



FOTO: DAIKIN

Especial Economía circular y sostenibilidad

LOS FABRICANTES SUBEN SU APUESTA AL VERDE

La sostenibilidad es ya una prioridad para los fabricantes de electrodomésticos. Las empresas del sector están apostando decididamente por los preceptos de la economía circular, a la par que sus departamentos de I+D+i trabajan en el desarrollo de productos cada vez más eficientes.

Las empresas son cada vez más conscientes del importante papel que desempeñan en el futuro del planeta y del impacto que pueden tener sus políticas de sostenibilidad. Fruto de ello, cada vez son más las organizaciones que están poniendo en marcha medidas para reducir su huella de carbono. Según el 'Informe sobre la supervisión por la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) de la información no financiera del ejercicio 2021 y principales áreas de revisión del ejercicio siguiente', el 100% de las compañías contempladas en el estudio incluyeron en su estado de información no financiera (EINF) los datos referentes a sus emisiones absolutas de alcance 1 y 2 — emisiones directas producidas por

quemado de combustibles por parte del emisor y emisiones indirectas generadas por la electricidad consumida y comprada por el emisor, respectivamente—, aunque el porcentaje que se reduce a un 70% en el caso de las emisiones de alcance 3 — emisiones indirectas que se producen por la actividad del emisor, pero que son propiedad y están bajo el control de un agente ajeno al emisor—.

El mero hecho de medir su impacto ya es un avance importante, pero no vale solo con eso, sino que también hay que actuar.

El informe de la CNMV desvela que el 40% de las empresas detalla objetivos concretos de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) para los alcances 1, 2 y 3, mientras que otro 40% describe metas genéricas. Además, el 75% de las compañías indica la fecha o periodo de cumplimiento de objetivos y destaca que éstos se encuentran en línea o en proceso de alinearse con el Acuerdo de París. Asimismo, un 15% de las organizaciones señala haber realizado algún tipo de compensación al facilitar el dato correspondiente a las emisiones de GEI.

Los fabricantes de electrodomésticos y electrónica de consumo también están tomando cartas en el

asunto. A continuación, vemos qué están haciendo algunas de las empresas del sector en el ámbito de la sostenibilidad y la economía circular.

Beko

Manuel Royo, Director de Marketing de Beko Iberia, reseña que la compañía "tiene como misión promover la sostenibilidad medioambiental y social a través de productos y soluciones respetuosos con la naturaleza". "Para lograrlo, utilizamos materias primas sostenibles y llevamos a cabo acciones en la producción, como la recogida de agua de lluvia y el uso de materiales reciclados y de origen biológico. También nos comprometemos a minimizar el impacto ambiental mediante procesos de fabricación eficientes y tecnologías modernas", precisa.

"En términos de transporte y embalaje, Beko busca reducir las emisiones y proteger el medio ambiente utilizando soluciones de transporte respetuosas con la naturaleza y envases reciclados. En 2021, en transporte conseguimos reducir 5.823 toneladas de emisiones de CO₂ y emisiones de GEI con el aumento de logística ferroviaria y marítima. Y en términos de envases reciclados, se evitó la tala de unos 540.610 árboles gracias al uso de 31.800 toneladas de cartón reciclado", añade

En cuanto a los productos, Royo remarca que "Beko se enfoca en desarrollar soluciones accesibles para los consumidores, que generen un menor impacto medioambiental". "Por ejemplo, presentamos una gama de electrodomésticos fabricados con materiales reciclados y biocompuestos, como botellas de plástico, residuos de redes de pesca y cáscaras de huevo, con el objetivo de promover un consumo más sostenible y reducir el impacto medioambiental de los consumidores".

Por último, habla de la colaboración de Arçelik, su empresa matriz, con los distribuidores autorizados y las plantas de reciclaje de RAEE. "Recuperamos productos obsoletos del mercado y los reemplazamos por otros más eficientes energéticamente, sin importar la marca, contribuyendo así a reducir el consumo y las emisiones".

Además, afirma que "promover el uso de productos eficientes y reducir la huella de carbono es una prioridad de Beko en su compromiso por la sostenibilidad". "Esto se ve reflejado en los resultados alcanzados, incluyendo el ahorro de más de 197.373 metros cúbicos de agua ahorrada en 2021; la eficiencia hídrica y la recolección de agua de lluvia, que ahorró casi 2,17 millones de metros cúbicos de agua en diez años; así como la participación en 228 proyectos enfocados en la eficiencia energética".

BSH

"Grupo BSH analiza y desarrolla iniciativas para minimizar el impacto medioambiental en todas las fases del ciclo de vida del electrodoméstico. En el año 2022, aprobó una nueva organización y estrategia de



FOTO: BEKO

economía circular. Esta estrategia contempla actuaciones en todas las fases de vida de nuestros productos, desde su diseño y fabricación, con líneas de acción para materiales y sustancias, ecodiseño y reciclabilidad de materiales; pasando por la fase de uso —nuevos modelos de negocio, reparabilidad y durabilidad—; y terminando en la fase de fin de vida, con líneas de acción basadas en el reciclado de nuestros residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) y en la preparación para la reutilización", detalla el equipo de Sostenibilidad de BSH Electrodomésticos España, fabricante Balay, Bosch o Siemens, entre otras marcas.

La compañía está desplegando medidas específicas para la reducción de su huella de carbono. "En el ámbito de la eficiencia energética, las operaciones de BSH España en 2022 tenían como objetivo alcanzar un ahorro de energía de 2,2 GWh. Gracias a

las acciones de mejora de eficiencia implementadas, se ha superado ese ahorro, llegando a 2,9 GWh, equivalente al consumo anual de energía de 969 hogares, según Red Eléctrica Española", apunta la empresa.

Además, BSH España contrató su primera planta fotovoltaica para autoconsumo en 2021, a las que se sumaron tres más en 2022. "Gracias a ello, en 2022 autogeneramos el 3% del total de nuestro consumo de electricidad, siendo nuestro objetivo extender la producción de energía fotovoltaica a todas nuestras ubicaciones, hasta llegar a generar aproximadamente el 15% de la demanda de electricidad de la compañía en 2024", indica. Esto se completa con la compra de energía verde. "En España, el 100% de la electricidad consumida por nuestras ubicaciones es de origen renovable desde 2017".

La empresa también compensa sus emisiones de CO₂. "Neutralizamos las emisiones que no podemos evitar mediante la compra de medidas de compensación de CO₂, apoyando iniciativas de protección del clima, como proyectos de reforestación en Brasil.

FOTO: BOSCH (BSH)





FOTO: DAIKIN

Pero eso no es suficiente. También nos ocupamos de reducir las emisiones de aquello en lo que no podemos influir directamente. En concreto, queremos reducir las emisiones de CO₂ a lo largo de todo el ciclo de vida del producto (alcance 3), incluyendo la adquisición de bienes y el uso de nuestros productos vendidos. Para 2030, queremos reducir estas emisiones absolutas del alcance 3 en un 15 %, en comparación con 2018. La alta eficiencia energética de nuestros productos tendrá un impacto significativo en la consecución de este objetivo”, señala el grupo.

CNA Group-Cata

Pedro Cuerda, Director de CNA Group, fabricante de Cata, destaca que la compañía ha iniciado un estudio para analizar las posibilidades de colaboración entre empresas locales y para iniciar un proyecto de economía circular con el fin de minimizar sus residuos. Además, ha puesto en marcha un proyecto de instalación de placas solares en sus instalaciones fabriles

y logísticas para utilizar energía renovable. Asimismo, está trabajando en la mejora de sus embalajes. “Estamos reemplazando el EPS por sistemas de cartón corrugado ecológico y reciclable, pues el poliespán no es ecológico. También utilizamos papel y cartón reciclado para nuestros manuales, etiquetas, embalajes, etc.”, subraya.

En cuanto a la reducción de la huella de carbono, explica que CNA Group “está comprometida con la mejora continua de sus productos y procesos, mejorando la eficiencia energética y reduciendo gastos energéticos y consumos de agua”. Además, recuerda que “la nueva Directiva Europea 2018/852, sobre envases y residuos de envases, obliga a todos los fabricantes europeos a avanzar en todas estas medidas de sostenibilidad del medio ambiente”.

Daikin

“Daikin se encuentra a la vanguardia de iniciativas que respaldan movimientos como la economía circular. Lanzamos en el año 2019 el programa ‘LooP by Daikin’ en nuestros equipos VRV, que utilizan refrigerante regenerado certificado que evita la producción de 400.000 kilogramos de gas nuevo cada año. Un proyecto que encaja perfectamente con las aspiraciones del ‘Plan de Acción de Economía Circular’ encuadrado dentro del Pacto Verde Europeo (Green Deal)”, declara Paloma Sánchez-Cano, Directora de Marketing, Formación y Desarrollo corporativo de Daikin AC Spain.

Además, recalca que “el sector de la climatización está fuertemente comprometido con la protección del entorno”, destacando su orientación hacia la reducción de la huella de carbono. “Nuestro compro-

miso es llegar a ser una empresa con una huella de carbono cero para el año 2050”. “Para ello estamos trabajando desde tres direcciones. En primer lugar, en la optimización en los procesos de fabricación de nuestros productos, siguiendo la línea de las instituciones que fomentan diferentes protocolos y normativas. Por ejemplo, la Comisión Europea tiene como objetivo reducir el uso de desechos, plásticos y materiales en toda la Unión Europea. En segundo lugar, en las soluciones. Es decir, que los productos sean cada vez más y más eficientes para que consuman la menor energía primaria posible. Por último, en la implantación (off-set) de nuestras fábricas, donde se busca que éstas, tanto en su implantación como en su explotación, tengan cada vez un impacto menor”, puntualiza Sánchez-Cano.

Franke

“Nos comprometemos plenamente con los preceptos de la economía circular a lo largo de todo el ciclo de vida de nuestros productos, desde la fabricación hasta el reciclaje o reutilización, pasando por la venta y distribución”, afirma Boja Vilanova, responsable de Comunicación de Franke Iberia.

Por ejemplo, indica que la compañía utiliza “materiales de alta calidad y durabilidad” en la fabricación de sus electrodomésticos, como el acero inoxidable. “Es un material conocido por su resistencia y longevidad, lo que asegura que nuestros productos tengan una vida útil prolongada. Esto significa que los clientes pueden disfrutar de electrodomésticos de calidad durante muchos años, evitando la necesidad de reemplazarlos con frecuencia”, señala.

En cuanto a la venta y distribución, afirma que Franke procura implementar prácticas sostenibles. “Buscamos mejorar constantemente nuestras operaciones logísticas para reducir las emisiones de carbono asociadas al transporte de nuestros productos”.

Además, hace hincapié en que la compañía se preocupa del reciclaje o reutilización de sus productos cuando llegan al final de su vida útil. “Fomentamos la correcta gestión de residuos y colaboramos con programas de reciclaje para asegurar que nuestros productos sean tratados de manera responsable y se les dé una segunda vida en lugar de terminar en vertederos”, anota.

Esto también repercute en su huella de carbono. “Estamos firmemente comprometidos a reducir nuestra huella de carbono y llegar a ser neutrales en emisiones netas de CO₂e en todas nuestras operaciones y en toda la cadena de valor a largo plazo”. “Reconocemos la importancia de abordar el cambio climático y estamos aplicando medidas concretas para lograr este objetivo. Una de las áreas en las que estamos realizando cambios significativos es la reducción del plástico en nuestros envases, utilizando alternativas más sostenibles siempre que sea posible. Estos cambios nos permiten reducir el impacto ambiental asociado al envasado de nuestros productos. Además, estamos aplicando medidas de eficiencia energética



FOTO: FRANKE



FOTO: PANDO (INOXPAN)

en nuestras instalaciones y procesos de fabricación, invirtiendo en tecnologías y equipos más eficientes desde el punto de vista energético para reducir nuestro consumo de energía y, por tanto, nuestras emisiones de carbono. También estamos promoviendo prácticas de ahorro energético en todas las áreas de nuestra organización", pormenoriza.

Gigaset

"Abordamos los preceptos de la economía circular a lo largo de todo el ciclo de vida de nuestro portafolio de productos. En Gigaset pensamos que la conciencia ecológica en la tecnología debe arrancar desde el mismo proceso de fabricación, mediante un desarrollo de producto sin malgasto de materia prima y empleando materiales respetuosos con el medio ambiente. Además, durante la fabricación abogamos por el ahorro energético", declara Sandra Ramírez, Directora de Marketing y Comunicación de la compañía.

FOTO: JATA



Además, pone el acento en que "la sostenibilidad continúa siendo el eje vertebrador en los siguientes procesos del ciclo de vida del producto hasta la llegada al consumidor". "Abogamos por un uso eficiente de nuestros recursos mediante un empaquetado y embalaje con más de un 90% de material reciclado desde hace muchos años. El objetivo es proteger los recursos y reducir ese famoso 'usar y tirar' tan contaminante. Asimismo, cada uno de nuestros productos está empaquetado de la mejor manera posible, en cajas que se adaptan al tamaño del dispositivo. Con esto logramos que se emplee la cantidad justa de material, reduciendo el volumen de transporte. Por tanto, se pueden distribuir más paquetes en el mismo viaje. También trabajamos en colaboración con nuestros proveedores y socios para garantizar que cumplan nuestros estándares de sostenibilidad.

Nuestro sello 'Fair for Future' nos permite documentar de forma transparente todas nuestras actividades en términos de equidad, sostenibilidad y orientación hacia el futuro", especifica.

Muchas de estas medidas impactan directamente en la reducción de su huella de carbono, que es una de sus metas. "Nuestros objetivos medioambientales giran en torno a la futura consecución de la neutralidad climática en los procesos empresariales y en los productos que ofrecemos", comenta Ramírez. Por ejemplo, destaca que el uso de embalajes con un 90% de material reciclado ayuda a "producir menos residuos y CO₂ y reducir el impacto en los bosques". También incide en que el cartón ondulado empleado protege adecuadamente los productos y es fácilmente reciclable. Asimismo, detalla algunos cambios operados en el interior del empaquetado de los productos, "como sustituir las bridas y bolsas de plástico con cintas de papel o desechar completamente el poliestireno y el papel de fibra fresca, entre otros".

Por otro lado, se detiene en las "medidas adicionales para compensar las emisiones inevitables de CO₂". Por ejemplo, apoya proyectos de protección ambiental de la mano de Climate Partner, "Con esta medida hemos logrado establecer embalajes neutros para el medio ambiente. El primer dispositivo con el que se consiguió fue Gigaset GS4. Con su primer lote producido conseguimos compensar hasta 12.000 kilos", detalla.

Inoxpan-Pando

Raúl Agudo, responsable de Calidad y Medio Ambiente de Inoxpan, fabricante de la marca Pando, habla de algunas de las iniciativas desplegadas por la compañía con el fin de favorecer la circularidad de la economía. "Contamos con un sistema de recuperación de componentes de productos procedentes de devoluciones de venta. Actualmente, es posible recuperar el 30% del total de unidades recibidas por parte de logística. Otra parte del sistema que hemos implantado se focaliza en la recuperación de producto de devoluciones sin incidencias. Estas unidades son reprocesadas con tal de asegurar su completa y total funcionalidad, incluyendo los aspectos estéticos, y se verifican que cumplen nuestros estándares de calidad y normativos", expone.

También está actuando para reducir su huella de carbono. "Nos hemos marcado como objetivo neutralizar totalmente la huella de carbono generado por nuestra actividad. Para conseguirlo hemos desarrollado una planificación para la consecución de este objetivo, que se compone de dos fases principales, que serían implantadas en un periodo de 3 a 5 años, además de acciones como el cambio a distribuidores de energía obtenida de fuentes renovables y la reforestación de ecosistemas degradados o incendiados", detalla. Concretamente, la compañía tiene el objetivo de reducir el 50% de la huella de carbono originada por su actividad en 2024. Y para 2025-2026, la meta es reducir el 25% anual de la huella de carbono generada en dicho periodo.



FOTO: JURA

Jata

"En Jata estamos inmersos en un cambio constante para ser más sostenibles en el sentido más amplio de la palabra. Para nosotros es un eje fundamental de nuestra estrategia y así se está aplicando. Usamos materiales reciclados en gran parte de nuestros productos y los plásticos están siendo eliminados de manera paulatina y sustituidos por materiales biodegradables. En nuestro packaging evitamos también los plásticos y las tintas extras. Y dentro de la empresa se cuenta con puntos de reciclaje de producto, con un plan de reutilización de algunos de los materiales, que se transforman para otros usos", apunta Cristina Esandi, Director de Marketing de Jata. Además, indica que la compañía está negociando diferentes planes para que la incidencia del transporte sea "la menor posible".

En cuanto a sus objetivos, precisa que Jata "se ha propuesto retirar los plásticos de un solo uso por

FOTO: JVCケンウッド



completo de aquí a dos años". Además, remarca que está trabajando en "un plan ambicioso", con objetivos para los próximos tres años.

Jura

Rosa Zaragoza, Country Manager de Jura, afirma que la compañía "siempre ha demostrado una gran sensibilidad por el desarrollo de productos sostenibles". "Esta larga tradición de utilización eficiente de los recursos está enraizada profundamente en todas las áreas de la compañía y se remonta a la época de la Segunda Guerra Mundial, tiempo en el que la escasez de materias primas forzó al departamento de diseño a desarrollar productos que pudieran fabricarse con los pocos materiales disponibles y a reutilizar sus componentes. Este enfoque se ha convertido en parte imborrable de los valores de nuestra marca", indica.

Además, insiste en que la durabilidad y la reparabilidad son una parte fundamental de su filosofía corporativa. "Jura se opone activamente a la mentalidad de 'usar y tirar'. Esto se traduce en medidas concretas que abarcan todos los aspectos de la vida del producto, desde su conceptualización y usabilidad hasta su durabilidad y reciclaje. De hecho, un estudio realizado en 2021 por Consumentenbond, la asociación de clientes de los Países Bajos, demostró que las máquinas automáticas Jura duran un 50 % más que la media".

También habla del 'Campus Jura', el centro de tecnología, innovación y calidad inaugurado el año pasado en su sede central de Niederbuchsten (Suiza). "Disponemos de 102 instalaciones de ensayo totalmente automatizadas que nos permiten realizar las pruebas necesarias en condiciones realistas de uso. En todos estos procesos

no se producen residuos, ya que Jura colabora desde hace años con una granja ecológica local que composta los posos de café y utiliza este valioso abono en sus campos", detalla.

Asimismo, incide en que sus máquinas disponen de un 'pasaporte de reciclaje' donde se detallan los materiales usados. "Así, al final de su larga vida útil, se pueden desmontar de forma profesional para proceder a la separación selectiva de materiales de tal manera que se podrán reincorporar al ciclo productivo a través del reciclado", especifica.

Zaragoza también remarca que casi toda su producción industrial, tanto de producto final como de componentes, está localizada principalmente en Europa, evitado así largos transportes. "Con ello, no solo conseguimos optimizar la cadena de suministro, sino que, además, reducimos considerablemente la huella de carbono". Y en este mismo afán, puntualiza que la empresa optimiza el packaging "con la utilización de componentes reciclables y un volumen mínimo".

JVCケンウッド

Eduard Pérez-Mañanet, Head of Marketing de JVC-Kenwood, se detiene en los esfuerzos realizados por la compañía en el reciclaje de productos. "Para lograr una economía y una sociedad orientada al reciclaje y respetuosa con el medio ambiente mediante el tratamiento adecuado de los residuos y el uso eficaz de los recursos, el grupo JVCケンウッド se esfuerza por cumplir las leyes y normativas de países y regiones de todo el mundo sobre la eliminación de productos usados, incluida la Ley de Reciclaje de Electrodomésticos y la Ley de Promoción del Uso Eficaz de los Recursos en Japón, la Directiva sobre RAEE en la Unión Europea y las leyes y normativas de los estados miembros de la UE basadas en esta Directiva, y las leyes estatales sobre reciclaje de RAEE en Estados Unidos", señala.

Por ejemplo, explica que "JVCケンウッド se dedica al reciclaje de productos usados en Japón, reciclando televisores —de acuerdo con la Ley de Reciclaje de Electrodomésticos— y ordenadores personales —de acuerdo con la Ley de Promoción de la Utilización Eficaz de los Recursos—.

Además, cita algunos de los objetivos que se fija la empresa para 2025, como reducir un 25,2% de las emisiones de CO₂ —respecto al ejercicio fiscal 2019—, reducir un 6% el consumo de agua, alcanzar una tasa de reciclaje de al menos el 90% y reducir la cantidad de plástico utilizado.

También destaca algunas iniciativas específicas de la sucursal en España. "Evitamos el uso de plásticos en todos los packagings de los productos. También tenemos implantado un sistema electrónico de firma de documentos. Desde el pasado mes de noviembre de 2022, se han firmado más de 10.000 documentos sin necesidad de imprimirlos, reduciendo drásticamente el consumo de papel y energía necesarios para la impresión, minimizando los tiempos y agili-

¿QUÉ IMPACTO TIENE LA AMPLIACIÓN DE LA GARANTÍA Y LA REPARABILIDAD?

La ampliación a 3 años del periodo de garantía y la extensión a 10 años del periodo de reparabilidad obligatorio impacta en los fabricantes. "La ampliación de garantía por un año más y la extensión de 10 años en piezas es un gran paso en la economía circular: reutilizar, reparar y reciclar los productos para conseguir alargar la vida útil de todos nuestros artículos. Al extender un año más la garantía, apostamos por productos más duraderos, con el fin de obtener un modelo de consumo más sostenible y ofrecer muchas más ventajas a los consumidores. Creemos que será positivo para nosotros, para los clientes y para el medioambiente", afirma Pedro Cuerda (CNA Group-Cata).

Asimismo, BSH considera que "la extensión de garantía a 3 años por parte del fabricante tiene una repercusión muy positiva de cara al usuario, que ve garantizados sus derechos durante un periodo superior". Pero también opina que es positivo para la empresa, "que ve garantizada la reparación con el servicio técnico oficial, lo que aumenta la fidelidad de los usuarios con las marcas".

No obstante, Cuerda reseña que "tiene un coste significativo para los fabricantes", por lo que cree que "los gobiernos y Unión Europea deben ayudar a los fabricantes con subvenciones al respecto, pues no se puede poner solo la carga de costes y gestión en manos de los fabricantes, ya que el cuidado del medio ambiente implica también a otros organismos".

En cuanto a la extensión de la reparabilidad a 10 años, Eduard Pérez-Mañanet (JVCKenwood), reseña que "implicará una gestión de stock de recambios mayor a la que teníamos anteriormente". En cualquier caso, los fabricantes afirman que la nueva regulación no trastoca sus planes, pues ya estaban trabajando en esta dirección en los últimos años.

Además, algunas compañías están yendo incluso un paso más allá. "Ofrecemos garantía de hasta 20 años en los componentes clave de nuestros electrodomésticos, como frigoríficos y lavadoras", indica Samsung. Asimismo, Manuel Royo señala que Beko, "en la mayoría de los casos, ofrece una garantía de 10 años en la pieza más vital: el motor".

Por otra parte, Rafael Barrio (Schneider Consumer Iberia) destaca que la extensión de estos plazos exige "la formación de técnicos especializados en la reparación de productos, para que puedan solucionar cualquier problema que pueda surgir durante el periodo de garantía y reparabilidad".

"Con estas ampliaciones, los usuarios tienen la opción de conservar sus dispositivos durante más tiempo, tanto si les gusta mucho y no quieren cambiarlo como si quieren contribuir a un mundo más sostenible", concluye Samsung.

zando la gestión y almacenaje de los documentos firmados digitalmente", apunta.

Marsan Industrial

"La economía circular es un principio fundamental que guía todas las decisiones que tomamos, desde la fabricación del producto y a lo largo de su vida útil", declara Beatriz Márquez, Directora de Marketing de Marsan Industrial, fabricante de Haverland.

"Estamos comprometidos con la reducción de residuos, el reciclaje y la renovación y reutilización de todos los materiales que utilizamos que, además, son fabricados en nuestro país. Para ello, utilizamos materiales reciclados y más sostenibles, como el aluminio. Para nosotros es especialmente importante la calidad y el manejo de los componentes de nuestros productos para alargar su vida útil. También ponemos el foco en la tecnología, una gran aliada para la economía circular y la sostenibilidad, tanto en nuestros procesos de producción y distribución como en los dispositivos que ofrecemos al consumidor", señala.

Igualmente, destaca el compromiso de la compañía en la reducción de la huella de carbono y de las emisiones de GEI. "Ponemos nuestro foco en el desarro-

llo de nuevas tecnologías que mejoren la eficiencia energética de todos los productos que ofrecemos, que sean eléctricos y ecosostenibles y cuya utilización sea inapreciable en el entorno. Nuestros procesos de fabricación se enmarcan bajo la directiva Ecodiseño que dictamina la Unión Europea, y cuyo objetivo es que los productos relacionados con la energía, gracias a su diseño, ofrezcan posibilidades significativas de reducir su impacto medioambiental. Además, trabajamos mano a mano con nuestros proveedores para establecer objetivos conjuntos de reducción de emisiones y promover prácticas sostenibles en toda la cadena de suministro", comenta Márquez.

Philips Signify

"Repensar la forma en la que producimos y consumimos desde los diferentes ámbitos es fundamental para llevar a cabo la transición hacia una economía sostenible y circular. Es por ello que en Signify hemos aplicado los principios de la economía circular al diseño de productos, sistemas y servicios de iluminación circular. Los pro-

ductos diseñados siguiendo el modelo de 'reducir-reutilizar-reciclar' se crean con el fin de proporcionar un servicio, ser actualizados, reutilizados y restaurados. Las lámparas impresas en 3D Philips MyCreation, por ejemplo, utilizan materiales como el policarbonato 100% reciclable, lo que permite reducir las emisiones de carbono hasta en un 47%, ya que al final de la vida útil de la luminaria se reutilizan los materiales para crear un nuevo diseño", explica Jordi Manrique, Director de Comunicación y Relaciones Institucionales de Signify España y Portugal.

Además, habla de los esfuerzos de la firma en pos de la reducción de su huella de carbono. "La sostenibilidad está en el corazón de nuestra estrategia como compañía. Plantear nuestros objetivos desde ese enfoque es lo que nos ha permitido alcanzar la neutralidad de carbono en el conjunto de nuestras operaciones a nivel mundial en 2020. Y teniendo en cuenta solo la Península Ibérica, tres años antes, en 2017. Entre algunos de los aspectos que nos han ayudado en este camino cabe destacar la utilización de electricidad procedente de fuentes 100% renovables, así como la incorporación de soluciones de iluminación eficientes energéticamente y la optimización de nuestros procesos industriales, entre otros. En este sentido, de cara a los próximos cinco años, nos hemos fijado unos objetivos de sostenibilidad todavía más ambiciosos para poder seguir avanzando en este camino y duplicar nuestro impacto positivo en el medioambiente y en la sociedad", afirma.

Polti

"Para Polti, la sostenibilidad es un proyecto que debe perseguirse no solo a nivel de gestión, sino también un valor fundamental sobre el que hemos contrsuido nuestra misión", asegura Rafael Román, Director General de Polti España y Portugal.

FOTO: SIGNIFY (PHILIPS)



FOTO: POLTI

"Deseamos firmemente llevar a nuestra forma de hacer negocios la definición de desarrollo sostenible sugerida en el informe de la ONU 'Nuestro futuro común', donde se indica como necesario «un desarrollo que sea capaz de asegurar la satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la posibilidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas». Estamos convencidos de que éste es el único camino: no hay crecimiento que no sea sostenible. Por eso, hemos iniciado una importante colaboración con el centro de investigación Sustainability Lab de SDA Bocconi. Tras una primera fase de análisis, ahora estamos evaluando todas las



FOTO: SAMSUNG

actividades que hay que emprender para definir un plan de acción coordinado con objetivos claros y medibles, que en breve haremos público", detalla.

Además, remarca que la empresa dispone de una instalación de placas fotovoltaicas en las fábricas de Italia desde hace más de diez años. "Genera más del 40% de las necesidades energéticas de la empresa", apunta. También indica que los materiales de embalaje de sus productos son fácilmente reciclables. Asimismo, puntualiza

que Polti cuenta con una sección online donde es posible comprar modelos reacondicionados, "porque estamos convencidos de que reparar y reutilizar son buenas prácticas para no malgastar los recursos".

Samsung

Una de las iniciativas destacadas de Samsung en este ámbito es la creación de su Laboratorio de Economía Circular. "Como parte de nuestra estrategia medioambiental para luchar contra el cambio climático, nos hemos propuesto trabajar en pro de mejorar la eficiencia energética y reducción del consumo



FOTO: SMEG

eléctrico por parte de nuestros productos, además de asegurar que todo el ciclo de vida de éstos sea lo más sostenible posible, desde el abastecimiento de materias primas hasta su eliminación y reciclaje. Para ello, creamos el Laboratorio de Economía Circular, con el que llevamos a cabo diversas líneas de investigación sobre las tecnologías de reciclaje de materiales y los procesos de extracción de recursos a partir de residuos, con el objetivo de aplicar estas tecnologías para maximizar la circularidad de los recursos", indica la empresa.

"Para 2030, nuestro objetivo es establecer un sistema en el que los minerales extraídos de todas las baterías de desecho recogidas puedan ser reutilizados. Otro de los objetivos que nos hemos propuesto es que, en 2030, el 50% del plástico utilizado en nuestros productos incorpore resina reciclada, y que esto aumente hasta el 100% para 2050. Un buen ejemplo de ello es nuestro Galaxy Z Fold4, presentado el pasado mes de agosto, cuyo diseño incluye plásticos reciclados a partir de redes de pesca desechadas, algo que esperamos ampliar a otros productos, no solo smartphones", añade la compañía.

Asimismo, Samsung planea ampliar el alcance del sistema de recogida de RAEE a unos 180 países para 2030. "Recogeremos un total de 10 millones de toneladas de RAEE desde 2009. Para ello, pusimos en marcha una iniciativa llamada 'Galaxy for the Planet', con la que creamos embalajes más ecológicos; y reciclamos y reutilizamos recursos para la fabricación de nuevos productos, reduciendo así la generación de residuos electrónicos. En España, en colaboración con nuestra red de servicios, hemos habilitado un total de 25 tiendas y centros de servicio con el fin de fomentar el reciclaje de dispositivos electrónicos entre nuestros clientes. Además, su flota de vehículos se está sustituyendo por otros eléctricos para reducir al máximo la huella de carbono. También promovemos 'Galaxy Upcycling', un programa de reutilización de smartphones usados que serán destinados a otros fines, como dispositivos del internet de las cosas (IoT, por sus siglas en inglés) o la fabricación de nuevos productos", detalla.

del proceso de fabricación, integrando instalaciones de tratamiento en nuestras líneas de fabricación de semiconductores, ampliando las instalaciones de utilización del calor residual y estudiando la posibilidad de introducir fuentes de calor eléctrico para reducir el uso de calderas de GNL", puntualiza.

Schneider Consumer Iberia

Rafael Barrio, Director Comercial de Schneider Consumer Iberia, explica así cómo aborda su empresa los preceptos de la economía circular. "En la fabricación de nuestros productos priorizamos el uso de materiales que sean seguros y respetuosos con el medio ambiente, sobre todo en el embalaje de productos, trabajando con proveedores que también siguen estos principios. En cuanto a la eficiencia energética, ofrecemos una amplia variedad de electrodomésticos de bajo consumo energético y promovemos un uso responsable del agua a través de los manuales de uso y campañas de concienciación para nuestros clientes en redes sociales. Además, la venta de productos reacondicionados y la reparación de productos existentes es parte esencial para extender su vida útil. Trabajamos con organizaciones que se dedican a la recolección y reciclaje de productos y ofrecemos servicios de recogida de productos usados para nuestros clientes", desgrana.

Por otro lado, la compañía cuenta con diversas medidas para reducir su huella de carbono. "Hemos establecido varios objetivos a largo plazo para reducir nuestra huella de carbono. Entre ellos se incluye la reducción de las emisiones de GEI en nuestras operaciones. Estamos implementando medidas para aumentar la eficiencia energética en nuestras instalaciones, utilizando fuentes de energía renovable, y mejorando la gestión de residuos. También la promoción de la reducción de emisiones de GEI a lo largo de toda nuestra cadena de suministro. Esto implica

FOTO: SMARTGYRO (QUATROTEC)



trabajar con nuestros proveedores para implementar prácticas sostenibles en su producción y distribución. Además, tratamos de ofrecer productos que sean más eficientes en términos de energía y agua para reducir el impacto ambiental de su uso. Asimismo, fomentamos el uso del transporte sostenible entre nuestros empleados, proveedores y clientes. Finalmente, implementamos medidas para reducir el consumo de papel y otros recursos materiales en nuestras operaciones, usando la facturación electrónica como medida principal", puntualiza.

Smartgyro

Mario Mateos, Gerente de Smartgyro, destaca la apuesta de la empresa por los productos reacondicionados. "Con el fin de compensar el impacto posible que pudiera generar nuestra actividad, hace unos meses decidimos poner en marcha una nueva sección en nuestro catálogo de producto: la gama de reacondicionados. Podemos encontrar patinetes eléctricos en estado seminuevo, gracias a los cuales conseguimos evitar que una gran cantidad de plásticos y el resto materiales contaminantes sean desechados. También contamos con baterías reacondicionadas, con las que logramos evitar que uno de los componentes más contaminantes de los vehículos eléctricos se desechase sin aprovechar al máximo su potencial. Muchas de ellas presentan averías solventables y pueden disfrutar de una segunda oportunidad siendo optimizadas y recicladas", subraya.

Asimismo, habla del compromiso de la compañía en relación al consumo y a la creación de energía en sus oficinas centrales. "Hemos ido consiguiendo generar un ecosistema 100% sostenible con una instalación fotovoltaica de autoconsumo y cuatro puntos de carga para los coches eléctricos del equipo en nuestra sede central. La energía que se produce desde entonces a través de esta nueva instalación es renovable y 100% sostenible, algo que ayudará a reducir el impacto de nuestra huella de carbono. Se trata de una instalación fotovoltaica de 80 paneles de 450 W capaz de generar hasta 36.400 W, lo que equivale a la producción de 700 hogares con consumo medio si las placas funcionan a máximo rendimiento ocho horas de manera ininterrumpida", especifica.

Además, se detiene en su "lucha diaria contra la contaminación y la búsqueda de un planeta más limpio". "Depositamos nuestra confianza en Gravity Wave, con el fin de recaudar la mayor cantidad de fondos posibles para la extracción de plásticos y residuos del mar Mediterráneo a lo largo de todo un año", indica. Gracias a esta iniciativa se retiraron del mar 412 kilogramos de plásticos.

Por otro lado, no hay que olvidar que la empresa está especializada en la movilidad eléctrica, evitando los desplazamientos en coche o moto y, por tanto, contribuyendo a reducir la emisión de gases nocivos a la atmósfera. "A lo largo de 2021 pusimos en el mercado 54.000 unidades de patinetes eléctricos, lo que supone cerca de 1,5 billones de gramos de CO₂ ahorrados a nuestro planeta y más de 128 millones de



FOTO: TUCANO

kilómetros recorridos por todos nuestros usuarios", anota.

Smeg

La compañía hace hincapié en la atención que ha puesto tradicionalmente en el diseño de sus equipos. "Nuestros hornos, encimeras, máquinas de café, cocinas, lavadoras, lavavajillas, secadoras, campanas de extracción, fregaderos, frigoríficos y congeladores se han diseñado siempre teniendo en cuenta consideraciones ambientales. Especialmente y con énfasis en la elección de los materiales, como acero, cristal, aluminio o latón, fácilmente reciclables con una planificación adecuada", desgrana.

Además, recalca que "Smeg cumple íntegramente con lo estipulado en las directivas RoHS (Restriction of Hazardous Substances) y REACH (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemical Substances), yendo mucho más allá de los requerimientos mínimos". "La directiva RoHS restringe el uso de materiales y sustancias peligrosas como cadmio, mercurio, cromo VI, PBB o PBDE. Y la directiva REACH gestiona el correcto manejo de las sustancias químicas y se encarga de asegurar que la salud del medio ambiente y la salud humana están protegidas en todo momento", puntualiza.

También destaca sus esfuerzos en la reducción de su huella de carbono. "Nuestro objetivo es mejorar continuamente nuestra huella medioambiental, controlando las emisiones de GEI y trabajando para proteger el medio ambiente. Mediante numerosos proyectos, como la ampliación

e instalación de sistemas fotovoltaicos en nuestras instalaciones —producirán el 31% y el 20% de las necesidades energéticas de sus fábricas de Guastalla y Bonferraro, respectivamente—, nos esforzamos por reducir las emisiones directas e indirectas. En consonancia con la importancia que siempre hemos dado a las zonas verdes, en 2021 iniciamos una colaboración con el Consejo Nacional de Investigación (CNR) de Italia para controlar la capacidad anual de absorción de CO₂ de la vegetación de nuestro parque empresarial (secuestro de CO₂ de la atmósfera), la acumulación de CO₂ en su biomasa (raíces, tronco, ramas y hojas) y la eliminación de contaminantes gaseosos (ozono) y partículas inhalables de la atmósfera", especifica.

SPC

"En SPC tenemos un fuerte compromiso con la economía circular y el medio ambiente que se ve reflejado en todas las etapas de la fabricación y vida útil de nuestros dispositivos", declara Verónica Catediano, responsable de Comunicación y RR.PP. de SPC. "Veamos por cumplir nuestra apuesta por la sostenibilidad desde el momento más incipiente, el de la conceptualización de los productos y sus packagings, y esto se extiende hasta nuestro compromiso por la reparabilidad", añade.

"El objetivo principal que guía todos los pasos de nuestro servicio técnico es reparar todo lo posible y recurrir al reciclaje como última opción. Tanto es así que ajustamos los presupuestos de reparaciones fuera de garantía lo máximo posible para tratar de promover esta reparación en lugar de la compra de un aparato nuevo. En paralelo, y con base en esta concienciación por cuidar el medio que nos rodea, hace un año lanzamos una marca de productos reacondicionados, Geecool, con todas las garantías de nuestro servicio posventa y asistencia técnica. Queremos que sea la alternativa de confianza para aquellos usuarios que quieran adquirir un producto



FOTO: HAVERLAND (MARSAN INDUSTRIAL)

tecnológico restaurado al que dar una nueva vida", especifica.

Estas medidas también contribuyen a la reducción de su huella de carbono. "Nuestro principal objetivo es tratar de alargar la vida de un producto reparándolo. Cuando no queda más remedio que sustituir un componente, éste se recicla. Y si el dispositivo presenta una avería severa que hace inviable una reparación con garantías, procedemos al despiece y reciclaje de todos sus componentes con empresas especializadas en este tipo de gestiones. Incluso el momento de la entrega del material a reciclar a estas compañías se hace teniendo en cuenta criterios de sostenibilidad, ya que optimizamos el proceso desde el transporte, asegurándonos de llenar un tráiler para contribuir a la reducción de la huella que deja la movilidad", especifica Catediano.

FOTO: TUCANO



Tucano

Guadalupe Medrano, Country Manager de Tucano Spain & Portugal, indica que la compañía lleva "más de 15 años trabajando para cumplir con una política de sostenibilidad autoimpuesta". "Hemos ido alcanzando y superando los objetivos de cada año. O sea, una trayectoria ecológica que ha ido creciendo y se ha convertido en el proyecto guía de todas las producciones. Incluso nos ha llevado a replantearnos la revisión de nuestros productos y colecciones históricas en plan ecológico. Un ejemplo de esto es que hemos lanzado los modelos clásicos en versión totalmente 'eco'. El objetivo de continuar con este camino nos ha llevado a una constante investigación tecnológica que ha permitido seleccionar materiales nuevos, como econylon, ecopoliéster, redes ecológicas y tejidos recubiertos o elásticos. Hoy por hoy, nuestra producción de productos ecológicos abarca casi el 90% de nuestro catálogo. Además, hemos dado un paso adelante, pensando en cómo mejorar esta performance y hemos logrado dos productos totalmente biodegradables. Nos referimos a las fundas para iPad Verde y Bamboo", detalla.

¿Cuánto permite ahorrar un electrodoméstico eficiente?

La contribución de los fabricantes a la sostenibilidad también pasa por el diseño de electrodomésticos altamente eficientes. "Se estima que el uso de electrodomésticos eficientes puede ahorrar hasta un 30% o más de energía, en comparación con los modelos menos eficientes", afirma el responsable de Franke.

Los fabricantes son conscientes de ello, por lo que el diseño de aparatos eficientes

es una de sus prioridades en I+D+i. "En los últimos años hemos incorporado la inteligencia artificial (IA) en nuestros productos, lo que ha permitido la creación de una nueva gama de electrodomésticos conectados y eficientes. Con nuestros frigoríficos inteligentes, los usuarios pueden llegar a ahorrar hasta un 30% adicional sobre su etiqueta energética. Por otro lado, con nuestras lavadoras también inteligentes, los usuarios tienen un ahorro adicional del 70%. Y con nuestro nuevo servicio 'SmartThings Energy', incorporado en nuestra app 'SmartThings', los usuarios consiguen una reducción aún mayor en su factura de la luz", apunta Samsung.

Si hablamos de aparatos como lavadoras y lavavajillas, innovaciones como los motores inverter o los programas 'eco' ayudan a reducir el consumo energético hasta en un tercio. Además, los electrodomésticos eficientes reducen el consumo de agua y detergente. "Nuestros lavavajillas con tecnología SaveWater reutilizan agua (consumo de 6,9 litros de agua con la carga completa, en vez de 9,5 litros), mientras que con Autodose se ahorra detergente (hasta un 28%), reduciendo el impacto en el medio ambiente", comenta el responsable de Beko. Además, señala que la incorporación de tecnologías de lavado que conservan y alargan la vida útil de las prendas y vajillas "evitan un consumo innecesario". Por otro lado, indica que las tecnologías como HarvestFresh, que mejoran la conservación de frutas y verduras en los frigoríficos, "evitan el desperdicio de alimentos".

En el caso de las campanas extractoras, Moisés Castillo, Director Comercial de Inoxpan-Pando, precisa que "un modelo con clasificación energética A+++ puede consumir alrededor de un 65% menos de energía que una con clasificación D".

En el ámbito de la climatización, Sánchez-Cano indica que los equipos de aerotermia de Daikin "aportan hasta un 50% de ahorro a los hogares". "El coste de utilizar una bomba de calor con aerotermia se traduce en menos de un euro al día para climatizar una estancia de una casa", detalla.

La portavoz de Gigaset pone otros ejemplos. "Nuestros teléfonos DECT son altamente eficientes en términos de consumo de energía, ya que incorporan la tecnología 'Eco DECT', que reduce la energía transmitida en un 80% cuando están en modo de espera. Además, utilizan fuentes de alimentación de bajo consumo. Y los teléfonos VoIP también están diseñados pensando en el ahorro energético. Asimismo, nuestros productos Smart Home — termostatos y sensores inteligentes— permiten adaptar el encendido y apagado de la iluminación, controlar la temperatura y detectar la apertura de puertas y ventanas, ayudando a adoptar la temperatura exacta en cada habitación y garantizando la eficiencia y ahorro energético, además de reducir los gastos en las facturas de gas y electricidad", anota.

También en el entorno del Smart Home, Catediano destaca el ecosistema de dispositivos SPC, alimen-

tados por IA, Reinforcement Learning (RL) y Big Data. "El Big Data recopila la información de las predicciones meteorológicas y datos históricos de las mediciones en el hogar para entender cómo podemos conseguir una mayor eficiencia energética. El RL aplicado a los dispositivos Smart Home de SPC posibilita que éstos aprendan ellos mismos de su propia experiencia y mejoren su comportamiento para alcanzar la temperatura objetivo al mínimo coste posible, a partir de las tarifas de los suministros contratados que aporta al usuario", detalla.

La eficiencia también llega a aparatos como las cafeteras. Zaragoza explica que hace casi 30 años que las cafeteras Jura incluyeron la función de apagado automático para evitar un consumo innecesario de energía. Otros avances en esta dirección han sido la inclusión del modo de ahorro de energía o el diseño de thermoblocks de bajo consumo, que se calientan más rápidamente gracias a su menor masa.

Igualmente, el Director General de Polti España y Portugal, expone algunos de los avances que incluyen sus sistemas de planchado para reducir el consumo energético, como la función 'Eco', "que limita el consumo de energía y agua", o la función stand-by, "que ayuda a consumir menos cuando no se utiliza". Gracias a ello, especifica que algunos de sus modelos permiten reducir el consumo de agua y energía en un 68% y en un 60%, respectivamente.



FOTO: HAVERLAND (MARSAN INDUSTRIAL)

Y en el caso de sus limpiadores de vapor, destaca su capacidad de limpiar e higienizar sin usar detergentes, lo que no solo supone un ahorro, sino que también ayuda a no contribuir a la contaminación de aguas residuales.

Además, la tecnología led ha supuesto una revolución en la iluminación. "Nuestra

gama de productos led ultraeficientes consumen un 60% menos de energía en comparación con la tecnología led estándar de Philips y cuentan con una vida útil tres veces mayor. Asimismo, en el caso de la iluminación conectada, los productos Philips Hue permite reducir el consumo en un 70% con sus escenas más populares. De forma que se puede crear un ambiente único en los hogares, a la par que se reduce el uso de energía", afirma Manrique.