



Circularidad de los envases

Hacia un cambio de paradigma

Avanzar hacia modelos de envase y embalaje más sostenibles es una de las prioridades del gran consumo desde hace años. Ahora las empresas se preparan para cumplir los objetivos que exigen la Ley de Residuos y Suelos Contaminados y el Real Decreto de Envases -en trámite parlamentario-. Los objetivos son ambiciosos, los plazos muy exigentes. Con todo, lo que más preocupa es la falta de armonización, la mayor presión fiscal en el peor momento y la incertidumbre, que paraliza las decisiones de las empresas. Debatimos todas estas cuestiones con directivas de Capsa Food, Ecoembes, Eroski y Nueva Pescanova, en un debate organizado por C84 y Ecoembes y moderado por Nuria de Pedraza, directora de RRH y comunicación de AECOC.

ROSA GALENDE C84
rgalende@aecoc.es





PARTICIPANTES

De izda. a dcha. en la foto

NURIA DE PEDRAZA. Directora de RRll y comunicación de AECOC. (Moderadora)

CRISTINA RODRÍGUEZ. Responsable Sostenibilidad de EROSKI.

ESTEFANÍA IGLESIAS. Dra. Sostenibilidad Ambiental de CAPSA FOOD.

BEGOÑA DE BENITO. Dra. Relaciones Externas y RSC de ECOEMBES

MARÍA PÉREZ SAINZ. Dirección Corporativa de I+D. Técnico Especialista Economía Circular de NUEVA PESCANOVA

Nuria de Pedraza: Uno de los temas que más preocupan a las empresas, al consumidor y a los que legislan hoy son los envases y embalajes. Según un estudio realizado por AECOC, las empresas han reducido el uso del plástico un 21% en los últimos años. ¿Es posible seguir reduciendo? ¿Cuáles son las estrategias que centran los esfuerzos de vuestras empresas en materia de *packaging*?

Estefanía Iglesias: Nuestra estrategia de sostenibilidad está basada en los principios de la Fundación Ellen MacArthur y certificada por AENOR. Somos la primera empresa en España que ha certificado su estrategia de economía circular por un tercero basada en estos principios. Y el primero de ellos nos habla de reducir al máximo: no utilices lo que no necesitas. Y esto es algo que siempre hemos hecho en Capsa, porque somos una empresa de bajo margen y no nos queda otra que trabajar des-

de la eficiencia. En *packaging*, en concreto, desde hace años apostamos por el ecodiseño con el fin de consumir menos materiales y generar también menos mermas en el proceso productivo y en su uso. Reducir aún más el gramaje a partir de ahí es casi imposible, porque podríamos tener problemas de seguridad alimentaria y desperdicio durante el transporte logístico, paletizado... Reducir es una medida maravillosa, pero tiene un límite. No obstante, seguimos buscando materiales alternativos que nos aporten avances, por pequeños que sean.

Begoña de Benito: En Ecoembes hemos sido testigos de todo lo que las empresas han hecho y siguen haciendo, que es muchísimo. Las empresas han hecho de la sostenibilidad, y en concreto de la sostenibilidad de los envases, un elemento estratégico y de competitividad empresarial.

Es cierto que todavía hay un alto porcentaje de medidas que buscan reducir el uso de materiales, pero cada vez hay más medidas en otros ámbitos, como reutilizar, fomentar la reciclabilidad... Siempre podemos optimizar, pero el envase está ya muy optimizado en términos de peso. En el año 2008 trabajábamos en ecodiseño y en la reducción de envases, porque estábamos en crisis; ahora lo hacemos por responsabilidad.

De la misma manera, hace años las empresas incorporaban material reciclado a sus envases y no lo decían por miedo a que el consumidor no lo entendiera; ahora se cuenta todo. Y es bueno, porque contándolo concienciamos al ciudadano. El envase es un elemento fundamental de comunicación. Los mensajes que en él trasladáis a los consumidores llegan y calan. El ciudadano piensa: "Tengo que ser responsable". Y, lógicamente, contarlos permite ■ ■ ■



ESTEFANÍA IGLESIAS - CAPSA FOOD

DRA. SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

“En CAPSA trabajamos día a día con el propósito de dar futuro a nuestros socios ganaderos. Son nuestro principal accionista y tenemos el firme objetivo de garantizar su sostenibilidad en el futuro. Esto es lo que llevamos haciendo desde hace más de 50 años”.

“Reducir es una medida maravillosa, pero tiene un límite”.

“El único plástico reciclado que se puede utilizar en contacto alimentario es el PET, por tanto incorporar reciclados no es una alternativa real para todos”.

“La regulación trata mal el tema de las monodosis. Hay alimentos que por su momento de consumo requieren monodosis para que no se produzca desperdicio alimentario”.

“Existe una incertidumbre absoluta que paraliza a las inversiones, que nos impide avanzar e introduce unos riesgos económicos y de mercado que a las empresas pequeñas las puede abocar incluso a desaparecer”.

poner en valor el esfuerzo realizado por las empresas.

María Pérez Sainz: En el diseño de envases nosotros priorizamos la calidad, la seguridad alimentaria y la vida útil del producto, siendo conscientes del impacto ambiental que genera el conjunto, envase y producto. Los planes de actividades sobre los que estamos trabajando pasan por analizar el diseño y los materiales que utilizamos en cada uno de nuestros envases, con el objetivo de optimizar su material, apostando por el equilibrio del mínimo material que proteja nuestros productos.

A pesar de que nuestros productos son refrigerados y congelados, siempre que podemos utilizamos cartón (50% del total), aunque hay aplicaciones en las que claramente el plástico es la mejor opción. En un caso concreto hemos conseguido elimi-

nar el plástico individual que protegía el producto, que después se envasaba en un estuche de cartón, para eliminar el plástico y envasar directamente en el estuche, hemos tenido que cambiar el proceso industrial de procesado y congelación, lo cual ha supuesto una importante inversión económica y de tiempo para la implementación.

Por otra parte, hemos conseguido reducir un 40% el plástico utilizado en el envasado de palés gracias a la reingeniería de procesos. Al final, reducir no es sencillo, tiene límites y hay muchas variables a tener en cuenta para no cometer errores. Como objetivo nos hemos propuesto reducir un 10% el uso del plástico de 2019 a 2025.

Cristina Rodríguez: En Eroski y Caprabo llevamos años trabajando para reducir o hacer más sostenibles las bolsas de caja, incorporando opciones reutilizables, papel, material reciclado, etc., adelantándonos a la llegada del Real Decreto de bolsas. Desde 2017, hemos reducido más de 22 millones de unidades de bolsas de un solo uso al año, lo que equivale

al 59% del plástico convencional que contenían esas bolsas. Y no nos quedamos ahí: también actuamos sobre las bolsas de un solo uso en las secciones de frescos. Y hemos incorporado material reciclado en las bandejas de envasado en tienda en las secciones de panadería, pescadería, etc. Esto nos ha permitido no solo alcanzar el objetivo sectorial de reducir el plástico convencional en estos embalajes un 21% en 2021, sino superar el 30% ya en 2020.

También hemos reducido el uso del plástico convencional incorporando material reciclado en las bandejas de envasado en tienda de las secciones de pescado, panadería, etc. Asimismo, desde hace años trabajamos en el ecodiseño de nuestros productos de marca propia con el Basque Ecodesign Center.

Nos hemos marcado el objetivo de reducir un 20% el plástico convencional en 2025 y alcanzar el 100% de reciclabilidad también para esa fecha. Ya hemos analizado más de 3.000 envases de 400 proveedores distintos, midiendo su huella plástica y su reciclabilidad en la medida



BEGOÑA DE BENITO - ECOEMBES

DRA. RELACIONES EXTERNAS Y RSC DE ECOEMBES

“Ecoembes es un ejemplo clarísimo de que sin el trabajo conjunto del ecosistema no vamos a ningún lado”.

“Estamos avanzando ya en un proyecto técnico de ecomodulación cuyo objetivo es fomentar la reciclabilidad de los envases, de manera que sean 100% seleccionables y 100% reciclables”.

“La normativa, al menos en lo que hace referencia a la responsabilidad del productor, es claramente inflacionista. Hablamos de subidas muy importantes de tarifas de Punto Verde en un momento tremendamente delicado para nuestras empresas”.

“Hay opciones para la reutilización de envases y lo más inteligente es trabajar en ellas, porque si no las decisiones las tomará el regulador”.

“Estamos ante una regulación que lo que pretende es un cambio de modelo. Y un cambio de modelo tiene que planificarse”.

en que hemos podido, mientras se acaba de concretar su definición en la normativa. También tenemos en cuenta otras cuestiones como el riesgo de *littering* o huella ambiental del producto. Hay que mirar la circularidad, el ciclo de vida de todos los materiales, no sólo del plástico, y también sus propiedades. A veces el plástico es el que mejor garantiza la seguridad alimentaria y la estanqueidad del producto, y no supone un impacto medioambiental superior al de otros materiales.

Ya hemos cambiado más de 120 productos y eso nos ha permitido reducir un 9% por ahora el plástico en los envases de marca propia. Y estamos trabajando en su comunicación, porque no solo es importante hacerlo sino contarlo.

Nuria de Pedraza: Tras la reducción, las empresas abordan el reciclaje y la reutilización de sus envases. ¿Qué frenos os encontraréis a la hora de avanzar en este camino?

Estefanía Iglesias: En reciclaje las empresas hemos trabajado mucho en los últimos años. La norma UNE y las guías de Ecoembes nos ayudan a

diseñar teniendo en cuenta la compatibilidad de materiales, el tamaño de las etiquetas, cómo tiene que ser el tapón para no perderse, etc. Hoy nuestra botella de leche, que es nuestro buque insignia, es reciclable en un 99%. Sólo el opérculo de aluminio -imprescindible para garantizar la seguridad alimentaria- no lo es.

No obstante, seguimos trabajando para utilizar envases más reciclables y, aunque todavía hay alguno que se nos resiste un poco, ya estamos avanzando en soluciones más innovadoras que estarán en breve en el mercado.

Por otra parte, en general, la industria alimentaria láctea no está de acuerdo con la reutilización, porque no es lo mismo rellenar una botella de lejía o champú que un alimento tan sensible como es la leche. Hay dos formas de reutilizar el envase:

- Ir con el envase a una máquina expendedora que rellena de producto. Esto en el caso de la leche no es recomendable, porque no podríamos garantizar la seguridad alimentaria.

- Puesta en marcha de un sistema de devolución y retorno. Tampoco estamos de acuerdo con este sistema porque en los análisis de ciclo de vida (ACVs) que se han hecho no salen mejor desde un punto de vista ambiental, ni mucho menos económico.

Begoña de Benito: A mi modo de ver es imprescindible apoyarse en la ciencia y en los datos que nos aporta para tomar las mejores decisiones posibles. Estoy convencida de que la reutilización tiene un campo de mejora evidente, lo que no sé es si el foco hay que ponerlo en los envases, en las lavadoras o en las cafeteras. Pero sí sé que para saber qué opción es mejor, si reutilizar o reciclar, hay que hablar de cuestiones concretas, de envases concretos y hacer sobre ellos análisis de ciclo de vida para cada caso de uso.

En la actualidad cerca de 13.000 empresas forman parte de Ecoembes. Unas son grandes y tienen conocimiento y recursos, y otras son más pequeñas y tienen menos medios a su alcance. Desde Ecoembes tenemos que poner el foco en ■ ■ ■



CRISTINA RODRÍGUEZ - EROSKI

RESPONSABLE SOSTENIBILIDAD Y ECO-PRODUCTO

“Nos preocupa la obligatoriedad que tienen los supermercados de más de 400 metros de dedicar al menos el 20% de su superficie a la venta a granel. ¿Por qué un 20% y no un 15% o un 22%?”.

“La única forma de que los objetivos sean asumibles es con plazos razonables -no de hoy para mañana- y con eficiencia basada en estudios y en la homogeneidad en las legislaciones locales, nacionales y europeas”.

“Estas leyes vienen a cambiar el paradigma de usar y tirar por intentar potenciar más la reutilización. En el futuro veremos un cambio de paradigma sobre cómo vendemos ciertos productos”.

“La reutilización pasa, sí o sí, por sistemas de retorno o por graneles, pero tiene sus límites en la seguridad alimentaria, la vida útil y el desperdicio alimentario”.

“Si no formamos e informamos a los consumidores, si no conseguimos que ellos sean los tractores es imposible que el cambio ocurra”.

todas, facilitando a aquellas que no tienen tantos recursos la posibilidad de trabajar en ecodiseño y mejorar su impacto ambiental. Así contamos con herramientas un poquito sofisticadas, como Pack-CD, que exige cierto conocimiento, recursos y tiempo y otras como TheCircular-Campus, un hub de conocimiento que pone a disposición de todas las empresas casos que les sirven de inspiración.

Los objetivos que tenemos por delante no se pueden alcanzar desde la palabra competir, sino desde la palabra colaborar. Por eso, o ponemos el conocimiento al servicio de todos, o no conseguiremos los avances necesarios.

Cristina Rodríguez: Totalmente de acuerdo. Nosotros, por ejemplo, tenemos en marcha un proyecto de acompañamiento a proveedores locales para que puedan avanzar en ecodiseño, pero también en las tres dimensiones de la sostenibilidad.

Porque si los consumidores traccionan toda la cadena, nosotros, que estamos en medio, podemos traccionar aguas arriba.

En Eroski estamos ecodiseñando con monomateriales, intentando que los colores sean claros o transparentes, utilizando materiales compatibles entre sí, entre otras medidas. A veces surgen limitaciones que intentamos resolver con proyectos de I+D+i colaborativos. Los próximos años vamos a ver una gran revolución tecnológica relacionada con el envase.

A nivel de reutilización, a veces hemos ido por delante de la madurez del propio consumidor, como cuando promovimos el uso de *tuppers* reutilizables, que duró lo que duró la entrega de *tuppers* gratuitos. Ahora hemos retomado ese proyecto y aunque su uso se ha extendido, la penetración sigue siendo pequeña por la búsqueda de conveniencia en la compra por parte del consumidor. No es lo mismo tener que acordarme de llevar cinco *tuppers*, tres mallas y dos bolsas que salir de traba-

jar, comprar y volver a casa. Esta es la realidad.

La reutilización pasa, sí o sí, por sistemas de retorno o por graneles, pero tiene sus límites en la seguridad alimentaria, la vida útil y el desperdicio alimentario. Vender a granel -como pide la ley- permite que cada uno lleve solo la cantidad que necesita, y eso reduce el desperdicio alimentario; sin embargo, nuestros estudios dicen que en igualdad de condiciones una zanahoria envasada tiene seis días más de vida útil y un tomate a granel duplica la pérdida.

Nuria de Pedraza: Desde AECOC lideramos un proyecto de desperdicio alimentario y participamos en las rondas de consulta pública de la ley catalana, que está en proceso de desarrollo reglamentario. Ellos partían del principio, totalmente erróneo, de fomentar el granel para luchar contra el desperdicio alimentario y nosotros les trasladábamos un análisis que dice justamente lo contrario: con el granel hay más merma.



MARÍA PÉREZ SAINZ - NUEVA PESCANOVA

DIRECCIÓN CORPORATIVA DE I+D. TÉCNICO ESPECIALISTA ECONOMÍA CIRCULAR

“En Nueva Pescanova la sostenibilidad no es una estrategia, sino LA ESTRATEGIA”.

“El impacto ambiental de cualquier producto de la pesca es muy superior al impacto que genera su envase”.

“Hemos conseguido reducir un 40% el plástico utilizado en el envasado de palés gracias a la reingeniería de procesos”.

“Los plazos, la falta de armonización y la mayor presión fiscal en el momento actual son cuestiones complicadas de asumir”.

“Todo el sector del *packaging* está alineado con la sostenibilidad y la reciclabilidad. Pero necesitamos plazos razonables y decisiones avaladas por la ciencia”.

Cristina Rodríguez: Nosotros hemos tenido experiencias incluso de venta de droguería a granel y hemos visto que el consumidor todavía no está preparado para ello. Por supuesto que hay consumidores muy concienciados que reclaman la venta a granel. ¿Son la mayoría? Todavía no. Si queremos que eso cale habrá que cambiar el paradigma de compra que hoy tenemos.

Respecto a los sistemas de depósito, devolución y retorno (SDDR), confiemos en que no se pongan en marcha, porque se conseguirán antes los objetivos de recogida selectiva con la gestión actual, pero si lo hicieran, abogamos por que se utilice suelo público como en el caso de los contenedores amarillos de gestión municipal. ¿Por qué cambiar el paradigma de suelo público a suelo privado, con las implicaciones y complejidad que tiene, sobre todo para los pequeños comercios con poca superficie comercial?

Hay que basar las decisiones en datos técnicos, considerando la eficiencia económica y ambiental. Porque ¿está el sector preparado? ¿Tenemos homogeneidad de enva-

ses de bebidas, por ejemplo? Si cada uno tiene su tipo de envase, ¿es sostenible ese sistema de retorno? A veces intentamos correr y meter una presión, por tiempos y por objetivos, que quizá no esté avalada con la factibilidad técnica y económica.

María Pérez Sainz: En Pescanova tenemos el objetivo de que todos nuestros envases sean reciclables, reutilizables o compostables en 2025.

Basándonos en los documentos de referencia, como pueden ser las guías de Ecoembes, hemos creado nuestra propia metodología -Pack Score- que clasifica todos nuestros productos en cuatro categorías: reciclables, reciclado condicionado, ineficiente para el reciclado y no reciclable. Así categorizamos cada uno de nuestros envases, siendo conscientes de que hay envases que tienen una categoría diferente en España, Francia o Portugal.

En cuanto a la reutilización del envase, en nuestro ámbito es complicada y la única manera de abordarla sería a través de la venta a granel. Pero no olvidemos que existe una legislación de etiquetado, de seguridad alimen-

taria, de trazabilidad, de vida útil... Si vendemos a granel estamos pasando la responsabilidad de codificar y de poner la vida útil, pieza a pieza, a la distribución. Este es un reto en el que avanzaremos desde la mayor ciencia posible, porque tampoco podemos cometer errores, ni generar mayor desperdicio alimentario.

Un ejemplo donde veo muy complicado utilizar un envase reutilizable es en una de nuestras referencias más vendidas -la caja de gambones y langostinos salvajes, de uno o dos kilos- porque se envasa en un barco en Angola, Argentina o Mozambique, y tal cual llega al punto de venta. El envase en sí es óptimo, sostenible y reciclable, porque es un fondo de cartón con una lámina de plástico y una tapa de cartón. ¿Reutilizable? No lo veo. Es un producto delicado de manejo y desde el momento de la captura, hasta el punto de venta únicamente se utiliza este envase para protegerlo hasta que llega a la casa del consumidor. ■ ■ ■

EL ECODISEÑO, CLAVE PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS

María Pérez Sainz: Ecodiseño es contemplar la variable de sostenibilidad ambiental en todas las etapas de diseño del ciclo de vida de un producto desde su obtención, transformación, envasado, comercialización y gestión del fin de vida como residuo, cuidando de no transferir impactos entre una etapa y otra, contemplando el envase y la reducción del desperdicio alimentario, porque el impacto ambiental del producto es muy superior al del envase que le acompaña.

Begoña de Benito: La ecomodulación de las tarifas fomentará el ecodiseño. Tenemos avanzando ya un proyecto técnico de ecomodulación cuyo objetivo es fomentar la reciclabilidad de los envases, de manera que sean 100% seleccionables y 100% reciclables. Y establece un incentivo económico por hacer las cosas bien. De hecho, la tarifa del Punto Verde ya discrimina entre materiales que tienen un mayor y un menor coste de gestión.

Estefanía Iglesias: El ecodiseño empieza por conocer al consumidor y sus necesidades de consumo para no generar desperdicio alimentario. De hecho, la regulación trata mal el tema de las monodosis. Entiendo que se regule e incluso que en algunos casos se prohíban, pero hay alimentos que por sus características nutricionales, garantías de seguridad alimentaria y momentos de consumo, requieren formatos individuales, y esto es algo que se ha escapado al regulador.

Cristina Rodríguez: El ecodiseño en algunos casos también puede suponer un cambio de paradigma sobre cómo vendemos ciertos productos. Por ejemplo, reducir el peso de los materiales ajustando el tamaño del envase, para que tenga una ratio óptima de contenido frente al continente, puede tener un efecto en la visibilidad de ese producto en el lineal. Eso puede conllevar menos ventas, y obviamente es una decisión comercial muy arriesgada. En cambio, si esos cambios de diseño en los envases de determinadas categorías se acuerdan a nivel sectorial, no habría ese riesgo de reducción de ventas y los ahorros de materiales en global serían mucho mayores. Ganaríamos todos, empresas, consumidores y el medio ambiente.

Donde sí veo cierto campo de reutilización es en el embalaje, siempre condicionado a las distancias y a la colaboración con el transporte y la distribución.

Begoña de Benito: Desde mi punto de vista, hay opciones para la reutilización de envases, y lo más inteligente es trabajar en ellas, porque sino las decisiones las tomará el regulador sin conocer dónde se puede y dónde no. Porque a lo mejor hoy no se puede rellenar una botella de leche ni tampoco una de lejía, por riesgos para la salud. Pero no debemos bloquearnos en los: "Esto es im-

posible". Tiene que ser posible. Y eso pasa por la colaboración y, sin duda, por un cambio de modelo. Esto no podemos hacerlo desde la mirada de hoy, desde cómo hoy hacemos las cosas. Tenemos que ser capaces de cambiar el modelo de producir y de consumir, porque es lo que está pidiendo ya no sólo el regulador, también la sociedad. Y tenemos que hacerlo de forma eficaz, eficiente, con sentido. Y me consta que AECOC está trabajando en ver cómo, de manera voluntaria, podemos avanzar por un camino que desde mi punto de vista no tiene retorno. Más nos vale dar pasos que seguir esperando

a que nos digan qué pasos tenemos que dar.

Nuria de Pedraza: Totalmente de acuerdo. Cuando en 2012 en AECOC decidimos empezar a trabajar en desperdicio alimentario nadie nos estaba obligando a avanzar en esa dirección. Ahora que los reguladores se han empezado a preocupar por este tema nosotros habíamos avanzado tanto que, modestamente, algo de dirección hemos sido capaces de aportar. Donde más se está legislando y se va a legislar, en línea con las preocupaciones de la sociedad, es en temas de salud y sostenibilidad. Ya se ha aprobado la Ley de Residuos y Suelos Contaminados y tenemos en debate parlamentario el Real Decreto de Envases. ¿Cómo veis esta nueva legislación que nos llega?

Cristina Rodríguez: Hay tantas cuestiones a tratar que me centraré en las que más nos preocupan, porque son decisiones que, desde nuestro punto de vista, se han tomado sin contar con todos los análisis técnicos necesarios.

Nos preocupa la obligatoriedad que tienen los supermercados de más de 400 m² de dedicar al menos el 20% de su superficie a la venta a granel. A día de hoy no tenemos una metodología armonizada para calcular esa "superficie comercial a granel", ni de dónde sale ese 20%. ¿Y por qué han puesto un 20% y no un 15% o un 22%? La medida, que entra en vigor el 1 de enero de 2023, implica cambiar los formatos de tienda, la forma de colocar los productos, los procesos de reposición, de distribución... Son tantos cambios que pen-



sar que eso se puede hacer en 7 o 8 meses supone plantear un reto de alta dificultad para toda la distribución en nuestro país.

Otro aspecto que no viene de Europa, sino que es propio de España, es el cobro diferenciado de ciertos envases en el ticket de compra. Hoy todavía no sabemos cuáles son los envases afectados, ni si quieren que esté desglosado por referencia o agrupado... Y de nuevo la entrada en vigor es el 1 de enero de 2023.

Y luego hay idas y venidas con la obligación de vender la fruta de menos de kilo y medio a granel. En el primer borrador hablaban de evitar el plástico, por lo que algunos proveedores hicieron una gran inversión para envasar en cartón y ahora se han encontrado con un nuevo borrador en el que ya no les dan esa alternativa. ¿Cómo van a amortizar esa inversión?

Las dudas se acumulan: ¿Cómo trasladamos la información al consumidor si no hay envase? ¿Podremos vender a granel productos ecológicos o con otros sellos, que requieren una certificación de cadena de custodia si van a granel?

Nuria de Pedraza: Y al final en los productos agroalimentarios el mayor impacto está en el propio producto, no en el envase...

Cristina Rodríguez: Nos preocupa lo que decíamos de afectación a vida útil, aumento de pérdidas o incluso reducción de consumo de frutas y hortalizas, porque igual el consumidor no quiere o no tiene tiempo para pesarlas. Y luego está la complejidad de diferenciar sin envase diferentes calidades y variedades - manzanas premium, normales, ecológicas...-. Quizás eso conduzca a una reducción de gama, con el impacto que eso podría tener en el sector agroalimentario.

Y con las cadenas de suministro internacionales, ¿qué hacemos? ¿Puedo decirle al proveedor de kiwis de Nueva Zelanda, que suministra a todo el mundo, que me quite el envase? Quizás la respuesta está en comprar en proximidad, pero en ese caso tendremos menos variedad y disponibilidad de frutas y hortalizas.

Estas leyes vienen a cambiar el paradigma de usar y tirar por intentar potenciar más la reutilización. Pero hasta ahora el consumidor no estaba pagando realmente el impacto total

que tiene un producto a nivel de costes. Está pagando una parte, y el resto lo distribuíamos entre toda la sociedad para hacer frente a los gastos de gestión o de limpieza de la *basural*. Ahora vienen nuevas leyes que dicen que el fabricante tiene que hacerse cargo de eso -responsabilidad ampliada del productor-, lo que podría acabar generando una tensión inflacionaria. Por tanto, la única forma de que eso sea asumible es con plazos razonables -no de hoy para mañana- y con eficiencia. Y la eficiencia debe estar basada en estudios y en la homogeneidad en las legislaciones locales, nacionales y europeas.

María Pérez Sainz: Toda esta legislación va a suponer una importante presión fiscal para las empresas en el peor momento posible. Estamos sufriendo unas subidas sin precedentes de las materias primas de los envases y embalajes, con roturas de contratos cada dos meses, con fuertes subidas de hoy para mañana. Y así llevamos año y medio, aparte de la falta de suministro que ■ ■ ■

hay. Por tanto, no es momento de gravar más el envase.

Por otro lado, los plazos son muy exigentes para transformar algo que no es sencillo. Y lo peor es la falta de armonización entre países, y por supuesto entre comunidades autónomas. Es necesario estar alineados con Europa, porque muchos de los productos que producimos aquí se están vendiendo en la Unión Europea.

Los plazos, la falta de armonización y la mayor presión fiscal en el momento actual son cuestiones complicadas de asumir. Todo el sector del packaging está alineado con la sostenibilidad y la reciclabilidad. Pero necesitamos plazos razonables y decisiones avaladas por la ciencia.

Estefanía Iglesias: El impuesto al plástico de un solo uso de la Ley de Residuos y Suelos Contaminados es injusto, e implica impactos de millones de euros para la industria, que muy difícilmente se podrán trasladar al consumidor en el entorno actual. Además, podría tener sentido si hubiera alternativa que nos permitiera utilizar un plástico reciclado, pero no la hay. El único plástico reciclado que se puede utilizar en contacto alimentario es el PET, y ni hay r-PET para todos, ni cualquier otro plástico reciclado -polipropileno, polietileno, poliestileno...- es una realidad, pues no existe ni siquiera otro material aprobado por EFSA -Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria-, ni va a existir mañana. Por lo tanto, estamos ante una desigualdad tremenda versus otros tipos de envases que sí pueden incorporar ese reciclado.

Hay una incertidumbre absoluta que paraliza las inversiones, que nos impide avanzar e introduce unos ries-

gos económicos y de mercado que a las empresas pequeñas las puede abocar incluso a desaparecer.

María Pérez Sainz: A esto se suma la carga administrativa y de sistemas informáticos para llevar toda la trazabilidad de materiales, de envases y circuitos para la gestión del impuesto sobre los envases de plástico no reutilizables que comportan estas leyes. Tenemos que adaptar nuestros sistemas para pagar un impuesto.

Estefanía Iglesias: Y el Real Decreto de Envases está todavía en borrador. Estamos en junio y en enero tenemos que estar funcionando.

Begoña de Benito: Estamos ante una regulación que lo que pretende es un cambio de modelo. Y un cambio de modelo tiene que planificarse. Estamos de acuerdo en avanzar en esa dirección, pero hay que planificar y poner todos los mimbres para llegar a ello. Cuando la Comisión Europea hizo su paquete de economía circular dijo: esto tiene que generar economía, crecimiento, competitividad europea, industrialización, nuevos empleos, innovación... Para todo eso se necesitan unos mimbres. Ahí están los Next Generation y deberíamos ser capaces de utilizarlos.

Lo importante de la normativa no es el qué queremos conseguir -mejorar las tasas de reciclado-, sino el cómo: hay que mejorar generando menos residuos, reutilizando más, haciendo envases 100% reciclables... Insisto, lo importante es el cómo.

La regulación adolece de una cosa que para mí es muy importante, que es el concepto de roles y responsabilidades. Mi visión es que se ha echado todo sobre el tejado del productor (incluida la distribución en su rol de productor), y nos hemos olvidado



del papel del ciudadano, que es capital, y de los municipios, que tienen que tener ordenanzas para que los ciudadanos hagan las cosas bien.

Esta normativa, al menos en lo que hace referencia a la responsabilidad del productor, es claramente inflacionista. Hablamos de subidas muy importantes de tarifas del Punto Verde en un momento tremendamente delicado para nuestras empresas. Hablamos de cientos de millones de euros para pagar por lo mismo. Esto no tiene mucho sentido desde el punto de vista de la eficiencia del modelo.

Asimismo, estos requisitos también nos afectan a nosotros como sistema colectivo, desde un punto de vista de cómo tienen que ser nuestros reportes, nuestras memorias, nuestros informes... Se pone mucha carga administrativa que está bien si sirve para certificar unos datos y ya nadie los discute. En todo caso, tenemos que avanzar hacia un cambio de modelo, porque nos lo está perdiendo la ciudadanía. Pero necesitamos otros mimbres.



Nuria de Pedraza: Todos estamos de acuerdo en que es necesario evitar el abandono de residuos en el entorno natural. ¿Cómo creéis que podemos ayudar al consumidor a tomar conciencia del rol que debe desempeñar en este modelo de economía circular que necesitamos?

Cristina Rodríguez: Trabajando en su información y formación. Un ejemplo es el proyecto informativo Eroski Consumer -revista impresa y plataforma digital con más de 50 millones de visitas al año-, que nos permite informar sobre cómo realizar un consumo más responsable, cómo reciclar mejor, qué es el ecodiseño, qué es la economía circular... Asimismo, dentro de la Fundación Eroski tenemos un módulo, que hemos hecho con WWF, que enseña a los niños cómo separar, reciclar, etc. También tenemos alianzas con la Escuela de Sostenibilidad de Artigas en Vizcaya, con programas de voluntariado ambiental para la limpieza de espacios naturales...

Para nosotros es vital que el consumidor responda, porque si ponemos

productos sostenibles en el supermercado y el consumidor no los elige no se mantendrán en el tiempo. Por ejemplo, les facilitamos mallas reutilizables para sustituir las bolsas de plástico, pero luego ellos tienen que utilizarlas.

Hace años que colocamos en nuestros envases de marca propia los pictogramas del contenedor al que tiene que ir el envase; lo hicimos mucho antes de que el Real Decreto lo dijera, porque consideramos que esa comunicación transparente es esencial. De la misma manera que el Nutri-Score ha contribuido a cambiar las dietas de los consumidores, esa mayor transparencia ambiental de los envases de los productos ayudará a que los consumidores actúen de manera más responsable.

María Pérez Sainz: El consumidor está en el centro de las decisiones del desarrollo de nuestros productos. Pero sabemos que el consumidor es variado y no todos responden de la misma manera. Las empresas tenemos que educar, ejemplarizar

y hacer comunicación responsable, para combatir la desinformación y los mitos. Nosotros trasladamos mucha información a través de nuestros envases y de códigos BIDI que luego enlazan con una página web donde aportamos más información, por ejemplo, de la pesca responsable. También estamos incorporando en nuestros envases el pictograma de reciclabilidad.

Por otra parte, acabamos de presentar al mercado un envase que está hecho con plástico reciclado, y certificado -Ocean Bound Plastic- recogido de riberas y costas del Sudeste Asiático que es una de las principales fuentes de contaminación de los océanos. Con esta acción hemos evitado que diez toneladas de plástico acaben en el mar. Así tratamos de concienciar al consumidor en el Día de los Océanos trasladando la importancia de actuar antes de que la contaminación llegue al océano.

Estefanía Iglesias: El binomio empresa-consumidor es crucial. La industria debe poner en el

El ciudadano tiene que saber que gestionar residuos tiene un coste.

mercado productos sostenibles y ser muy transparente en la comunicación, porque la sostenibilidad es muy amplia y compleja y el consumidor se siente confundido. En nuestro caso el envase es el 5% del total de la huella de carbono, no más.

Por otra parte, hoy tenemos muchos tipos de consumidores y cada uno ve la sostenibilidad de una manera diferente. Los seniors dicen que la sostenibilidad les importa, pero lo que condiciona la compra por ahora es el precio y, lógicamente, la calidad y la seguridad alimentaria. Las nuevas generaciones vienen con otra mentalidad; pero a veces se contradicen. Exigen sostenibilidad a las empresas, pero compran ropa nueva cada día y cogen un avión para pasar dos días en otra ciudad.

Pienso que el consumidor tiene que estar más concienciado. La sostenibilidad es un todo que va avanzando poco a poco y las industria debemos ser responsables, transparentes y ayudarles a elegir con información veraz. Nosotros todo lo que contamos en materia de sostenibilidad tiene detrás una certificación de un tercero y está de acuerdo a una norma para que quede avalado.

Cristina Rodríguez: Es importante que los requisitos de sostenibilidad no penalicen a las empresas pequeñas. El coste de certificación de la huella de carbono es casi el mismo para una empresa grande que para una pequeña, y muchas no pueden asumir esos costes. De alguna ma-

nera las exigencias burocráticas penalizan el que puedan poner en valor sus buenas prácticas. Espero que cuando se trabaje esa iniciativa de *green claims* los legisladores tengan en cuenta las características específicas de las pymes.

Por otra parte, hay conceptos que el consumidor no entiende bien, como la palabra "compostable". Da la sensación de que una bolsa compostable, como puede tener un origen renovable, no genera ese impacto en los océanos, cuando en la práctica los estudios nos dicen que esa bolsa tarda casi lo mismo en biodegradarse que una de polietileno, en condiciones naturales, no en las de una planta de compostaje industrial. Curiosamente, cuando convivieron las mallas reutilizables con las bolsas de polietileno, se utilizaron más las mallas que cuando cambiamos a bolsas compostables, porque el cliente piensa que estas últimas ya no dañan los océanos. Tenemos que luchar contra esas ideas.

María Pérez Sainz: La sostenibilidad, en cierto modo, es incómoda; nos dificulta la vida porque nos exige cambios de hábito.

Begoña de Benito: El ciudadano es la pieza clave que pone en marcha todo el mecanismo. Desde los inicios de Ecoembes la relación del ciudadano con la sostenibilidad ha cambiado mucho, y también nuestra comunicación. La primera fase, de sensibilización y concienciación, ya está superada. Ahora la estrategia es "rodear al ciudadano" para que no tenga ninguna excusa para no reciclar, facilitándole el reciclaje allí donde esté (en el trabajo, el centro comercial, el estadio de fútbol, un evento musical etc.).

Al ciudadano hay que informarle, educarle, ponérselo fácil, pero también hay que esperar de él, de nosotros, que somos ciudadanos, que

cumplamos con nuestras obligaciones. Bélgica, el líder del reciclaje en Europa, tiene un sistema muy parecido al nuestro, pero con una diferencia fundamental: el ciudadano está perfectamente identificado y si lo hace bien paga menos que si lo hace mal. Y no hablamos solo de reciclar envases domésticos y comerciales, también ropa, electrodomésticos, residuos orgánicos... Tenemos que ir hacia una gestión de residuos municipales integrada en la mente del ciudadano. No puede ser que la tasa de basuras forme parte del recibo del agua o del IBI, porque parece que gestionar un residuo es gratis. El ciudadano tiene que saber que gestionar residuos tiene un coste y que si realiza bien la separación de materiales cuesta menos que si lo hace mal.

Nuria de Pedraza: Para concluir, un mensaje que resuma vuestro punto de vista en materia de envases sostenibles.

Cristina Rodríguez: Necesitamos innovación y colaboración para poder avanzar hacia los objetivos.

María Pérez Sainz: La transformación es real. Toda la cadena se está alineado hacia la sostenibilidad.

Estefanía Iglesias: Necesitamos un marco normativo armonizado que garantice la seguridad jurídica; mientras no exista, no se puede avanzar. Si avanzamos y nos equivocamos, perderemos el esfuerzo y las inversiones.

Begoña de Benito: Colaboración, innovación, un marco regulatorio armonizado y anticipación. Necesitamos anticiparnos. Hay cosas que pasan porque no hemos sabido leer lo que venía o hemos pensado que a lo mejor tardaba más. Tenemos que trabajar desde la propuesta y la anticipación.

Nuria de Pedraza: Justamente el plan estratégico de AECOC 2020-2023 hace referencia a esa necesidad de anticiparnos al marco regulatorio. Limitarnos a observar no es una opción.

© Rosa Galende

SISTEMAS DE INTRALOGÍSTICA ALTAMENTE AUTOMATIZADOS

Basándonos en nuestra experiencia y conocimiento como fabricante e integrador de soluciones intralogísticas completas, somos su socio ideal para la planificación y realización de sistemas de logística interna. Nuestros procesos rápidos y flexibles, permiten tiempos de ejecución excepcionalmente cortos y con el menor coste de personal, minimizando los costes logísticos. Todo ello, con el objetivo de proporcionarle rendimiento, eficacia y proyección a futuro.

No dude en ponerse en contacto con nosotros para sus proyectos en nuestros mercados principales.

MODA y TEXTIL



ALIMENTACIÓN



BIENES INDUSTRIALES Y DE CONSUMO



www.tgw-group.com/es

