Economía circular e innovación en envases

El packaging de los productos juega un rol principal en los planes de sostenibilidad del gran consumo. Eliminación, reducción, reutilización, reciclado e innovación, en el envase o el producto, son las estrategias puestas en marcha por las empresas para afrontar los retos en esta materia. Así lo quiere el consumidor y lo exige la legislación. Y así se concreta en la ambición y compromisos de empresas como Ametller Origen, Damm, Suntory, Trevijano, Valquer Laboratorios y Ecoembes. Directivos de estas compañías han participado recientemente en un debate organizado por C84, la revista de AECOC, y Ecoembes.

ROSA GALENDE C84
rgalende@aecoc.es

082-091 DEBATE Ecoembes C84_245.indd 82 29/3/22 16:10

Laura Cristóbal: ¿Cómo afrontan cada una de vuestras organizaciones la sostenibilidad y qué papel juegan en ello los envases?

Pablo Cenzano: La sensibilidad del equipo humano de Trevijano con el cuidado del medio ambiente viene de lejos. Somos gente de campo, hemos crecido rodeados de huerta y seguimos vinculados al medio rural. Desde el inicio todos nuestros productos son veganos, sin aditivos, ni conservantes. El packaging constituye para nosotros un elemento diferencial, ya que a través de su transparencia nos ayuda a trasladar al consumidor la honestidad de nuestros productos. Durante los últimos 5 o 6 años, conscientes de su impacto medioambiental, hemos trabajado para sustituir nuestra bandeja de PET por un packaging más sostenible. Un proceso que no ha sido fácil, porque además de evitar la entrada de agentes externos, el packaging debe evitar que entre humedad en el producto.

Amaya Prat Solís: El compromiso de Ametller Origen con la sostenibilidad se refleja a lo largo de toda la cadena de valor: trabajamos en agricultura sostenible y elaboramos cremas, platos de cuarta y quinta gama de caducidad corta, que cumplen con los criterios del Plan NAOS, siguiendo nuestro compromiso de promover una dieta sostenible y saludable. El packaging y la experiencia de compra son fundamentales en nuestro concepto. Desde 2019 estamos realizando una revisión completa del packaging de los productos

PARTICIPANTES

- AMETLLER ORIGEN – **Amaya Prat Solís.** Directora I+D+i & Sostenibilidad en Grup Ametller Origen
- DAMM – **Juan Antonio López.** Director de sostenibilidad
- TREVIJANO – **Pablo Cenzano.** Export manager
- SUNTORY – **Carmen Guembe.** Directora de sostenibilidad
- VALQUER LABORATORIOS – **José Luis Cerrillo.** CEO
- ECOEMBES – **Begoña de Benito.** Directora de Relaciones Externas y RSC

MODERADORA

- Laura Cristóbal – Directora general EFEAGRO

082-091 DEBATE Ecoembes C84_245.indd 83 29/3/22 16:10

envasados y de los envases secundarios, eliminando, reduciendo, impulsando la reutilización y el ecodiseño de aquellos que son imprescindibles, apostando por el plástico reciclado, el cartón de fuentes sostenibles y otros materiales sostenibles.

Nuestro gran acierto son los graneles de frutas y verduras, grandes protagonistas de la tienda con 250 referencias. En este universo hemos eliminando las bolsas de plástico y ahora solo utilizamos bolsas compostables y de papel reciclado. También favorecemos la reutilización con bolsas de rafia, ofrecemos cajas de cartón sobrantes para llevar la compra y promovemos la utilización de tuppers reutilizables en la carnicería. Hemos eliminado muchas bandejas, que se han sustituido por plástico reciclado o bien por cartón reciclado y de fuentes sostenibles... En concreto, en platos preparados hemos introducido este año el envase Halopack, de Hinojosa, que nos permite eliminar un 80% de plástico de un solo uso. Esta acción la hemos acompañado con una campaña para explicar al consumidor cómo tiene que separar el plástico y dónde tiene que tirar cada tipo de residuos. La comunicación al consumidor es fundamental para una buena gestión de los residuos de los envases.

José Luis Cerrillo: ¿Por qué en Valquer nos preocupa y dedicamos recursos al tema de la sostenibilidad? Para no trabajar solo por un patrimonio económico sino también emocional. Para dejar a nuestros hijos y a la sociedad algo más que propiedades y una cuenta bancaria.

Con ese objetivo hace cuatro años empezamos a trabajar sobre la idea de despojar al producto de todo packaging innecesario, manteniendo una calidad *premium*, llegando a cambiar no sólo el packaging sino el producto en sí mismo. Lo que hemos hecho y seguimos haciendo es desaprender. Hoy no trabajamos con patrones ya conocidos, que nos obligarían a seguir equivocándonos, sino con una mentalidad nueva. Esta forma nueva de trabajar nos ha permitido ser los primeros en elaborar champús sólidos *premium* y presentar al mercado productos tan disruptivos como nuestros geles "Shake the change", que reducen drásticamente el uso de plástico, de agua y las emisiones de CO_2.

Juan Antonio López: Como Ametller, en Damm controlamos toda la cadena de valor y procuramos trabajar con materias primas de proximidad. La principal materia prima para hacer cerveza es la cebada y, en nuestro caso, al ser una receta mediterránea, también el arroz y el lúpulo. La mayor parte la cebada utilizada en nuestra planta de Lleida procede de Huesca. También tenemos plantaciones de cebada en Albacete y Murcia, que alimentan la fábrica de Murcia. Esto nos permite tener contacto directo con el agricultor y asesorarle para hacer el mejor uso de un recurso muy importante para nosotros que es el agua, logrando reducir la huella hídrica. También tratamos de reducir la huella de carbono, optimizando la eficiencia energética de las fábricas y de nuestra red logística.

Otro ámbito de trabajo son los envases. Aunque nuestros envases de cerveza son de cristal o aluminio, hemos conseguido sustituir por cartón sostenible las anillas de plástico que agrupan los packs de cerveza y el embalaje exterior que envuelve dichos packs. Asimismo, trabajamos muy estrechamente con la restauración para realizar la logística inversa de nuestros envases: entregamos el producto y recogemos la caja de botellas de vidrio o el barril vacío.

El gran reto lo tenemos ahora en conseguir plástico rPet para nuestras botellas de agua mineral. Y lo mismo en el caso del aluminio, porque aunque la tasa de reciclado de aluminio es importante, seguimos teniendo una merma en la recuperación que hace que al final energéti-

LAS EMPRESAS PARTICIPANTES

TREVIJANO. Es una pyme situada en Mendavia, un pequeño pueblo de la ribera navarra, que comercializa platos a partir de vegetales deshidratados con una importante presencia en la gran distribución nacional. Actualmente exporta a más de 20 países.

AMETLLER ORIGEN. Empresa de alimentación catalana cuya cadena de valor está completamente integrada. Con 120 tiendas de proximidad en Cataluña y una en Andorra y fincas propias.

VALQUER LABORATORIOS. Empresa familiar nacida en 1975, que se dedicada al desarrollo, fabricación y comercialización de productos cosméticos, que ha hecho de la innovación disruptiva su seña de identidad y está presente en 65 países.

SUNTORY. Empresa familiar japonesa que cuenta con 90.000 empleados en todo el mundo. En España comercializa las marcas Schweppes, La Casera, Trina o Sunny Delight, entre otras.

DAMM. Empresa que además de cerveza produce agua mineral y refrescos, cuenta con la marca Cacaolat y está presente en la restauración con Rodilla.

ECOEMBES. Organización sin ánimo de lucro que cuida del medioambiente a través del reciclaje y el ecodiseño de los envases domésticos.

082-091 DEBATE Ecoembes C84_245.indd 84 29/3/22 16:10

BEGOÑA DE BENITO - ECOEMBES

"En Ecoembes trabajamos aguas arriba con las empresas y aguas abajo con las administraciones públicas, pero también con los ciudadanos, desarrollando herramientas y productos que ayudan a la circularidad e innovación en materia de envases".

"TheCircularCampus es una plataforma que hemos desarrollado en Ecoembes y que lanzamos el año pasado para fomentar el conocimiento, la formación, el *networking*,... Un lugar en el que las 12.600 empresas adheridas pueden formarse en economía circular y encontrarán herramientas, ideas y propuestas para fomentar la circularidad de sus envases".

"El proyecto Reciclos es quizás el que mejor refleja esa innovación disruptiva que estamos aportando al mercado. Reciclos premia a los consumidores por el reciclado de los envases, no con dinero, pero sí con recompensas sostenibles y sociales, utilizando la tecnología".

"El proyecto Naturaliza trata de introducir de forma transversal en el currículum escolar obligatorio la formación sobre medioambiente en el sistema educativo".

camente y medioambientalmente sea más caro.

Carmen Guembe: En Suntory el compromiso con la sostenibilidad se refleja en el slogan de la compañía: "Mizu To Ikiru", que significa "Vivir con el agua". El agua es el principal ingrediente de nuestros productos y para nosotros es una inspiración por su transparencia y porque supera todos los obstáculos para llegar al mar. Somos muy conscientes de que desde el momento que empieza una máquina a funcionar ya estamos tomando cosas prestadas de la naturaleza: el agua, la energía... y surge el deseo de estar en paz, al menos, con el impacto que genera nuestra actividad. Por ello la sostenibilidad tiene para nosotros cuatro pilares:

1 El producto. Hacer productos saludables, con menos azúcares.

2 El medio ambiente. Hacemos un uso eficiente y responsable del agua y trabajamos para reducir las emisiones. Aquí se incluye también toda nuestra estrategia de envases y packaging, que desde hace unos años nos estamos replanteando, porque el consumidor así lo quiere y también porque nos obliga una ley, que parece que va a ser particularmente restrictiva con los refrescos.

3 La sociedad. Hacemos marcas comprometidas y responsables. Por ejemplo, no hacemos publicidad para niños ni actividades comerciales en colegios, porque entendemos que es un target vulnerable que hay que proteger.

4 Los empleados. En España tenemos 1.000 empleados que son los principales embajadores de toda esta sostenibilidad; sin ellos sería imposible avanzar en la agenda de sostenibilidad.

Begoña de Benito: En 25 años Ecoembes ha evolucionado a la par que las empresas, aunque hasta hace relativamente poco éramos unos grandes desconocidos. Nos ocupábamos de gestionar la recogida separada de los envases, para ayudar a las empresas a cumplir la ley a través de lo que entonces se conocía como la 'ecotasa', pero hoy somos mucho más del pago del Punto Verde. Aspiramos a ser y somos un colaborador de las empresas, un aliado de la administración pública y un impulsor de la concienciación ciudadana. Representamos la colaboración público-privada en esencia. Estamos en el centro de un ecosistema colaborativo en el que la administración tiene las competencias en la gestión de los envases, las empresas que tienen la responsabilidad de la financiación y el ciudadano que tiene que colaborar en la recogida separada. Por ello, nos identificamos especialmentecon el ODS 17, que habla de alianzas para conseguir los objetivos. Porque sin alianzas no somos nada. Esta es una visión de la sostenibilidad bonita, pero compleja, porque tenemos que conseguir que empresas, administración y consumidor estén alineados en pro de unos intereses comunes que, además, vienen marcados en gran medida por la regulación.

Laura Cristóbal: En el ámbito del envase, ¿cuál es hoy el principal desafío para vuestras empresas?
Carmen Guembe: Nuestro reto es sustituir el plástico que utilizamos en los envases por rPET. De hecho, Schweppes este año será 100% rPET, La Casera el año que viene y Trina y Sunny en el 2025. En 2030 todos los envases de la compañía serán sostenibles, y para ello estamos probando distintas técnicas: PET reciclado tradicional, reciclados enzimáticos –a través del

082-091 DEBATE Ecoembes C84_245.indd 85 29/3/22 16:10

AMAYA PRAT SOLÍS – AMETLLER ORIGEN

"La comunicación al consumidor es fundamental para una buena gestión de los residuos de los envases".

"Vamos a implementar circuitos de recogida selectiva de vidrio, replicando el modelo de recogida del canal horeca y también ampliaremos esta recogida selectiva al cartón de los envases Halopack".

"Como compañía tomaremos las decisiones necesarias para realizar un desarrollo sostenible y rentable, porque si no es rentable tampoco será sostenible. Y la colaboración y la innovación en este ámbito son fundamentales".

consorcio con la compañía Carbios– y PETs de origen natural –procedentes de astillas de madera y melaza–.

El nuevo marco legislativo cambia totalmente el patrón de economía circular. Lo que hoy tenemos encima de la mesa es una guerra total al plástico. Si esto se concreta, el plástico desaparecerá en 2050. Y eso supone cambiar totalmente el modelo de la empresa. Nosotros ya tenemos la ruta definida, quizás no es perfecta –ninguna lo es–, pero es la que a nosotros nos reconforta y la que vamos a seguir.

Juan Antonio López: Lo pide el mercado y la legislación lo exige, de manera que trabajamos por conseguir botellas 50% o 100% rPET y latas de aluminio con más del 80% reciclado. Y continuamos eliminando las anillas de plástico del resto de marcas con el objetivo de que todo el portfolio elimine el plástico en los embalajes de los packs y las anillas de las latas.

Entendemos que es importante el concepto de ecoeficiencia y la circularidad, porque en la actualidad se compra aluminio que viene de fuera y lo ideal sería obtener la mayor parte del aluminio aquí, lo que supondrá un mejor coste económico y medioambiental. Por tanto, deberíamos ser capaces de retener estas materias primas, y ahí pienso que Ecoembes tiene que jugar su papel. Además, hay que tener en cuenta que en España somos exportadores de bebidas, y los envases que se van no vuelven, y ese hándicap dificulta mayores tasas de reciclado.

José Luis Cerrillo: Desde nuestro punto de vista, para atacar la problemática de los envases podemos ir por dos carreteras diferentes, que nos llevan a diferentes ritmos. Podemos intentar ir mejorando lo que ya tenemos, incorporando rPETS y demás. O podemos ir por una carretera mucho más disruptiva, cambiando totalmente la ruta. Antes teníamos un champú de 500 ml que nos llevaba a mover agua por todas las partes del mundo; ahora ese champú se ha convertido en una pastilla de 20 o 30 gramos, aniquilando totalmente el plástico y el movimiento de agua. Ahí es donde más estamos trabajando; en la reformulación de producto. Para nosotros ya no es una cuestión de plástico, es una cuestión de agua, un bien escaso. Por eso todas nuestras disrupciones se dirigen a reducir drásticamente el agua en nuestros champús, geles y resto de cosméticos.

Amaya Prat Solís: En nuestro caso, la idea principal es reducir los envases y utilizar materiales reciclables –plástico o cartón reciclado– en aquellos imprescindibles. El ecodiseño es fundamental para nosotros, eligiendo en cada caso el material más adecuado según el uso y su ciclo de vida, asegurando que se pueda reciclar o compostar en las condiciones actuales, siempre promoviendo la reutilización de envases.

También tratamos de encontrar soluciones disruptivas a los problemas. Así estamos trabajando en proyectos de innovación para cambiar el paradigma e implantar en nuestras tiendas la recogida selectiva de algunos envases. En concreto, emulando al canal horeca, vamos a implementar circuitos de recogida de vidrio en 15 de nuestras tiendas, porque es un material en el que vale la pena aumentar los ciclos de reutilización. También estamos estudiando la posibilidad de recuperar cartón o rPET en nuestros establecimientos y trabajar con la cadena de valor para que vuelvan a ser un activo. Esta es una disrupción importante porque significa un cambio de sistema.

Pablo Cenzano: Hace 6 o 7 años en Trevijano decidimos dar un paso más en nuestro compromiso con el medio ambiente cambiando nuestros packagings, en coherencia con los valores de nuestros productos, saludables y veganos, y de sus consumidores. Empezamos a investigar; visitamos plantas de reciclaje, hablamos con expertos, fuimos a ferias... y descubrimos muchos materiales y soluciones nue-

082-091 DEBATE Ecoembes C84_245.indd 86 29/3/22 16:10

JUAN ANTONIO LÓPEZ - DAMM

"El concepto de ecoeficiencia y circularidad es muy importante. En la actualidad se compra aluminio que viene de fuera y lo ideal sería tener el aluminio aquí, a un mejor coste económico y medioambiental. Por tanto, deberíamos ser capaces de retener estas materias primas".

"No sé si es la guerra o la pandemia, pero hoy no hay envases suficientes en el mercado y los que hay son caros. ¡Es una locura! Y el futuro impuesto sobre los envases de plástico puede ser un lastre para las empresas".

"Si hacemos que el canal de hostelería sea también un punto de reciclaje, habrá que solventar cómo se llega a esos puntos, porque el acceso a las ciudades tiene cada vez más restricciones".

"Pensando fuera de la caja, yo veo que en las ciudades cada vez hay más tiendas, bares y quioscos que cierran. Quizás se podrían habilitar esos espacios como puntos de recogida para facilitar economía circular".

vas, pero no todas eran viables para nuestro producto, que requiere un packaging que garantice una atmósfera protectora y que sea totalmente efectivo contra la humedad. Al final optamos por el sistema Halopack de Hinojosa, un envase que es más reciclable y nos permite reducir un 85% el plástico de nuestros envases. Esta es la solución actual, pero sabemos que este es un proceso que no ha terminado. Sabemos que la solución actual es la transición hacia algo más. Seguimos investigando, aprendiendo e implantando pequeñas mejoras. En este momento nos enfrentamos a un nuevo desafío, con toda la subida de materias primas, y es conseguir que el envase siga siendo asequible para el consumidor.

Begoña de Benito: Todo envase tiene una función: proteger el producto, garantizar la seguridad alimentaria, ponerlo al alcance de los consumidores en buenas condiciones, informar al consumidor... Y esto es algo que no podemos olvidar.

Por otra parte, como decía antes, Ecoembes trabaja para ayudar a los envasadores y productores a cumplir con los objetivos de la regulación. Esos objetivos antes se centraban en alcanzar determinadas tasas de reciclado y ahora también tenemos que alcanzar objetivos de reutilización, reducción, reciclado, recogida separada, reintroducción de material reciclado...

Para nosotros la reducción es absolutamente prioritaria, desde todos los puntos de vista: lo pide el consumidor, lo exige el legislador y económicamente es más eficiente. Como decía Carmen, estamos ante un cambio de modelo absoluto. Sin caer en el tópico de "el mejor envase es el que no existe", porque el envase a veces es necesario, estamos en un momento en el que es necesario repensar todo el proceso, todo el ciclo de vida del producto, desde su formulación, producción, logística y venta hasta ver cómo interactúa con el envase el consumidor.

En todo esto me parece fundamental no olvidar ni obviar el papel del consumidor, que es un elemento clave de la cadena de reciclado: sin él, sin su colaboración, el sistema no funcionaría. Por tanto, para que funcione mejor hay que escucharle y "ponerse en sus zapatos".

Laura Cristóbal: Habláis todos de envases más sostenibles porque el consumidor lo pide y el legislador lo exige. ¿Cómo afecta la nueva legislación a cada una de vuestras empresas y cómo le estáis dando respuesta?

Carmen Guembe: En proceso de trámite hay dos leyes que nos afectan. Por una parte, la Ley de Residuos y Envases, por otra, el Real Decreto de Envases. Entre otras medidas, las que más nos afectan son: el futuro impuesto sobre el envase de plástico, que en principio se implantará el 1 de enero de 2023, pero también hay sobre la mesa dos:

- Por un lado, en 2030 los envases plásticos se tienen que reducir a la mitad, independientemente de que sean derivados del petróleo o rPET hasta desaparición completa en 2050.

- Por otro, la obligatoriedad de que en el canal de hostelería los envases sean reutilizables al 70% en 2025. Y se está valorando que lo sean también en retail en un porcentaje del 10%. Estos objetivos y tiempos, que son en sí mismos una guerra total al plástico, nos exigen unas inversiones importantes, cambiar modelos y realmente hay muchas empresas, sobre todo las más pequeñas, que probablemente se quedarán por el camino. Es un momento realmente difícil y de replantearse todo, porque la legislación que tenemos encima de la mesa nos exige un esfuerzo enorme en muy poco tiempo.

082-091 DEBATE Ecoembes C84_245.indd 87 29/3/22 16:10

JOSÉ LUIS CERRILLO - VALQUER LABORATORIOS

"Lo que hemos hecho y seguimos haciendo es desaprender. Hoy no trabajamos con patrones ya conocidos, que nos obligarían a seguir equivocándonos, sino con una mentalidad nueva".

"Para atacar la problemática de los envases podemos ir por dos carreteras diferentes, que nos llevan a diferentes ritmos. Podemos intentar ir mejorando lo que ya tenemos, incorporando rPETS y demás. O podemos ir por una carretera mucho más disruptiva, cambiando totalmente la ruta, que es la ruta que nosotros seguimos".

"Las empresas tienen la responsabilidad de desarrollar productos con mayor grado de sostenibilidad y la responsabilidad gubernamental es saber legislar. Y también la sociedad tiene una parte de responsabilidad en todo esto".

"Aunque a día de hoy todavía estamos en fase beta, creo que deberíamos avanzar hacia una clasificación de los envases que también entienda el consumidor".

Juan Antonio López: El impuesto al plástico, que se iba a implantar este año, se retrasa hasta enero de 2023, y seguramente todavía tendría que demorarse más, pues estamos en un momento económico muy delicado, con toda la subida de la energía, las materias primas, los envases... No sé si es la guerra o la pandemia, pero hoy no hay envases suficientes y los que hay son caros. ¡Es una locura! Ese impuesto puede ser un lastre para las empresas.

También me preocupa el capítulo de la ley que hace referencia a la responsabilidad ampliada del productor, que nos hace responsables de sufragar costes de la limpieza de los ayuntamientos sin control de si se hace de una manera más o menos eficiente.

Por otra parte, a nosotros también nos afecta la obligatoriedad de que en el canal horeca el 70% de envases sean reutilizables. En este caso yo creo que ha quedado claro que cuando hablamos de envases hay que tener en cuenta el volumen de cada unidad de producción, porque un barril también es un envase y representa mucho más volumen que cualquier botellín. Por tanto, hay que tener en cuenta el volumen total de lo que estamos moviendo. Y, si hacemos que el canal de hostelería sea también un punto de reciclaje, al que llevar y donde recoger envases, habrá que solventar cómo se llega a esos puntos, porque el acceso a las ciudades tiene cada vez más restricciones.

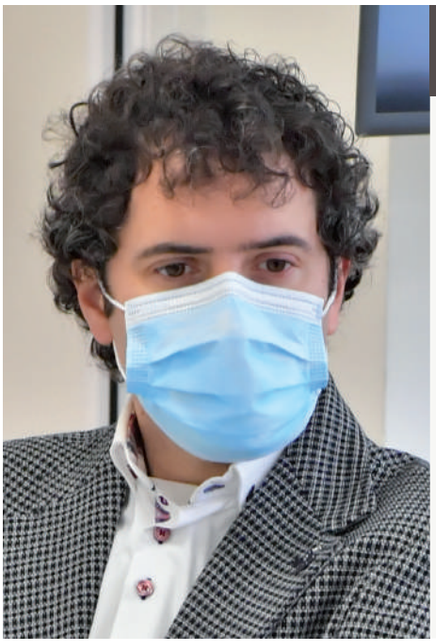
José Luis Cerrillo: Desde mi punto de vista, las empresas tienen la responsabilidad de desarrollar productos con mayor grado de sostenibilidad y la responsabilidad gubernamental es saber legislar. Y también la sociedad tiene una parte de responsabilidad en todo esto. Tenemos que seducir al cliente final para que aumente su grado de reciclabilidad, quizás a través de un incentivo económico.

Begoña de Benito: La Ley de Residuos es muy importante porque trata de fomentar una mejor gestión de los 23 millones de toneladas de residuos que generamos, de los cuales los envases domésticos representan el 8%. Por tanto, por mucho que consigamos que todos los ciudadanos separen y reciclen sus envases domésticos, y además lo hagan bien, conseguiremos 8 puntos de tasa de reciclado de esos 23 millones de toneladas.

Es necesario que la sociedad sea más consciente de la problemática de los recursos y somos totalmente partidarios de que haya un sistema de incentivos que premie al ciudadano por la gestión de todos los residuos que genera. Creemos que el sistema debe apostar por tener más ciudadanos responsables, que generen menos residuos y sean más recicladores. Y para ello hay que reconocer el esfuerzo de aquellos que lo hacen mejor, por ejemplo, a través de descuentos en su tasa de basura, nos parece un buen mecanismo.

Según datos de Eurostat, somos el 6º país donde más envases domésticos se reciclan, de un total de 28. Y esto se ha conseguido en base a un modelo de colaboración voluntario. ¡Tenemos mucho que agradecer al ciudadano! No obstante, desde Ecoembes hemos puesto en marcha el proyecto Reciclos, que ya está implantado y pilotándose en todas las comunidades autónomas, y trata de incentivar el reciclado de latas y bo-

082-091 DEBATE Ecoembes C84_245.indd 88 29/3/22 16:10



PABLO CENZANO – TREVIJANO

"El packcaging es para Trevijano un elemento diferencial, ya que a través de su transparencia nos ayuda a trasladar al consumidor la honestidad de nuestros productos".

"Hace 6 o 7 años decidimos dar un paso más en nuestro compromiso con el medio ambiente, cambiando nuestros packagings, en coherencia con los valores de nuestros productos, saludables y veganos, y de sus consumidores".

"En este momento nos enfrentamos a un nuevo desafío, con toda la subida de materias primas, y es conseguir que el envase siga siendo asequible para el consumidor".

"La seguridad alimentaria juega un papel fundamental, porque la principal función de un envase es proteger el producto y mantener su calidad y cualidades. La clave está en saber encontrar el equilibrio entre seguridad alimentaria y sostenibilidad".

tellas de bebidas, premiando a los consumidores con incentivos sociales o ambientales, bien individuales bien colectivos.

Respecto a la recogida de envases de botellas y latas de bebida en la distribución, habría que escuchar qué es lo que quiere y puede hacer la distribución, cuál es su modelo de negocio. Los alemanes con su sistema reciclan muchas latas y botellas, pero es que el detergente y la lata de atún también necesitan un canal para ser reciclados. Nuestro modelo es más amplio: reciclamos todos los envases desde el principio de nuestra actividad. Los retos que tenemos son muy grandes y yo creo que tenemos que tener una visión desde arriba, porque resolviendo el reciclado de una categoría de producto resolveré tu problema, pero no el problema que tenemos como sociedad.

José Luis Cerrillo: Antes las bolsas del supermercado eran gratis y la gente cogía las que podía. Ahora son de pago y su uso se ha reducido drásticamente. Yo creo que ahora que los costes de los materiales están subiendo tanto es un buen momento para dar al consumidor un incentivo económico para que recicle más. De acuerdo que actuamos sólo sobre el 8% del total, pero el mar está lleno de gotas.

Amaya Prat Solís: En AmetIler Origen en 2019 empezamos a eliminar todas las pajitas y el plástico de un solo uso del *ready to eat*, y no fue muy complicado. Los tenedores los hemos cambiado por madera, en lugar de por materiales PLA compostables, porque –aunque en Cataluña tenemos contenedor marrón de compostaje–, necesitaría una adecuación en infraestructuras de compostaje para que funcione.

Al hacer ecodiseño de un envase es importante evaluar si los materiales actualmenteno se van a poder compostar.

Por otra parte, incorporamos todo lo que podemos de material reciclado, tanto en PET como en cartón. Y estamos esperando a ver qué dice el texto definitivo de la normativa sobre evitar el plástico en frutas y hortalizas en lotes mayores de 1,5 kilos. Porque, aunque somos grandes defensores del granel, también hay lotes que vendemos agrupados para evitar también el desperdicio alimentario, un tema nada baladí, porque al final la fracción orgánica pesa muchísimo en todo el compendio de residuos.

También estamos analizando la posibilidad de recoger los materiales de PET y cartón, productos que están sufriendo una gran inflación y vemos importante que no salgan de la cadena de valor. Este es un proyecto costoso, difícil y muy disruptivo. En este momento ya tenemos un sistema de logística inversa para llevar a ONGs productos cercanos a su caducidad, junto con otros proyectos para evitar el desperdicio alimentario y ahora lo haremos también con los envases.

Laura Cristóbal: Cambiando de tema, ¿hacia dónde creéis que debe ir la innovación en el sector de los envases?

Carmen Guembe: En el futuro los envases hablarán por sí solos, nos contarán sus propiedades, reciclables o no, y nos darán información precisa del producto, de su valor nutricional a través del etiquetado. Los materiales seguirán evolucionando. En nuestro caso, parece ciencia ficción, pero investigamos con envases que vienen de la madera.

Juan Antonio López: Totalmente de acuerdo, los envases serán cada vez más inteligentes. Y creo que también, como lo que importa es el producto, iremos a envases de mayor tamaño en las casas, de manera que abras 'el grifo' y tengas tu bebida favorita. Creo que por ahí pueden ir la innovación en bebidas y refrescos en general, porque esa sería una fórmula para reducir los envases que estamos moviendo.

082-091 DEBATE Ecoembes C84_245.indd 89 29/3/22 16:10

CARMEN GUEMBE - SUNTORY

"El nuevo marco legislativo cambia totalmente el patrón de economía circular. Si esto se concreta, el plástico desaparecerá en 2050. Y eso supone cambiar totalmente el modelo de la empresa".

"Los objetivos y tiempos de la normativa, que son en sí mismos una guerra total al plástico, nos exigen unas inversiones importantes, cambiar modelos y realmente hay muchas empresas, sobre todo las más pequeñas, que probablemente se quedarán por el camino".

"En el futuro los envases hablarán por sí solos, nos contarán sus propiedades, reciclables o no, y nos darán información precisa del producto a través del etiquetado. Los materiales seguirán evolucionando. Ahora investigamos con envases que vienen de la madera".

"Estamos en un momento difícil: costes de energía, inflación de materias primas, carga impositiva... todo esto afecta a la rentabilidad de las empresas. Pero no podemos dejar de innovar ni rebajar los objetivos de nuestra ambición en sostenibilidad. ¡Nos jugamos el futuro del planeta!"

José Luis Cerrillo: Desde el punto de vista científico, no tengo un criterio sólido. A título personal creo que no tiene ningún sentido mover agua, y que se tenderá hacia polvos y mezclas en destino para tener refrescos en casa, por ejemplo. También veremos más *bag in box*, de hecho nosotros estamos trabajando en ello.

Amaya Prat Solís: Yo me imagino un futuro en el que los envases que pongamos en el mercado pueden tener una gestión adecuada como residuos; materiales que se puedan reciclar o compostar. No me sirve poner en el mercado un plástico reciclable o compostable si luego no se disponen de las infraestructuras de reciclado o compostado necesarias para que este material vuelva a ser un activo en la cadena de valor. Decidamos cuál es el modelo. Si vamos hacia materiales compostables, compostemos. Si vamos hacia envases reciclables, reciclemos. Esto es algo que tendríamos que tener muy claro como modelo de sociedad. Y asimismo, para facilitar la recuperación de materiales, debería existir una clasificación de los envases que permitiera a los *heavy users* saber si un material es reciclable o no, porque cuesta muchísimo tener una información fidedigna al respecto. Nuestro foco está en explicarle al consumidor cómo tiene que gestionar un envase cuando se convierte en residuo.

Pablo Cenzano: Vamos hacia envases y etiquetados más inteligentes, sin duda. La industria va hacia el desarrollo de materiales cuyo reciclaje sea operativo, porque de poco sirve utilizar materiales que aunque sean reciclables no se reciclen (por la complejidad del proceso o por falta de medios), o utilizar materiales incluso compostables, pero cuyo origen o proceso de producción no son sostenibles. Al final espero que se tienda hacia soluciones que sean sostenibles en la práctica, porque cuando investigas un poco ves que todo es muy complejo, máxime para una pequeña pyme como la nuestra.

Begoña de Benito: Desde una perspectiva teórica todo es 100% reciclable. El problema es que las infraestructuras de las que disponemos determinan qué es reciclable desde un punto de vista práctico y también desde un punto de vista de viablidad económica y ambiental. En Alemania tienen 15 plantas de selección y son 80 millones de ciudadanos. En España tenemos 97 plantas de selección y otras tantas de fracción resto, y somos 47 millones de ciudadanos. Esto determina de verdad lo que puedes y no puedes hacer.

Laura Cristóbal: Para terminar, os pediría una conclusión, quizás introduciendo el matiz de la rentabilidad económica de las compañías, que va a ser muy importante si tenemos en cuenta el contexto (inflación de materias primas, guerra en Ucrania, paro del transporte...).

Pablo Cenzano: En el contexto actual es previsible una pérdida del poder adquisitivo de las familias de clase media, que tenderán a realizar cestas de la compra más básicas. Si la situación no se estabiliza, tendremos que plantearnos alguna receta nueva o algún formato ahorro en un packaging más sencillo para seguir formando parte de esa cesta de la compra de nuestros clientes.

082-091 DEBATE Ecoembes C84_245.indd 90 29/3/22 16:10

Amaya Prat Solís: Para nuestros clientes la sostenibilidad y la salud son fundamentales, y nosotros nos debemos a la causa. Tenemos muy claro que la nuestra es una actividad de impacto y que generamos una huella de carbono que hay que reducir. Por tanto, como compañía tomaremos las decisiones necesarias para realizar un desarrollo sostenible y rentable, porque si no es rentable tampoco será sostenible. Y la colaboración y la innovación en este ámbito son fundamentales. Hablaremos con quién tengamos que hablar, realizaremos proyectos de simbiosis industriales, conectaremos cadenas, proveedores, recuperadores, recicladores e incluso al consumidor final. La sostenibilidad es cosa de todos.

José Luis Cerrillo: Aunque a día de hoy todavía estamos en fase beta, creo que deberíamos avanzar hacia una clasificación de los envases que también el consumidor entendiera.

Juan Antonio López: Desde mi punto de vista, las soluciones que implantemos tendrán que ser sostenibles también económicamente, sino no tendrán espacio. La clave está en la "ecoeficiencia".

Carmen Guembe: Estamos en un momento difícil: costes de energía, inflación de materias primas, carga impositiva... todo esto afecta a la rentabilidad de las empresas, pero no podemos dejar de innovar ni rebajar los objetivos de nuestra ambición en sostenibilidad. ¡Nos jugamos el futuro del planeta!

Begoña de Benito: Sabemos a dónde tenemos que ir. Contribuyamos a trazar el camino desde propuestas constructivas, ambiciosas y razonables que evidencien que estamos aquí para contribuir a un futuro más sostenible y, por tanto, mejor"

© Rosa Galende

SI QUIERES LLEGAR LEJOS,
ACOMPÁÑANOS

Y DESCUBRE TODO LO QUE
ONTIME PUEDE HACER POR TI

LOGÍSTICA INDUSTRIAL | PAQUETERÍA
PALETERÍA INDUSTRIAL | GRUPAJE
CARGAS COMPLETAS | MENSAJERÍA DIGITAL
SERVICIOS AUXILIARES

902 20 20 28

Ontime®
LOGÍSTICA INTEGRAL

ontime.es