

## » Innovación y sostenibilidad, compañeros en la disrupción hacia la economía circular

Madrid » 06 » 2018

Con junio llega el buen tiempo y parece que la cercanía del verano nos empuja a echar la vista al mar. Sobre todo, si el lema de Naciones Unidas para el Día Mundial del Medio Ambiente, que se celebra el 5 de junio, nos invita a imaginar un océano sin contaminación por plásticos.

Cada año se vierten en los océanos ocho millones de toneladas de plástico que ponen en riesgo la vida marina y humana y destruyen los ecosistemas naturales. Un reciente [estudio de la Fundación Ocean Clean Map](#) alertaba de que la cantidad de plástico en el Pacífico es equivalente a casi tres veces la superficie de Francia, una cifra 16 veces mayor de lo que se había estimado inicialmente. El problema sigue creciendo. Según el Gobierno de Reino Unido, en la próxima década [podríamos multiplicar la cantidad de plástico en nuestros mares](#).

### LA CARA VISIBLE DE UN MODELO LINEAL

Quizás, las islas de plástico del océano sean la cara más visible de un sistema lineal, basado en producir, consumir y desechar. Sin embargo, el problema viene de tierra adentro y conlleva complejas ramificaciones y riesgos para la competitividad y el desarrollo económico global.

Con una población en constante aumento y cada vez más consumidores en la clase media, la presión sobre los recursos naturales se incrementa dramáticamente, también sobre la gestión de residuos que el sistema arroja.



Según el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD por sus siglas en inglés), reducir los recursos empleados en un 1 % conllevaría un ahorro aproximado de 840 millones de toneladas de metales, combustibles fósiles, minerales y biomasa, además de 39.2 trillones de litros de agua. Esto es: unos 80 billones de dólares para la economía global, [según los cálculos de la organización](#). Precisamente, este es el puzzle que la economía circular quiere completar.

La economía circular aporta una nueva visión sobre nuestra relación entre los mercados, los clientes y los recursos naturales. Intercambia el habitual modelo de producir-consumir-desechar por otro donde se emplean diseños que favorecen la reutilización. El objetivo es mantener el máximo valor de los recursos, productos, componentes y materiales para crear [un sistema](#) que permita alargar su vida útil, una reutilización óptima, el reacondicionamiento, la re-manufactura y el reciclado.

La apuesta española por el nuevo modelo es innegable. En las últimas semanas, hemos oído hablar del nacimiento del Observatorio Español de Economía Circular o de la estrategia española para la Economía Circular, que se espera aprobar este verano.

Sin embargo, parece que las empresas españolas aún no son capaces de disrupción con el sistema lineal. Así lo confirma el [primer informe del Observatorio de los ODS](#) de la Fundación Bancaria 'la Caixa', que estudia la contribución a los ODS del conjunto de las empresas cotizadas españolas. Según la publicación, la adopción de los principios de la economía circular todavía es muy incipiente y está lejos de comenzar a avanzar hacia el cambio de modelo.

El estudio analiza la información disponible sobre políticas de reutilización, alargar la vida útil de los productos, re-fabricación, reparación o reciclaje. El 22 % de las empresas no reporta sobre ninguna de estas acciones. Para aquellas que consideran los principios del modelo circular, el reciclaje (43 %) y la reutilización (33 %) son las políticas más habituales.

### INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD, CLAVES PARA LA DISRUPCIÓN

¿Por qué no encontramos ejemplos claros de cambio de modelo más allá del reciclaje? Es cierto que no parece algo que se pueda hacer de la noche a la mañana: requiere inversión, cultura corporativa y, por supuesto, apostar por la innovación.

Según el informe *The New Big Circle*, elaborado por WBCSD, la innovación, ya sea en productos, procesos internos o modelos de negocio es la clave central de la economía circular que ejerce de palanca sobre la cadena de valor. También es la acción más repetida por las empresas: el 54 % de las 78 empresas de todo el mundo

consultadas para este estudio realizaba procesos de innovación. (Ver Figura 1)

El mismo documento analiza la intersección entre innovación y economía circular: el 97 % de los líderes empresariales consultados afirmó que la economía circular impulsaba la innovación para hacer las compañías más eficientes y competitivas en áreas como el suministro, desarrollo de productos o procesos de producción. Los avances españoles hacia la economía circular no están de espaldas a la innovación. La Estrategia Española de Economía Circular, por ejemplo, menciona tres ejes de carácter transversal:

- Investigación, innovación y competitividad
- Sensibilización y participación
- Empleo y formación

Más allá del cambio de modelo, el tándem entre innovación y sostenibilidad ha sido ampliamente estudiado en los últimos años por su relevancia como motor de la competitividad y la diferenciación.

El reciente estudio [El papel del dirse](#), publicado por DIRSE y LLORENTE & CUENCA, incidía en la importancia de que la estrategia de RSE impulse la innovación para responder a un escenario global donde la incertidumbre es la norma ante fenómenos como el cambio climático, la revolución tecnológica o el cambio cultural en las nuevas generaciones de consumidores y trabajadores. Ante esta situación, sigue el informe, “el dirse deberá ser capaz de identificar las necesidades de la sociedad y de adaptar el modelo de negocio impulsando desde la innovación”.

### AVANZAR DE LA MANO DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Las empresas juegan un papel primordial para dar respuesta a los retos del desarrollo sostenible. El sector privado cuenta con el *know how*, la estructura y los recursos para ofrecer soluciones y oportunidades de negocio innovadoras y sostenibles que den respuesta a las demandas de este contexto marcado por la incertidumbre.

La innovación social gana peso como la respuesta natural del sector privado, pero requiere que las empresas impulsen una innovación abierta que implique a todos sus grupos de interés, mantengan un horizonte de largo plazo, integren una cultura de

“El sector privado cuenta con el *know how*, la estructura y los recursos para ofrecer soluciones y oportunidades de negocio innovadoras y sostenibles”

sostenibilidad y vinculen la innovación a los nuevos retos de la economía sostenible.

Para alcanzar este objetivo, es importante que el compromiso con la innovación y la sostenibilidad emane del máximo órgano de gobierno; se integre en la cultura corporativa; y responda a las expectativas de los grupos de interés. Avanzar de la mano de los grupos de interés, manteniendo un diálogo abierto y constante, es fundamental para conocer sus demandas, seguir las tendencias del mercado y crear soluciones que aporten un valor real.

Las diez claves que el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible aporta sobre cómo implantar la economía circular inciden precisamente en su

relación con la innovación y la importancia de implicar a los grupos de interés:

1. Interactuar con grupos de interés externos
2. Asegurar el apoyo consistente de la dirección
3. Definir “circular” y comunicar la visión corporativa
4. Cuantificar los objetivos y desarrollar un *business case*
5. Formar a los empleados
6. Interaccionar y empoderar a las unidades de negocio
7. Comenzar con la innovación en procesos, seguido de la innovación en productos y por último en modelos de negocio
8. Colaborar con socios externos
9. Definir KPI y realizar su seguimiento
10. Hacerlo bien y hablar sobre ello

### LA NECESARIA APUESTA POR LA INNOVACIÓN

La relación entre sostenibilidad, economía circular e innovación está clara, así como su relación con la competitividad y capacidad de adaptación a las demandas de un futuro exigente. Sin embargo, según el citado informe del Observatorio de los ODS en España, las empresas españolas están aún lejos del cambio de modelo.

Figura 1. Actividades de la economía circular a lo largo del ciclo de valor.\*

\*Los porcentajes muestran el número de compañías encuestadas activas y exitosas en cada área



- 32 %: Diseña productos que son reciclables y reusables
- 41 %: Fabrica productos lo más libre de residuos y eficientes posibles
- 12 %: vende acceso (en lugar de propiedad), para arrendar o compartir productos
- 42 %: Usa productos de forma responsable, no excesivamente, para extender su vida y reducir la polución
- 47 %: Colecciona y recicla productos y materiales al final de su vida actual para cerrar el ciclo
- 44 %: Compra materiales que son regenerativos o reciclables

Solo el 11.9 % menciona acciones para ampliar la vida útil de sus productos, menos del 3 % repara y no se detecta ningún caso de re-fabricación.

¿Por qué no encontramos ni un solo ejemplo de innovación disruptiva? Puede ser que la clave esté precisamente en la necesidad de reforzar el vínculo con la innovación. La Comisión Europea alertaba este mismo año sobre la situación de "emergencia" que existe en la Unión Europea, donde se invierte un 0.8 % del PIB menos que en EE. UU. y un 1.5 % menos que en Japón.

La situación en España es aún peor. El último informe sobre la economía española de la Comisión achacaba a la educación, la temporalidad y la escasa innovación los problemas de productividad de nuestra economía. Europa destaca que es "muy poco probable" que España consiga el objetivo europeo del 2 % de inversión en I+D en 2020 y prevé que se mantenga un 60 % por

debajo de los niveles europeos. España es un país moderado en niveles de innovación, pero la inversión pública ha ido a la baja en los últimos años y la intensidad del I+D en las empresas ha seguido descendiendo desde alcanzar su máximo en 2008.

La oportunidad de la economía circular está clara. Según datos de la Comisión Europea, aportará 1.8 billones de euros al crecimiento mundial hasta 2020 y podría crear 400 000 puestos de trabajo en toda Europa, de los que unos 52 000 se localizarían en España. Todo esto, además de reducir la cantidad de plásticos que terminan en el mar, víctimas visibles del modelo de producir-consumir y desechar.

Precisamente por esto, cuando llegue el verano y desde la playa leamos sobre la nueva estrategia española de economía circular, recordemos que todos los esfuerzos serán insuficientes si no se apoyan en el diálogo constante con los grupos de interés y una apuesta decida por la I+D+i.



**Francisco Hevia.** Director Senior de Comunicación Corporativa en LLORENTE & CUENCA. Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid. Cuenta con más de 20 años de experiencia en comunicación, tanto en el ámbito de la consultoría como en el corporativo. Entre 2000 y 2007, formó parte del equipo de LLORENTE & CUENCA, para a continuación incorporarse a Grupo Siro en calidad de director de Comunicación y de Recursos Humanos. En los últimos tres años, ha ocupado la dirección de Comunicación y RSC de Calidad Pascual. En la actualidad, es consejero independiente del Grupo José María, y presidente de la Asociación de Directores de Responsabilidad Social Empresarial (DIRSE).

phevia@llorentycuenca.com



**Carolina Pérez.** Gerente de Comunicación Corporativa y RSC en LLORENTE & CUENCA. Licenciada en Periodismo con 15 años de experiencia. Desde comienzos de 2008, Carolina ha trabajado en LLORENTE & CUENCA como consultora de comunicación especializada en las áreas de RSC, Corporativo y Crisis en las oficinas de Madrid y Bogotá. Previamente trabajó durante 5 años en medios de comunicación líderes en España, incluyendo más de cinco años trabajando como redactora y locutora en la Cadena COPE en programas informativos y magazines líderes de la emisora. Además, durante casi dos años fue ejecutiva de cuentas en otra agencia de comunicación en España especializada en temas de turismo y marketing institucional. Ha trabajado en grandes proyectos multinacionales ligados a la promoción de valores de compañía.

cperez@llorentycuenca.com



**Alba Herrero Rubí.** Consultora de RSC y Fundaciones Corporativas en LLORENTE & CUENCA. Licenciada en Periodismo por la Universidad Carlos III de Madrid, Máster en Comunicación Social, Cambio Social y Desarrollo por la Universidad Complutense de Madrid y experto universitario en Gestión Directiva de Organizaciones No Lucrativas por la UNED. Ha trabajado en comunicación de la RSE para empresas como Ferrovial o Coca-Cola y comunicación, gestión de proyectos y relación con empresas para varias entidades del Tercer Sector, como Fundación Dreamtellers o Fundación Amigos de los Mayores.

aherrero@llorentycuenca.com





**d+i** desarrollando  
ideas  
LLORENTE & CUENCA

**Desarrollando Ideas** es el Centro de Liderazgo a través del Conocimiento de LLORENTE & CUENCA.

Porque asistimos a un nuevo guión macroeconómico y social. Y la comunicación no queda atrás. Avanza.

**Desarrollando Ideas** es una combinación global de relación e intercambio de conocimiento que identifica, enfoca y transmite los nuevos paradigmas de la sociedad y tendencias de comunicación, desde un posicionamiento independiente.

Porque la realidad no es blanca o negra existe

**Desarrollando Ideas.**

[www.desarrollando-ideas.com](http://www.desarrollando-ideas.com)

[www.revista-uno.com](http://www.revista-uno.com)