



Presente y futuro Del ecodiseño de envases

La normativa de envases hace un foco muy importante en la prevención, impactando de lleno en las empresas. Las estrategias de ecodiseño son un pilar clave para cumplir los objetivos fijados por Europa. Directivos de Centro Nacional de Tecnologías del Envase (CENTIDE), Ecoembes, KH Lloreda, Mondelēz International y San Benedetto ponen sobre la mesa los retos que afrontan sus empresas y el sector para avanzar en ecodiseño y circularidad sin sacrificar rentabilidad ni funcionalidad.

ROSA GALENDE C84
rgalende@aecoc.es



LOS PARTICIPANTES

- ANNA CERVANTES. Directora de ingeniería y packaging de KH LLOREDA.
- BEGOÑA DE BENITO. Directora de relaciones externas de ECOEMBES.
- JORGE GARCÍA BARRASA. Director Técnico del CENTIDE.
- NOA LLUSIÁ. Responsable de Asuntos Públicos Global de MONDELÉZ INTERNATIONAL.
- RAFAEL MUÑOZ. Director de calidad y medioambiente de SAN BENEDETTO.

MODERADORA

- CINTA BOSH. Gerente de sostenibilidad de AECOC.



Cinta Bosch (AECOC): En este debate profundizaremos en las estrategias de ecodiseño que empresas y organizaciones estáis poniendo en práctica. ¿Cuál es vuestra experiencia este ámbito?

Jorge García Barrasa (CENTIDE): Una estrategia basada en la sostenibilidad y el ecodiseño es necesaria para minimizar la huella ambiental no solo del producto, sino también de la empresa, porque impacta en toda su cadena de valor. Además, puede ayudarnos a diferenciarnos de la competencia, a mejorar la imagen de marca, a fidelizar clientes y, en muchos casos, incluso a ser más eficientes y reducir costes, por lo que todo son beneficios.

Noa Lluslá (Mondelēz International): La estrategia de sostenibilidad de Mondelēz en cuanto a los envases que utilizamos se basa en tres pilares:

1 Reducir la cantidad de envases que ponemos en el mercado, siempre que no afecte a la seguridad alimentaria y la calidad del producto.

2 Utilizar envases más sostenibles.

Esto significa, por ejemplo, sustituir un material por otro más eficiente y sostenible cuando esto sea posible. No obstante, en algunos casos es difícil prescindir del plástico por sus cualidades esenciales para preservar el producto, de manera que lo que hacemos es tratar de gestionarlo de la manera más eficiente, utilizando material reciclado, buscando esa circularidad y dando una segunda o tercera vida al plástico virgen.

3 Mejorar las infraestructuras.

Creemos que tenemos un rol que jugar para mejorar los sistemas de reciclado y por ello colaboramos con Ecoembes para avanzar hacia una economía verdaderamente circular.

Anna Cervantes (KH Lloreda): En KH Lloreda pensamos que no hay mejor plástico reciclado que aquel que no generas. Por ello siempre hemos tratado de retirar o eliminar todo lo que sea superfluo. En nuestra empresa hacíamos ecodiseño antes incluso de que la palabra existiera. Fuimos promotores del formato de recambio: no existía un formato de

recarga con tapón y nosotros lo pusimos en el mercado antes que nadie. En los últimos veinte años hemos reducido el plástico de la botella un 38%. Nuestro presidente, José María Lloreda, es el primero que marca estos retos dentro de la compañía y también a nuestros proveedores.

Rafael Muñoz (San Benedetto): En España, San Benedetto se dedica a envasar agua mineral y bebidas refrescantes en botellas de plástico, de manera que el ecodiseño forma parte del ADN de la compañía. Vendemos un alimento singular y, por tanto, el envase utilizado debe ser capaz de preservar la calidad y seguridad alimentaria, pero sobre todo garantizar la pureza original que caracteriza al agua mineral frente a otras aguas.

Como empresa y como sector llevamos implementando acciones de reducción de plástico desde hace mucho tiempo que, quizás, no hemos sido capaces de comunicar adecuadamente a la sociedad. Pocos sectores han conseguido optimizar tanto sus envases como el del agua mineral. Por ejemplo, desde ■ ■ ■

NOA LLUSIÀ**Responsable de Asuntos públicos global de MONDELÉZ INTERNATIONAL**

- ✚ “Nuestra estrategia de sostenibilidad tiene tres pilares: reducir la cantidad de envases que ponemos en el mercado, utilizar envases más sostenibles y colaborar para mejorar las infraestructuras de reciclado y así avanzar hacia una economía verdaderamente circular”.
- ✚ “Para empresas multinacionales como la nuestra la armonización es fundamental. Necesitamos claridad normativa para avanzar en decisiones que requieren inversiones importantes en infraestructuras y en tecnologías de reciclaje. Sin claridad normativa no hay inversiones y no es posible cumplir los objetivos”.
- ✚ “Estamos participando en un proyecto piloto europeo, ‘Holygrail’, que utiliza la tecnología Digimarc para imprimir en el envase marcas de agua digitales que ayudan a clasificar el residuo de envase, y funciona”.



hace 20 años las botellas de agua mineral de San Benedetto no llevan romprecintos. La mejora, aparentemente insignificante y que el consumidor casi no percibe, consiguió una reducción considerable de material de plástico por envase sin afectar a la funcionalidad. Esta acción conllevó mucho trabajo e inversiones dentro del grupo San Benedetto, con cambios de procesos y de diseño de la botella.

En San Benedetto hace mucho tiempo que acuñamos el concepto de ‘ecolofía’, que nos habla de poner el conocimiento y la tecnología al servicio del medioambiente y de las personas. Esta filosofía empresarial nos ha llevado a estudiar en profundidad las diferentes opciones de materiales disponibles para el envasado de agua mineral desde una perspectiva de ciclo de vida. Hemos llegado a la conclusión de que, a día de hoy, el mejor material posible es el PET, por su inocuidad, durabilidad, reciclabilidad y funcionalidad. Hemos trabajado mucho en la reducción de su peso, incorporación de materiales reciclados y en que los envases sean

totalmente reciclables y con el menor impacto ambiental posible.

Begoña de Benito (Ecoembes): En Ecoembes trabajamos con el propósito de lograr un futuro sin residuos, que tenga un impacto positivo en la vida de las personas y del planeta. Y en ese propósito la reducción, la prevención y el ecodiseño son absolutamente claves, siempre con el objetivo de ser útiles a nuestros clientes, a nuestras empresas. Tenemos que conducir siempre con las luces largas, mirando lo que viene, porque si la regulación que tenemos encima de la mesa ya es muy exigente en términos de objetivos (no solo de reciclado, sino también de reducción y reutilización), la que viene desde Europa es todavía más ambiciosa. Por tanto, es absolutamente imprescindible que demos soluciones a nuestros clientes y desarrollemos productos y servicios que los ayuden a cumplir sus objetivos de envases.

Cinta Bosch (AECOC): Desde el punto de vista del ecodiseño, ¿cómo estáis ayudando a las empresas desde Ecoembes?

Begoña de Benito (Ecoembes): Por una parte, las empresas tienen la obligación de hacer planes empresariales de prevención desde el año 1997. En Ecoembes les ayudamos a ello y percibimos que las empresas

están realmente comprometidas con esos objetivos de ecodiseño y de reducción. Más de 2.100 empresas se adhirieron al último plan del 2021-2023, el 62% de ellas pymes, porque esto no es solo cosa de las grandes compañías. Esas más de 2.000 empresas representan el 82% de nuestras toneladas, un porcentaje muy importante. En estos tres años se han tomado más de 10.000 medidas de reducción. El 68% de ellas siguen siendo de reducción, pero cada vez se incorpora más material reciclado (29%).

Asimismo, la reutilización representa el 3% de estas medidas, pero estamos seguros de que va a tener mucho recorrido, tanto por la legislación que llega como por la presión de los propios consumidores.

Por otra parte, necesitamos desarrollar productos y servicios que ayuden a las empresas a identificar e implementar oportunidades de mejora en el envase. Para ello contamos con varias herramientas, impulsadas por TheCircularLab, nuestro laboratorio de economía circular en La Rioja:

- **El Observatorio del Envase del Futuro**, que recoge todas las novedades mundiales en ecodiseño (nuevos materiales, nuevos modelos de



JORGE GARCÍA BARRASA CTO del Centro Nacional de Tecnologías del Envase

- “Pasar de una economía lineal a una economía circular es responsabilidad de todos los actores, desde las empresas al ciudadano, y es un deber de todos asumir esa responsabilidad y adaptarnos”.
- “El ecodiseño de un envase se tiene que abordar desde un punto de vista global y colaborativo. Este cambio normativo afecta a todas las empresas por igual. Los problemas de uno son los problemas del otro. Apoyarse en expertos es un modelo ganador”.
- “Los grandes retos del sector pasan por la reutilización, el uso de plástico reciclado en contacto con alimentos y cómo comunicar al ciudadano de forma efectiva en una época en la que hay exceso de información y de *fake news*”.

envasado...) y con las que inspiramos a las empresas cada mes.

- Y, entre otros servicios, tenemos uno realmente innovador: **Pack CD**. Es una herramienta que analiza el grado de sostenibilidad del envase y permite a las empresas diagnosticar, predecir y controlar su comportamiento medioambiental. Las compañías pueden evaluar todos los aspectos del embalaje que afectan a su impacto ambiental, reciben los resultados del estudio, y Pack CD genera una etiqueta con la clasificación del envase, las recomendaciones de mejora y los puntos críticos. Así, ahorran inversión y esfuerzos, beneficiándose de todo el conocimiento que hemos acumulado en más de 25 años y que también aportan nuestros partners.

Cinta Bosch (AECOC): ¿Qué medidas de ecodiseño habéis implementado las empresas?

Anna Cervantes (KH Lloreda): Nuestra prioridad es eliminar. Lo que hemos hecho recientemente es suprimir el pigmento blanco de la botella, que ahora es translúcida. Aunque fuimos los primeros en poner un *sleeve* total -film plástico que envuelve el envase-. Actualmente, estamos optando por una etiqueta envolvente de menor tamaño. Para cumplir con la normativa vigente,

sería necesario incorporar un troquelado a lo largo del *sleeve* para mejorar la reciclabilidad del envase. Sin embargo, surge la pregunta: ¿por qué aumentar la carga de trabajo para el consumidor? Por este motivo, uno de nuestros principales objetivos es centrarnos en la posibilidad de utilizar monomateriales o, en su defecto, materiales compatibles o fácilmente reciclables, de manera que el consumidor no tenga que realizar un esfuerzo adicional innecesario.

El mayor reto está en incorporar material reciclado en nuestra botella. El nuestro es un producto de droguería no perecedero, que puede estar en casa del consumidor medio año o más, y durante ese tiempo el embalaje tiene que mantenerse íntegro y la etiqueta tiene que estar perfectamente porque contiene toda la información legal.

Cinta Bosch (AECOC): No cabe duda de que añadir material reciclado en un porcentaje elevado supone un gran reto para una empresa como la vuestra.

Anna Cervantes (KH Lloreda): Si al incorporar material reciclado en la botella aumentamos su peso, caemos en una contradicción. Además, la maquinabilidad del envase también es importante y debe cumplir con los

requisitos logísticos de almacenamiento. Este es uno de los mayores retos al trabajar con envases. En cambio, es más sencillo agregar material reciclado en otros componentes, como la etiqueta, el tapón o la pistola, pero en la botella es más complicado, ya que ya está muy optimizada. Por lo tanto, nuestro enfoque principal es eliminar materiales innecesarios, luego avanzar hacia el uso de monomateriales y finalmente incorporar material reciclado, lo cual es un desafío mayor en nuestro caso.

Rafael Muñoz (San Benedetto): En San Benedetto llevamos mucho tiempo implementando acciones de ecodiseño. Pero para nosotros la palabra clave es el equilibrio. Cada empresa debe encontrar su equilibrio entre las medidas de prevención, eliminación, reducción, incorporación de material reciclado e incluso de reutilización.

En San Benedetto hemos conseguido que las botellas de agua mineral de medio litro pesen 8 gramos; son las que menos pesan del mercado con mucha diferencia. Ahora hay que introducir reciclado para cumplir la legislación que entra el 1 de enero del 2025. De momento la botella aguanta bien un 30% y estamos trabajando en los procesos para llegar hasta el 50% sin au- ■ ■ ■

ANNA CERVANTES Directora de Ingeniería y Packaging de KH LLOREDA

- “En nuestra empresa hacíamos ecodiseño antes incluso de que la palabra existiera. Fuimos los primeros en poner en el mercado el formato de recarga con tapón. En los últimos veinte años hemos reducido el plástico de la botella un 38%”.
- “Nuestro principal criterio de ecodiseño es eliminar, después avanzar hacia el monomaterial y por último introducir el material reciclado”.
- “Añadir material reciclado en un porcentaje elevado supone un gran reto. En la etiqueta, la pistola o el tapón puede ser mucho más fácil añadir ese porcentaje, pero en la botella es más complejo porque ya la tenemos muy optimizada”.



mentar el gramaje. En las pruebas que hemos hecho por encima de esa cantidad la maquinabilidad se ve claramente perjudicada, aumentando mucho los descartes. Para resolverlo con el material disponible actual tendríamos que aumentar bastante el peso de la botella lo que podría ser contraproducente a nuestras políticas de sostenibilidad.

A largo plazo esperamos que mejore la calidad del reciclado, pero hoy el r-PET alimentario de calidad que hay es limitado e irregular, lo que hace realmente difícil conseguir las calidades y cantidades necesarias, por no hablar del precio.

El ecodiseño es un reto ilusionante, pero es importante que el envase siga haciendo su función, que es preservar y proteger el producto y aportar la experiencia funcional que el consumidor necesita. Estos días en Valencia hemos visto la importancia del agua mineral envasada ante catástrofes.

¿Hay que utilizar 100% material de reciclado? Dependerá del análisis completo de ciclo de vida, del cálculo de la huella de carbono, pero sobre todo de la calidad y la inocuidad alimentaria. El equilibrio es la clave.

Cinta Bosch (AECOC): ¿Es posible sustituir los envases de plástico?

Rafael Muñoz (San Benedetto): No es fácil. En San Benedetto llevamos mucho tiempo estudiando el ciclo de vida de todas las opciones de materiales disponibles realistas a día de hoy. En España el brik no es totalmente reciclable, el vidrio lleva consigo una huella de carbono alta y la lata tampoco es nuestra opción por análisis de huella de carbono ni de experiencia del consumidor. A pesar de la mala fama que se le está creando, con los datos de ciclo de vida en la mano, el PET es la mejor opción para una distribución global de agua mineral.

Tenemos que ser transparentes y comunicar más y mejor lo que hacemos y por qué lo hacemos. Porque el sector se adapta e invierte para ser más sostenible.

Noa Llusiá (Mondelēz Internacional):

En nuestra empresa trabajamos en ecodiseño para asegurar que el envase que ponemos en el mercado se puede reciclar. Nuestro objetivo es que cerca del 100% de nuestros envases estén diseñados para ser reciclables.

Hay otros factores en la economía circular que no dependen tanto de nosotros, pero en los que también podemos influir. Colaboramos con gobiernos y organizaciones para explicar de forma didáctica los retos a

los que nos enfrentamos desde la industria de la alimentación, así como el rol que tiene el consumidor, ya sea separando el residuo en casa o siendo más consciente en el momento de adquirir un producto en el punto de venta. También apoyamos el trabajo de ONGs para evitar que los envases lleguen a la naturaleza.

Este es un gran reto de nuestra sociedad y debemos colaborar para encontrar ese equilibrio. Pero lógicamente ponemos el foco en lo que está bajo nuestro control, que es en el ecodiseño del envase. También nos apoyamos en el resto de actores del sector en la industria del envasado, porque juntos vamos más lejos y somos más fuertes.

Anna Cervantes (KH Lloreda):

Aunque la empresa haga sus deberes, si el consumidor no recicla de la manera correcta, no sirve para nada. Para ello son claves las campañas de concienciación.

Rafael Muñoz (San Benedetto):

Si aparece una botella, una lata o un envase en el campo parece que la culpa es únicamente de la industria, pero no olvidemos que los consumidores somos uno de los máximos responsables de lo que sucede al final con ese envase. Tenemos que ser responsables.

Begoña de Benito (Ecoembes):

Y ese abandono de basuralidad -la-



RAFAEL MUÑOZ Director de Calidad y Medioambiente en SAN BENEDETTO

- “El ecodiseño forma parte del ADN de la compañía. Nuestras botellas de medio litro pesan 8 gramos; son las que menos pesan del mercado con mucha diferencia”.
- “Si ya tenemos materiales 100% reciclables, monocapa, que no tienen color, la etiqueta es de polipropileno o de papel, introducimos materiales reciclados y las tasas de reciclabilidad del envase se acercan al 100%, nos queda poco por hacer”.
- “El ecodiseño es un reto ilusionante, pero es importante que el envase siga haciendo su función, que es preservar y proteger el producto y aportar la experiencia funcional que el consumidor necesita”.

mentablemente- se sigue produciendo, como vemos desde el Proyecto LIBERA. Desde que lo pusimos en marcha en 2017, ya se ha caracterizado un millón de residuos.

Jorge García Barrasa (CENTIDE):

Desde nuestra organización trasladamos a las empresas las tendencias globales en torno al envase. Las medidas de reducción tienen su límite estructural porque la principal función de un envase es preservar el producto que contiene. Estamos viendo medidas de reducción en elementos adicionales al cuerpo principal del envase, como la sustitución de *sleeve* por etiquetas o la reducción del tamaño de las etiquetas e incluso su eliminación, cambiándolo por serigrafía en el envase.

En cuanto a los nuevos materiales, como los bioplásticos, la realidad es que llevamos muchos años hablando de ellos, pero siguen siendo el 0,5% de la producción total de plásticos.

Lo que sí estamos viendo, y creo que es por donde irá el futuro, es la mejora de la reciclabilidad a través del uso de monomateriales o materiales compatibles en su reciclado, así como el uso de materiales reciclados, que van en línea con lo que nos está pidiendo la legislación actual.

Otra medida de ecodiseño muy interesante, aunque no tan popular, con-

siste en alargar la vida útil del producto, sobre todo en el sector alimentario, porque el impacto ambiental que tiene el desperdicio alimentario es incluso mayor al que provoca el envase.

Cinta Bosch (AECOC): Explicarle al consumidor las cuestiones técnicas de forma sencilla es todo un reto. ¿Cómo lo estáis haciendo desde vuestras empresas?

Noa Llusá (Mondelēz International): Nosotros incluimos en los envases alegaciones medioambientales e informamos del porcentaje de material reciclado que contiene. Como el espacio es limitado, estamos añadiendo códigos QR con esta información. La transparencia, junto con las campañas de Ecoembes, ayuda a los consumidores a realizar elecciones más conscientes.

Rafael Muñoz (San Benedetto): Actualmente llegar al consumidor con la información veraz no es fácil por su falta de tiempo y porque hay mucho ‘ruido’. No todo es blanco o negro.

Recordemos que hace más de 20 años que conseguimos un hito en la reducción de materiales con la eliminación del rompe-precintos. Ahora, con la entrada del tapón solidario -tapón adherido a la botella-, en algunos modelos de botella tendremos que poner de nuevo ese rompe-precintos, aumentando el peso

de algunas botellas porque el consumidor no termina de comprender muy bien este invento. Desde el punto de vista de concepto de ecodiseño es ideal, evita la pérdida de tapones durante su fin de vida, pero incumple la mayor: no es aceptado por el consumidor. Por tanto, debemos comunicar más y mejor, de forma clara y concisa.

Begoña de Benito (Ecoembes): Al consumidor tenemos que ponérselo fácil para que recicle, porque todavía hay envases muy complejos, que llevan plástico, aluminio, cartón... Tenemos que ponerle las infraestructuras cerca, bien mantenidas. Adicionalmente, tenemos que evolucionar hacia modelos de recompensa y penalización al ciudadano por sus acciones.

Por otra parte, respecto al ecodiseño, creo que la información al consumidor tiene que ser lo más sencilla y gráfica posible. El símbolo de ayuda al reciclado, que es una obligación normativa que aplica a partir del 1 de enero del 2025, nosotros lo introducimos hace mucho tiempo y es ya masivamente utilizado en nuestro país.

Uno de los grandes retos está en combatir los falsos mitos en torno al reciclado (“Al final todo se junta”, dicen muchos). Es muy difícil concienciar e informar en un mundo con tantas *fake news*. Necesita- ■ ■ ■

BEGOÑA DE BENITO**Directora de Relaciones Externas ECOEMBES**

- ✧ “En Ecoembes trabajamos con un propósito que es un futuro sin residuos. Y en ese propósito la reducción, la prevención y el ecodiseño son absolutamente claves”.
- ✧ “Tenemos que conseguir reciclar más y separar mejor; producir menos y hacerlo mejor. Lo que hemos hecho hasta ahora ha estado fenomenal, pero ya no vale”.
- ✧ “Nuestra herramienta Pack CD analiza el grado de sostenibilidad del envase y permite a las empresas diagnosticar, predecir y controlar su comportamiento medioambiental”.



mos información técnica y científicamente demostrada.

La formación en cuestiones medioambientales debería formar parte del currículum escolar de una manera transversal, para que desde pequeños todos entendamos la importancia de cuidar la naturaleza, de limpiar los bosques, los mares y los ríos. Y es algo que impulsamos en Ecoembes desde el proyecto Naturaliza.

Noa Llusíá (Mondelēz International): Por otra parte, para empresas multinacionales como la nuestra la armonización es fundamental. Hoy en cada país de la Unión Europea se clasifica el residuo de manera diferente; al final el consumidor tiene instrucciones diversas y eso no ayuda. Este es un mensaje que trasladamos siempre que podemos a las instituciones europeas, porque la adaptación por país solo añade complejidad y no facilita el objetivo final, que es aumentar las tasas de reciclaje.

Cinta Bosch (AECOC): ¿Cómo nos ayuda la normativa a avanzar en ecodiseño y qué complicaciones nos añade?

Begoña de Benito (Ecoembes): Puede parecer exagerado, pero yo creo que estamos ante un cambio de modelo de producción y consumo. Lo importante no es qué hay que conseguir sino cómo conseguirlo. Tenemos que conseguir reciclar más y separar mejor; producir menos y hacerlo mejor. Los objetivos de reciclabilidad de envases son muy claros y si tu enva-

se no es reciclable en un 70% no vas a poder comercializarlo.

Todo en la vida es reciclable, ¿pero a qué coste? Alemania, con 80 millones de ciudadanos, tiene 15 plantas de selección de envases; España, con 49 millones, tiene 97 plantas. Es evidente que las eficiencias no son las mismas.



Lo que hemos hecho hasta ahora ha estado fenomenal, pero ya no vale. Si queremos seguir siendo útiles para nuestros clientes tenemos que afrontar con mucha mayor precisión los retos de comunicación, de reciclabilidad, de reutilización y de reducción, que son enormes.

Jorge García Barrasa (CENTIDE):

Pasar de una economía lineal a una economía circular es responsabilidad de todos y es un deber asumir esa responsabilidad y adaptarnos. Porque, ¿de quién es la culpa de que aparezca una botella en el medioambiente? ¿De las empresas o del ciudadano que la abandona? No podemos trasladar toda la responsabilidad a un solo actor. Cada uno debe asumir su papel.

Las empresas han tenido que poner el tapón solidario para que permanezca unido a la botella facilitando su reciclaje. Al principio es incómodo para el ciudadano, que se queja de ello, pero tiene que entender que es por un bien mayor.

Las prioridades a la hora de gestionar residuos son reducir, reutilizar, reciclar, valorizar y eliminar. La normativa pone el foco en las tres primeras que van muy alineadas con el ecodiseño. Asimismo, nos pone unos objetivos de utilización de material reciclado en los envases, particularmente en los de plástico. El objetivo es que todos los envases sean reciclables para 2030.

Noa Llusíá (Mondelēz International):

Desde Mondelēz apoyamos que haya un marco regulatorio, pero queremos que sea un texto normativo equilibrado, armonizado, que tenga sentido de aplicación y consiga su objetivo último, que es la circularidad. Para que así sea trabajamos junto con asociaciones empresariales para que lo entiendan también así los miembros del parlamento europeo y los representantes de los países miembros en Europa que van a votar la norma, porque este es un tema complejo que precisa la visión de los expertos y de todas las partes implicadas.

Anna Cervantes (KH Lloreda): Estos temas globales son complejos porque se traducen en grandes diferencias por sectores. La alimentación, la droguería, las bebidas... tienen sus propias particularidades e intereses.

Begoña de Benito (Ecoembes): Hoy las grandes soluciones ya no sirven. Conscientes de ello, en Ecoembes tenemos cada vez más proyectos sectoriales. ¿Qué problemas tienen los envases de pequeño formato? ¿Qué problemas tienen determinados envases complejos que se utilizan con menor frecuencia?

Rafael Muñoz (San Benedetto):

Como empresa y como sector nos preocupa lo que dice la legislación sobre el agua mineral y las bebidas, porque todas las grandes acciones de reducción ya las hemos hecho desde hace mucho tiempo. Si ya tenemos materiales 100% reciclables, monocapa, sin color, introducimos materiales reciclados, la etiqueta es de polipropileno o de papel y las tasas de reciclabilidad son cercanas al

100%, poco más podemos hacer. Desde hace tiempo hemos hecho los deberes. Por supuesto que siempre hay recorrido, pero las grandes acciones ya están tomadas.

Por ejemplo, la reutilización del envase es una vía más, pero si toda la industria se pasa a ella supondría un bloqueo absoluto. Hay que lavar los envases, consumir energía, aumentar pesos, depender del retorno en vacío... Hay que garantizar la inocuidad alimentaria durante todo el proceso y desde el punto de vista de huella de carbono las cuentas no salen.

Noa Llusíá (Mondelēz International):

Hemos hecho un piloto de reutilización de envases con una de nuestras marcas dentro de la categoría de galletas, pero los resultados no fueron tan positivos como esperábamos. Es algo que hay que explorar, pero al final cada empresa debe encontrar la mejor opción para sus productos y el uso que sus consumidores hacen de los mismos.

Rafael Muñoz (San Benedetto): En reutilización es fundamental tener en cuenta la seguridad alimentaria, el ciclo de vida del producto y la huella de carbono.

Cinta Bosch (AECOC): ¿Cómo pueden ayudar las tecnologías al ecodiseño y la circularidad de los productos?

Noa Llusíá (Mondelēz International):

Estamos participando en un proyecto europeo de I+D, Holygrail, liderado por la asociación europea de marcas. La iniciativa utiliza la tecnología Digimarc para imprimir en el envase marcas de agua digitales que ayudan a clasificar el residuo, y funciona. Esta tecnología requiere una inversión fuerte, pero queremos apostar por ella, porque la clasificación correcta del



envase es fundamental para un reciclaje más eficiente y un contenido reciclado de mayor calidad.

También estamos examinando otras opciones con inteligencia artificial en conjunto con la industria. Creemos, como vengo insistiendo, que la colaboración es fundamental para abordar los problemas comunes.

Anna Cervantes (KH Lloreda): En KH Lloreda estamos implementando la inteligencia artificial principalmente en nuestros procesos mediante programas de simulación que nos permiten mejorar la eficiencia y reducir los desperdicios. Asimismo, estamos utilizando la IA en el análisis de datos para optimizar nuestras operaciones. Aunque en la actualidad no estamos enfocándonos específicamente en sostenibilidad, la inteligencia artificial desempeñará un papel fundamental en la selección de materiales, permitiéndonos evaluar su impacto ambiental de manera más precisa en el futuro.

Rafael Muñoz (San Benedetto): En San Benedetto estamos muy pendientes de los avances en nuevos materiales y sistemas de reciclado. Estamos ilusionados con el reciclado químico. Tenemos la esperanza de que con el tiempo sea el aceite necesario que lubrique toda la cadena de reciclado.

Begoña de Benito (Ecoembes): La forma de entender la innovación en Ecoembes cambió en 2017, cuando abrimos en Logroño TheCircularLab, nuestro laboratorio de economía circular. Hoy nuestra mirada sobre la innovación es amplia y global y se apoya en todo un ecosistema con centros tecnológicos nacionales e internacionales, en empresas recicladoras, etc. Hoy contamos con un

pequeño chatbot que tiene como objetivo ayudar, fundamentalmente al ciudadano, a saber dónde tiene que depositar cada tipo de envase. Por otra parte, con el proyecto RECI-CLOS hemos incorporado tecnologías de identificación de envasado que convierten un contenedor de calle en una máquina que permite identificar el envase que se deposita. Al final la solución al problema de los residuos de envase va a ser una combinación de soluciones.

Jorge García Barrasa (CENTIDE): El ecodiseño de un envase se tiene que abordar desde un punto de vista global y colaborativo porque dentro de la empresa afecta a muchas áreas y fuera de la empresa afecta a los proveedores, al cliente final y al gestor de residuos.

Este cambio normativo impacta en todas las empresas por igual. Los problemas de uno son los problemas del otro. Por tanto, hay que cambiar un poco el chip y dejar de mirar puertas adentro. Apoyarse en expertos es un modelo ganador.

Cinta Bosch (AECOC): Para acabar, a modo de resumen, ¿dónde tenemos los mayores retos?

Rafael Muñoz (San Benedetto): Estamos en un momento de transformación. Las empresas tienen que estar muy atentas a las novedades que llegan para adaptarse rápidamente tanto a nivel legislativo como tecnológico.

El ecodiseño es la herramienta que nos permite avanzar en sostenibilidad y circularidad. El equilibrio es la clave en la toma de decisiones.

Anna Cervantes (KH Lloreda): Las empresas nos tenemos que adaptar. En nuestro caso el ecodiseño forma parte del ADN de la compañía, pero tenemos que ir más allá y comunicar al consumidor, ponerle las cosas fáciles y trabajar en concienciarlo. Este es un reto global de toda la cadena.

Noa Llusá (Mondelēz International): El trabajo conjunto de políticos, instituciones, municipios, ayunta-

mientos, consumidores, ONGs, fabricantes... es fundamental para que aumenten las tasas de reciclaje y podamos obtener un fin de ciclo de vida para los envases que sea más sostenible y respetuoso con el medioambiente.

El plástico, un material a veces demonizado, tiene unas propiedades necesarias para proteger, garantizar la seguridad alimentaria y evitar el desperdicio de los alimentos. Y, ya que el plástico seguirá existiendo, porque tiene su razón de ser, ¿cómo trabajamos para que ese material sea más eficiente, tenga una segunda o tercera vida y consigamos esa economía circular? Esa es la pregunta que debemos tratar de responder.

Jorge García Barrasa (CENTIDE):

Tenemos por delante 3 grandes retos de futuro:

1 La reutilización. ¿Cómo organizamos la logística inversa del envase, el transporte, devolución, limpieza y vuelta a poner en el supermercado con todas las garantías de seguridad alimentaria?

2 El uso de plástico reciclado en contacto con alimentos.

3 Cómo comunicar al ciudadano de forma efectiva en una época en la que hay exceso de información y de fake news.

Begoña de Benito (Ecoembes): Hay dos maneras de mejorar una tasa de reciclado o de recogida separada: una es hacer crecer el numerador -recojo más y recicló más- y otra es reducir el denominador -generar menos y generar mejor-. Y es mucho más barato conseguir los objetivos enormes que nos plantea Europa trabajando en el denominador que trabajando en el numerador. El gran reto es trabajar en el denominador, en las mejoras de ecodiseño, la reutilización y la prevención. Esto es lo mejor para el medioambiente y también desde un punto de vista económico.

© Rosa Galende