

ARGOS: CONCRETOS RECICLABLES

El año pasado Cementos Argos lanzó su estrategia 'Soluciones Verdes', en la que presentó su portafolio de productos y servicios sostenibles, como concretos 100% reciclables que incorporan dentro de su proceso de producción materiales alternativos y reutilizados, o que por sus desempeños superiores prolongan la vida útil de las estructuras y optimizan el uso de recursos no renovables en las diferentes fases de la construcción. Y es que la compañía le está apostando fuertemente a la incorporación de materiales cementantes suplementarios como escorias, puzolanas o arcillas activadas térmicamente; así como mezclas de concreto que cumplen con criterios de reduc-



ción de CO₂ de más de un 30%. Actualmente, la meta de Argos es reducir el 29% de sus emisiones de CO₂ por cada tonelada de producto cementante que produzca a 2030. Y para lograrlo, la firma afirmó que ha centrado sus esfuerzos en tres aristas: eficiencia en uso de energía, aumento en uso de combustibles alternativos y reducción de la cantidad de clínker en el cemento.

BAVARIA: BOTELLAS REUTILIZADAS

Con el objetivo de convertirse en una compañía de cero emisiones netas de carbono para el año 2040, Bavaria comenzó a implementar diferentes iniciativas con el fin de disminuir el impacto ambiental en todos sus procesos, como un sistema de retornabilidad y de logística inversa. En este, la empresa recupera casi la totalidad de las botellas que pone en el mercado, logrando un 97% de lo consignado en su canal tradicional, y el 89% del total vendido a través de todos sus canales. De esta forma, Bavaria recoge las botellas de vidrio para que sean reutilizadas hasta 30 veces, alargando su vida útil, para luego ser utilizadas en la generación de nuevas botellas de vidrio, cerrando el ciclo de los envases. Así, las botellas de la cervecera están hechas



Una vez el desarrollo sostenible entró en la agenda global, las compañías le han metido el acelerador para no verse rezagadas en ese frente.

La apuesta de las empresas

Por **ALEJANDRA ZAPATA QUINCHÍA**

Si hubo algo que aceleró la pandemia de covid-19 fueron las acciones de las empresas por ser más sostenibles y amigables con el medio ambiente, por ejemplo, con la incorporación de procesos como recirculación de agua, reciclaje y producción mediante energías limpias.

Y es que, según la Organización de las Naciones Unidas (ONU), las empresas son un agente fundamental para el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y para la lucha contra el cambio climático.

En este sentido, gremios como la Asociación Nacional de Industriales (Andi) han lanzado estrategias como Vi-

sión 30/30, una iniciativa colectiva liderada por firmas de distintos sectores que se han comprometido con cerrar el ciclo de los materiales de envases y empaques para aportar a la economía circular.

De hecho, durante la séptima edición del Congreso Empresarial Colombiano, esta iniciativa mostró algunos resultados: más de 300 empresas de 27 sectores productivos en 2021 registraron el aprovechamiento de más de 55.000 toneladas de envases y empaques de papel, cartón, plástico, vidrio y metal, representadas en una tasa de aprovechamiento de 12,5 % sobre la línea base de materiales puestos en el mercado, superando así la meta del 10% establecida para ese año.

“Cada vez los consumidores son más conscientes de sus hábitos ambientales, por lo que los productos que no implementan iniciativas con este enfoque se están quedando obsoletos ante las exigencias del mercado”.

SERGIO ISAZA
Fundador de Gestión de Riesgos Sostenibles

“Este importante logro se debe a la gestión articulada entre las empresas pertenecientes al colectivo, las cuales trabajaron de la mano con 62 gestores, 47 plantas de transformación y 5.000 recicladores de oficio para aprovechar los materiales recolectados en 180 municipios del país, con el fin de fortalecer así la inclusión de todos estos actores en la cadena de economía circular”, apuntó Mónica Villegas, gerente de Visión 30/30.

Sin embargo, Villegas señaló que aunque las compañías van por buen camino, “es necesario un esfuerzo aún mayor, por lo que se necesita un trabajo continuo y proactividad de todos los actores involucrados en el proceso, de modo que se supere la

ECOPETROL: RECIRCULACIÓN DE AGUA

Uno de los compromisos importantes que asumió Ecopetrol es ser 'agua neutral' para el año 2045, mediante la reducción en un 66% de la captación de agua para uso industrial en sus operaciones, la eliminación de vertimientos a los cuerpos de agua dulce y la compensación del 34% del consumo de agua restante. De acuerdo con la petrolera, en el segundo trimestre de este año reutilizó 32,2 millones de metros cúbicos de agua (2,2 millones de barriles por día), lo que significa que la empresa dejó de captar y verter este volumen, disminuyendo así la presión sobre los recursos hídricos. Y estos resultados se lograron, según la compañía, gracias a la implementación de buenas prácticas de reutilización y recircula-



ción de agua, en las Refinerías de Barrancabermeja y Cartagena, así como en los campos de producción. De esta manera, la inversión de Ecopetrol para este tipo de proyectos de gestión circular del agua, descarbonización, eficiencia energética y fuentes alternativas, es de cerca de \$6 billones.

FABRICATO: TEJIDOS ECOLÓGICOS

Entre las medidas que ha tomado la compañía de textiles Fabricato para volver a ser rentable y resurgir en el mercado fue establecer una estrategia de material recuperado. Así, según Gustavo Lenis Steffens, presidente de la empresa, han estado adquiriendo prendas usadas, para luego abrir las fibras, hacer hilos y volver a tejer. De esta manera, Fabricato empezó a incluir parte del recuperado en las telas, lo que les ha dado buenos márgenes de rentabilidad, además de que son acciones que hacen parte de sus compromisos con la sostenibilidad. Algunas de las telas hechas con fibra recuperada son Aurora, Jungla, Manglar, Vesubio y Utopia.





en un 42% de material reciclado, cifra que espera aumentar a más de la mitad para 2025. Con este tipo de intervenciones, el objetivo final de Bavaria es aportar al cumplimiento de la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible, lo que la ha posicionado como una de las cinco empresas con mejor desempeño en este frente, según el ranking Merco Responsabilidad ESG.

COORDINADORA: MOVILIDAD VERDE

La empresa colombiana de envío de mensajería y mercancía, Coordinadora, ha venido trabajando en una movilidad más sostenible y amigable con el medio ambiente.

Precisamente, una de las estrategias ha sido el uso de biodiésel en su flota, un combustible que en el país está certificado hoy al 10%, es decir, 10% aceite de palma y 90% ACPM.

De acuerdo con David Tangarife, coordinador de Mantenimiento de la compañía en Medellín, han decidido subir la cantidad de aceite de palma a 20% (B20), ya que así se reduce, en promedio, hasta un 30% las emisiones de material particulado. “También tenemos un vehículo rodando con B100, es decir, 100% aceite de palma. Los mitos que hay son que el carro pierde fuer-



za o que se tapan los filtros, pero hemos comprobado que no es así”, dijo Tangarife. Así, actualmente Coordinadora tiene unos 200 vehículos operando con B20 y B100. La meta ahora es aumentar la flotilla eléctrica, y evaluar la rentabilidad, la capacidad operativa y los beneficios. La firma también está probando movilidad eléctrica en motos para los empleados.

por ser más sostenibles

meta del aprovechamiento del 30% de los materiales”.

¿Ser sostenible es rentable?

En el mundo empresarial existen muchos mitos alrededor de la sostenibilidad, uno de ellos es que llevar a cabo este tipo de estrategias requiere un “esfuerzo extra” por parte de las compañías.

Al respecto, Sergio Isaza, fundador de la consultora Gestión de Riesgos Sostenibles (GRS), señaló que cada vez los consumidores son más conscientes de sus hábitos ambientales, por lo que los productos que no implementan iniciativas con este enfoque se están quedando obsoletos ante las exigencias del mercado.

“Las prácticas sostenibles son un requerimiento en cuan-

67%

más de retorno de inversión tienen las empresas verdes frente a las contaminantes.

to a regulaciones normativas, como el emergente crecimiento del mercado de carbono, y también en estándares mercantiles, pues aquellas marcas perjudiciales para el ambiente están en el punto más bajo de la góndola en las grandes superficies”, indicó Isaza.

Y agregó que, por ejemplo, el reporte de Carbon Disclosure Project (CDP) reveló que las organizaciones con iniciativas sostenibles y declaradas en la lucha

del cambio climático tienen un mejor rendimiento financiero, donde las empresas verdes han obtenido hasta un 67% más de retorno sobre inversión que las compañías contaminantes.

“Al igual que los consumidores, los grandes inversionistas se están volviendo más conscientes de la situación ambiental, por esto trasladan su interés de capital de activos contaminantes a proyectos verdes y sustentables, lo que en definitiva beneficia a las empresas sostenibles desde el costo capital”, concluyó el experto.

Por su parte, desde el equipo de Visión 30/30 de la Andi afirmaron que la sostenibilidad, además de contribuir a la eficiencia en el manejo de los recursos naturales, que son cada vez más escasos, aporta

al cierre del ciclo de los productos, para reaprovechar muchos de los materiales de los que están hechos. En ese sentido, la protección de los recursos naturales termina siendo también una oportunidad de negocio para las empresas.

“Emplear el enfoque de sostenibilidad en las empresas también contribuye a mejorar la calidad de vida de los empleados e impulsa el desarrollo social y económico de las comunidades impactadas. Sin duda, la sostenibilidad debe ser el principal negocio para toda empresa”, explicó la Andi.

EL COLOMBIANO recogió ejemplos de procesos amigables con el medio ambiente, incluidos dentro de los ODS, liderados por algunas empresas del país ■



Por otra parte, la compañía está innovando en el proceso de tintura del demin con Zero Waste Water (cero aguas residuales), en el que se reduce un 92% el consumo de agua. En total, la inversión en responsabilidad ambiental durante el año 2021 ascendió a \$9.118 millones.

ENKA: RESINA DE PLÁSTICO RECICLADO

Una de las promesas de Enka, empresa antioqueña líder en reciclaje en América Latina, es revolucionar el mercado colombiano de empaques con la nueva resina reciclada posconsumo (PCR por sus siglas en inglés). Con este material se fabricarán, inicialmente, empaques para productos de aseo del hogar y detergentes, y permitirá el reciclaje de 2.000 toneladas de plástico cada año en el país.

Esta innovación, que fue lanzada en 2021 bajo la marca REVOLoop™, permite fabricar empaques flexibles con un alto contenido de material reciclado. La industria que se beneficiará con este lanzamiento será principalmente la de empaques, pues la resina permite fabricar pro-



ductos funcionales sostenibles.

Lo que se espera con la puesta en marcha de esta resina es que con la fabricación de empaques flexibles se logre activar la circularidad en la industria, al producirse empaques plásticos que pueden ser nuevamente usados, para retornar a la vida útil.