declaración de en-

vases es supercompleja, pero toda esa información es necesaria precisamente para poder ecomodular. Y la normativa europea viene es también compleja, por esa tendencia a la ecomodulación.

Desde **TheCircularCampus** de Ecoembes tratamos de dar formación y difusión de buenas prácticas, guías o elementos que ayudan a las empresas a trabajar, y lo hacemos en colaboración con muchos institutos y organizaciones especializados. También contamos con **Pack-CD**, una herramienta que hace un *screening* de los envases en función de una serie de parámetros técnicos y ayuda a las empresas a conocer y modificar el impacto ambiental de sus envases antes de fabricarlos.

En definitiva, estamos ayudando de tres maneras: a través de los incentivos económicos, –con una tarifa del Punto Verde modulada–, a través de herramientas de formación y, por último, con herramientas técnicas que ayuden a identificar oportunidades de mejora en los envases.

Cinta Bosch: ¿Y cómo ponéis en valor lo que hacéis? ¿Hacéis esa pedagogía al consumidor?

Agustín Martiño (Grupo Choví): Lo explicamos en los envases, en las redes sociales, en la propia memoria de sostenibilidad... Pero estas acciones pasan muy desapercibidas por mucho esfuerzo e inversión hagamos. El tema no es muy atractivo desde la perspectiva del consumidor. Además, no todas las empresas vamos

al mismo ritmo, ni entendemos lo mismo por responsabilidad. Por eso, lógicamente tiene que haber una regulación de la Administración, pero la cuestión es que el consumidor no espera que eso signifique un incremento en el precio del producto.

Isabel López (Santa Teresa Gourmet): Todas las empresas comunicamos al consumidor final nuestros avances en sostenibilidad en la medida de nuestras posibilidades, pero realmente esta es una contribución a largo plazo sobre cómo se va a percibir la marca. Lo que nos penalizaría es no tener buenas prácticas en sostenibilidad, porque de los fabricantes se espera una calidad y una seguridad alimentaria, pero también un grado razonable de sostenibilidad. En nuestro caso, la ambición por medir el impacto de nuestras acciones viene por ese deseo de contarle al consumidor final los avances a través de redes sociales, del club de fidelización u otras actividades. Nos conformamos con que tenga a nuestra marca cierto cariño y *engagement*. La formación del consumidor debe venir de los gobiernos o las asociaciones directamente implicadas, como Ecoem-

bes, que lo están haciendo muy bien, aunque hay mucho camino por hacer.

Begoña de Benito (Ecoembes): El ciudadano tiene una función fundamental. Porque de nada sirve que las empresas financien el sistema con el Punto Verde y que los ayuntamientos den un buen servicio si no hay un ciudadano que deposite los envases en un contenedor amarillo, azul o verde. Se trata de concienciar, pero también de educar, formar, sensibilizar sobre el impacto que tiene en el planeta lo que nosotros llamamos 'la basuralidad'. Más allá de proyectos de sensibilización, que son muy importantes, tenemos, por ejemplo, proyectos específicos para implantar este tipo de educación en el currículum escolar obligatorio, como el proyecto Naturaliza.

Cinta Bosch: En los estudios de **AECOC** vemos que el consumidor más que premiar a las empresas que lo hacen bien, penaliza a las que lo hacen mal. Adelantarse a sus demandas más sostenibles posiciona a una empresa, pero también tiene inconvenientes y sobre todo de costes.

Adrián Pérez (Aquadeus): Hace 5 o 6 años decidimos poner un 30% de rPET en nuestras botellas de agua en lugar del 25% que indicaba la norma. Y luego nos encontramos, como explica Agustín, con problemas para conseguir el material que se requerirá en 2030. Otro ejemplo: hace 3 años fuimos pioneros en poner el tapón unido a la botella para que no se pueda desprender fácilmente de ella. Eso significó cambio de procesos y un enorme esfuerzo de comunicación a nuestros clientes de la gran distribución y también a los consumidores que inicialmente no entendían el cambio. Y todo eso son costes añadidos. La cuestión de base es que a partir de julio de 2024 una directiva europea obliga a que las tapas y tapones de los envases de plástico de un solo uso vayan unidos al envase, aunque nosotros tomamos la decisión de hacerlo antes. Hicimos un esfuerzo para adelantarnos a esa directiva, pero nos sentimos un poco huérfanos en ese esfuerzo. Necesitamos más agilidad y acompañamiento de nuestros representantes políticos y Administraciones Públicas para el desarrollo de estas iniciativas.

Begoña de Benito (Ecoembes): En línea con lo que comentas es importante señalar que los objetivos, que son muy ambiciosos, no se van a alcanzar con el esfuerzo de unas cuantas empresas. Para alcanzar un cambio profundo es necesario conseguir una movilización de todas las empresas, tanto grandes corporaciones como pymes, y todos los sectores, o el cambio no sucederá.

Por otra parte, faltan muchos instrumentos económicos para que la regulación sea eficaz. Está muy bien que pongamos determinados objetivos de introducir material reciclado, pero si el reciclado químico no es una realidad, si no se invierte para que construir procesos de reciclado que lo permitan, si las administraciones públicas no invierten en modificar infraestructuras que pueden ser más eficientes... seguiremos sin avanzar. Los fondos Next Generation están ahí, pero, ¿cuál es el vehículo para que lleguen eficientemente? ¿La misma metodología que tenemos para distribuir los fondos europeos, que tiene un porcentaje de aprovechamiento en España del 35%? Si no tenemos un buen instrumento, no tendremos una regulación eficaz.

Se nos está pidiendo una transformación profunda del modelo. No estamos hablando de reciclar más o de generar menos, estamos hablando de producir, consumir y reciclar de manera diferente. Y esto requiere políticas, no solo regulación. La economía circular es una oportunidad

para hacer las cosas mejor y hay que encontrar la fórmula para hacerlo viable.

Isabel López (Santa Teresa Gourmet): Posiblemente ser los pioneros tiene algunas ventajas, pero tiene desventajas clarísimas. Si vamos por delante, a veces la sociedad y el consumidor no reconocen las innovaciones. Por otra parte, es importante señalar que la burocracia no ayuda a las pymes, que son el 90% del tejido empresarial español. Necesitamos empresas capaces de crecer y hacerse más grandes, porque esa es la sostenibilidad verdadera. Va a ser muy difícil que el bar de un pueblo, que abre solo los sábados y los domingos, recicle y, dentro de poco, rellene también el registro del desperdicio alimentario. Avanzar en sostenibilidad es muy complejo para muchas pymes y micropymes su propia estructura.

Cinta Bosch: El Real Decreto otorga a los productores una responsabilidad ampliada sobre los envases comerciales. Begoña ha adelantado que Ecoembes va a impulsar la creación de un SCRAP específico para envases comerciales. ¿Cómo afrontáis esta nueva responsabilidad?

Adrián Pérez (Aquadeus): La iniciativa de Ecoembes nos viene muy bien a muchas empresas que nos estábamos planteando cómo afrontar esta cuestión. En su momento Ecoembes y Ecovidrio se crean para dar una respuesta unificada a una



necesidad de las empresas ante una iniciativa legislativa y ahora sucede lo mismo. Estamos expectantes por ver cómo se hace realidad, porque sería la respuesta a un problema importante.

Lo que nos viene es complejo y hay muchas empresas, la gran mayoría, que no tienen ninguna capacidad de responder ante tanta complejidad. Este tipo de iniciativas, que nos facilitan la labor, te acompañan y te ayudan, lo hace mucho más fácil.

Begoña de Benito (Ecoembes): Alrededor del SCRAP de los envases comerciales que aprobó nuestro Consejo hay grandes novedades. Primero, no es que Ecoembes se haga grande y asuma esa responsabilidad, sino que crea un sistema diferente para su gestión. Este SCRAP será una asociación en la que estará quien quiera estar, adherido o asociado. La idea es que empiece a funcionar el 1 de enero de 2025 y todas las empresas están invitadas a formar parte de esta nueva propuesta.

La gestión de los envases comerciales tiene muchas particularidades. El canal doméstico tiene un altísimo componente de gestión municipal – que es donde nosotros aportamos mucho valor y conocimiento–; en el caso del canal comercial la gestión privada toma relevancia. Los poseedores finales, la gran distribución, gestiona mucho envase comercial, y lo hace muy bien, y ahí no entra la Administración Pública. El reto está en ver cómo somos capaces de combinar de manera eficiente el canal municipal –los contenedores amarillos y azules de la calle– con la gestión del poseedor final. Ambos canales tienen que coexistir y no se

pueden conseguir los objetivos con uno o con otros; se necesitan ambos, porque el envase puede acabar en el canal privado o en el municipal. Y la normativa dice que la empresa tiene que responsabilizarse del envase esté donde esté.

Cinta Bosch: En esta época de transformación para evolucionar hacia una economía circular, ¿cuál debería ser el papel de las pymes en este cambio de modelo?

Agustín Martiño (Grupo Choví): Las pymes son una parte importantísima del tejido industrial y económico del país y en estos temas tienen que jugar un papel activo y de liderazgo. La sostenibilidad, en el sentido más amplio, de compromiso con la sociedad y con el entorno, está en la esencia de nuestras empresas. Todas las empresas intentamos diferenciar nuestros productos, hacer las cosas mejor, captar y llegar mejor a su cliente y a su consumidor... Esa misma actitud, esa misma filosofía, la tenemos que incorporar al ejercicio de la sostenibilidad. Y en esto no hay diferencias entre pymes y grandes empresas; la única diferencia podrían ser los recursos, pero en mi opinión también las grandes empresas los tienen muy ajustados.

Adrián Pérez (Aquadeus): El 90% del tejido empresarial de España está formado por pymes, micropymes y autónomos. O estas empresas –de las que formamos parte– nos ponemos en sintonía y avanzamos en sostenibilidad, ecodiseño, impuestos de plásticos, hidroplásticos, etc. o no va a haber forma de sobrevivir. El problema es que la máxima prioridad de muchas de estas empresas ahora mismo es subsistir; ese es el problema. Entre todos debemos pensar la fórmula para hacer eficiente el cambio de paradigma que decía Begoña hacia un nuevo modelo de trabajo. Porque si no cuidamos cómo se aborda esta transición, posiblemente dejemos muchas empresas atrás y eso sería muy perjudicial para todo el sistema, la economía y

la sociedad. Las pequeñas empresas, las pequeñas tiendas y los pequeños bares de pueblo cumplen una misión y se deberían preservar. Ahora mismo la regulación va por delante de la propia evolución de la empresa, y a muchas compañías les falta el aire y muchas pymes posiblemente se están asfixiando.

Isabel López (Santa Teresa Gourmet): La labor que hacéis desde Ecoembes es encomiable, pero llegar a tantísimas empresas requiere de un mayor compromiso por parte de la Administración con proyectos muchísimo más ambiciosos para dar soporte a las empresas de 5, 10, o 30 personas, porque este tipo de empresas no pueden dedicar un único recurso a estos temas. ¿Quién no quiere ser una empresa excelente? Todo el mundo quiere ser excelente. El hándicap es que ser una empresa excelente es carísimo.

Lo que nos une a todos es una búsqueda de la excelencia e intentar adaptarnos a la normativa, al canal y al consumidor, así como –además de contribuir a la sostenibilidad medioambiental– tenemos que garantizar la sostenibilidad económica y la social, la que desarrolla en su ecosistema. Porque esa supervivencia a lo largo del tiempo, queriendo ser una empresa mejor, es lo que garantiza el futuro.

Begoña de Benito (Ecoembes): En torno al 90% de las empresas adheridas a Ecoembes son pymes y trabajamos para aportarles soluciones. La transición tiene que ser sostenible, pero tiene que ser justa, es decir, que nadie se quede atrás. Insisto, esto es un cambio de modelo y el nuevo modelo que surja tiene que ser para todos o se quedarán muchas empresas por el camino. Y contar con muchas empresas eficientes y sostenibles es progreso, trabajo, empleo y riqueza para todos. Y en este gran reto vamos a trabajar desde Ecoembes.

© Rosa Galende

Nº260

Septiembre 2023

C84

FRUTAS Y HORTALIZAS

ESPECIAL

INFORME 25º CONGRESO AECOC DE FRUTAS Y HORTALIZAS

Las consecuencias de la sequía: inflación y escasez

Retail en Reino Unido. 6 palancas que impulsan el consumo

