

SOSTENIBILIDAD, LA FUNCIÓN DEL PROVEEDOR

La definición ampliamente aceptada de sostenibilidad es: “Desarrollo sostenible es el desarrollo que cubre las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de cubrir sus propias necesidades”, según el *Bruntland Report*, encargado por las Naciones Unidas en 1987.

CHRIS SAYNER,

Vice President-Customer Alliance-Corporate Sustainability

TRADUCCIÓN Y ADAPTACIÓN: MERITXELL RULO, MAITE ÁLVAREZ Y SUSANNA GARCÍA

Country sales manager, Customer Service Team Leader y Sales Administration de Croda Ibérica, respectivamente

Hacer negocios de forma sostenible implica un equilibrio que afecta simultáneamente al medio ambiente, la sociedad y la economía.

LA IMPORTANCIA DE LA SOSTENIBILIDAD EN LOS FABRICANTES DE PRODUCTOS PARA CONSUMO

Los consumidores conectan con determinadas marcas y en cosmética estas conexiones pueden ser muy fuertes, de modo que los usuarios se identifican con sus marcas favoritas. Y los fabricantes de productos para consumo, conscientes de ello, miman estas conexiones para incrementar y proteger el patrimonio de sus marcas.

Pero hoy en día y cada vez más, los consumidores quieren saber más información sobre qué contienen sus marcas preferidas, de dónde vienen los ingredientes, si están testados en animales, si son ‘libres de crueldad’ (cruelty free), si se han fabricado a base de materias renovables, que no contribuyen a la



deforestación o a la pérdida de biodiversidad. En resumen, los consumidores esperan que sus marcas sean sostenibles.

Ahora bien, por otro lado, los medios de comunicación, ONGs y blogs se encargan de que las malas noticias viajen rápido y globalmente, poniendo en evidencia que vivimos en una época totalmente distinta de la era preinternet. Así que el resultado sobre el daño al patrimonio de una marca a través de los medios puede ser inmediato y duradero, hasta fulminante.

Este marco de la realidad coloca la sostenibilidad en primer plano para las empresas fabricantes. Y aunque podría esperarse que este tema se abordara bajo un acercamiento más conservador,

reacio al riesgo, en realidad impulsa las buenas prácticas, el pensamiento creativo y unos programas de sostenibilidad muy sólidos en algunos fabricantes.

No obstante, no todos los fabricantes se mueven al mismo paso y destacan algunos líderes muy claros en vanguardia con mensajes y objetivos fuertes y claros. En cambio, hay otros que no toman la misma actitud proactiva. Un ejemplo actual es el apoyo de la industria al aceite de palma sostenible.

¿CÓMO PUEDE AYUDAR EL PROVEEDOR DE INGREDIENTES?

La mayoría de las empresas que fabrican productos de consumo tienen programas de sostenibilidad y los proveedores de

ingredientes deben alinearse a estos programas de forma proactiva.

La sostenibilidad debe enfocarse como un área fértil, un punto de contacto cada vez más importante entre los fabricantes de ingredientes con sus clientes. Y los fabricantes de productos a consumo que lideran este movimiento ya consideran la sostenibilidad como un KPI para valorar a sus proveedores junto a servicio, calidad, coste e innovación. Y se consigue que la relación cliente/proveedor se desarrolle en otra dimensión ya que, lejos de ser conflictiva, la sostenibilidad es un territorio neutral con objetivos comunes compartidos.

Así que, tanto fabricantes de ingredientes como fabricantes de productos para el consumo, empiezan a ir de la mano para mejorar el resultado en las mediciones medioambientales intrínsecas, que comprenden:

- Reducir la huella de carbono
- Reducir la cantidad de agua
- Reducir cantidad de residuos generados
- Aumento en el uso de materias primas renovables
- Aumento de carburantes no fósiles
- Y mayor eficacia de los productos en uso

Por todo ello, es clave que los fabricantes de ingredientes suministren materias primas sostenibles, de origen renovable, frente a petroquímicas.

VALORACIÓN DE LAS CREDENCIALES DE SOSTENIBILIDAD DEL FABRICANTE DE INGREDIENTES POR PARTE DE ORGANIZACIONES EXTERNAS

Existen varias organizaciones que se dedican a velar la sostenibilidad mediante la valoración, auditoría,

certificación o puntuación de las diferentes empresas fabricantes de ingredientes, pero también de las empresas fabricantes de productos para consumo, para poder catalogarlas en distintos niveles de calidad de sostenibilidad. Es importante que las empresas fabricantes participen activamente con este tipo de organizaciones y debe tomarse este proceso de valoración como un reto para mejorar como empresas y realmente ser sostenibles.

A continuación, citamos los ejemplos de las organizaciones más destacadas:

1. La presentación de datos en el **CDP** (Green House Gas emissions – emisiones de gas con efecto invernadero o GHG, agua y bosque) hace que la huella medioambiental sea de dominio público. El CDP facilita un proceso global de transparencia de la cadena de suministro. Un objetivo primordial del programa de cadena de suministro es impulsar la acción sobre el cambio climático tanto entre los fabricantes como entre sus proveedores. El CDP reconoce las empresas líderes en transparencia climática, haciendo pública una lista que pone de relieve a los líderes en transparencia respecto al cambio climático a través de su buena gestión interna de la información y la comprensión de las cuestiones relacionadas con el cambio climático que afectan a la compañía. Por ejemplo, la transparencia de CDP Bosque es importante para identificar las materias primas consumidas que pueden contribuir a la deforestación, como la palma, soja, madera y sebo.
2. La presentación de datos en otros organismos como **EcoVadis**, que es una plataforma para la calificación del desempeño de la sostenibilidad, valora las prácticas sociales y

medioambientales y la influencia del negocio en la cadena de suministro.

3. **Trucost**, conocidos como analistas de sostenibilidad, evalúan los negocios tomando indicadores comunes como la energía, los residuos y el carbono, así como otros menos habituales como la información que las empresas facilitan relacionada con los beneficios y ahorros del capital natural o las inversiones bajas en carbono.
4. La pertenencia a la **Mesa Redonda sobre el Aceite de Palma Sostenible (RSPO)** es de vital importancia respecto a los derivados del aceite de palma, mostrando compromiso y progreso frente a unos objetivos claramente definidos. La certificación de la cadena de suministro física por el proceso Mass Balance según la RSPO, es un compromiso real en el que se apuesta por cambiar y hacer sostenible la fabricación de aceite de palma, incorporando aceite de palma sostenible en la fabricación de productos que contienen este aceite.
5. La colaboración con **Sedex** (Supplier Ethical Data Exchange – Intercambio ético de datos entre suministradores) en la que se hace visible la responsabilidad social de la cadena de suministro para determinar tanto riesgos como brindar los conocimientos, con la finalidad de establecer compromisos con los suministradores y determinar decisiones empresariales, es cada vez más importante.
6. La **Global Reporting Initiative (GRI)** es una organización sin ánimo de lucro que promueve la sostenibilidad económica. Publica uno de los estándares más utilizados en el mundo para la comunicación de datos sobre sostenibilidad, también conocido como informe sobre la huella ecológica, informe sobre

gobernanza social medioambiental (ESG), informe triple resultado (TBL) y responsabilidad social corporativa (CSR). GRI pretende que los informes sobre sostenibilidad de todas las compañías sean algo tan habitual y comparable, como los informes financieros.

DISEÑO DE INGREDIENTES

Siguiendo una filosofía sostenible y el refrán de 'más vale prevenir que curar', debemos dirigirnos hacia el diseño de productos y procesos que impliquen la reducción o eliminación de productos petroquímicos. Actualmente, las bases de una química verde se resumen en 12 principios que se detallan a continuación:

- 1. Prevención.** Es mejor prevenir la formación de residuos que tratar de limpiar tras su formación.
- 2. Eficiencia atómica.** Los métodos sintéticos deben ser diseñados para conseguir la máxima incorporación en el producto final de todas las materias usadas en el proceso.
- 3. Síntesis segura.** En cuanto posible, se deben diseñar metodologías sintéticas para el uso y la generación de sustancias con escasa toxicidad humana y ambiental.
- 4. Productos seguros.** Se deben diseñar productos químicos que, preservando la eficacia de su función, presenten una toxicidad escasa.
- 5. Disolventes seguros.** Las sustancias auxiliares (disolventes, agentes de separación, etc.) deben resultar innecesarias en lo posible y, cuanto menos, deben ser inocuas.
- 6. Eficiencia energética.** Las necesidades energéticas deben ser consideradas en relación a sus impactos ambientales y económicos. Los métodos sintéticos deben ser llevados a temperatura y presión ambiente.

7. Fuentes renovables. Las materias de partida deben ser renovables y no extinguidas, en la medida que esto resulte practicable técnica y económicamente.

8. Evitar derivados. La formación innecesaria de derivados (bloqueo de grupos, protección/desprotección, modificación temporal de procesos físicos/químicos) debe ser evitada en cuanto sea posible.

9. Catalizadores. Los reactivos catalíticos (tan selectivos como sea posible) son superiores a los estequiométricos.

10. Biodegradabilidad. Los productos químicos han de ser diseñados de manera que, al final de su función, no persistan en el ambiente, sino que se fragmenten en productos de degradación inerte.

11. Polución. Se deben desarrollar las metodologías analíticas que permitan el monitoreo a tiempo real durante el proceso y el control previo a la formación de sustancias peligrosas.

12. Prevención de accidentes. Las sustancias y las formas de su uso en un proceso químico deben ser elegidas de manera que resulte mínima la posibilidad de accidentes.

MEJORANDO LA HUELLA MEDIOAMBIENTAL

Cumplir con los objetivos de prevención del cambio climático significa reducir la dependencia de combustibles fósiles. Algunas de las mayores compañías de cuidado personal tienen objetivos agresivos para reducir las emisiones de gases con efecto invernadero (GHG) y mejorar su huella del carbono.

El impacto positivo de las empresas fabricantes que optan por el uso de energía no fósil y renovable se puede cuantificar y equivale, o bien a la reducción

del número de coches en circulación, o al suministro de energía a un número de hogares.

Materias primas renovables

Muchos fabricantes de productos para consumo tienen objetivos para incrementar su consumo de ingredientes renovables y sostenibles.

La conferencia de las Naciones Unidas COP21 de 2015 sobre cambio climático como resultado un acuerdo para limitar el calentamiento global a no más de 2°C por encima de los niveles preindustriales, lo que requiere una reducción significativa en la dependencia de los combustibles fósiles para finales de siglo. Se estima que para cumplir este objetivo la reducción en emisiones de carbono debería reducirse a la mitad en 2050. La industria química hace tradicionalmente un uso intensivo de la energía y se enfrenta a retos técnicos importantes para reducir sus emisiones si se pretende cumplir con los objetivos de COP21.

La clave consiste en el crecimiento de uso de material renovable que aumenta la absorción de carbono en forma de CO₂ atmosférico, en contraste con las materias primas petroquímicas.

Ahora bien, existe un obstáculo importante para conseguir el 100% de renovabilidad de los ingredientes para el cuidado personal, ya que muchos de ellos necesitan el **óxido de etileno (EO)**, un derivado petroquímico, como materia prima clave para tensioactivos y emulsionantes. Pero existen también alternativas renovables a este tipo de ingredientes y es la fabricación de los mismos, pero con óxido de etileno de origen biológico (bio-EO). Este es un gran avance en la industria, que muchas veces debe plantearse qué camino seguir ante una encrucijada:

sostenibilidad o rendimiento. La ventaja principal de los tensioactivos fabricados con sustratos renovables y bio-EO es que cumplirán con las solicitudes de los clientes en cuanto a rendimiento, ya que no hay cambios en los ingredientes, pero sí un enorme beneficio de sostenibilidad al ser 100% renovable, 100% basado en productos bio.

ACEITE DE PALMA SOSTENIBLE

La presión de los clientes en apoyo de la palma sostenible crece año tras año. Las industrias de cuidado del hogar y cuidado personal (H&PC) consumen alrededor del 5% de la producción mundial de palma, principalmente en forma de derivados. Son ingredientes clave, ya que el 70% aproximado de productos cosméticos de consumo contienen materias primas derivadas de la palma. Así, es básico que la industria de H&PC adopte la palma sostenible físicamente certificada (CSPO) para que exista la transición real a derivados CSPO.

Estrechamente ligada a la palma sostenible está la necesidad de una trazabilidad de la cadena de suministro. En agosto 2015, el Consumer Goods Forum, una red global de industrias con miembros que incluyen 400 minoristas y fabricantes a consumo de 70 países, publicó las recomendaciones para el suministro de palma sostenible, que incluyen la certificación RSPO de las cadenas de suministro y las políticas de obtención de aceite de palma que busquen la transparencia y apoyen la producción de aceite de palma sostenible que evite la deforestación.

La sociedad debe alcanzar un consumo sostenible y el papel de la industria es clave, incluso adelantándose a las acciones de los gobiernos, para

promocionar la sostenibilidad. Este conocimiento, combinado con la agilidad medioambiental y la ciencia inteligente, promete un futuro sostenible.

INVERSIÓN EN SOSTENIBILIDAD

Cada 1000 toneladas de emisiones de CO₂ que se evitan emitir a la atmósfera gracias al uso de fuentes de energía no fósil y renovable, es equivalente a retirar 500 coches de la circulación o suministrar energía a 180 hogares. Esto es un claro ejemplo de que las inversiones en eficiencia energética, de calor y energía renovable tienen un impacto medible para la sociedad.

En el caso concreto de la industria de ingredientes cosméticos se pueden llevar a cabo programas para realizar mediciones medioambientales intrínsecas y para controlar el suministro de materias primas sostenibles.

Actualmente se estima que el promedio de las empresas fabricantes ofrecen apenas un 10% de ingredientes basados en materias primas renovables, pero gracias a los programas industriales de química sostenible que llevan a cabo las empresas más innovadoras en sostenibilidad se puede alcanzar hasta el 60-70%.

Algunos ejemplos de proyectos innovadores en Croda:

- Creación de centros innovación donde se puede acreditar que desde el primer trabajo experimental y a través de todo el ciclo de desarrollo, todas las tareas realizadas para desarrollar los nuevos productos utilizan exclusivamente energía solar.
- Desarrollo de un proceso de digestión anaeróbica de glicerina mediante biotecnología de la fragmentación de aceites y grasas, para producir biogás

que a su vez sirve para alimentar los reactores. Esta es una alternativa sostenible en la que se opta por tratar el uso de glicerina como combustible, en vez de refinarlo y ponerlo a la venta.

- Construcción de una planta de óxido de etileno de origen biológico (bio-EO) que permite el uso de bio-etanol derivado de materias primas naturales para la fabricación de tensioactivos 100% renovables. Adicionalmente, el calor y la electricidad para obtener el propio bio-EO se genera in situ a partir de gas suministrado por un vertedero municipal local y son, por tanto, en su mayor parte de origen no fósil, fabricados con energía verde.

CONCLUSIONES

El programa completo de sostenibilidad de Croda es una 'póliza de seguros' para reducir riesgos de sus clientes, con una prima difícil de cuantificar. Ahora bien, está reconocida por las diferentes organizaciones internacionales mencionadas, que valoran una estrategia sostenible. También es capaz de autoimponerse objetivos más severos, como por ejemplo, en el programa de los 12 Principios de la Química Verde. Asimismo, añade un 13º principio propio: "el ingrediente proporciona un beneficio de sostenibilidad con su uso"

Croda tiene un programa de sostenibilidad muy robusto con objetivos claramente definidos, construido alrededor de su reporting, que complementa el de muchos de sus clientes. Esto es importante para conectar con los fabricantes de productos para consumo y entender la esencia que impulsa sus programas. Su iniciativa 'Ingredient Integrity' cubre mediciones medioambientales intrínsecas y el suministro de materias primas sostenibles ◀◀