



Especial

Sostenibilidad,  
eficiencia energética y  
respeto al medio ambiente

# Las TIC, impulsoras del crecimiento económico sostenible



El octavo objetivo para el desarrollo sostenible, que definió la ONU para el año 2030, se centra en promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos. En la consecución de este objetivo las TIC tienen mucho que decir, ya que además de servir para promover el respeto al medio ambiente y cuidar el planeta son un medio para incrementar la productividad en las empresas y generar nuevos puestos de trabajo.

 Rosa Martín

**U**no de los actores que facilita la consecución de este objetivo del crecimiento económico sostenible es la capacitación profesional para cubrir los nuevos puestos de trabajo. La Organización Internacional del Trabajo (OIT) señala en el informe "Competencias profesionales para un futuro más ecológico", publicado en 2019, que disponer de unas competencias laborales adecuadas para el empleo es un requisito previo esencial para la transición a economías ambientales sostenibles y socialmente inclusivas. Este estudio, que analiza el nivel de las competencias profesionales para avanzar en la economía sostenible, señala que a pesar de que la degradación ambiental, la pérdida de biodiversidad, la desertificación, el aumento del nivel del mar y los cambios en los patrones climáticos afectan nuestras formas de vida, trabajo e ingresos, no existe todavía un gran avance para combatir estos efectos, lo que exige un esfuerzo extra de los países. Si se realiza esta inversión en formación y dentro del marco de transición hacia la sostenibilidad energética hasta 2030 se crearán casi 25 millones de empleos, aunque se perderán 7 millones en todo el mundo. Pero de estos últimos, 5 millones se

podrán compensar mediante la reubicación de los trabajadores y entre 1 y 2 millones de personas estarán empleadas en otros sectores económicos. La capacitación profesional como paso previo para responder al desafío de lograr una economía más sostenible que genere empleo es prioritaria para todas las sociedades y la española no es una excepción. El pasado mes de septiembre, en el marco del Encuentro de la Economía Digital y las Telecomunicaciones, la ministra de educación, Isabel Celaá, anunció la intención del Gobierno de fomentar la educación en materia digital con el fin de que sea la base de una nueva reindustrialización digital. El plan del Ejecutivo consiste en la inversión de 226 millones de euros para desarrollar un plan de digitalización que implique a las entidades educativas y que permita responder a los retos de la Agenda Digital. Este esfuerzo generará nuevas titulaciones y permitirá que se avance en el desarrollo de una economía que utilice la tecnología para impulsar el crecimiento sostenible.

### Economía circular y el empleo

Otra vía para la creación de empleo es la economía circular, que pretende sacar el máximo rendimiento a los recursos, reduciendo la ge-

neración de residuos. Esta visión de la economía está ligada al objetivo 12 del desarrollo sostenible que busca una producción y un consumo sostenible. Según datos que maneja la Red Española del Pacto Mundial de la ONU, que es una plataforma de empresas y organizaciones para promover los Objetivos de desarrollo Sostenible en el sector privado, la implantación de un modelo circular en la Unión Europea podría generar un beneficio económico neto de 1,8 billones de euros y crear más de 1 millón de nuevos puestos de trabajo de aquí a 2030. A nivel local, en España podrían crearse 400.000 puestos de trabajo derivados de la economía circular, tal y como estima el Club de Roma.

Las empresas españolas también están dando pasos para cumplir con los objetivos del desarrollo sostenible y el número 8 figura entre los cinco prioritarios, según el informe "Comunicando el progreso 2019", que analiza el grado de implantación de los ODS y los diez principios en las empresas españolas, elaborado por la Red Española del Pacto Mundial. El informe revela que para el 43 % de las empresas españolas adheridas al Pacto Mundial es prioritario. Y en el caso de las empresas del IBEX 35 es el principal, con un porcentaje del 66 %.



Tanto si eres director de orquesta o solista, Vertiv ofrece una amplia gama de soluciones disponibles inmediatamente para tus necesidades de infraestructura de TI. El rack Vertiv™ VR, la consola en serie Avocent® ACS 800, las PDU para rack Vertiv™ Geist™ y Vertiv™ Liebert® GXT5 Vertiv™ no son solo potentes equipos, sino que están diseñados para trabajar juntos en perfecta armonía.

Sigue disfrutando de la experiencia en [vertiv.com/vertivrocks\\_ES](http://vertiv.com/vertivrocks_ES) para ver toda la orquesta en detalle.



## Recompensas que suenan muy afinadas.

Los resellers de Vertiv ahora ganan dinero con cada venta. Regístrate gratis. Sin compra mínima. Sencillo. **VENDE. GANA. REPITE.**

Visita [vertiv.com/vertivrocks\\_ES](http://vertiv.com/vertivrocks_ES) para obtener más información.

### "El canal debe subirse al tren de la sostenibilidad"



"La sostenibilidad ha estado siempre en el centro de la estrategia de HP". Inés Bermejo, directora del negocio de impresión en el sur de Europa de HP, defiende el compromiso de la marca con la sostenibilidad que ha impregnado sus procesos de diseño, fabricación y reciclado de sus productos, así como la práctica de la economía circular. Una filosofía de la que quieren hacer partícipe a su canal. "Queremos que sea una pieza fundamental en trasladar estos conceptos", reitera. "Tiene una labor muy importante de prescripción, de comunicación y de información hacia los consumidores".

Marilés de Pedro

**B**ermejo asegura que la estrategia en estos temas vive una evolución continua que va más allá de los productos. "Hemos apostado por el desarrollo de un negocio de servicios que permiten una optimización de la tecnología y una mejor adaptación a las necesidades de los clientes", explica. "Se trata, sin duda, de un enfoque más sostenible de negocio".

#### Consumible original, impresión y sostenibilidad

No parece sencillo unificar, para una empresa volcada en el mundo de la impresión, conceptos de sostenibilidad y respeto al medio ambiente. Pero es po-

sible: en 2016 HP cumplió el objetivo de cero deforestación con su propia marca de papel y en 2021 tienen idéntico propósito en el uso de sus embalajes.

Bermejo insiste, además, en el enfoque por diseñar impresoras más eficientes que aseguran un menor uso de papel y que consumen menos energía.

"Cada vez más la propuesta de una empresa no es solo el producto que vende, sino su propuesta de valor y el compromiso con la sociedad"

El consumible original también es un elemento clave en este mensaje de sostenibilidad.

A semejanza de las máquinas, también abogan por un uso más eficiente del papel y, al estar diseñado específicamente para servirlos, favorece su mantenimiento. "El equipo tiene una vida larga y mucho más por el uso de un consumible original", explica. Además, muestra de

la apuesta por el reciclaje y por la economía circular, el 80 % de los consumibles de tinta y el 100 % de los consumibles de tóner de HP son reciclados. Dos aspectos que "chocan" con el hecho de que "el 97 % de los consumibles no originales acaban en un vertedero, lo que incide directamente en la contaminación del Planeta".

## Costes ocultos

Bermejo alerta de los costes ocultos que tiene el uso de un consumible no original. "Se necesitan muchas más impresiones para conseguir los resultados deseados y los costes de mantenimiento de la máquina y del propio consumible son mucho más elevados, con lo cual cuentan con un impacto medioambiental indirecto que no se conoce".

El 70 % de los consumibles originales falla, lo que impacta en la eficacia de la impresión y en la economía del usuario. "Tenemos que dar más visibilidad a estos costes ocultos de los que muchas veces el consumidor no es muy consciente", explica. "Hay que incidir en la correcta publicación del compromiso con los estándares de calidad social, medioambiental y de seguridad que tienen los consumibles originales para asegurarnos que un consumidor tiene una información completa para poder decidir". El canal, insiste, tiene que ser parte fundamental en esta tarea de divulgación; tanto de estos costes ocultos como de la necesidad de involucrarse en trasladar "el mensaje de reciclaje a cualquier tipo de consumidor, tanto al de consumo como al de empresa".

## La economía circular

La implantación de los modelos de economía circular basados en el reciclaje, la reutilización y



**Inés Bermejo,**  
directora del negocio de impresión  
en el sur de Europa de HP

la reparación es la otra clave en la estrategia de sostenibilidad. Una fórmula que, además, incentiva la innovación ya que ha llevado a HP al desarrollo de otro tipo de componentes, para asegurarse el cumplimiento de este círculo, y al del número de materiales que se pueden reciclar.

Se impone también la puesta en marcha de sistemas que incentiven la de-

volución de aquellos dispositivos que ya no se utilizan, para que pudiesen reincorporarse a los ciclos productivos. Se recuperaría, por tanto, una riqueza que hoy está perdida.

En un mercado cada vez más preocupado por aliviar la carga de recursos que extraemos al Planeta, las empresas que practican una economía circular exhiben un mayor atractivo para el consumidor. Unos procesos que permiten captar la atención de unos clientes que cada vez están más preocupados por no robar ni un ápice de recursos más al planeta de los necesarios. Un dato: para el 85 % de los consumidores *millennials* es un aspecto fundamental que valoran cuando apuestan por una empresa. "Cada vez más la propuesta de una empresa no es solo el producto que vende, sino su propuesta de valor y el compromiso con la sociedad", explica. "Las empresas no podemos solo quedarnos en el desarrollo del negocio. Se trata de una faceta imprescindible de responsabilidad. Todas las empresas deben incorporar, sin duda, este compromiso social". 

Tel.: 902 027 020

Acceda al vídeo desde  
el siguiente código QR 

<https://newsbook.es/actualidad/el-canal-debe-subirse-al-tren-de-la-sostenibilidad-2020-030278679.htm>



## Sostenibilidad y diversidad

Bermejo no olvida reseñar que el enfoque de sostenibilidad de HP incluye la promoción de la diversidad, el desarrollo de talento y el compromiso con la educación. "Son factores que no se relacionan directamente con la sostenibilidad", puntualiza, "pero al final permiten que ésta, en su faceta de compromiso social, sea una realidad".

La defensa de la diversidad emana de la dirección mundial.

Bermejo asegura que cuentan con el comité de dirección mundial más diverso del planeta. "Todas las etnias representadas; lo que es tremendamente interesante, no solo por disfrutar de la riqueza de la diversidad, sino en términos de experiencia y de conocimiento diverso en el desarrollo de negocio".

Desde el punto de vista de diversidad femenina, el comité de dirección en España disfruta de

una cuota del 45 %. "Muchas de las mujeres que forman parte de él, han crecido en la empresa, lo que demuestra que HP favorece ese crecimiento del talento, lo que abarca tanto a mujeres como a hombres", explica. España, además, exporta talento. "Nuestro CEO, Enrique Lores, empezó como becario en HP", recuerda. La marca cuenta también con programas para favorecer la inclusión de minorías.

El compromiso con la educación y cómo la tecnología puede ser soporte en su desarrollo es otro elemento clave en la estrategia. La directiva insiste en el trabajo que hay que hacer en la promoción de las mujeres en las carreras tecnológicas (menos de un 25 % en España). "Debemos fomentar la educación para ayudar a que cualquier persona pueda realmente estudiar aquello en lo que cree".

La tecnología de impresión sin calor es su principal apuesta para la empresa

## “La sostenibilidad forma parte de nuestro ADN”



Joan Escoté,  
manager de responsabilidad social corporativa de Epson Ibérica

En la estrategia de Epson no falta el compromiso medioambiental, que ve como una obligación para lograr una economía más sostenible que asegure el futuro de las nuevas generaciones. Joan Escoté, *manager* de responsabilidad social corporativa de Epson Ibérica, señala que su compromiso no solo se basa en la innovación para lograr productos más eficientes y ecológicos, sino en un trabajo constante para contribuir a la consecución de los 17 ODS marcados por la ONU.

 Rosa Martín

### Acciones

Epson está desarrollando una serie de acciones dentro de su estrategia de sostenibilidad para reducir las emisiones de los gases de efecto invernadero con el objetivo de que en el año 2025 se hayan reducido en un 20 %, en relación al año 2017. Este objetivo parece que lo conseguirá antes de la fecha prevista, ya que en su año fiscal 2018 se logró una reducción del 15 %. Este logro fue posible porque está optimizando procesos, la cadena logística, el consumo de sus propias oficinas, los métodos de fabricación e

incluso está cambiando los propios vehículos que utiliza por modelos eléctricos e híbridos; aunque lo más importante es su capacidad para crear “productos sostenibles que ayuden a reducir las emisiones”, según subraya el directivo.

**E**pson lleva varios años trabajando por la reducción del impacto medioambiental y la sostenibilidad. Este compromiso, que es una constante en su actividad, le ha llevado a ser una de las compañías más activas para lograr un mundo más sostenible. “El compromiso con la sostenibilidad forma parte de nuestro ADN”, recalca el *manager* de responsabilidad social corporativa de Epson Ibérica. Este tra-

bajo, que está marcando la diferencia con otras empresas competidoras, lo percibe como una obligación ineludible para involucrar a todo el ecosistema de proveedores y *partners* para avanzar en este terreno.

“Tenemos la gama de producto más grande en cuanto a impresión sostenible”

## Otras iniciativas

Epson mantiene un compromiso con la sociedad para impulsar la sostenibilidad en todos los terrenos. Dentro de su programa "New Horizon" que se centra en la educación está trabajando para contribuir a la formación de futuros profesionales más concienciados con el consumo responsable y el cambio climático. "Invertir en la educación es invertir en nuestro futuro", explica Escoté.

Esta es la razón principal por la que en España ha puesto en marcha el proyecto EDU2030 para impulsar el uso de tecnologías más sostenibles dentro de los centros educativos. En el ámbito de la moda, que es una de las industrias más contaminantes, ha llevado a cabo el proyecto B-SEAcular que consiste en el reciclado de los plásticos recogidos en el mar para transformarlos en tejidos de poliéster impresos con las impresoras de sublimación de tinta de Epson.

## Tecnología de impresión sin calor

Un ejemplo de esta innovación es la tecnología de impresión sin calor que es su principal apuesta para el entorno empresarial. Esta tecnología de inyección de tinta sin calor se basa en el cabezal piezo eléctrico que actúa mediante un impulso eléctrico y no necesita de ca-

lentamiento previo para imprimir. Gracias a esta tecnología, las empresas pueden reducir en un 95 % su consumo energético y, por tanto, las emisiones de CO<sub>2</sub>. Además, esta tecnología reduce hasta en un 88 % los residuos, lo que también contribuye a reducir las emisiones de dióxido de carbono.

Esta tecnología refuerza la estrategia que lleva ejecutando en los últimos años para impulsar la inyección de tinta en la empresa y que le ha permitido alcanzar un 56 % de cuota de mercado en este segmento a nivel mundial y un 29 % en Europa Occidental. Estos datos reflejan su fortaleza y son el fruto del esfuerzo realizado para comercializar soluciones más eficientes y respetuosas con el medio ambiente. Escoté señala que las impresoras WorkForce, que ofrecen hasta 100 ppm, las impresoras RIPS, que tienen la capacidad de imprimir hasta 84.000 páginas sin cambiar el consumible, o las EcoTank, que funcionan con depósitos de tinta, ejemplifican las "ventajas que podemos ofrecer al canal porque tenemos la gama más grande en cuanto a impresión sostenible".

Estos beneficios también llegan al consumidor porque ahorra en mante-

nimiento por la facilidad de uso de estos equipos y, al mismo tiempo, reduce el consumo energético.

## Reciclaje

Epson también está dando pasos para lograr una economía circular que prime la reutilización de las materias primas. Participa en el programa de recogida de cartuchos Tragatinta de Recyclia, que está funcionando muy bien, aunque el proveedor está dando un paso más para recuperar el residuo y reutilizarlo en sus propios consumibles.

El reciclaje de papel es el objetivo de otro producto innovador, el PaperLab, una máquina presentada en el año 2015, que ya funciona en Japón desde 2016 y que se espera que llegue al mercado europeo en los próximos meses. Este equipo, que no utiliza agua, no solo sirve para reciclar el papel sino que ayuda a las empresas y Administraciones Públicas a eliminar de manera segura documentación. Escoté resalta que con esta solución se completa el círculo de productos sostenibles para la oficina. "Podemos escanear y digitalizar documentos, imprimir de la forma más sostenible posible y solo nos faltaba reciclar el papel usado. Con esta innovación, que es el resultado de muchos años de investigación, convertimos la oficina en sostenible", recalca.

## Retos

A pesar de estos pasos, el *manager* de responsabilidad social corporativa de Epson Ibérica cree que todavía hay muchos retos que afrontar a nivel político y global para conseguir una economía más sostenible. Su compromiso es seguir trabajando para contribuir no solo a reducir la huella de carbono sino a lograr todas las metas basadas en los 17 ODS que promueve la ONU. "Estamos comprometidos en explicarlos y darlos a conocer".

**Epson**

Tel.: 93 582 15 00



Acceda al vídeo desde el siguiente código QR



<https://newsbook.es/actualidad/la-sostenibilidad-forma-parte-de-nuestro-adn-2020030378739.htm>



# HP apuesta por la **sostenibilidad** y el **cuidado del planeta** en 2020

En 2019 la sostenibilidad marcó el discurso social, político y económico. Y así va a seguir siendo en este año, con un alcance todavía mayor. En los últimos meses ya hemos visto los primeros conatos de desvincular el crecimiento económico del uso de los recursos naturales, la contaminación y la desigualdad social. Y la tendencia es imparable.



El pasado año ya asistimos al despertar de la conciencia medioambiental internacional con movimientos como Fridays for Future o Extinction Rebellion, que urgen a los Gobiernos de todo el mundo a actuar para evitar el colapso ecológico. Las últimas cifras publicadas por la Organización Meteorológica Mundial sobre emisiones de gases efecto invernadero, que alcanzaron el récord histórico de las 407,8 partes por millón en 2018, muestran que vamos contrarreloj y que si no se toman medidas inminentes, llegaremos a un punto de no retorno.

El secretario general de la ONU, António Guterres, manifestó en la apertura de la última Cumbre del Clima celebrada en Madrid, la necesidad de una clara demostración de mayor ambición y un mayor compromiso por parte de los Gobiernos ante la emergencia climática. Si persiste la tendencia actual, avanzamos inexorablemente hacia un aumento de las temperaturas de 3,2 grados y, por tanto, a más episodios de clima extremo.

En HP llevamos 80 años comprometidos con la sostenibilidad: nuestros fundadores Bill Hewlett y Dave Packard ya se propusieron crear una empresa diferente, capaz de crear valor para clientes y accionistas, pero también para la sociedad, con las personas en el centro de las decisiones.

Los problemas medioambientales y la escasez real de recursos nos ha hecho plantearnos cómo reformular nuestros procesos de diseño, fabricación y servicio, con el objetivo de mantener nuestros productos en circulación durante más tiempo e iniciar la ruta hacia la sostenibilidad. Ahora, ser sostenible es una obligación y no una elección e implica un cambio de mentalidad.

## **Sostenibilidad en las personas**

La sostenibilidad es un término muy amplio que también atañe a medidas que promueven la diversidad y la inclusión social. En HP estamos convencidos de que la diversidad es imprescindible para competir en el mercado actual. Por ello, promovemos la diversidad, contratando personas con discapacidad, promocionando a las mujeres a puestos de responsabilidad e incorporando jóvenes con talento. La diversidad ayuda a impulsar la innovación y a atraer y alcanzar a los mejores empleados.

HP tiene la Junta Directiva más diversa de todas las empresas de tecnología del Fortune 100 (55% del total de las minorías, 45% de las mujeres y 30% de las minorías subrepresentadas). Actualmente, el 30% de los ejecutivos de HP son mujeres, y, en España, el porcentaje que éstas representan en el Comité de Dirección alcanza el 45%.



Aunque hay mucho recorrido, debemos seguir avanzando en la igualdad de oportunidades, lo que nos hace fomentar continuamente medidas que favorezcan la diversidad e invertimos en programas educativos, en los que la tecnología actúe como palanca para cambiar el modelo de país que queremos tener. Hemos contribuido a desarrollar la vocación por la tecnología entre nuestros jóvenes, fortaleciendo las competencias de los alumnos en STEAM, con foco entre el género femenino que no supera el 25 % de los alumnos matriculados en carreras de ingeniería. El cambio es inaplazable. Este es un año crucial para marcar un punto de inflexión climática. Conseguirlo exige una férrea voluntad política de activar algunos puntos de inflexión sociales y económicos que impulsen la transición hacia un modelo sostenible. El momento de cambiar el rumbo y de adquirir compromisos es ahora. 

**Helena Herrero,**  
presidenta de HP para España y Portugal



Somos la compañía líder mundial y única en España que ofrece Soluciones integrales de software de gestión, información, servicios y formación para favorecer la productividad y la eficiencia en Despachos Profesionales y Empresas

**a3innuva**

La generación online  
de software de gestión

**a3asesor**

Solución integral de gestión  
para Despachos Profesionales

**a3ERP**

Solución integral de  
gestión para PYMES

**a3equipo**

Solución integral de  
gestión para RRHH

Acompañamos a nuestros clientes en la transformación de sus organizaciones creando negocios más competitivos a través de soluciones tecnológicas inteligentes y fáciles de usar



**Wolters Kluwer**

902 330 083

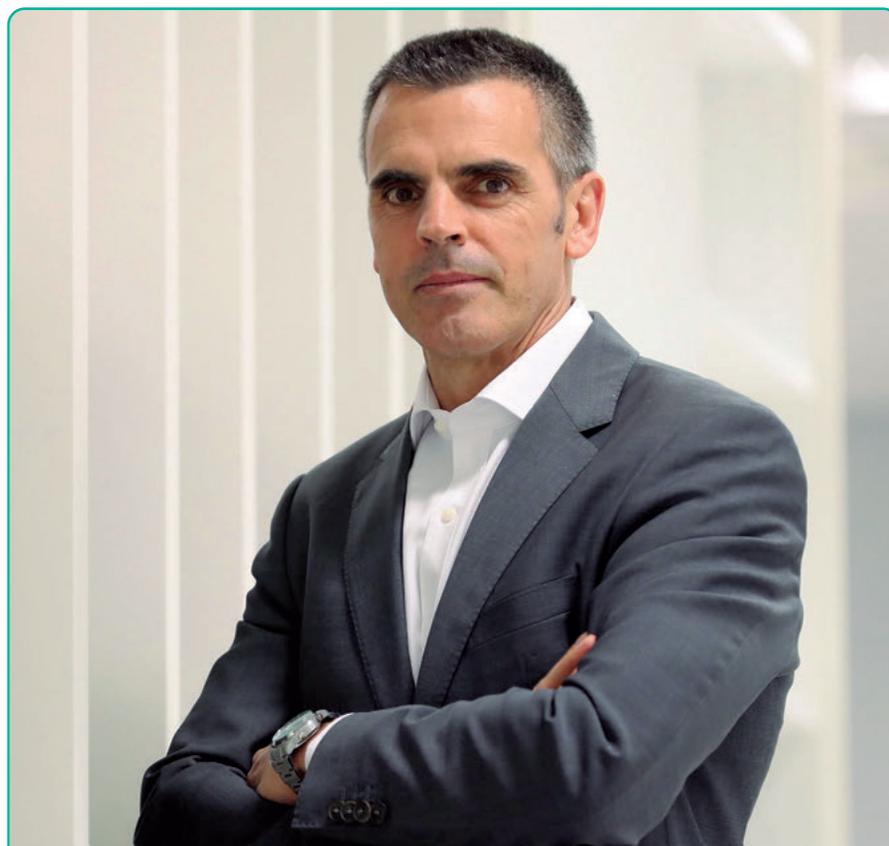
[www.a3.wolterskluwer.es](http://www.a3.wolterskluwer.es)

Wolters Kluwer está alienada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU

## "El uso de nuestras soluciones contribuye, de manera directa, a la sostenibilidad del tejido empresarial"

Sostenibilidad y negocio constituyen una buena alianza en Wolters Kluwer. La compañía que a nivel corporativo ha hecho suyos los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) promulgados en 2015 por la ONU, tiene muy claro también que el uso de sus soluciones son una vía de crecimiento del tejido empresarial. Así lo asegura Eduardo García, *communication & corporate affairs director* de Wolters Kluwer Tax & Accounting España, que insiste en que el fomento del crecimiento económico "es parte de nuestra responsabilidad en la actividad que desarrollamos".

 Marilés de Pedro



**Eduardo García,**  
*communication & corporate affairs director de*  
**Wolters Kluwer Tax & Accounting España**

### **S**ostenibilidad y objetivos de negocio

El compromiso de Wolters Kluwer con la sostenibilidad está reflejado en sus objetivos de negocio. Ejemplo claro es el modelo colaborativo que siempre han defendido en la relación entre las pymes y los asesores. "Nuestras soluciones permiten a ambas partes seguir creciendo y automatizar una gran parte de sus procesos, lo que permite un ahorro de tiempo, que sus equipos pueden emplear para centrarse en el desarrollo de funciones con un mayor valor añadido y, por tanto, favorecedoras del crecimiento empresarial".

El fomento de la igualdad de género también está incluido en los objetivos de negocio. García recuerda que la multinacional, a través del uso de soluciones laborales, cumple con un plan de igualdad que evita "las brechas salariales y permite la extracción de indicadores de valor, a partir del análisis de la organización, que se trasladan al departamento de recursos humanos". La educación cierra este círculo sostenible. El directivo explica que se trabaja, de manera muy activa, en una "educación de calidad" cimentada a través de las certificaciones logra-

das por las soluciones de la marca. "Ya están presentes en más de 65 universidades y centros de formación y permiten a los jóvenes estudiantes y emprendedores acceder al mercado laboral o mejorar su capacitación profesional", relata. De manera adicional, esta propuesta formativa permite que el conjunto de los clientes y distribuidores de Wolters Kluwer cuente "con la capacitación necesaria en materia regulatoria para seguir ofreciendo un servicio de calidad a las empresas, lo que contribuye a fomentar el crecimiento económico".

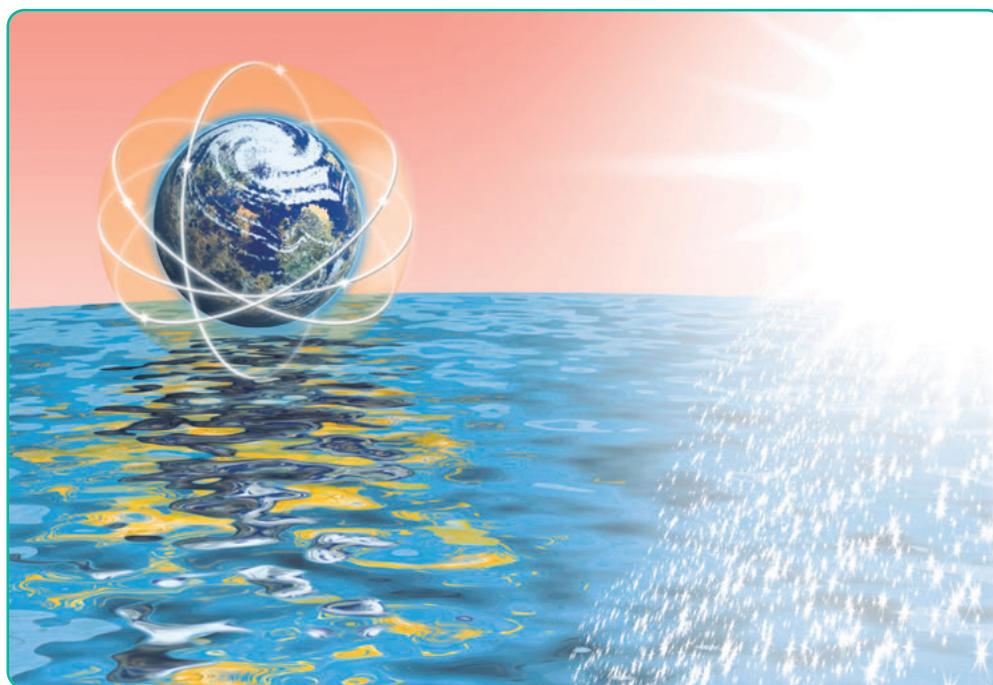
## Objetivos de desarrollo sostenible (ODS)

En el desarrollo de esta estrategia de sostenibilidad, la compañía ha mostrado su adhesión a los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) marcados por la ONU en 2015. Cada uno de los objetivos, 17, tiene metas específicas, que deben alcanzarse en 15 años, lo que señala a la Agenda 2030. Eduardo García recuerda que su compromiso con esta lista ya tiene un recorrido de varios años, materializado "en el impacto que genera nuestra actividad y, desde una óptica más social, a través de acciones que forman parte de nuestro ADN, como es el caso de la responsabilidad social corporativa, la salud y el medioambiente".

García explica que cada año la multinacional trata de implicar a sus empleados y *stakeholders* en acciones que "contribuyen a devolverle a la sociedad parte de lo que nos da". Ejemplo de ello, por ejemplo, ha sido el apadrinamiento de dos estudiantes universitarios en Kenia para que puedan cursar estudios superiores en su país. "Son acciones que forman parte de nuestro ADN, de lo que somos por dentro en Wolters Kluwer, que sumadas a un plan de hábitos saludables para todos los empleados con acciones deportivas y de alimentación saludable, y propuestas *eco-friendly* con un impacto positivo en la reducción de consumo de papel y plásticos, entre otros, hacen de nuestra compañía un lugar más sostenible".

## Camino por recorrer en España

Analizando el panorama que presentan las empresas españolas, Eduardo García reconoce



"Tratamos de implicar a empleados y *stakeholders* en acciones que contribuyen a devolverle a la sociedad parte de lo que nos da"

que hay mucho camino por recorrer en el ámbito de la sostenibilidad. "Con el marco temporal de una década que aún tenemos en relación con el cumplimiento de la Agenda 2030, es una buena oportunidad para fijarse pequeños retos que, sumados en su conjunto, formen parte del cambio que habremos construido entre todos". A su juicio, un freno común es el desconocimiento. "La concienciación ayuda a introducir hábitos y a identificar oportuni-

des que no hemos sabido ver", alerta. "Incorporar, por ejemplo, a personas en riesgo de exclusión a las empresas es algo que afortunadamente ya ocurre en buena parte de las organizaciones", reconoce. Ahora bien, recomienda que éste sea uno de los criterios a tener en cuenta cuando "se seleccione a las empresas con las que se colabore".

**Wolters Kluwer**  
Tel.: 902 330 083

### Responsabilidad social corporativa en Wolters Kluwer

En el ámbito de la responsabilidad social corporativa los proyectos en los que Wolters Kluwer trabaja son numerosos. Algunos de ellos son:

- **ONG Oncolliga.** Se recorren kilómetros solidarios y se ayuda a mejorar la calidad de vida de los enfermos de cáncer.
- **ONG Smiles for Gambia.** Se contribuye con ropa y medicinas a la mejora de la vida en este país africano.
- Se promueven los **hábitos saludables** y se fomenta la práctica del deporte con una larga lista de actividades como puede ser #1WKm1Euro, diferentes campeonatos de pádel y de fútbol, el programa Actívate o charlas de expertos para empleados sobre temas de salud.
- **Integración sociolaboral** de personas con riesgo de exclusión.

- **Reciclaje** en las oficinas (papel, tapones). La oficina de Barcelona recibió el Premio "Green is Green" por ser la más sostenible, a nivel global, de Wolters Kluwer.
- **Sostenibilidad** en el comedor. Se hace uso de contenedores para plástico, papel, orgánico, aceite, pilas, etc. Además del uso de materiales sostenibles (cubiertos y vasos).
- Sello de **empresa familiarmente responsable**.
- **Top Employers 2020**.
- Proyecto de **conciliación laboral y familiar**.
- Fomento del **teletrabajo**.
- **Acuerdos** con **universidades** y **centros de formación** para mejorar la formación y capacitación profesional.

# Los líderes desencadenan los cambios: 30 años de economía circular



Somos una empresa líder en soluciones de imagen, con presencia en diferentes sectores y ámbitos, tanto desde una perspectiva empresarial como de gran consumo. Por tanto, la economía circular lleva muchos años presente en nuestra actividad.

Si pensamos en todo el ciclo de vida de nuestros productos, el primer compromiso de la organización con la economía circular es la inversión en I+D+i, que asciende a aproximadamente al 8 % sobre las ventas (2.600 millones de euros). Esta inversión se concreta en iniciativas de ecodiseño (productos y embalajes más compactos y ligeros con materiales reciclados y reciclables) así como en incrementos de eficiencia y disminución de residuos en nuestras plantas de producción.

En lo que respecta a la comercialización de los equipos profesionales, Canon ofrece desde hace años la modalidad de servicios gestionados de impresión, en los que el cliente paga por las impresiones realizadas y el mantenimiento de los equipos sin necesidad de adquirirlos.

Como fabricantes, somos conscientes de la responsabilidad que tenemos de gestionar nuestros equipos al final de su vida útil. Por ello, Canon forma parte de EcoFimática, un sistema colectivo al que contribuimos económicamente para garantizar que las retiradas de equipos que gestionamos, aparte de ser gratuitas y eficientes para nuestros clientes, son trazables y podemos garantizar el destino adecuado de las mismas. Adicionalmente, estamos en un proceso de búsqueda constante de nuevas vías de reciclaje y reutilización como por ejemplo:

- **La venta a nuestro canal de distribución** permite alargar la vida útil de los equipos.

Que la sostenibilidad y la economía circular "están de moda" es incuestionable. Sin embargo, en aquellas compañías en las que forman parte de su ADN empresarial, estos conceptos no son nuevos. En Canon son parte del éxito de una trayectoria de más de 80 años de historia.

El canal aprovecha esta segunda vida, lo que se traduce en mayor eficacia y sostenibilidad.

- **La refabricación.** Algunos modelos son enviados a la factoría de Canon en Alemania, donde son sometidos a un proceso de refabricación integral en el que se desmontan y se ensamblan de nuevo, sustituyendo todas las piezas expuestas a desgaste; después el disco duro se formatea y el software se actualiza. Este proceso garantiza la misma calidad y vida útil que el resto de los equipos Canon. En 2019, nuestra fábrica de Alemania ha obtenido la certificación BS-8887-220:2010, lo que significa que este proceso garantiza los más altos estándares de calidad. De hecho, tienen la misma calidad y garantía de un equipo de última generación. Existen claras ventajas desde el punto de vista ambiental: se ahorran recursos naturales y hasta un 80 % de emisiones de CO2 respecto al proceso de fabricación de un equipo nuevo (este ahorro dio nombre a esta gama de productos: EQ80). Todo esto, sumado a un precio más competitivo en mercado que un equipo de última generación, convierten a los EQ80 en un ejemplo claro de iniciativa de éxito circular.



## Reciclando en todas las fases del proceso de impresión

El reciclaje no sólo es factible en los equipos de impresión. En el caso de los cartuchos fuimos la primera compañía del sector en

lanzar en 1990 un programa gratuito de recogida de consumibles gastados que este año celebra 30 años de historia. Los cartuchos son enviados a una factoría Canon que recicla todos sus componentes con una tasa de destino a vertedero igual a 0. Fue en su día una apuesta pionera y ha demostrado ser de gran valor

añadido para nuestros clientes (<https://www.canon.es/recycling/>).

Además, financiamos el sistema colectivo de recogida de cartuchos Tragatón / Tragatinta de forma que nuestros clientes pueden optar gratuitamente a este sistema, que garantiza la reciclabilidad de los consumibles una vez son desechados.

Nuestro compromiso es claro: seguimos buscando nuevas vías de circularidad de nuestros equipos y consumibles. El momento actual es apasionante pero no olvidemos los 30 años de historia recorrida en este camino que constituyen el mejor activo para afrontar nuevos retos.

**Gema Escudero,**  
directora de sostenibilidad para la región sur de Europa de Canon

La compañía acaba de expandir las capacidades de su centro de excelencia de clientes en Bolonia

“Las **energías renovables** tienen que cobrar un **mayor protagonismo**. Y la **tecnología** de **Vertiv** ayudará a que cumplan con las demandas de consumo”



**Miguel del Moral**,  
director del canal TI de **Vertiv**

El futuro energético deberá estar marcado por las fuentes renovables. Unas energías, mucho más respetuosas con el medio ambiente y enormemente sostenibles, que sin embargo deberán responder al reto de cubrir las enormes, y crecientes, necesidades de consumo que exige el entorno digital. Miguel del Moral, director del canal TI de Vertiv, recuerda el papel, esencial, que puede cumplir una empresa como Vertiv para conseguir que sean capaces de cumplir con las exigencias de disponibilidad y eficiencia energética.

 Marilés de Pedro

nes, como es el caso de los SAI, que ante algún tipo de inestabilidad o alteración del suministro de la red eléctrica, pueda devolver a la red energía que ha ido acumulando en la batería. “De esta manera, logramos equilibrar y asegurar la generación de energía”. A su juicio, la solución

está mucho más cerca de lo que pensamos, siempre y cuando las normativas y regulaciones locales permitan ese traspaso de energía. “Contamos con centros de datos re-

partidos por todas las ciudades y disponemos del recurso de las baterías que son capaces de inyectar energía cuando sea preciso”, recuerda. Unas baterías que, insiste, “serán una parte mucho más activa en este tipo de soluciones”.

### **La sostenibilidad, mucho más allá de la eficiencia**

Vertiv lleva mucho tiempo hablando de sostenibilidad y de eficiencia energética. Su oferta está alineada con el concepto. Dentro de ella, el SAI, quizás el elemento más conocido de la

misma, “ofrece eficiencias de hasta un 99 % en modo *online*”. Del Moral recuerda que se trata de un portafolio que cubre prácticamente todas las necesidades alrededor de las infraestructuras críticas de sus clientes, lo

**N**o se trata de trabajar en la reducción del consumo, tarea ímproba, sino de observar cuál debería ser la fuente que

permita cubrirlo de manera sostenible. “Las renovables son fuentes energéticas limpias pero, a su vez, también son intermitentes y variables”, recuerda. Una limitación que puede ser superada con el concurso de solucio-

“Son los clientes los que nos están pidiendo, cada vez más, que realicemos un estudio previo del TCO total de nuestras instalaciones, para poder adoptar, posteriormente, una decisión”

## Energy Savings as a Service (ESaaS) con Telefónica

Aunque la máxima de la compañía sea la consecución de la máxima eficiencia energética en todos los proyectos que acometen, hay algunas iniciativas que han logrado una mayor excelencia. Una de ellas ha sido la desarrollada con Telefónica en la que han aplicado un proyecto que responde a las características de *Energy Savings as a Service* (ESaaS). La operadora solicitó al fabricante un estudio de sus instalaciones mundiales con el fin de analizar qué elementos eran susceptibles de renovarse para mejorar el consumo energético. Un análisis que alcanzaba el consumo de tres tipos de equipos:

los SAI, los equipos de frío y los rectificadores. "Conseguimos una mejora del consumo energético brutal, lo que redujo el gasto de electricidad y, de manera conjunta, a su vez, permitió a la operadora cumplir con sus objetivos de sostenibili-

dad". Un proyecto, que se alarga a 10 años, lo que permite a Vertiv recuperar su inversión que se amortizará en los primeros ejercicios; y, posteriormente, recibirá un porcentaje del ahorro energético global del que disfruta Telefónica.

Del Moral asegura que uno de los argumentos que el fabricante utiliza, prácticamente, en todos los proyectos en los que trabaja es la eficiencia energética.

"Son los clientes los que nos están pidiendo, cada vez más, que realicemos un estudio previo del TCO total de nuestras instalaciones, para poder adoptar, posteriormente, una decisión".



que garantiza que éstos "estén centrados en su propio negocio, sabiendo que nosotros nos encargamos de asegurar que no haya ninguna interrupción en el suministro eléctrico de sus instalaciones; lo que revierte en eficiencia, en foco en su negocio y finalmente, en una mejora de la sostenibilidad".

Sin embargo, a su juicio, la sostenibilidad va mucho más allá de este necesario concepto de eficiencia energética. "Implica todos aquellos aspectos que contribuyen a satisfacer las necesidades presentes sin poner en riesgo, ni comprometer, las futuras".

Un compromiso que, recuerda, va acompañado de la inversión y el foco en I+D. "Está dentro del ADN de la compañía", insiste. Un foco centrado en el desarrollo de soluciones que enlacen, una vez más, con la propuesta de energías renovables. "El futuro pasa por el uso masivo de estas energías", insiste.

### El canal

La estrategia de negocio de Vertiv ha virado, desde hace tiempo, hacia el canal. "No es solamente una oportunidad, sino una necesidad", recuerda. Un canal en el que, alguno de sus miembros, ya ha incorporado el discurso de sostenibilidad en su oferta de negocio hacia el cliente final. "Todavía falta bastante recorrido para que se incorpore a toda nuestra base de distribuidores".

equipos que exhiban los máximos niveles de eficiencia. "Junto con ello, es vital monitorizar y controlar, de forma adecuada, todas las bases distribuidas con las que cuente el cliente. Son claves, por tanto, la monitorización y el control".

### Y el edge...

El desarrollo del *edge* es la máxima oportunidad para la compañía. Un negocio que tiene como pieza clave al canal. Respecto a su armonía con la sostenibilidad, del Moral recuerda que no es mucho más fácil buscar mejoras de eficiencia energética en un punto centralizado que en muchos puntos distribuidos. Lo primero, esencial, es instalar en estas áreas situadas al extremo de la red

Vertiv

Tel.: 91 414 00 30

Acceda al vídeo desde el siguiente código QR



<https://newsbook.es/actualidad/las-energias-renovables-tienen-que-cobrar-un-mayor-protagonismo-y-la-tecnologia-de-vertiv-ayudara-a-que-cumplan-con-las-demandas-de-consumo-2020030278682.htm>



## Ampliación del centro de experiencia de cliente en Bolonia

Vertiv acaba de anunciar la expansión de las capacidades de su centro de experiencia de cliente ubicado en Bolonia. Unas mejoras que permitirán realizar test dinámicos en baterías, un simulador de CC avanzado para replicar cualquier tipo de configuración de batería y la capacidad de probar sistemas de 480V para el mercado americano.

A juicio de del Moral este centro supone el mayor punto de diferenciación respecto de otros fabricantes. "Atraemos a nuestros clientes para permitirles que simulen las cargas que tendrían en sus ubicaciones", explica. "Es posible medir todo aquello que el cliente requiera, lo que incluye la eficiencia energética; lo que permite a la empresa calibrar y tener claro cuál es la propuesta de valor que le estamos ofreciendo y cuál es el valor añadido que tendría utilizar nuestros equipos; en relación a las de la competencia".