



La hoja de ruta para el 2025

Este es un año clave para cumplir con los objetivos que marca la normativa para el 2025 en torno a la circularidad de los envases. Las empresas tienen que hacer frente a una nueva RAP de comerciales e industriales, al marcado de envases, así como a objetivos de reutilización, reducción de peso del envase, introducción de material reciclado en él, etc. Todo ello pendientes de que se apruebe, además, el Reglamento Europeo de envases y residuos de envases. Directivos de Ecoembes, El Corte Inglés, Idilia Foods, Nau-terra, Persán y Suntory nos cuentan sus avances.

ROSA GALENDE C84
rgalende@aecoc.es

Cinta Bosch: Las empresas están inmersas en un proceso de transformación hacia la economía circular. En este ámbito, ¿cuáles son las principales líneas de trabajo y las prioridades de vuestras compañías para este 2024?

Francisco Núñez (El Corte Inglés): Estamos trabajando fundamentalmente en adaptarnos al tsunami regulatorio que impacta al sector. Desde hace unos años, son muchas las leyes que nos afectan desde el punto de vista operativo, de instalaciones, procesos administrativos... con algunas obligaciones realmente complejas. Entre la nueva regulación que nos afecta está el CBAM -mecanismo de ajuste en frontera del carbono-, el nuevo reglamento europeo de pilas y baterías y todo lo referente a deforestación, CSRD -directiva sobre información corporativa en materia de sostenibilidad- y taxonomía, que consumen muchos recursos.

También estamos trabajando en temas de circularidad, como la obtención del certificado de residuo cero, que se basa en el principio de que todo residuo que se genera se gestiona y todo lo que se gestiona se valoriza. Tenemos ya certificadas todas las plataformas y grandes centros comerciales, y una gran parte de los pequeños, lo que supone más del 90% de los residuos que se generan en el centro comercial. Además, estamos gestionando prácticamente el 100% de los envases comerciales: unas 30.000 toneladas de residuos de papel y cartón y alrededor de 2.000 toneladas de plástico. Asimismo, desde 2017 contamos con un plan específico de *packaging* sostenible, con el objetivo de reducir el uso de plástico.


Cristina González (Persán): En Persán los temas de economía circu-

LOS PARTICIPANTES

Ordenados de izda. a dcha. según su posición en la foto superior.

- ❖ **EOEMBES** - Begoña de Benito.
Directora de Relaciones Externas.
 - ❖ **EL CORTE INGLÉS** - Francisco Núñez. Director de Medioambiente.
 - ❖ **AECOC** - Cinta Bosch. Gerente Sostenibilidad. Moderadora del debate.
 - ❖ **IDILIA FOODS** - Marta Colomer. Directora de Sostenibilidad y Asuntos Públicos.
 - ❖ **SUNTORY** - Carmen Gueembe. Directora de Sostenibilidad y Comunicación.
 - ❖ **NAUTERRA** - Esther García. Técnico en Sostenibilidad.
 - ❖ **PERSÁN** - Cristina González. Directora de Sostenibilidad.

lar los abordamos desde dos puntos de vista: desde el producto y desde nuestras propias operaciones.

En producto abordamos la circularidad a través de su ciclo de vida completo: diseño, fabrica- 

FRANCISCO NÚÑEZ Director de Medio Ambiente de El Corte Inglés

“Gestionamos prácticamente el 100% de los envases comerciales: más de 30.000 toneladas de residuos de papel y cartón y 2.000 toneladas de plástico”.

“Los centros comerciales no están preparados para poder trabajar los cierres de ciclo. Habrá que buscar un sistema alternativo”.

“Cuesta cambiar las barquetas de plástico por cuestiones sanitarias, de visibilidad del producto o de coste. Las barquetas de bagazo y de caña de azúcar funcionan bien, pero su precio se multiplica por 10, por 15 o por 20”.



ción, uso y gestión final. Respetando siempre la funcionalidad y desempeño del producto, fomentamos el eco-diseño desde el inicio, optimizamos los envases y hacemos uso de materiales reciclables y reciclados.

Desde el punto de vista de nuestras operaciones, nos centramos en la maximización de nuestros recursos clave: energía, agua y residuos. Esto lo estamos haciendo a través de la reducción de la huella de carbono, la optimización del agua de nuestros procesos y apostando por la revalorización de los residuos que generamos.

Hemos puesto en marcha un Plan Director ESG (Medioambiente, Social y Gobernanza) que integra y propone planes de acción a todos los departamentos de la compañía. Si nos centramos en envases, como ejemplos podemos mencionar los acuerdos con nuestros proveedores para que toda la merma de cartón sea recogida y reintroducida de nuevo en sus procesos, o la reutilización de los contenedores de envases que usamos, ya sea cartón, metal o plástico.

Este año nos hemos propuesto adaptar todos los envases incluidos en nuestro ‘*master plan*’ para que técnicamente sean reciclables o utilicen material reciclado, que no es fácil porque es un material que se añade a los actuales, y no todas las maquinarias están preparadas.

En 2024, otras de nuestras prioridades en materia de envase son seguir con el plan de homologación técnica de introducción del 100% de reciclado de los envases, hacer una sustitución completa de tarrinas de plástico por cajas de cartón para el detergente en cápsulas y poner en marcha nuevas estructuras que posibiliten el reciclado de los materiales flexibles.

Marta Colomer (Idilia Foods): La circularidad de los envases es uno de los retos más grandes dentro de nuestra estrategia ‘Personas, Planeta y Sociedad’. Nuestro objetivo es reducir los envases siempre que sea posible, utilizar materiales reciclables y abordar también la reutilización, consiguiendo que muchos envases no se conviertan en residuo. Por ejemplo, hemos cambiado el bote de ColaCao por un plástico que en España es más fácilmente segregable y reciclable, contribuyendo a la mejora de la tasa de reciclado de

los plásticos y ayudando a obtener plástico reciclado de mejor calidad.

En el capítulo de reducir la clave está en cómo hacerlo sin comprometer la seguridad alimentaria. En el ColaCao hemos conseguido reducir de forma importante el plástico con bolsas de *refill*, que para una misma cantidad de producto utilizan aproximadamente un 85% menos de plástico que un bote rígido. El 50% de nuestros clientes ya compra estos formatos *refill*.

No obstante, el material número uno para nosotros en peso es el vidrio del vaso de Nocilla, ya que el 60% de nuestros envases son de vidrio. En este caso, en el último año gracias a un proyecto de innovación conjunto con uno de nuestros proveedores, hemos conseguido reducir un 20% el peso del vidrio del vaso más grande de Nocilla.

Carmen Guembe (Suntory): Suntory es una compañía japonesa que mira a medio y largo plazo, y trabaja sobre 3 pilares de sostenibilidad: agua, emisiones y circularidad.

En circularidad el marco legislativo está sometiendo a las empresas a una gran presión, con legislaciones



ESTHER GARCÍA Técnico en Sostenibilidad de Nauterra

“Hemos cerrado 2023 con un 97% de valorización de todos nuestros residuos. Y reaprovechamos todo el desperdicio de la producción de nuestras conservas”.

“Con el diseño del ‘Vuelca Fácil®’, que es un 24% más ligero, dimos completamente la vuelta a la lata tradicional de conservas. La menor utilización de material, junto a una disminución de 15 g de aceite por lata, ha permitido además una reducción de hasta el 35% del impacto sobre el calentamiento global con respecto a los formatos tradicionales”.

“Hablamos mucho de plástico, pero el resto de materiales, como latas de acero o envases de vidrio, también tienen muchos retos de incorporación de material reciclado”.

europas, nacionales y de las comunidades autónomas. Tenemos la Ley de Residuos, el Real Decreto de envases y embalajes, el impuesto al plástico... y ahora nos viene el Reglamento europeo.

En Suntory trabajamos sobre la base de las 3Rs: reducir, reutilizar y reciclar. Todo el *packaging* primario ya es reciclable en todas las marcas y el año que viene lo será también el secundario y el terciario. De nuestras dos marcas más importantes, Schweppes ya tiene todo el PET reciclado y La Casera lo tendrá este año, con lo cual más del 75% del PET utilizado va ser reciclado.

Asimismo, los tapones de nuestros envases van unidos a las botellas, como exige el marco legislativo, y nuestro material en el punto de venta a finales de este año será 100% reciclable. También hemos eliminado las anillas plásticas y las hemos sustituido por cartón. Por otra parte, en la hostelería el reutilizable es el envase más utilizado. El objetivo es incrementar ese parque de reutilizable y reducir los envases plásticos y las latas.

Esther García (Nauterra): La principal materia prima de Nauterra es

el atún, que viene de los océanos, por lo que es nuestro deber promover prácticas de sostenibilidad, impulsando la economía circular, reduciendo emisiones y poniendo en el mercado productos que consideren todas estas variables de sostenibilidad. Y todo ello lo enmarcamos dentro de una estrategia de compromiso responsable que adoptamos en 2019. Nos hemos fijado 21 objetivos de mejora, a cumplir en 2025, que se estructuran en 3 áreas clave: océanos, medioambiente y personas. Y es precisamente en circularidad donde más avances hemos hecho en este periodo.

En 2017 lanzamos el proyecto ‘Calvo Residuo Cero’ -hoy ‘Nauterra Residuo Cero’- con el objetivo de valorizar el 100% de los residuos en nuestras fábricas y oficinas, eliminar el material de un solo uso, con especial foco en los plásticos. Partíamos de un 57% a nivel global y cerramos 2023 con un 97% de valorización de todos nuestros residuos. De hecho, 4 de nuestras 5 fábricas están certificadas con residuo cero.

Begoña de Benito (Ecoembes): En Ecoembes aspiramos a un futuro sin residuos que tenga un impacto positivo en la vida de las personas y el

medioambiente. Este es el propósito sobre el que hemos construido toda nuestra estrategia.

Ante el tsunami legislativo, estamos en un momento de transformación radical de nuestro modelo de producción y consumo. El reciclaje, que ha sido nuestro ADN durante los últimos 26 años, se está convirtiendo en una *commodity*. Lo relevante de la regulación que está por venir no son tanto los objetivos -que son muy ambiciosos- sino cómo alcanzarlos. Tenemos que reducir la cantidad de envases que ponemos en el mercado y esos envases tienen que ser 100% reciclables, contener material reciclado y reciclarse en condiciones de eficiencia y calidad para poder reintroducirlos en el mercado. Por tanto, estamos cambiando el modelo de producción y también el modelo de gestión de residuos, y ese es un reto enorme, porque además nosotros estamos en el centro de un ecosistema de colaboración en el que están las empresas -que ponen los envases en el mercado-, la administración pública -que gestiona los residuos- y el ciudadano -que tiene un rol fundamental para activar toda la rueda del reciclaje y para decidir qué productos compra o no compra en función de su impacto ■ ■ ■

BEGOÑA DE BENITO

Directora de Relaciones Externas de Ecoembes

“Queremos ofrecer una solución integral, experta y de calidad para las empresas. Ayudarles a gestionar los envases comerciales e industriales, como ya hacemos con los domésticos”.

“Los datos nos dicen que el reciclaje es el hábito medioambiental más asentado en el ciudadano: 4 de cada 5 ciudadanos separa sus residuos”.

“Estamos en un momento muy retador, en el que queremos ser capaces de dar respuesta a nuestras casi 16.000 compañías que tienen esos retos y nuestra obligación es estar ahí ayudándolas a cumplirlos”.



ambiental-. Estamos en un momento muy retador, en el que queremos ser capaces de dar respuesta a nuestras casi 16.000 compañías que tienen esos retos y nuestra obligación es estar ahí ayudándolas a cumplirlos.

Reducción de envases, reciclabilidad y reutilización

Cinta Bosch: En última instancia la normativa trata de reducir la generación de residuos y que los que haya sean más fáciles de reciclar. ¿Cómo lo estáis haciendo?

Marta Colomer (Idilia Foods): En Idilia Foods estamos utilizando cerca del 60% del cartón reciclado, y esforzándonos cada día en superar esta ratio. Y en plástico y en cristal sigue habiendo oportunidades. Las bebidas tienen que utilizar rPET, por eso nos preocupa que no haya suficiente rPET en el mercado para el resto de productos y que ningún otro plástico esté homologado para contacto alimentario. El reciclado químico, podría ser una solución cuando la legislación lo permita. De momento, seguimos trabajando para hacer envases más ligeros e incluso eliminarlos cuando es posible.

Cristina González (Persán): Nosotros tenemos la peculiaridad de que podemos actuar sobre el producto en sí mismo para reducir el *packaging* utilizado. La concentración de producto ha sido siempre una de nuestras grandes líneas de actuación. En este sentido, los detergentes han experimentado una gran evolución, pasando de 150 ml o 120 ml por lavado a 13 ml por lavado. Esto nos permite reducir el envase y mejorar el rendimiento ambiental, mientras que conseguimos mantener el desempeño del producto final.

Trabajamos también en la reducción del peso de la botella o el gramaje del cartón, aunque esto tiene un límite, porque la característica esencial de un envase es que sea funcional. Otra línea de actuación es tratar de eliminar los elementos secundarios, como los dosificadores, promoviendo que el consumidor los reutilice. Asimismo, hemos reducido al máximo las asas de los cartones de detergente. En términos de reciclabilidad, invertimos en envases de tipo monomaterial puesto que estos favorecen un proceso de reciclado más ágil. En este sentido, estamos poniendo especial foco en los envases flexibles, ya que son más complejos al requerir ser multicapa para mantener sus propiedades.

Por otra parte, sería deseable una armonización de la legislación sobre reciclabilidad, porque los criterios no son los mismos en toda Europa, y esto es clave para garantizar la escalabilidad.

Carmen Guembe (Suntory): Nosotros tenemos la ambición de ir reduciendo las botellas de un solo uso. Con ese fin en hostelería estamos cambiando los envases de plástico por vidrio retornable, que no siempre es fácil. Y estamos revisando de nuevo el embalaje secundario y terciario superfluo para eliminarlo.

Asimismo, los equipos de I+D y de *supply* están haciendo pruebas constantemente para reducir el peso del envase y encontrar la solución más adecuada, porque cambiar un plástico virgen por rPET no es fácil. No sirve la misma máquina; hay que hacer adaptaciones y eso lleva tiempo, algo que no siempre tiene en cuenta quien dicta la norma. Este es un gran reto para las grandes empresas y un desafío enorme para las pequeñas y medianas compañías.

Esther García (Nauterra): En Nauterra el plástico supone solo el 3% de todos los materiales. Utilizamos



CARMEN GUEMBE

Directora de Sostenibilidad y Comunicación de Suntory

“Todo nuestro *packaging* primario ya es reciclable en todas las marcas y el año que viene lo será también el secundario y el terciario. Y en hostelería ponemos el foco en incrementar el parque de envases reutilizables”.

“Todo el *packaging* de la marca Schweppes ya es reciclado y el de La Casera lo será este año, con lo cual más del 75% del PET utilizado será reciclado”.

“Solos no podemos completar el círculo: hace falta muchísima información al consumidor, hacer esfuerzos sectoriales conjuntos y avanzar también junto con la administración”.

fundamentalmente acero, aluminio y papel cartón, más fáciles de reciclar y con posibilidades altas de incorporar material reciclado. Además, los formatos que se utilizan para las conservas están muy optimizados y estandarizados.

Nuestra gran aliada para reducir envase es siempre la innovación. Lo que hicimos con el diseño del ‘Vuelca Fácil®’ fue un ejercicio de repensar totalmente el producto. Le dimos la vuelta a la lata tradicional de conservas de los años 60, consiguiendo un envase un 24% más ligero y una reducción del 35% en el impacto climático del producto. Por otro lado, tenemos dos objetivos a 2025 relacionados directamente con la circularidad de los materiales que utilizamos. El primero es conseguir un 95% de material reciclable y en 2023 conseguimos superar ya el 99%. El segundo, que al menos el 85% de los materiales utilizados en la producción sean de origen reciclado o esté certificado su origen sostenible. Y aquí nuestro avance a cierre de 2023 es de un 48%, y estamos trabajando para poder incrementar este porcentaje.

Cinta Bosch: ¿Cómo estáis avanzando en reutilización en El Corte Inglés?

Francisco Núñez (El Corte Inglés): La estrategia de reutilización de la marca propia se trabaja con los proveedores, pero hemos de tener en cuenta que nuestras marcas propias no tienen un peso tan grande en comparación con otros operadores.

Donde sí tenemos mucha capacidad de acción es en los envases de los procesos de venta o en los procesos logísticos internos, donde trabajamos para reducir pesos, incrementar reutilización... Por ejemplo, las perchas que acompañan la mercancía, desde el fabricante hasta nuestros almacenes, se reclasifican en un proceso interno y se introducen en un circuito de reventa a través de un valorizador-separador.

En cuanto a los envases que acompañan a la venta, como las bolsas de transporte de mercancía, se mejoró su calidad, la certificación y se le puso un valor, porque si el coste es cero, la demanda es infinita; le hemos puesto un valor y la demanda se ha reducido un tercio.

Otras acciones, como cambiar ciertos envases de plástico, como las barquetas, cuesta un poco más por cuestiones sanitarias, de visibilidad del producto o de coste. Las de ba-

gazo, caña de azúcar o similares funcionan bien, pero los precios se multiplican por 10, por 15 o por 20.

En El Corte Inglés buscamos también compromisos de tipo interno. Por ejemplo, los productos financieros -un préstamo, unos bonos, una emisión cualquiera- se ligan a un KPI (objetivo) específico de reducción y toda la empresa se enfoca en alcanzarlo, desde la Dirección al resto de equipos.

Begoña de Benito (Ecoembes): Desde 1997 en Ecoembes, a través de los planes empresariales de prevención, hemos sido testigos de los avances de las empresas. En estos años se han tomado más de 60.000 medidas de sostenibilidad y el peso de los envases se ha reducido alrededor del 19%, pero los últimos 2 o 3 años estamos prácticamente planos en esa reducción de peso. Esto significa que los envases están ya muy optimizados y que, más allá de seguir trabajando en reducir o eliminar elementos superfluos -que todavía los hay-, hay que trabajar en reciclabilidad y reutilización.

Si vamos a envases reutilizables tendremos que utilizar más material, porque ese envase tiene que aguantar otro tipo de logística y

CRISTINA GONZÁLEZ Directora de Sostenibilidad de Persán

“En producto abordamos la circularidad a través de su ciclo de vida completo: diseño, fabricación, uso y gestión final. Respetando siempre la funcionalidad y desempeño del producto, fomentamos el ecodiseño desde el inicio, optimizamos los envases y hacemos uso de materiales reciclables y reciclados”.

“En 2024 nuestras prioridades en materia de envase son seguir con el plan de homologación técnica de introducción del 100% de reciclado de los envases, hacer una sustitución completa de tarrinas de plástico por cajas de cartón para el detergente en cápsulas y poner en marcha nuevas estructuras que posibiliten el reciclado de los materiales flexibles”.

“La armonización de la normativa sobre reciclabilidad es un gran desafío, porque los criterios no son los mismos en toda Europa y esto es clave para garantizar la escalabilidad”.



sentan problemas en los procesos de selección y reciclaje deberán pagar más, según recoge la normativa europea.

- El **Pack-CD**, que realiza un diagnóstico del envase e identifica puntos de dolor para identificar oportunidades de mejora en el plano ambiental.
- **TheCircularCampus**, nuestro espacio de conocimiento y formación en materia de economía circular y envases.

Carmen Guembe (Suntory): La reutilización es uno de los caminos por los que apostamos en Suntory, que no está exento de dificultades e interrogantes. En el caso de hostelería, el cambio es más fácil, pero la ley introduce una obligatoriedad de marcaje, para el 1 de enero de 2025, de los envases reutilizables y de las cajas que llevan esos envases, con un logo que todavía desconocemos. ¿Cómo se marcan miles y miles de cajas que están ya en el circuito y regresan a la fábrica? Es complejo, pero se encontrarán soluciones.

En el canal retail la ley obliga a las grandes superficies, en función del tamaño, a tener una serie de refe-

rencias de bebidas reutilizables, pero no sabemos cómo se hace eso. En este caso la responsabilidad es de la distribución, pero evidentemente tenemos que trabajar de la mano para resolver y para montar un SIRAP -Sistema Individual de Responsabilidad Ampliada-, que a día de hoy no existe. Y pronto vendrá el Reglamento europeo que también exige un 10% para el 2030. Así que estamos con el pie en el acelerador, para ver cómo ayudamos.

Francisco Núñez (El Corte Inglés): Para una empresa como la nuestra, que trabaja con miles de productos y vende cientos de miles de productos diferentes, montar circuitos específicos de cierre de ciclo con proveedores es impensable. ¿Dónde podemos trabajar nosotros? Podríamos crear circuitos internos de productos que sean homogéneos, pero los centros comerciales no están preparados para poder trabajar los cierres de ciclo y habrá que buscar sistemas alternativos.

Nosotros podríamos cumplir los criterios que nos exige la ley con los envases que ponemos nosotros a la venta. Con los proveedores habrá que buscar algún tipo de colaboración específica para cierto tipo de

de presiones. La reutilización, conceptualmente, es mejor y siempre está por delante en la jerarquía de residuos, pero según para qué. Lo importante es el análisis de ciclo de vida.

El concepto de reciclabilidad del que hablaba Cristina es muy importante, porque el Reglamento europeo establece que va a estar prohibida la venta de los envases que no sean al menos un 70% reciclables. Porque puede haber envases que son reciclables aquí y no en Francia, o viceversa. Por tanto, se va a trabajar en esa definición de reciclabilidad y habrá que cumplirla si queremos vender productos envasados.

Cinta Bosch: ¿Cómo ayudáis a las empresas en sus objetivos de mejorar la circularidad de los envases?

Begoña de Benito (Ecoembes): Desde Ecoembes ponemos al servicio de las empresas varias herramientas, entre las que destacan 3:

- Un sistema de **ecomodulación**, porque los envases que tienen un mayor impacto ambiental o pre-

MARTA COLOMER Directora de Sostenibilidad y Asuntos públicos de Idilia Foods



“Hoy la mitad del ColaCao que se vende va en bolsas de *refill* que utilizan 15 gramos de plástico frente a los 100 gramos que utiliza el bote”.

“Nos parece paradójico que la definición de reutilización no considere reutilizables nuestros envases de Nocilla, cuando en el 85% de los hogares españoles los tienen en su vajilla”.

“Cada vez estoy más convencida de que la sostenibilidad es paracompetitiva: o nos ponemos todos o no vamos a llegar”.

producto, y si pudiera ser de envases homogéneos, mejor.

Begoña de Benito (Ecoembes):

Para mí la reutilización es el gran reto. El objetivo para 2025 sería tener cinco referencias homogéneas y reutilizables en el mercado, y creo que es realmente complejo.

Tenemos que mirar al Reglamento europeo y sentarnos los sectores para ver cómo podemos cumplir ese objetivo y el resto. Debemos tener una visión amplia y conjunta de sector, porque lo que haga una sola empresa de forma individual pasa desapercibido. Tenemos que hacer de la reutilización algo que perciba el ciudadano y algo que perciba la administración como un paso adelante de los sectores y que de verdad podamos poner en valor.

Cristina González (Persán): Sin duda, la colaboración es fundamental para avanzar. Necesitamos también infraestructuras y que la sociedad esté concienciada. De nada vale que los envases sean reutilizables o reciclables si luego no se reutilizan o reciclan.

Marta Colomer (Idilia): Cuando los objetivos de reutilización son tan

importantes, nos parece paradójico que la definición de reutilización no considere reutilizables nuestros envases de Nocilla, cuando en el 85% de los hogares españoles los tienen en su vajilla.

Carmen Guembe (Suntory): En Suntory tenemos un ejemplo similar. Estamos haciendo una edición especial de las antiguas botellas de La Casera -con tapón mecánico-, con motivo de su 75 aniversario. Se trata de una botella de vidrio 100% reciclable, que no se considera reutilizable. Pero la gente se las queda para utilizarlas, porque son decorativas y entrañables, nunca vuelven al entorno.

El SDDR -Sistema de Depósito, Devolución y Retorno- Cinta Bosch: La reutilización, el SDDR ligado a envases de un solo uso y el etiquetado son temas transversales para todos vosotros. ¿Cómo abordáis el SDDR?

Begoña de Benito (Ecoembes): El SDDR es uno de los medios para conseguir unos objetivos, aunque no se ha demostrado que los cumpla. Para nosotros lo que es incuestionable es el cumplimiento de objetivos. Es nuestra razón de ser, y lo haremos con el sistema que demuestre ser más eficaz.

Los objetivos que está estableciendo Europa son tremendamente ambiciosos y muy difíciles de alcanzar con un modelo voluntario como el que hoy tenemos, especialmente si no hay nadie que vele por que los residuos se depositen en los contenedores adecuados. En Bélgica tienen un modelo parecido al nuestro, pero la diferencia es la obligatoriedad.

Carmen Guembe (Suntory): En este punto es fundamental que nos organicemos y vayamos todos juntos. No tiene sentido ninguno que cada uno de nosotros esté pensando en montar su propio SDDR, ni que cada comunidad autónoma quiera montar el suyo, porque no es una forma eficiente de trabajar.

Francisco Núñez (El Corte Inglés): La principal afectada por el sistema SDDR va a ser la distribución, porque parece que deban ser los centros comerciales los que tienen que poner las máquinas de clasificación y recogida física. Y esto nos preocupa. Cada máquina de clasificación de envases cuesta 30.000 euros. Si multiplicamos esto por 200 y tenemos en cuenta además su mantenimiento, las ubicaciones, la gestión y las servidumbres que generan, el coste ■ ■ ■

de este sistema es muy elevado. Se habla mucho de la responsabilidad ampliada del productor -RAP-, pero esta medida está gravando al comercio. Supone asumir la mayor parte del trabajo y del coste a un actor que, aunque necesario, es secundario en la RAP. Quizás este sistema de depósito, devolución y retorno debería estar ubicado en espacios públicos, para que cualquiera pueda acceder a su recuperación de pago.

RAP en residuos comerciales e industriales

Cinta Bosch: La ampliación de la RAP -responsabilidad ampliada del productor- a envases comerciales e industriales introduce nuevos retos. ¿Qué estáis haciendo en Ecoembes?

Begoña de Benito (Ecoembes): Queremos ofrecer una solución integral, experta y de calidad para las empresas. Ayudarles a gestionar los envases comerciales e industriales como ya hacemos con los domésticos.

- **En comerciales,** dado que hay similitudes y sinergias con el envase doméstico, pero también diferencias, hemos creado Ecoembes Comerciales, en forma de asociación. Esperamos estar perfectamente preparados para el 1 de enero de 2025, cuando empieza esta obligación para las empresas.
- **En industriales** no existen sinergias con los envases comerciales y domésticos, por lo que daremos respuesta a las empresas a través de un convenio de colaboración con otros SCRAPs autorizados para envases industriales, de tal manera que una empresa solucione todas sus responsabilidades de envases con nosotros.

Cristina González (Persán): Nosotros estamos adheridos al SCRAP de Ecoembes Comerciales, que está haciendo una gran labor para poner de acuerdo a todos los actores implicados. Asimismo, trabajamos para que la gestión interna de la empresa sea lo más eficiente y digital posible, contabilizando todos los envases secundarios de la misma forma que hacemos con los primarios.

Francisco Núñez (El Corte Inglés): Nosotros contamos con un sistema con trazabilidad verificado por un tercero, con un sistema transparente gestionado a través de una aplicación donde se lleva todo el flujo, de inicio a fin, de todos los envases comerciales que hay en la cadena de los que actuamos como poseedores, tanto de los que ponemos nosotros en el mercado como de gran parte de lo que nos dan nuestros proveedores en las entregas de mercancía. Lo tenemos todo certificado y prácticamente el 99,5% del total gestionado.

Evidentemente, entendemos que debemos buscar algún tipo de colaboración, donde estemos confortables tanto proveedores como distribución para que los costes no se nos disparen, cuando ya estamos haciendo el trabajo más importante, que es la entrega trazada y gestionada de todos los residuos a los procesos de valorización. Gestionamos unas 30.000 toneladas de papel y cartón y unas 2.000 toneladas de plástico, que es 6, 7 u 8 veces lo que ponemos en el mercado. Eso quiere decir que hay algo que se está haciendo bien.

Esther García (Nauterra): Nosotros participamos en los planes de prevención de Ecoembes desde hace muchos años, por lo que toda esa recopilación de información sobre el envase comercial ya la teníamos hecha, y nos han sido muy útiles los informes que se generan automáticamente desde el software para luego reportar al registro de productores. Tenemos también una pequeña cantidad de envase industrial que nos llega directamente de nuestra conservera, no de nuestra comercializadora, y ahí sí que hemos tenido que

hacer el ejercicio desde cero de buscar la información. Ahora tenemos que elegir un SCRAP de industriales al que adherirnos y evaluar el impacto económico de todo esto.

Marta Colomer (Idilia): Nosotros somos socios de Ecoembes desde su creación, una entidad que está haciendo muy buen trabajo en materia de reciclaje.

Carmen Guembe (Suntory): Nosotros estamos atentos a los avances que está haciendo Ecoembes en la parte de envases comerciales, planificando e intentando ver qué impacto en costes va a tener. Dentro de la RAP tenemos muchas dudas, como el porcentaje que tenemos que pagar para la limpieza de los residuos en parques. A través de Anfabra y Ecoembes estamos totalmente informados de los avances.

Disponibilidad de material reciclado

Cinta Bosch: Hay importantes dificultades para encontrar material reciclado en el mercado. ¿Cómo hacéis frente a esta situación?

Cristina González (Persán): La disponibilidad de material reciclado en Europa hoy oscila entre el 20% y el 30% de todo el PET. Si algunas empresas en lugar de ponerle un 25% ponemos un 50% o un 70%, porque queremos avanzar más rápido, para otras no habrá material. Por eso decimos que la legislación no va acorde con la realidad que vivimos. Aquí el cuello de botella no es la infraestructura, sino el proceso.

Por otra parte, no existe un programa de financiación que vaya acorde con la ley y nos ayude a fabricantes y distribuidores a realizar las inversiones tan elevadas en maquinaria que tenemos que afrontar, y sería muy deseable que lo hubiera.

Cabe destacar que vamos a dos velocidades distintas en España -donde ya tenemos el Real Decreto de 2022- y en Europa -con un Reglamento europeo que llegará a final de año-. Nos preocupa que empecemos a aplicar procesos que luego tengamos que cambiar.



Marta Colomer (Idilia): Desde mi punto de vista, la circularidad precisa del compromiso de toda la cadena. Creo que todos los agentes que formamos parte de ella debemos imprimir velocidad en esta transición.

Begoña de Benito (Ecoembes): Para disponer de más material reciclado lo primero que necesitamos es que el material se separe. Por tanto, la primera pieza es el ciudadano, que tiene que separar en su casa y es algo en lo que llevamos concienciándolo más de 25 años. Tenemos material para cumplir los objetivos de rPET. Otra cosa es cómo funciona el mercado de material reciclado en España, ya que el reciclador puede venderlo en otro país y viceversa. El mercado es abierto y libre.

Necesitamos un incentivo económico para el material reciclado, de modo que favorezca la demanda entre las empresas. Las empresas cumplirán los objetivos, por supuesto. Pero en ese coste está que vayan más allá de lo exigido o no.

Carmen Guembe (Suntory): Las empresas cumpliremos los objetivos, pero mientras la demanda sea mayor que la oferta, el coste se en-

carece. Hay empresas que ante esta circunstancia se pueden plantear buscar material en lugares lejanos, en contra del propio concepto medioambiental. Si tienes que recurrir a comprar envases reciclados en el mercado asiático, ¿qué sentido tiene todo el esfuerzo que estamos haciendo por la circularidad?

Sobre el etiquetado y la comunicación al consumidor
Cinta Bosch: ¿Qué podemos hacer para que el consumidor contribuya y juegue su rol dentro de la cadena de valor?

Marta Colomer (Idilia Foods): Cada vez estoy más convencida de que la sostenibilidad es paracompetitiva, que es una cosa de todos.

Carmen Guembe (Suntory): A pesar de todos los esfuerzos de la industria, todavía muchos consumidores no saben por qué unimos el tapón a la botella. Hay que hacer más pedagogía.

Begoña de Benito (Ecoembes): En cuestiones como el tapón adherido, que supone un reto sectorial, sería importante que el sector uniera fuerzas para hacer campañas conjuntas de información al consumi-

dor. Es un ámbito más donde la colaboración es crucial.

Marta Colomer (Idilia Foods): La circularidad somos todos. Si no nos ponemos a trabajar conjuntamente, no vamos a conseguir los objetivos.

Cristina González (Persán): Los símbolos en las etiquetas ayudan de forma gráfica a trasladar información al consumidor. También podemos aportar información en etiquetas digitales, de manera que a través del móvil pueda acceder a esa información. De esta forma evitaríamos los obsoletos que genera cada cambio de legislación.

Carmen Guembe (Suntory): Tocar la etiqueta requiere tiempo y tiene un coste, porque hay que cambiar los cilindros, rediseñar la etiqueta, reajustar los espacios... Nosotros estamos utilizando los pictogramas de AECOC pero, por ejemplo, en el caso del reusable hay una exigencia de ponerlo el 1 de enero de 2025. Hay que informar de su reutilización y también colocar algo que identifique al SIRAP -Sistema Individual de Responsabilidad Ampliada-. En este asunto, el sector de las bebidas refrescantes ha solicitado ayuda a Ecoembes para diseñar un





logo que podamos aplicar todos. Pero hay que identificar también las cajas y los contenedores de las botellas de retornables. Cuando tienes miles de cajas en circulación, ¿cómo se consigue incorporar en ellas el logo antes del 2025?

Esther García (Nauterra): Nosotros llevamos años utilizando el símbolo de Ecoembes, pero en 2023, a través de diversos *focus groups*, vimos que seguía resultando un poco confuso para el consumidor y lo que hemos hecho es ponerlo mucho más grande, darle mucho más espacio, hacerlo más gráfico. Dibujamos el envase, la lata con su tapa y el cartoncillo, para explicar dónde va cada cosa. Además, el mensaje de separar para reciclar lo hemos puesto arriba para incitar un poco más a la acción, a ver si eso nos ayuda.

Francisco Núñez (El Corte Inglés): El etiquetado y la información a veces es difícil de comprender para el usuario. En general, esta información la lee quien está directamente concernido o el que está interesado. Y si te concierne fundamentalmente es por temas de salud.

Mucha gente desconoce lo que tiene que hacer, y no es de ayuda crear muchos sistemas diferentes, porque al final hacemos que reciclar sea complejo. En las casas necesitamos separador de vidrio, de orgánico, de papel y cartón, de plástico, de restos... Son 5 o 6 contenedores diferentes, y eso requiere espacio. Conseguir que la gente separe es difícil y que lo hagan con calidad, todavía más.

Begoña de Benito (Ecoembes): Los datos nos dicen que el reciclaje es el hábito medioambiental más asentado en el ciudadano: 4 de cada 5 ciudadanos separa sus residuos casi siempre. No siempre lo hacen, ni siempre lo hacen bien, pero la sensibilidad existe. En general, el hábito de reciclaje está bastante asentado y el paso que hay que dar es evolucionar hacia un modelo de pago por generación como el que tienen en Bélgica: se paga más o menos en función de lo que se genere y de lo bien o mal que se gestionen los residuos generados.

Un mensaje de cierre

Cinta Bosch: Para concluir, un último mensaje.

Esther García (Nauterra): En Nauterra seguimos trabajando para eco-diseñar nuestros envases teniendo en cuenta todo su ciclo de vida, minimizando los materiales empleados y haciéndolos cada vez más reciclables.

Carmen Guembe (Suntory): La sostenibilidad forma parte de la cultura de Suntory. Somos 1.000 empleados y creemos que somos 1.000 embajadores de todo esto.

Marta Colomer (Idilia Foods): La circularidad somos todos. Si no nos ponemos a trabajar conjuntamente, no vamos a conseguir los objetivos.

Cristina González (Persán): Una economía lineal, como la que tenemos, es imposible en un mundo con un crecimiento exponencial y con recursos limitados. Nuestro propósito es seguir creando futuro y es imposible hacerlo sin una economía circular.

Francisco Núñez (El Corte Inglés): Los éxitos que hemos conseguido hasta ahora se han alcanzado con la colaboración con proveedores y clientes. Ese es el camino.

Begoña de Benito (Ecoembes): Las empresas están viviendo un momento de profunda transformación. Desde Ecoembes queremos acompañarlas en este proceso de cambio, que no debe dejar a nadie atrás, porque el enorme colectivo de pymes también tiene la obligación y el derecho de hacer ese camino.

© Rosa Galende

AECOC y MIOTI lanzan el "Observatorio de Tecnologías Exponenciales"



que, según José M^a Bonmatí -director general de AECOC-, trata de impulsar en las empresas el uso de tecnologías como la Inteligencia Artificial (IA), con el fin de que puedan ganar eficiencia en sus negocios.

Los 4 objetivos principales de dicha colaboración, identificados por Fabiola Pérez -CEO de MIOTI- son:

- 1 Concienciar de las oportunidades que ofrecen las tecnologías emergentes.
- 2 Capacitar a los directivos de las empresas asociadas a AECOC.
- 3 Acelerar su digitalización.
- 4 Minimizar los riesgos de utilización de estas nuevas tecnologías.

AECOC se ha aliado con MIOTI Tech; Business School, la escuela líder en Data Science y nuevas tecnologías, presentan el "Observatorio de Tecnologías Exponenciales- AECOC TECH", una plataforma que tiene como objetivo ayudar a las empresas a identificar los retos, aprove-

char las oportunidades y reducir los riesgos que ofrecen las nuevas tecnologías emergentes, cada vez más presentes y necesarias en el ecosistema empresarial.

Este acuerdo se enmarca dentro del Plan Estratégico de AECOC 2024-2026

AECOC TECH
Observatorio de
Tecnologías Exponenciales **MIOTI**

Asiste a la jornada

TECNOLOGÍAS EXPONENCIALES PARA IMPULSAR TU NEGOCIO

PROGRAMA

Líderes de la Era IA: quiénes son y cómo reconocerlos

Fabiola Pérez, CEO - MIOTI

Ciberseguridad aplicada en la empresa: el caso BBVA

Alberto Rey, Global Infrastructure & IT Operations - BBVA

Compañías data-driven: casos desde Google

Noelia Esteban, Head of Consulting Sales Specialist - GOOGLE

Inteligencia Artificial: la nueva electricidad

Diego García Morate, CEO y cofundador - MINEO

Identificando oportunidades para el éxito empresarial

Participa en un ejercicio práctico para detectar oportunidades y obtener una visión global compartida.

12 de junio de 2024

Campus MIOTI
C. de Joaquín Costa, 20, Chamartín, Madrid

Descubre oportunidades de negocio y de generar valor para tus clientes.

¡INSCRÍBETE YA!



www.aecoc.es/jornadas/jornadas-de-tecnologias-exponenciales/

Para más información:
93 252 39 00 · formacion@aecoc.es · aecoc.es