



# Cuestión de sostenibilidad

El sector TIC sigue jugando su papel esencial en el cuidado y respeto del planeta con estrategias de sostenibilidad cada vez más sólidas

## Sostenibilidad, entre la responsabilidad social y la oportunidad empresarial

El 22 de marzo fue el Día Mundial del Agua, una jornada que se celebra desde 1993 para concienciar sobre el uso responsable de este bien cada vez más escaso. Además, un día después, el 23 de marzo, tenía lugar, como cada año, la Hora del Planeta. Iniciativa de la organización independiente WWF que consiste en apagar las luces de edificios y monumentos durante una hora para sensibilizar sobre el cambio climático.

 Olga Romero

**E**n definitiva, dos jornadas destinadas a concienciar sobre la situación real en la que se encuentra el planeta, el pasado año fue el más cálido de la historia desde que se tienen registros y esto está provocando fenómenos meteorológicos extremos, pero también para animar a la sociedad a ser parte activa del cambio que los expertos llevan pidiendo hace años y que forma parte de la Agenda 2030 en la que se establecen los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Además de los ODS acordados por los Estados Miembros de Naciones Unidas, todas las regiones están avanzando en la lucha contra el cambio climático. Concretamente la Unión Europea, como muestra el estudio "Extrañando valor de la sostenibilidad en TMT", elaborado por Deloitte, está avanzando en materia de regulación con el fin de liderar el avance en sostenibilidad y la lucha contra el cambio climático.

### Un sector comprometido


Las empresas del sector TIC son conscientes de que son una palanca imprescindible para el cambio y como tal están actuando. De hecho, como refleja el estudio de Deloitte, los CEO de estas compañías coinciden en señalar que la sostenibilidad es una responsabilidad social para sus organizaciones, pero también una

oportunidad empresarial. En este sentido, los directivos apuntan a que el beneficio antes de intereses, impuestos, depreciaciones y

Unas estrategias en las que *partners* y clientes son igual de protagonistas porque, en la lucha contra el cambio climático, cada gota de agua cuenta, nunca mejor dicho. Pero aquí no queda todo, las compañías del sector TIC también están fomentando las alianzas y acuerdos con otras organizaciones y entidades. Tanto las estrategias de sostenibilidad diseñadas como las alianzas alcanzadas están enfocadas en la descarbonización, la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>, el impulso de la economía circular, la fabricación de productos sostenibles y un embalaje y transporte cada vez más sostenible.

### El impacto de la industria

Este sólido compromiso del sector TIC con el cuidado del medioambiente y el respeto al planeta se debe al objetivo de la industria de contrarrestar su impacto y reducirlo de cara a los próximos años.

Actualmente la industria tecnológica y de telecomunicaciones representa, según datos del informe de Deloitte, entre el 2 % y el 4 % de las emisiones de gases, pero se prevé que este porcentaje alcance el 14 % en 2040. Tal y como se refleja en el análisis de la consultora, la fabricación de un teléfono inteligente genera una emisión de CO<sub>2</sub> equivalente a la de 80 lavadoras y se requieren 70 kg de recursos naturales. En el caso de un ordenador el combustible necesario es de 240 kg. 



amortizaciones (EBITDA, por sus siglas en inglés) de sus empresas podría mejorar entre un 5 % y un 15 % a medio plazo gracias a la inversión en sostenibilidad.

Esta doble concepción de la sostenibilidad encuentra su materialización en los planes en los que las empresas del sector están embarcadas.

# nilox

**MAKES  
YOU MOVE**



[www.nilox.com](http://www.nilox.com)

@niloxofficial



En España el 63 % de los *partners* del programa HP Amplify se han incorporado a HP Amplify Impact

## "La sostenibilidad está intrínsecamente unida a la innovación"

El 60 % del negocio que genera HP está vinculado con la sostenibilidad. Una realidad que es la mejor muestra de que una estrategia inteligente de eficiencia energética es óptima aliada del negocio. David Ortega, responsable de Asuntos Gubernamentales y Políticas Públicas de HP, recuerda que avanzar en este concepto sostenible está inexorablemente vinculado a la innovación, a los modelos de consumo de la tecnología como servicio y a la aplicación de la inteligencia artificial.

Marilés de Pedro

**E**l pasado mes de febrero se anunciaba en el último *ranking* Merco Responsabilidad ESG 2023 que HP era la primera compañía en el área tecnológica en España. Un *ranking* liderado por el Grupo Once, seguido de Inditex y de Mercadona. David Ortega asegura que esta posición suma en la ambición de la compañía de convertirse "en la empresa tecnológica más sostenible y justa del mundo".

### Planeta, personas y comunidades

Tres son los pilares sobre los que se asienta su estrategia sostenible: planeta, personas y comunidades. En el pilar vinculado con la acción climática y el compromiso con la descarbonización y la economía circular, la compañía sigue embarcada en el objetivo de conseguir un 75 % de circularidad en todos sus productos, envases y embalajes en 2030. "Estamos en el 40 %", desvela Ortega.

A este ambicioso reto se suma alcanzar la neutralidad en carbono, con dos metas: reducir a la mitad las emisiones en 2030 y conseguir el "cero" en 2040. En su último informe de "Impacto Sostenible" correspondiente a 2022, se indicaba que había reducido su huella de carbono total en un 18 % desde 2019 y en un 55 % los envases de plástico de un solo uso respecto a 2018. "Estamos en el buen camino aunque se puede hacer más. Y, si llegáramos a alcanzar esos objetivos antes de lo previsto, vamos a seguir progresando, marcándonos otros nuevos", valora.

Un compromiso absolutamente rentable: el



David Ortega,  
responsable de Asuntos Gubernamentales y Políticas Públicas de HP

## El 60 % del negocio que ha generado HP está relacionado con la sostenibilidad

60 % del negocio que ha generado HP estaba relacionado con la sostenibilidad. Un porcentaje, resultado de las métricas de la Corporate Knights Sustainable Economy Taxonomy, que define qué es una venta de un servicio o de un

bien sostenible en relación a su contribución a que los clientes incrementen su compromiso con la sostenibilidad. "Los consumidores son cada vez más exigentes, lo que nos obliga a intensificar nuestra apuesta".

El segundo pilar está vinculado con las personas y los derechos humanos. "Es esencial conseguir una cultura de empoderamiento, de igualdad y de diversidad", recuerda. Una filosofía que debe extenderse a toda su cadena de suministro, lo que ha aumentado la exigencia en la mejora, por ejemplo, de las condiciones de trabajo en las fábricas que producen sus soluciones y en abordar problemas complejos como el trabajo forzado o el uso de determinados minerales. En el lado del compromiso interno, recuerda que HP es una escuela de talento. "Proporciona herramientas para mejorar la formación de los empleados e iniciativas para enfocar su carrera profesional".

En relación al impacto en las comunidades, David Ortega insiste en que la equidad digital permite que la gente pueda beneficiarse de las ventajas que el mundo digital puede proporcionar, "lo que incluye acceso tanto al hardware como a la conectividad, así como a las habilidades necesarias para disfrutar de la tecnología y, por supuesto, a contenidos de calidad".

HP cuenta con el programa HP Life, desplegado en más de 60 países, que proporciona las herramientas de formación necesarias para crear oportunidades económicas en aquellas comunidades más desfavorecidas, con especial foco en los colectivos más necesitados (mujeres, niños y personas con discapacidad o de edad avanzada).

## HP Amplify Impact

El compromiso del canal con la sostenibilidad se fragua en HP Amplify Impact. A finales de 2023 el 63 % de los *partners* españoles incluidos en HP Amplify se habían dado de alta en el HP Amplify Impact y ya había 20 *partners* que contaban con la máxima distinción en el programa, lo que señala el compromiso de la comunidad española. Ortega recuerda que el reto en España era lograr que el 50 % de los *partners* Amplify se adhirieran en 2025; un objetivo ampliamente superado. "La acogida ha sido brutal". Un 83 % de los *partners* españoles asegura que HP Amplify Impact les está ayudando a vender más y un 50 % desvela que les ha ayudado a obtener nuevos clientes. Para extender aún más esta propuesta, en la úl-

## HP Renew

Una importante novedad en HP es HP Renew, el primer programa de reacondicionamiento de PC que permite dar una segunda vida a los equipos. Un programa que arranca con portátiles y que se extenderá a impresoras, equipos de colaboración y otras soluciones híbridas. "Permite alargar la vida útil del producto lo que asegura que el impacto total de la huella de carbono sea mucho menor".

Se trata de equipos que exhiben la máxima calidad y que cuentan con las máximas garantías de seguridad "en todo lo que tiene que ver con la protección de datos y la ciberseguridad".

tima conferencia de *partners* celebrada en Las Vegas se anunció su apertura al canal mayorista. "Seguimos comprometidos con crear sinergias y fomentar las alianzas".

**"Hay un 83 % de los *partners* españoles que aseguran que HP Amplify Impact les está ayudando a vender más y un 50 % asegura que les ha ayudado a obtener nuevos clientes"**

El pasado año HP incorporó nuevas ventajas, como una nueva plataforma de proyectos comunitarios que conecta a los socios con una serie de iniciativas que ofrecen oportunidades de voluntariado y donaciones; o las introducidas en la plataforma HP Find a Reseller, que confiere una ventaja comercial a aquellos *partners* que cuentan con un mayor compromiso en este apartado. "La plataforma ha crecido en un 48 %, con 90 proyectos recogidos en la misma. Los *partners* nos han re-

portado unas 200 actividades de voluntariado el año pasado, algunos a través de la plataforma y otros no, lo que demuestra el compromiso de nuestros *partners*".

## Sostenibilidad, innovación e IA

Uno de los grandes retos es trasladar este concepto a toda la sociedad: no solo a las grandes cuentas, también a las pymes y a los consumidores. Para avanzar en este terreno, va a ser clave el cumplimiento de la legislación relativa a la implementación de la sostenibilidad en las ofertas de renovación del parque, tanto de PC como de impresoras. HP va a crear una gama de productos, en el área del PC, que incorporan una serie de servicios que tratan de compensar la emisión de carbono.

David Ortega recuerda que la sostenibilidad está unida de manera intrínseca a la innovación. "Es un mantra para HP. Forma parte de nuestro ADN, al igual que la sostenibilidad", recalca. "Para que haya sostenibilidad es necesario que haya innovación", completa. En esta filosofía sinérgica, se trata de diseñar soluciones que incorporen una mayor cantidad de material reciclado y que puedan ser más fácilmente reparables y reutilizables". Con la extensión de la vida útil de los productos se reduce su huella de carbono.

Ortega incorpora a esta ecuación la inteligencia artificial. "Va a ayudar a diseñar productos más sostenibles con el uso de materiales reciclados; lo que contribuirá al diseño de productos más reparables".

No olvida apelar a los modelos como servicio que fomentan la sostenibilidad. "Permiten alargar la vida de los productos e incluyen servicios, por ejemplo,

de telemetría, que detectan problemas y se anticipan a ellos antes de que se produzcan", explica. "Son fórmulas que permiten consumir solo lo que el cliente necesita".

Acceda al vídeo desde el siguiente código QR



<https://newsbook.es/actualidad/la-sostenibilidad-esta-intrinsecamente-unida-a-la-innovacion-20240326108319.htm>



El despliegue de los modelos de *leasing* y de DaaS (*device as a service*), claves en el compromiso del Grupo Esprinet con la eficiencia

## "La sostenibilidad es un elemento estratégico capaz de desencadenar nuevas dinámicas competitivas"

La sostenibilidad es pilar esencial del negocio del Grupo Esprinet. El mayorista ha desplegado una completa estrategia en este crítico apartado con el objetivo de dar forma a un modelo de negocio que "no solo permita el éxito de la empresa, sino que también esté atento al medio ambiente, al bienestar social y a una gobernanza justa y con visión de futuro", señala Giulia Perfetti, responsable de sostenibilidad del Grupo Esprinet. A su juicio, la sostenibilidad "es un elemento estratégico capaz de desencadenar nuevas dinámicas competitivas".

Marilés de Pedro



Giulia Perfetti,  
responsable de sostenibilidad del  
Grupo Esprinet

**P**erfetti explica que el compromiso con la sostenibilidad aún, lógicamente, el componente ético con la "fuente de inspiración e innovación que supone una oportunidad de creación de valor para el Grupo y sus empleados, así como para nuestros clientes y proveedores, para la comunidad en la que operamos y, por supuesto, para los inversores".

### DaaS (*Device as a service*)

En esta estrategia tienen un peso específico las "nuevas" fórmulas de consumo tecnológico como el *leasing* o el DaaS (*Device as a service*) que señalan que "sostenibilidad y negocio se integran como guía para el desarrollo, lo que genera crecimiento e innovación".

Desde hace algunos años, el mayorista ofrece a su ecosistema de clientes un servicio de alquiler operativo, tanto a través de su plataforma Es-

priRent como de la oferta de sus socios financieros. "Nos permite ejercer un control sobre el ciclo de vida del producto, habilitando mecanismos para la retirada, el reacondicionamiento y la reventa de productos desde una perspectiva de economía circular, en lugar de alimentar la producción de residuos electrónicos, en adhesión aún mayor a los principios ESG (*Environmental, Social and Governance*)".

Por otro lado, la reventa del producto reacondicionado es otro camino hacia la sostenibilidad. "Es una solución óptima ya que al combinar la conveniencia económica y una calidad certificada de rendimiento, contribuye a mitigar la disparidad en las posibilidades de acceso a soluciones digitales en determinadas áreas geográficas o grupos de población, democratizando el acceso a la tecnología".

### Sostenibilidad en España

En el ámbito de la sostenibilidad la concienciación es fundamental. Según un estudio del INE, el 77 % de los españoles está muy preocupado por la sostenibilidad. Un concepto complejo en el que el consumidor debe ser capaz de distinguir entre las estrategias reales de las empresas y el fenómeno del "green washing". Perfetti es consciente de que aún queda mucho por hacer y que hay que "dar forma al futuro

"Aquellas empresas que no invierten seriamente en sostenibilidad no construyen su ventaja competitiva y comprometen su capacidad para permanecer en el mercado"

“Ser sostenible no es un adorno ni un elemento a explotar para crear una imagen positiva de uno mismo. Es una condición necesaria para la existencia”

creando un estrecho vínculo entre la tecnología y la sostenibilidad”. A su juicio, aquellas empresas que no invierten seriamente en sostenibilidad no construyen su ventaja competitiva y comprometen su capacidad para permanecer en el mercado. “Hay mucho en juego y el camino por delante es difícil. Las inversiones necesarias son enormes, pero las empresas que han recurrido al “greenwashing” han logrado, en primer lugar, un efecto reputacional negativo, precisamente porque en los últimos años los consumidores, especialmente los más jóvenes, se han vuelto cada vez más sensibles a los criterios ESG”.

## Compromiso político de la UE

El compromiso político es clave. Hace un par de años, la Comisión Europea redactó el Pacto Verde, según el cual para 2050 toda la economía europea debe estar descarbonizada y las emisiones de gases de efecto invernadero deben reducirse en un 55 % para 2030. “Ser sostenible no es un adorno, ni un elemento a explotar para crear una imagen positiva de uno mismo. Es una condición necesaria para la existencia”, remarca.

Perfetti recuerda que el camino ha sido trazado por la Agenda 2030 y por los 17 Objetivos

## Responsabilidad social corporativa e igualdad

En el ámbito de la responsabilidad social corporativa, Esprinet despliega su actividad en diferentes sectores, destacando, por ejemplo, las alianzas con la Asociación de Centros de Formación Profesional (FP Empresa) o con la Fundación Empieza por Educar (EXE). “Queremos seguir fomentando un intercambio con las comunidades locales apoyando y colaborando con diversas organizaciones benéficas, conscientes de que nuestro desarrollo solo puede tener lugar en el pleno respeto de ellas”.


El pasado año el mayorista siguió impulsando proyectos que reflejan “nuestra voluntad de potenciar los territorios en los que operamos, protegiendo su patrimonio ambiental y cultural y contribuyendo al bienestar económico y al crecimiento de las comunidades”. En el ámbito de la equidad, la diversidad y la igualdad de género, el pasado año el Grupo Esprinet obtuvo el primer nivel de la certificación EDGE por su compromiso con la promoción de la igualdad de género y la inclusión en el lugar de trabajo. “Hemos seguido escuchando la voz de los empleados y hemos fortalecido el plan de bienestar, potenciando nuestra oferta formativa para hacer crecer sus habilidades y apoyar el desarrollo de su potencial”, explica.

En 2023 el Grupo Esprinet puso en marcha un ambicioso programa para fomentar la cultura de la diversidad, la equidad y la inclusión dentro de su organización. El Grupo vio renovadas sus certificaciones Great Place to Work y Top Employer en los países en los que opera.



de Desarrollo Sostenible (ODS), definidos por las Naciones Unidas como una estrategia para lograr un futuro mejor y más sostenible. A pesar de que la pandemia y la guerra entre Rusia y Ucrania han complicado la consecución de estos objetivos, cree que los esfuerzos de la UE por sensibilizar y empoderar a las empresas para que respeten el medio ambiente y los derechos humanos son incesantes. “Los Planes de Recuperación y Resiliencia de España e Italia van en esta dirección: de hecho, una parte importante de los fondos asignados se han do-

nado a la revolución verde y a la transición ecológica, apoyando al tejido empresarial en la implementación de políticas atentas a la sostenibilidad”, remarca.

La responsable de sostenibilidad celebra las declaraciones de Antonio Guterres, secretario general de las Naciones Unidas, alertando de que el cambio climático exige una seria solidaridad internacional para aunar los recursos y las capacidades de todos “para adoptar las medidas y regulaciones que obliguen al sector privado a transformar sus sistemas de producción”. 

Tiene el objetivo de incrementar la recogida y reciclaje de tóneres en un 40 % en los próximos dos años

## La sostenibilidad y la contribución a la conservación del medioambiente, prioridades para Brother

**L**a sostenibilidad y el respeto al medioambiente son prioridades para Brother, que desde hace años está trabajando para contribuir a la conservación del planeta, un compromiso que se ha reflejado en la visión de "At your side 2030" o "A tu lado 2030" en la que plasma sus valores y su estrategia a medio y largo plazo. Alberto García, director de operaciones y responsable de sostenibilidad de Brother Iberia, señala que "A tu lado 2030" traza el tipo de valor que Brother quiere transmitir de aquí al 2030. "Nos lleva a un nuevo enfoque y a transmitir nuestros valores a todo nuestro canal y a nuestros clientes". Este lema es una muestra del espíritu que mueve a la compañía, que el directivo resume en "escuchar las necesidades que tienen nuestros clientes para ofrecerles la mejor solución". La intención de Brother es que sus clientes sean más productivos y creativos y para ello cuentan con sus productos, garantizando la protección del planeta. Para el año 2030 la compañía ha identificado dos sectores en los que se focalizará para hacer realidad esta visión: el sector industrial y el de la impresión.

### Objetivos

Al mismo tiempo, ha identificado entre los Objetivos de Desarrollo Sostenible que ha definido la ONU para alcanzar en el 2030, nueve en los que se centrará y dentro de estas metas hay cuatro relacionadas con el negocio en las que está llevando a cabo numerosas acciones. Una está relacionada con el objetivo número 7 que está vinculado a la energía asequible y limpia. En este terreno, su propósito es reducir la huella de carbono al menos en un 65 % para el año 2030, según avanza el directivo. Para lograrlo está apostando por las energías limpias y sus



Alberto García,  
director de operaciones y responsable de sostenibilidad de Brother Iberia

**Brother está trabajando para lograr un mundo más sostenible y justo, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible para el año 2030 de la ONU. Este trabajo y compromiso se encuentra dentro de su visión estratégica "At your side 2030", que es su hoja de ruta para el desarrollo de su negocio en los próximos años en el que tendrá un papel protagonista su contribución para llegar a una economía circular, reducir las emisiones de carbono y conservar el planeta.**

 Rosa Martín

fábricas, principalmente las dedicadas a la manufacturación y el reciclaje, que ya tienen la condición de cero emisiones en huella de carbono. "De manera local también apostamos por utilizar paneles solares y fuentes de energía sostenible. Y dentro de la cadena logística, intentamos contar con proveedores que a su vez nos acompañen de la mano en esta misión de

reducir la huella de carbono", explica García. Otro de los objetivos prioritarios es el 9, que es el relacionado con la industria, la innovación y la infraestructura. En este ámbito Brother está avanzando para producir de manera sostenible uniendo su innovación al concepto de sostenibilidad. Este trabajo está conectado al objetivo 12 que persigue un consumo y producción res-





En Brother estamos comprometidos con el planeta y te proporcionamos la solución más eficiente y sostenible para tu empresa. Con impresoras duraderas y reciclaje de consumibles “cero residuos”.

Este es el...

## ESPACIO DE TRABAJO BY BROTHER

[brother.es/espacio-trabajo-brother/sostenibilidad](http://brother.es/espacio-trabajo-brother/sostenibilidad)



# Especial Sostenibilidad

ponsable. En este ámbito, Brother está desarrollando productos que impulsen la economía circular. "Apostamos por crear productos que cuando ya no estén en uso puedan reutilizarse para otros menesteres", puntualiza el responsable de Brother.

A la vez su compromiso se extiende al objetivo número 13, que es el relacionado con la acción climática. En este apartado, además de trabajar para mejorar sus procesos productivos y reducir las emisiones, lleva años siendo miembro de la asociación Cool Earth que está enfocada al cuidado del ecosistema. A través de esta asociación ha conseguido replantar 27 millones de árboles y está contribuyendo al cuidado de diferentes comunidades locales en espacios naturales.

## Compromiso con la economía circular

La reutilización de los productos es una de las metas en las que está trabajando desde hace varios años. Ha puesto a disposición de sus clientes diversos programas de reciclaje para avanzar en la remanufacturación. Uno de ellos se ejecuta en nuestro país a través de la fundación Recyclia y el sistema Tragatóner a través del que se recogen los consumibles para que posteriormente se puedan tratar y remanufacturar. Además, ofrece otro programa a nivel corporativo global que permite gestionar por la web la recogida de los consumibles para su reciclaje.

Esta actividad está dando sus frutos y desde el año 2003 ha logrado remanufacturar casi 40 millones de tóneres, lo que supone alrededor del 25 % del producto comercializado. "De cara a los próximos dos años, la intención es incrementar hasta un 40 % estos datos", anuncia García.

Las cifras de reciclaje de cartuchos de tinta son más modestas, un 14 %, aunque su objetivo es que se vaya incrementando la recogida de este tipo de consumible.

Junto a la recogida, el reciclaje y la remanufacturación, Brother está mejorando la producción desde el diseño del producto para que a la vez que se mejoran las prestaciones sea más sostenible, reduciendo el uso de plásticos y buscando nuevos materiales para embalajes, etc.

## Responsabilidad social corporativa

Brother desarrolla una intensa actividad dentro de su estrategia de responsabilidad social corporativa para contribuir a una sociedad mejor y responder a los planteamientos recogidos en su "Carta Global", que contiene códigos éticos e invita a todos los empleados a actuar de manera responsable con la sociedad y el planeta. En la oficina de España, que cuenta con un comité solidario, también se llevan a cabo iniciativas para conseguir un mundo más justo. Entre las actividades que desempeña figuran la colaboración con el banco de alimentos, el patrocinio de la carrera contra el cáncer o las acciones con la entidad Reforesta.



## Concienciación

Este trabajo se completa con las actividades que la compañía desarrolla dentro de la fundación Ecofimática que se encarga de la reco-

que se hace con el cartón o el vidrio".

En esta tarea el canal también tiene un papel relevante como prescriptor de las soluciones.

"Le incentivamos para que invite a sus clientes

a que sean más sostenibles", señala el directivo.

Y, además, la sostenibilidad se ha convertido en factor que determina la venta. "Hoy en día ya no hay argumento de venta que no vaya acompa-

ñado de la sostenibilidad. Antes era algo accesorio, pero ahora forma parte del negocio", recalca.

"Incentivamos al canal para que invite a sus clientes a que sean más sostenibles"

gida de los residuos electrónicos que producen los equipos ofimáticos. A través de esta fundación, está trabajando para concienciar

de la importancia de reciclar los equipos y los consumibles. García cree que "de la mano de Ecofimática y de las acciones que vayamos haciendo los fabricantes iremos concienciando a la sociedad para que consideren nuestros aparatos y nuestros consumibles como un residuo a tratar, igual

Acceda al vídeo desde el siguiente código QR

<https://newsbook.es/actualidad/videos/la-sostenibilidad-y-la-contribucion-a-la-consejacion-del-medioambiente-prioridades-para-brother-20240327108379.htm>





# ¿Poco espacio TI?



## Piensa en pequeño.

Descubre **Vertiv™ VRC-S**, un microcentro de datos todo en uno preparado para el Edge. Diseñado para una rápida y fácil instalación, este rack de TI totalmente ensamblado en fábrica viene equipado con SAI, refrigeración y distribución eléctrica inteligente.

## What's Their Edge?

[Vertiv.com/VRC-S-Newsbook](https://www.vertiv.com/VRC-S-Newsbook)

- **SAI Vertiv™ Liebert® GXT5** con certificado Energy Star 2.0
- **PDU en rack Vertiv™ Geist™** para una distribución y monitorización inteligentes
- Unidad de refrigeración para rack **Vertiv™ VRC**
- 3 años de garantía para el sistema completo\*



Con nuestra app **Vertiv™ XR** de realidad aumentada, puedes explorar esta solución desde cualquier lugar.

\*El periodo de garantía empieza en el momento de la entrega, de acuerdo a los términos de garantía Vertiv. Garantía solo disponible mediante el registro del equipo.

© 2021 Vertiv Group Corp. Todos los derechos reservados. Vertiv™ y el logotipo Vertiv son marcas comerciales o marcas comerciales registradas de Vertiv Group Corp. Todos los demás nombres y logotipos que se refieren son nombres comerciales, marcas comerciales o marcas comerciales registradas de sus respectivos propietarios.

# Trabajando por un futuro basado en la circularidad

La sostenibilidad se ha convertido en un tema central que determina las estrategias empresariales de todo el mundo. Una gran parte de las organizaciones son conscientes de la importancia de desarrollar iniciativas de sostenibilidad para sus negocios y su éxito a largo plazo, lo que deja claro el papel clave que desempeñará la sostenibilidad en la creación de un futuro mejor.

**A**

demás, gobiernos de todo el mundo están implantando

normativas para impulsar la economía circular. Un claro ejemplo en nuestro país es "La estrategia española de economía circular, España circular 2030", que sienta las bases para impulsar un nuevo modelo de producción y consumo en el que el valor de productos, materiales y recursos se mantenga en la economía durante el mayor tiempo posible, en el que se reduzca al mínimo la generación de residuos y se aprovechen con el mayor alcance posible aquellos que no se puedan evitar.

El camino hacia una economía basada en la circularidad permitirá que las empresas y la sociedad, en general, reduzcan sus emisiones y el volumen de residuos que generan. Un cambio urgente que se tiene que realizar por todas aquellas empresas que aún no han puesto en marcha los mecanismos necesarios para adaptarse a esta nueva realidad.

Al mismo tiempo esto afecta a todas las áreas de las empresas. Los departamentos de TI tienen que optimizar sus presupuestos a la vez que se impulsa la economía circular. Esto implica maximizar el valor de sus activos informáticos actuales y encontrar opciones flexibles que satisfagan las ne-



**“En HP concebimos la economía circular como una prioridad”**


cesidades individuales de cada empresa. HP lleva muchos años apostando por la sostenibilidad y liderando su propio viaje hacia la circularidad. Además de establecer políticas internas acorde con este objetivo y con la innovación como base, siempre buscamos ofrecer a nuestros clientes productos diseñados pensando en la circularidad y servicios que impulsen este mismo principio.

En HP concebimos la economía circular como una prioridad, por lo que trabajamos en ofrecer servicios y productos en torno a ella. Tal es el caso del Servicio de extensión

de la vida útil de los dispositivos, un nuevo servicio destinado a ampliar la vida útil de los equipos, así como una mayor disponibilidad de PC reacondicionados por HP.

Con este nuevo servicio, los clientes pueden maximizar sus inversiones en TI y aliviar la carga de trabajo de TI actualizando el rendimiento de los dispositivos antiguos y mitigando de forma proactiva los problemas de rendimiento de los dispositivos. Al mismo tiempo, los clientes pueden reducir la huella de carbono de sus equipos informáticos y contribuir a las iniciativas de sostenibilidad maximizando la vida útil de los activos informáticos.

Definitivamente, la circularidad no es una opción, sino un imperativo que como empresas, individuos y sociedad debemos tener en

cuenta en todas nuestras decisiones de consumo. Esto urge a un cambio de mentalidad generalizado que parta por adoptar prácticas circulares a todos los niveles. En este sentido las organizaciones tienen un rol esencial a la hora de liderar este progreso y adoptar medidas integrales que vayan desde tomar decisiones de compra TI que impulsen la circularidad, hasta sus prácticas internas. 

**David Ortega,**  
responsable de Asuntos Gubernamentales  
y Políticas Públicas de HP