

# ECOINNOVACIÓN Y ECOEficiencia, AHORA **ii**

5° Congreso de diseño e innovación del mueble y la  
madera

Senén Ferreiro Páramo  
Socio Director  
[senenfer@valoraconsultores.com](mailto:senenfer@valoraconsultores.com)  
[www.valoraconsultores.com](http://www.valoraconsultores.com)

Santiago, Abril 2009



## OBJETIVOS



- Exponer los conceptos y las utilidades de la ecoeficiencia y la ecoinnovación como herramientas de competitividad para las empresas del sector de mueble
- Reflexionar acerca de los conocimientos necesarios para optimizar los procesos de ecoeficiencia y ecoinnovación
- Conocer las nuevas oportunidades de negocio que ofrece un modelo de sostenibilidad
- 



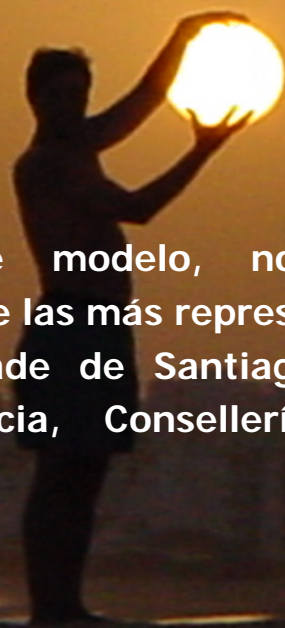


Profesionalmente, trabajamos en Desarrollo Sostenible e Innovación desde hace 17 años. En estos ámbitos intentamos abordar proyectos innovadores con una alta implicación intelectual.

“Creemos en la SOSTENIBILIDAD como concepto de desarrollo empresarial, no sólo como un enfoque generador de negocio”

“Hemos mantenido nuestra apuesta por desarrollar la idea de Sostenibilidad y desarrollarnos como equipo, con honestidad, coherencia y profesionalidad”

Apostar por este modelo, nos ha permitido ser interlocutores en SOSTENIBILIDAD de las más representativas organizaciones (Inditex, Asfhorgal, INTASA, Universidade de Santiago de Compostela, Fadesa , Cluster de la Acuicultura de Galicia, Consellería de Medioambiente, Asociación Gallega de Cooperativas...)





**UN RETO**  
**¿ CUALQUIER NEGOCIO PUEDE**  
**CONVERTIRSE EN SOSTENIBLE?**





Caso de éxito [WWW.TRIODOS.ES](http://WWW.TRIODOS.ES)





# I-ECOINNOVACIÓN





## ¿QUÉ ES LA INNOVACIÓN?

- La innovación está relacionada con la creatividad, la estrategia de la empresa, la implementación de las ideas y la obtención de beneficios.
- Para innovar no es suficiente con tener ideas originales o creativas, sino que además es necesario que éstas sirvan para algo. Debe ser percibida como un medio fundamental para el logro de los objetivos estratégicos.
- La innovación puede adoptar distintos matices y grados.
- La innovación tiene que generar algún tipo de beneficio para la empresa.





## ¿QUÉ ES LA ECO.....? ¿ECOLOGIA? ¿SOSTENIBILIDAD?

*“Usar y gestionar racionalmente los recursos naturales en el presente sin ponerlos en peligro para el futuro”.*





## RELACIÓN ENTRE INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD

### INNOVACIÓN

El desarrollo de los factores que condicionan la capacidad de innovar puede permitir generar y poner en práctica planteamientos innovadores en sostenibilidad.



### SOSTENIBILIDAD

La sostenibilidad se puede convertir en fuente de inspiración para identificar oportunidades y orientar los esfuerzos de innovación





**SOSTENIBILIDAD Y NEGOCIOS,**  
**¿Dónde esta el punto de encuentro?**





■ **POR EJEMPLO....**





# UNA REFLEXIÓN SOBRE NUESTRO MODELO DE DESARROLLO







## NUESTRO DE SISTEMA DE PRODUCCIÓN

Las primeras industrias se basaban en la aportación, aparentemente inacabable, de “capital” natural. El mineral de hierro, la madera, el agua, el grano, el ganado, el carbón, la tierra – ésas eran las materias primas de los sistemas de producción que fabricaban bienes para las masas, y lo siguen siendo hoy en día.





## ■ NUESTRO SISTEMA DE PRODUCCIÓN

- ❖ Cada año, se expulsan miles de millones de kilos de materiales tóxicos al aire, al agua y al suelo.
- ❖ Se fabrican algunos productos tan peligrosos que requerirán vigilancia constante por parte de las futuras generaciones.
- ❖ Tenga como consecuencia la generación de cantidades gigantescas de desechos.
- ❖ Se entierran por todo el planeta materiales valiosos que jamás podrán ser recuperados.
- ❖ Se requieren miles de complejas normativas legales, no para mantener intactos los sistemas naturales y las personas, sino para que no se envenenen demasiado rápidamente.
- ❖ La productividad se mide por la poca gente que trabaja.
- ❖ La prosperidad sea creada a base de destruir o reducir los recursos naturales, que luego serán enterrados o quemados.
- ❖ Se reduzca la diversidad de especies y de culturas.





## NUESTRO SISTEMA DE PRODUCCIÓN

iii NOS llaman consumidores, pero en realidad usted consume muy pocas cosas –algo de comida, algunos líquidos. Todo lo demás ha sido diseñado para que lo tire una vez haya acabado con ello. Pero, ¿tirarlo, “dónde”? Está claro que ya no hay “donde”.

En Estados Unidos, mas del 90% de las materias extraídas para fabricar bienes duraderos se convierten en basura casi inmediatamente, pero eso no es mas que la punta del iceberg: los productos en sí mismos contienen de media sólo el 5% de las materias primas necesarias para sus procesos de fabricación y distribución





## NUESTRO SISTEMA DE PRODUCCIÓN

En lo que se refiere a creación del producto, un ejemplo clásico de diseño de solución universal es el detergente fabricado masivamente. Los principales fabricantes de jabón diseñan un solo detergente para Estados Unidos o Europa, a pesar de que las calidad del agua y las necesidades de las comunidades difieran.

El PIB sólo tiene en cuenta una medida del progreso: la actividad, la actividad económica. Pero, ¿qué persona sensible llamaría “progreso” a las consecuencias de un derrame de crudo?

El PIB como unidad de medida del progreso nació en una época en la que los recursos naturales todavía parecían ilimitados, y en la que “calidad de vida” equivalía a alto nivel de vida económico.



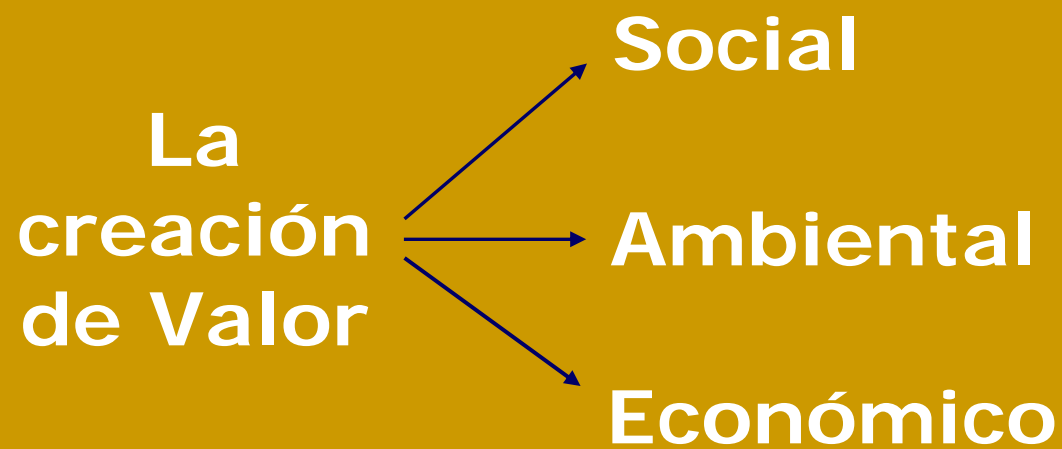


¿Qué se  
esconde detrás  
del desarrollo  
sostenible?





## ¿QUÉ SE ESCONDE.....?





## ■ LA CREACIÓN DE VALOR ECONÓMICO A TRAVÉS DE LA SOSTENIBILIDAD

- **Interno (para la organización)**
- **Para los Socios de Negocio**
- **Externo (para la Sociedad)**

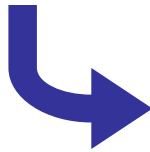




## D.S. Y MERCADOS ECONÓMICOS

*La sostenibilidad consiste en garantizar el **éxito comercial a largo plazo** al mismo tiempo que se contribuye al **desarrollo económico y social**, a la **protección del medio ambiente** y a la **estabilidad social**.*

### Mercado



Artificios humanos basados en valores, leyes y normas humanas.

Deben ser construidos y pueden ser mejorados

NUEVOS  
VALORES

DESARROLLO  
SOSTENIBLE  
(D.S.)





**El reto: Internalizar el  
Desarrollo Sostenible  
en la gestión  
empresarial buscando  
la creación de valor**





**Los  
Directivos  
frente a las  
oportunidades  
económicas  
del desarrollo  
sostenible**





## LAS NUEVAS EXIGENCIAS DE LA GESTION EMPRESARIAL



S. XX

Enfocados al cliente

La certificación voluntaria

Información voluntaria

Gestión-técnica de nuestra  
realidad/entorno  
(medioambiental, social, PRL,...)

Vendemos imagen

Valoramos los tangibles

S. XXI

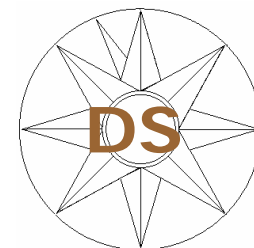
Atender a muchos grupos de  
interés

La certificación es un estándar

Información obligatoria

Gestión de nuestras  
responsabilidades

Vendemos reputación

Ponemos en valor los  
intangibles



## EL DIRECTIVO ANTE EL D.S.

Su obligación es gestionar eficientemente, para lo cual debe:

**Reconocer los riesgos**

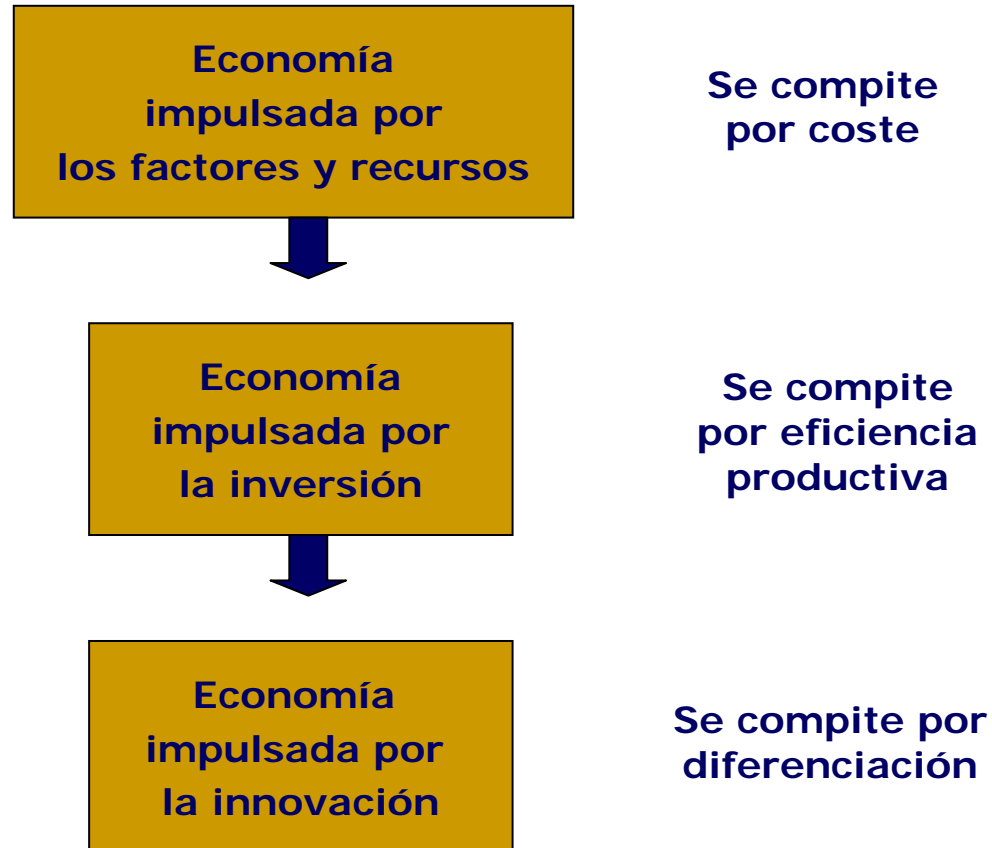


**Identificar las oportunidades**





## CAMBIOS EN LAS BASES DE LA COMPETENCIA





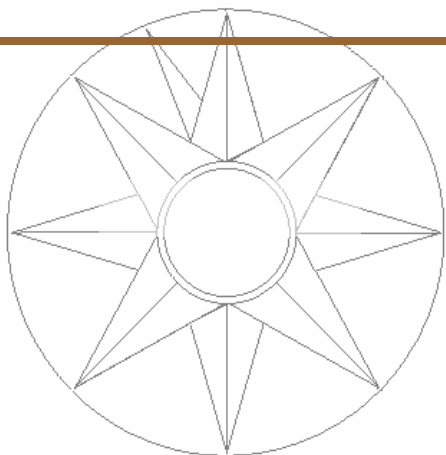
## HACIA EL DESARROLLO SOSTENIBLE COMO MODELO DE NEGOCIO

### ¿QUÉ SE LE ESTÁ PIDIENDO A LOS EMPRESARIOS Y DIRECTIVOS?

- ☉ **Crear empresas sostenibles** en entornos sostenibles.
- ☉ **Crear riqueza y desarrollo humano** en condiciones sociales dignas.
- ☉ Gestionar sus empresas con **rigor y transparencia**.
- ☉ Construir **empresas eficientes** en todos los ámbitos de la gestión y garantizar la supervivencia del proyecto empresarial.
- ☉ **Evolucionar más rápido que la competencia** si quieren sobrevivir.

## DESARROLLAR MODELOS DE NEGOCIO SOSTENIBLES

Preocupación por los problemas ambientales  
 Respeto de los Derechos Humanos  
 Condiciones Laborales adecuadas  
 Transparencia en la gestión financiera  
 Atención a los diferentes grupos de interés



LIDERAZGO

COMPROMISO

ALINEAMIENTO

CREATIVIDAD

DIVERSIDAD

EVALUACIÓN

RESPONSABILIDAD





Cambiamos el enfoque, el  
DS crea valor,.....





# Por tanto

## ¿ QUÉ ES LA EMPRESA SOSTENIBLE Y ECOINNOVADORA?





Desarrollo  
Sostenible



*"Usar y gestionar racionalmente los recursos naturales en el presente sin ponerlos en peligro para el futuro".*

Una **empresa sostenible**, es aquella que crea valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo, contribuyendo de esa forma al aumento del bienestar y al auténtico progreso de las generaciones presentes y futuras, tanto en su entorno inmediato como en el planeta en general.

*"Empresa sostenible: aquella que gana dinero pero cuida la forma en que lo hace".*

*"Empresa Socialmente Responsable: aquella que se desarrolla en un marco de sostenibilidad".*



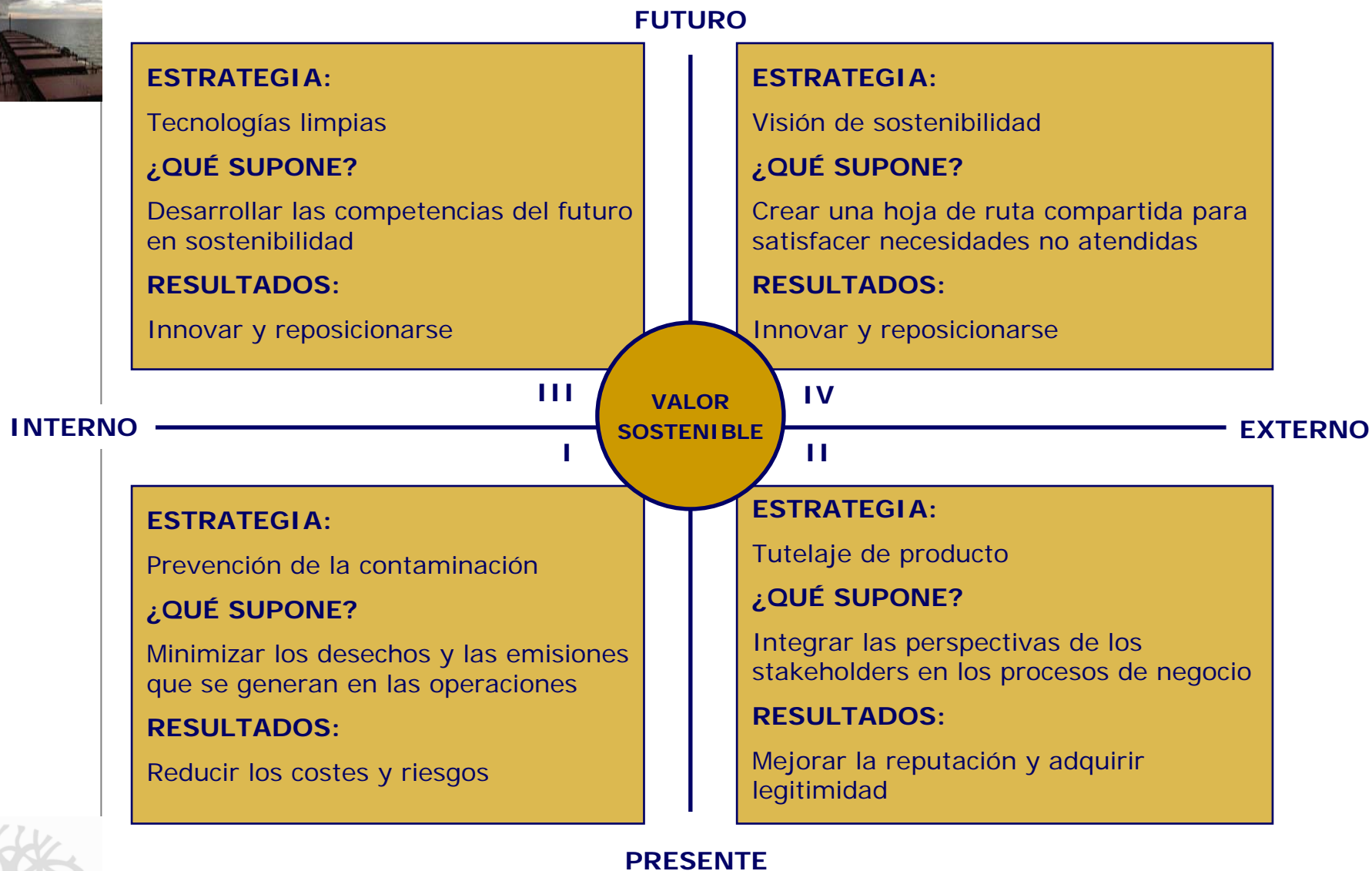
## La evolución hacia la empresa sostenible

Empresa convencional	Empresa socialmente responsable	Empresa sostenible
Maximizar el beneficio para sus accionistas.	Maximizar el beneficio para los accionistas revertiendo una parte a la sociedad	Maximizar la creación de riqueza para la sociedad, <u>creando productos y servicios</u>
Cumplir las reglas de juego	Evita los efectos perniciosos que puedan tener los productos y servicios que pone en el mercado	Aprovecha las OPORTUNIDADES que la mejora de la calidad de vida ofrece
Atender las demandas de información	MOSTRAR su compromiso social	Favorecer la PARTICIPACIÓN DE LA SOCIEDAD EN LA COMPAÑÍA
Las nuevas responsabilidades deben conllevar nuevas leyes que se deben hacer cumplir para todos.	Las nuevas responsabilidades me favorecen. Necesitamos pocas reglas.	Las nuevas responsabilidades me diferencian. Cuanto menos reglas mejor.
<b>Reactiva</b>	<b>Proactiva</b>	<b>Líder</b>





## ESTRATEGIAS DE CREACIÓN DE VALOR SOSTENIBLE





## ■ Estrategias para convertirse en empresa sostenible y abordar la ecoinnovación.

- ❖ Enfoque **proceso**
- ❖ Enfoque **producto**
- ❖ Revisar el **modelo de negocio**
- ❖ **Nuevos nichos de negocio**

**Enfoque cliente**





## ■ ¿CÓMO INCORPORAR EL D.S. A LA EMPRESA?

- Conociendo nuestros procesos--- ECOEFICIENCIA Y  
GESTION AMBIENTAL DE PROCESOS
- **Internalizando costes---COSTES AMBIENTALES**
- Invirtiendo en innovación y mejora---ECOINNOVACION
- **Diseñando nuevos Productos y servicios. ECODISEÑO,  
ACV**
- **Sensibilizando y formando**
- **Trasladándolo a nuestra cadena de valor---GESTIÓN  
AMBIENTAL**
- **Informando al Consumidor y al cliente---  
COMUNICACIÓN Y MARKETING AMBIENTAL**





# LA GESTIÓN SOSTENIBLE COMO PROCESO CONTINUO

Corto Plazo



Pequeñas actividades de rentabilidad inmediata

Largo Plazo



Incorporación a estrategias que generan ventajas competitivas





# CASOS DE ÉXITO: LA ECOTIENDA DEL S XXI



