

# Fleet

## People



» Miguel Carsi  
El tesón por bandera

### **F** LAS FIRMAS DE RENTING SACAN MÚSCULO

Las principales empresas del sector resuelven con muy buena nota su expansión económica en España.

### **C** ESPAÑA SE LA JUEGA: TODO AL VERDE

Las factorías de vehículos transicionan con éxito sus modelos productivos hacia el coche eléctrico.

### **E** RECICLADO, DE LA MODA A LA NECESIDAD

La incorporación de lo sostenible cala en las empresas; el reciclaje se convierte en multidisciplinar.

# EXTRA

**Objetivo**  
**“zero waste”**



ESTHER  
ALONSO 

**E**l modo de vida actual es de todo, menos sostenible. Desde Naciones Unidas afirman que hoy en día consumimos el equivalente a 1,6 Tierras, lo que significa que necesitaríamos más de un planeta y medio para poder seguir viviendo como vivimos.

La demanda de recursos naturales ha alcanzado niveles máximos y sigue en ascenso en sectores como alimentación, ropa o vivienda. Los países más ricos consumen diez veces más materias primas que los de bajos ingresos y el G20 es responsable del 78% de emisiones de gases de efecto invernadero. Y la pandemia, al precisar la fabricación de grandes volúmenes de productos desechables, ha empeorado el problema.

Es necesario y urgente rebajar los niveles de producción y reciclar para reutilizar recursos: se ha vuelto vital.

Sin embargo, los humanos seguimos sin tomárnoslo muy en serio y casi todos los países suspenden en esta misión. Según el Índice Global de Residuos 2022, creado por Senso-  
**E**neo, de las 38 naciones que conforman este *ranking*, Corea del Sur es la más sostenible, ya que recicla el 61% de los 400 kilos que produce per cápita al año; EEUU es la que más desperdicios genera (811 kilos) reciclando sólo un 23,4% de los mismos; España ocupa el puesto 23 de esta lista, produce 455 kilos de residuos y tiene una tasa de reciclaje del 19%.

Pero no todo es negativo. La filosofía *zero waste*, que busca poner consciencia en el consumo, haciendo hincapié en los beneficios sociales y económicos que tiene considerar los residuos como recursos para generar empleos y hacer crecer negocios, gana fuerza. El motor de esta tendencia es la sostenibilidad y, su combustible, la imaginación, el empeño por

buscar soluciones originales para que instituciones, empresas e individuos puedan dar a la tierra el respiro que necesita.

### De la carretera a la pasarela

Si existiera una pirámide de Maslow del reciclaje, la posición más elevada la ocuparían los sistemas colectivos de responsabilidad ampliada del productor o SCRAP. Estas entidades sin ánimo de lucro ofrecen los medios necesarios para que cualquier fabricante o importador que introduce un producto en el mercado español, pueda garantizar su correcta gestión cuando llega al final de su vida útil y se convierte en un residuo.

Los SCRAP siguen el principio de “quien contamina, paga” y, por tanto, están financiados por los consumidores. En nuestro país hay una veintena de ellos, algunos son muy conocidos, como Ecoembes o Ecovidrio. Otros, como Signus, dedicado a garantizar la correcta gestión de los neumáticos usados, son menos populares.

Tal y como declara a *Fleet People* Isabel López-Rivadulla, directora de Comunicación y marketing de esta entidad, “los neumáticos han sido contruidos para no destruirse, por eso su reciclaje es muy complejo”.

Primero se trocean sin separar sus principales componentes: acero, fibra y caucho. Estos cachitos, con un poder calorífico más elevado que el carbón y menos contaminante, pueden usarse como combustible de cementeras pero antes de llegar a esta valorización energética, se debe hacer un reciclaje o valorización material. El siguiente proceso sería separar el acero con un electroimán y el textil con un sistema de aspiración.

Los usos del acero, al ser un metal, son obvios, los de los otros dos componentes son más rebuscados:



>> **Moda.** Diversas aplicaciones derivadas de neumático reciclado, en forma de accesorios: pendientes y bolso. / **NEOMATIQUE**



E

“Las fibras textiles del reciclaje de neumáticos tiene aplicaciones limitadas, ya que quedan muy manchadas. Con el caucho se hacen granos de distintos tamaños que pueden usarse para hacer campos de fútbol, carreteras y, también, suelas de calzado”, comenta la profesional de Signus.

Y el caucho también se usa en la moda. La diseñadora **María Lafuente** utiliza materiales reciclados o sostenibles en sus trabajos, y el neumático suele estar en sus colecciones. Otra diseñadora, **Lucía de Gustín**, ha investigado los usos de este material aplicando resinas y colores, dando origen al proyecto Neomatique, una plataforma que busca visibilizar al neumático reciclado y todos los componentes de la cadena de valor del mismo.

Lo último en moda “neumática” ha llegado de la mano de la tecnología 3D y del filamento hecho con caucho reciclado procedente de la empresa Lowpoly, con **Gianluca Pugliese** al mando.

### Industrias que dejan huella

“En la impresión 3D normalmente es todo muy rígido, pero el neumático es flexible, lo que ofrece muchas posibilidades. En la actualidad se está trabajando para conseguir que el porcentaje de caucho de este filamento sea mayor y buscamos más aplicaciones al mismo, en moda y, también, en decoración”, afirma López-Rivadulla.

La moda es otro de los sectores que suele salir a la palestra cuando se habla de “insostenibilidad”.

Los datos oficiales sostienen que cada europeo descarta 11 kilos de textil al año y el 87% de los mismos acaban siendo incinerados en un vertedero. Del textil usado

## “SUSCRIPCIÓNATE”

En pocos años los consumidores se han dado cuenta de que pagar por un producto para usarlo sólo en momentos puntuales no es rentable. El usuario ya no quiere poseer, sino utilizar, dando así origen a la nueva economía de acceso. Este cambio de hábitos afecta a muchos bienes, entre ellos el coche: las nuevas generaciones han perdido el sentimiento de propiedad, debido en parte al precio que conlleva y, también, al impacto medioambiental que supone tener un vehículo propio.

Según un estudio sobre la economía de suscripción realizado por Telecoming y su partner en Londres, Juniper Research, España en 2022 contará con más de 35 millones de suscripciones activas, dando lugar a un modelo de negocio que facturará 4.628 millones de dólares. El informe señala también que, aunque la movilidad como servicio (MaaS, según sus siglas en inglés) sólo representa 63 millones de dólares en España, se espera que sea uno de los sectores que más crecimiento tenga en el futuro, llegando a alcanzar los 200 millones de dólares el año que viene. Por último, señalar que, a nivel europeo, el mercado de MaaS estará por encima de los 870 millones de dólares, con un total de 771.000 usuarios suscritos a este tipo de servicios. Parece que la suscripción, además de favorecer el zero waste, crea negocios florecientes. Un camino a explorar, sin duda.

que se exporta a países con bajos ingresos, apenas un 20% puede usarse (dado que las prendas cada vez tienen peor calidad), y en vertederos ilegales de ropa, como el de Chile, reciben 20.000 t al día.

Esta situación, que parece empeorar de año en año, preocupa a **Mariana Gramunt**, cofundadora y CEO de la plataforma T\_Neutral junto con su hermana Carlota: “Queremos reclamar el rol de la moda como agente de cambio positivo. Con este objetivo creamos hace unos años la marca de moda Sidikai, orientada al *zero waste*”.

Pero sumar una marca más a un mercado que dista mucho de ser sostenible no les pareció buena idea a las hermanas Gramunt: “No podíamos cambiar la industria introduciendo más productos y así fue como nació T\_Neutral, para que cualquier productor textil ya sea marca, fabricante o retailer pueda medir, reducir y compensar el volumen de residuos que genera”, comenta la entrevistada.

El paso fundamental de esta iniciativa fue establecer una unidad de medida, a la que decidieron denominar “huella textil”, que es la cantidad de ropa que resulta del proceso productivo de un productor en un período de actividad en un año medido en toneladas”.

Con esto, T\_Neutral sienta las bases para que el sector de la moda se mueva en márgenes más sostenibles. Tal y como explica la cofundadora de la plataforma: “T\_Neutral supone el paso previo al SCRAP sectorial (que debería instaurarse en la industria textil en el 2024), deja la información organizada para que se pueda establecer una ecotasa a los productores y ofrece los datos necesarios para asignar



Sostenibles.  
Mariana  
y Carlota  
Gramunt son  
cofundadoras  
de T\_NEUTRAL.  
/T\_NEUTRAL

responsabilidades en la industria”, aclara Gramunt.

Por el momento tres empresas han apostado por T\_Neutral, Ecoalf, Sepiia y Derwill, pero la buena acogida que el proyecto está teniendo en el sector hará que pronto se sumen muchas más.

### **Tarjeta roja al “green washing”**

**E** Muchas industrias están apoyando hoy en día iniciativas sostenibles pero no han establecido una forma de medir su huella, ni mucho menos se rigen bajo un SCRAP.

Una de ellas es la cosmética, en la que, por el momento, se están tomando medidas más puntuales que globales. En este sector, compañías independientes, como Ashes to life son las que enarbolan la bandera del cambio y marcan al resto el camino hacia la sostenibilidad. **Alejandro de Antonio**, cofundador de esta empresa, relata a *Fleet People* que el germen de la compañía es encontrar una solución que permita devolver la vida a los bosques que han sufrido incendios.

“En 2012 vi cómo un bosque de Málaga que frecuentaba quedó reducido a cenizas. Me puse entonces a buscar información de cómo podíamos ayudar a recuperar esas zonas”, explica.

De Antonio creó entonces un grupo multidisciplinar formado por expertos en restauración de ecosistemas, ingenieros forestales, historiadores, traductores... donde averiguaron mucho sobre las mejores vías para favorecer la recuperación de entornos quemados.

Así nació Ashes to life, una gama de cosméticos ecológicos certificados, hechos a base de cenizas provenientes de otras industrias, como la alimentaria, o de residuos





①

» **Compromiso.**  
Alejandro De  
Antonio es  
cofundador  
de la firma  
Ashes To Life'.  
**/ AHES TO  
LIFE**



de trabajos de poda y limpieza controlada de montes.

“No usamos cenizas de incendios porque no creamos economía a través de una catástrofe natural. Decidimos usar este elemento en nuestros productos por sus beneficios para la piel, históricamente probados, así como por su poder en la comunicación. Lo que sí hacemos es donar el 10% de las ganancias que obtenemos para devolver la vida a los bosques quemados”, explica. Ashes to life, además, apuesta por una cosmética *slow*, económicamente sostenible: “Tenemos muy en cuenta los números; si nosotros no somos capaces de medir como industria qué es lo que estamos haciendo, nunca vamos a tener capacidad de mejora. Por eso huimos de la dinámica del mercado de presentar colecciones cada poco tiempo; preferimos tener una gama de productos pequeña pero muy cuidada, mejorando las formulaciones y con un *packaging* sostenible”, subraya.

### El futuro es óptimo

Un estudio reciente de la ONU asegura que el 17% del total de alimentos disponibles para los consumidores en 2019 (unos 931 millones de toneladas de alimentos), acabaron en los basureros de hogares, minoristas, restaurantes y otros servicios alimentarios. El objetivo 2030 de esta industria es reducir a la mitad el desperdicio de alimentos. ¿Seremos capaces de lograrlo?

El chef peruano afincado en Madrid **Jhosef Arias**, tiene un plan para conseguirlo que inició hace ya algunos años.

“En 2015 perdí un cuchillo cocinando y, buscándolo, eché al suelo la basura de la cocina. Ahí encontré mondas de patata, desechos de pes-

cado, cáscaras de lima... Fui consciente de la cantidad de desperdicios que generamos en el restaurante y decidí cambiar la forma de hacer las cosas”.

Arias compró deshidratadoras, mejores hornos y, sobre todo, cambió la metodología de trabajo, enfocándose hacia una cocina de aprovechamiento más óptima. Así fue como creó sus increíbles panes de patata, hechos con pieles y otras partes consideradas inservibles de este tubérculo; deshidrató diversos vegetales y sus cortezas, prolongando su vida comestible, con los que adornó y dio sabor a cócteles y platos, y puso fin a los plásticos desechables.

“Tenemos un problema con la cocina moderna: los cortes perfectos generan demasiados desechos y un porcentaje elevado de los alimentos acaba en la basura. Los trabajadores de la industria alimentaria y los consumidores estamos acostumbrando que en cocina hay que buscar la perfección y lo que hay que buscar es la optimización”.

Para ayudar a concienciar a los comensales, el chef y su equipo ponen en valor la trazabilidad de los productos, todos los pasos que hay desde que se cosechan o capturan hasta que se sirven en el plato: “No es sólo poner en valor el producto, también darle una perspectiva social. Si después de todo el trabajo que lleva traer un pescado a la cocina, tenemos que tirar un 60%, algo estamos haciendo muy mal”, concluye.

El afán del chef es conseguir que cunda el ejemplo de esta cocina óptima en los restaurantes y, también, en las casas porque, asegura, además de ser sostenible, es rentable: “Este sistema me ha hecho subir los ingresos un 8%, lo cual es bastante”.

Merece la pena probar.

»» **El valor de todo.** El chef Jhosef Arias se ha implicado al cien por cien en la recuperación y reutilización de las materias primas que se consumen en sus establecimientos. / **ÁLVARO LAFORET**

