



laboratorio
ecoinnovación



Ecoinnovar es fácil: aprende como y gana competitividad

Guía para ecoinnovar en la empresa

Módulo 1. Introducción a la ecoinnovación

Ecoinnovar es fácil: aprende como y gana competitividad.

Guía para ecoinnovar en la empresa

Los derechos de este documento son propiedad de la Fundación Fórum Ambiental y de la Fundación La Caixa. Se da permiso para reproducir total o parcialmente el documento siempre que se cite el origen.

El estudio ha sido realizado por:



Abril de 2015

Laboratorio de Ecoinnovación

Av. Reina Maria Cristina s/n
Pl España. Fira de Barcelona
08004 Bcelona
Tel. 93 233 23 09
www.laboratorioecoinnovacion.com



Las investigaciones demuestran que
las empresas ecoinnovadoras de todos los tamaños
están creciendo, de promedio, a un ritmo de un 15% anual,
en un momento en que sus respectivos mercados
están estancados.

The Business Case for Eco-Innovation
(UNEP Division of Technology, Industry and Economic, 2014)



Leer este documento sólo te llevará **40 minutos** y te permitirá

mejorar la competitividad de tu empresa

gracias a las siguientes **ventajas**:

- Incrementar **cuota de mercado** y acceder a nuevos mercados
- Reducir **costes** de producción
- **Anticiparte** a normas y reglamentos y **reducir el riesgo**
- Atraer **recursos financieros**
- Aumentar la **productividad** y capacidad técnica

¿Cómo se organiza este manual?

En la próximas páginas se describen en detalle los 4 pasos a seguir para ecoinnovar en tu empresa, precedidos de un apartado introductorio que presenta los conceptos básicos de la ecoinnovación.

Para facilitar la interpretación, a lo largo del documento se hace uso de los siguientes **iconos**:



CONTENIDOS

Se muestra al inicio de cada etapa de la metodología para mostrar los contenidos generales, herramientas disponibles y resultados esperados.



FICHAS

Indica que se dispone de fichas prácticas para la implementación del plan de acción. La guía incluye un total de 12 fichas prácticas. Cada ficha tiene una parte descriptiva con las instrucciones (ficha a color) y una parte eminentemente práctica (en blanco y negro) pensada como material imprimible para trabajar en la empresa. Todo este material se recoge al final de la presente guía.



RESULTADOS ESPERADOS

Indica qué resultados se esperan de cada fase de la metodología.



PARA SABER MÁS...

Indica referencias a otros documentos y fuentes de información, para ampliar conocimientos o conocer con más detalle alguno de los aspectos mencionados.

Índice de contenidos

1



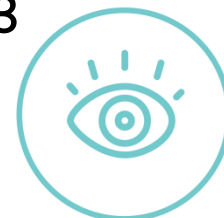
Introducción a la ecoinnovación

2



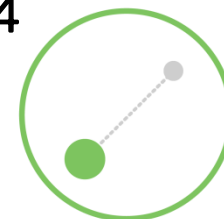
Los pasos de la ecoinnovación

3



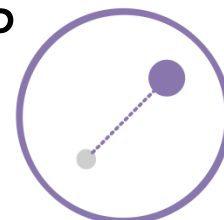
Definición de la visión

4



Punto de partida

5



¿Cómo llegar?

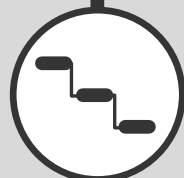


1

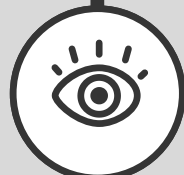
Introducción a la ecoinnovación



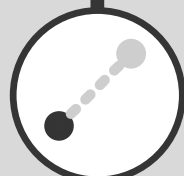
Introducción ecoinnovación



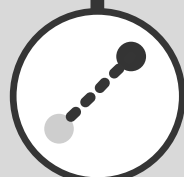
Preparación empresa



Construcción visión



Punto de partida



¿Cómo llegar?



INTRODUCCIÓN

Este apartado introductorio pretende familiarizar a las empresas con la ecoinnovación, respondiendo a las siguientes preguntas:

- ¿Qué es la ecoinnovación?
- ¿Por qué ecoinnovan las empresas? ¿Quién puede innovar?
- ¿Qué puedo conseguir?
- ¿Cuáles son las 4 claves para la ecoinnovación?
- ¿Qué dificultades me puedo encontrar?
- ¿Qué recursos puedo necesitar?



Compresión de conceptos relativos a ecoinnovación y, en particular, motivaciones y beneficios potenciales para la empresa



¿Qué es la ecoinnovación?

La ecoinnovación trata sobre el cambio de patrones de consumo y producción y aceptación en el mercado de tecnologías, productos y servicios que reduzcan nuestro impacto sobre el medio ambiente.

Negocios e innovación se unen para **crear soluciones sostenibles** que hagan un mejor uso de los recursos, reduzcan los efectos secundarios negativos de nuestra economía sobre el medio ambiente y creen beneficios económicos y ventajas competitivas.

En síntesis, la ecoinnovación es el desarrollo de una **nueva estrategia de negocios que incorpora la sostenibilidad en todas las operaciones de negocio** bajo un enfoque de ciclo de vida y cooperación en toda la cadena de valor. Implica un conjunto coordinado de modificaciones o nuevas soluciones a los productos (bienes/servicios), procesos, enfoque de mercado y la estructura organizativa que conduce a **un mejor rendimiento y la competitividad de la empresa.**

**COM
PETI
TIVI
DAD**

&

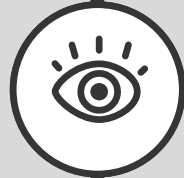
**SOS
TENI
BILI
DAD**



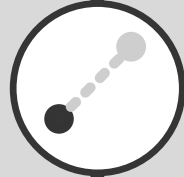
Introducción ecoinnovación



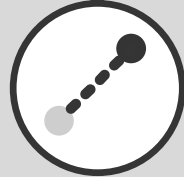
Preparación empresa



Construcción visión



Punto de partida



¿Cómo llegar?

¿Por qué ecoinnovan las empresas?

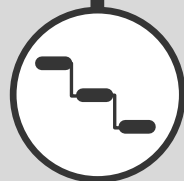
La ecoinnovación permite **aprovechar las oportunidades de negocio asociadas a la sostenibilidad**, a la vez que crecer, reducir costes y aumentar las ventajas competitivas. La ecoinnovación pretende cumplir estas múltiples necesidades, identificando los retos y oportunidades clave y usándolos para impulsar cambios en toda la empresa, desde la estrategia y el modelo de negocio, a cuestiones de nivel operativo.

¿Quién puede innovar?

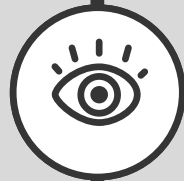
La ecoinnovación puede ser aplicada a **todo tipo de empresa** independientemente de su tamaño o sector. Para ecoinnovar, una empresa debe ser capaz de reconocer la importancia de los retos que la sostenibilidad plantea para su sector a largo plazo y estar dispuesta a tomar medidas para convertir estos retos en oportunidades. Esto requiere **liderazgo** y una cultura dentro de la empresa que esté abierta, receptiva y dispuesta a adoptar una **visión más holística** de su actividad bajo un enfoque de ciclo de vida.



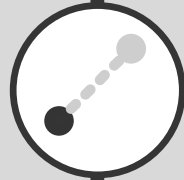
Introducción ecoinnovación



Preparación empresa



Construcción visión



Punto de partida



¿Cómo llegar?

¿Qué puedo conseguir?

Conclusiones del encuentro de *networking* organizado por el Laboratorio de Ecoinnovación, celebrado el 10 de julio de 2014 en la sede de *Foment del Treball Nacional*, Barcelona.

**“ECOINNOVAR AYUDA A SER MÁS COMPETITIVO EN EL
EL MERCADO: PERMITE DIVERSIFICAR LA OFERTA, MEJORAR
EL POSICIONAMIENTO Y MANTENER VENTAS.”**

**“CON LA ECOINNOVACIÓN, SE CONSIGUE
REDUCIR COSTES Y SER MÁS EFICIENTES.”**

**“LA NORMATIVA AMBIENTAL EMPUJA A ECOINNOVAR.
CON LA ECOINNOVACIÓN, LAS EMPRESAS PUEDEN
AVANZARSE A LA NORMATIVA E IR MÁS ALLÁ.”**



¿Qué puedo conseguir?

Ganar cuota de mercado, acceso a mercados nuevos y emergentes, diferenciación y posicionamiento

Existen oportunidades de mercado para las empresas que ecoinnovan, la cuales consiguen diferenciarse y posicionarse. Esto incluye ganar cuota de mercado en segmentos existentes, acceder a mercados nuevos y emergentes o acceder a mercados que imponen el cumplimiento de estándares o políticas de compra verde.

Reducir los costes de producción a lo largo de la cadena de valor

La modificación de los procesos de producción para reducir los residuos y el consumo de energía o el diseño de productos para permitir la recuperación y la reutilización de los materiales facilitan la reducción de los costos de producción asociados.

Anticiparse a las normas y reglamentos y reducir el riesgo

El cumplimiento de los requisitos de la legislación ambiental es a menudo visto como una actividad costosa, pero necesaria. Sin embargo, también puede ser una fuente de ventaja competitiva si, por ejemplo, cambios en las regulaciones conducen a nuevas oportunidades de mercado que sólo son identificados por empresas líderes.

Atraer recursos financieros

Las grandes empresas que ecoinnovan a menudo buscan proveedores o socios que puedan contribuir a sus esfuerzos para la sostenibilidad. Las pequeñas empresas que muestren la capacidad de ecoinnovar pueden atraer inversiones de estas grandes empresas.

Aumento de la productividad y de capacidad técnica

Los trabajadores prefieren empresas que actúan de una manera ambientalmente responsable y sostenible. Esto a su vez ayuda a la empresa para reclutar y retener una fuerza laboral capacitada y motivada, lo que lleva a mejoras en la productividad y la calidad del producto.



UNEP Eco-Innovation Manual (O'hare et al., 2014)

¿Qué puedo conseguir?



Basado en UNEP Eco-Innovation Manual (O'Hare et al, 2014)

¿Cuáles son las 4 claves para la ecoinnovación?



1
MEDIR PARA
CONOCERSE MEJOR

2
ESTABLECER
PRIORIDADES

3
INVOLUCRAR
PROVEEDORES Y CLIENTES

4
NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO
E INNOVACIÓN SISTÉMICA



¿Cuáles son las 4 claves para la ecoinnovación?

Medir para conocerse mejor

Es necesario medir aquellas variables y parámetros que tengan a la vez una **dimensión ambiental y económica**, los dos pilares de la ecoinnovación.

Por ejemplo, en planta se puede medir el consumo de recursos (energía, agua, etc.) y la generación de residuos. En relación al producto, se puede medir la cantidad de envases utilizados, los transportes, los materiales utilizados, etc.

Además, se recomienda definir **indicadores para la monitorización y benchmarking**. Es necesario medirse y compararse con los demás para saber en qué punto se encuentra la empresa.

Por ejemplo: ¿estamos consumiendo más energía por unidad vendida que la competencia?, ¿se está reduciendo la generación de residuos con la aplicación de determinadas medidas?, ¿cuál es el retorno de la inversión en ahorro de costes, por cada € invertido en una nueva tecnología o proceso?



¿Cuáles son las 4 claves para la ecoinnovación?

Establecer prioridades

La disponibilidad de recursos (económicos, humanos, temporales) es limitada, de modo que no se puede hacer todo a la vez.

Es necesario establecer prioridades, **empezando por aquello que sea más fácil de gestionar y tenga mayor impacto:**

- Agua
- Materiales
- Energía
- Emisiones
- Fin de vida
- *Packaging* y transporte

¿Cuáles son las 4 claves para la ecoinnovación?



Involucrar a proveedores y clientes

Los proveedores y la cadena de valor definen en gran medida el perfil ambiental de las empresas.

Bajo una **visión de ciclo de vida**, es importante tener en cuenta tanto lo que sucede aguas arriba (¿qué hacen nuestros proveedores?, ¿cómo producen los bienes que les compramos?) como aguas abajo (¿cómo utilizan nuestros clientes los productos que les vendemos?) de nuestra empresa.

Por ello, es necesario trabajar con nuestros **proveedores** qué posibles estrategias de ecoinnovación se pueden implementar para conseguir beneficios en conjunto.

También es necesario consultar a nuestros **clientes** qué valor aporta nuestro producto/servicio, y hacerlos partícipes de su diseño (pasar de 'consumidores' a 'prosumidores').



¿Cuáles son las 4 claves para la ecoinnovación?

Nuevos modelos de negocio e innovación sistémica

La ecoinnovación no siempre requiere innovación tecnológica. La empresa se enfrenta cada vez a retos más complejos que deben ser enfrentados desde una perspectiva sistémica, contemplando las dimensiones del problema y su afección al presente y futuro de la empresa.

Una de las formas de adaptación consiste en ecoinnovar mediante el rediseño del **modelo de negocio**, lo que puede derivar en menores consumos de recursos y mayor competitividad. Se entiende como modelo de negocio el conjunto de actividades e interacciones necesarias para que una empresa haga llegar su propuesta de valor a un cliente, obteniendo una rentabilidad económica en el proceso.

Uno de los cambios de paradigma más importantes en los modelos de negocio de las empresas productivas es el de la **servitización**. Este modelo se basa en una transición desde la venta de productos a un conglomerado de productos y servicios que supla las necesidades del usuario con un mayor margen de beneficio, un menor impacto ambiental y una mejor experiencia de uso.

De este modo, reducimos la base material de la cual dependen nuestras actividades, lo cual conlleva una reducción de los consumos de materiales y, por ende, del impacto ambiental, sin dejar de ofrecer un servicio a nuestros clientes.



¿Qué dificultades me puedo encontrar?

¿Cómo puedo superar estas barreras?

Económicas

Problema: Los recursos de la empresa, humanos y económicos, se destinan de forma prioritaria a cubrir necesidades del día a día de la empresa y las cuestiones de fondo pueden quedar en un segundo plano. La ecoinnovación puede exigir fuertes inversiones.

Solución: La presente guía ofrece una **metodología sencilla y testada** que permite a la empresa obtener resultados fruto de una **inversión moderada de tiempo y recursos**. Una vez integrada, la metodología permite una mejora continua bajo un gasto contenido.

Organizacionales

Problema: Desconexión entre departamentos dentro de una empresa e incapacidad de atraer el interés de otros miembros y departamentos.

Solución: La presente guía fomenta la **venta, dinamización y facilitación interna** del proceso. Las herramientas prácticas deberán facilitar la aprobación por parte de la dirección y el alineamiento entre departamentos.

Mercado

Problema: El mercado puede no percibir el valor añadido de la sostenibilidad, de modo que el precio final del producto limita las posibilidades de ecoinnovación.

Solución: La metodología apuesta por la comunicación con el consumidor mediante el **green marketing** que facilite la puesta en valor de las acciones ecoinnovadoras implementadas.

Técnicas

Problema: Falta de indicadores prácticos y herramientas para demostrar la viabilidad económica de la ecoinnovación.

Solución: La guía ofrece una serie de herramientas y fichas prácticas, así como sugiere algunos **indicadores** para el seguimiento de la actuación ambiental y económica de la empresa.



¿Qué recursos y competencias puedo necesitar?

La implementación de la ecoinnovación requiere de ciertas habilidades y competencias que el equipo de trabajo deberá atesorar para la obtención de los mejores resultados en el proceso:

- Análisis y desarrollo de **estrategia de negocio**
- Innovación en **modelos de negocio**
- **Gestión de cambios** organizacionales
- **Marketing y comunicación** (tanto interna como externa)
- Gestión de la **innovación** y transferencia de tecnología
- Pensamiento **creativo**
- Pensamiento de **ciclo de vida** y ecodiseño

Fuente: UNEP Eco-Innovation Manual (O'Hare et al. 2014)



Empresas que han innovado

- **Anticiparte** a normas y reglamentos y **reducir el riesgo**

“EN UN MUNDO DE RECURSOS LIMITADOS UNILEVER CONSIDERA QUE LA ÚNICA FORMA DE DUPLICAR EL TAMAÑO DE NUESTRO NEGOCIO ES DESLIGAR NUESTRO CRECIMIENTO DE NUESTRO IMPACTO AMBIENTAL. PODEMOS HACERLO CONVIRTIENDO LA VIDA SOSTENIBLE EN EL MOTOR DE LO QUE HACEMOS.”

- Unilever



“(…) ENTENDER DÓNDE SON NECESARIAS LAS MEDIDAS AMBIENTALES NO SOLO AYUDA A CONSERVAR LOS BENEFICIOS DE LOS SERVICIOS ECOSISTÉMICOS SINO TAMBIÉN ASEGURA LA LONGEVIDAD DE NUESTRO NEGOCIO.”

- Jochen Zeitz
Director Ejecutivo



- Aumentar la **productividad** y capacidad técnica



“CONSIDERAMOS LA INNOVACIÓN COMO LA PALANCA PARA GARANTIZAR LA COMPETITIVIDAD Y LA VANGUARDIA TECNOLÓGICA EN UN MERCADO CADA VEZ MÁS COMPLEJO Y COMPETITIVO.”

- Javier Mutuberria
Director General



“LA INVERSIÓN EN INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO ES LO QUE REALMENTE GARANTIZA EL FUTURO A LARGO PLAZO DE EPSON.”

- Hiromi Taba
Presidente de Epson Europa

EPSON