



HERRAMIENTA 1: Escala de Madurez: de tradicional a regenerativa.

 **tiempo necesario:** 15-20 minutos

Esta herramienta se puede utilizar de dos maneras: 1) internamente, para la formación circular 2) en colaboración con las empresas, para ayudarlas a definir su nivel actual y futuro.

Objetivos

1. Facilitar una conversación inicial sobre el nivel actual de circularidad y sostenibilidad.
2. Identificar hacia dónde quiere evolucionar la organización en un plazo determinado (por ejemplo, 2030 o 2035).

Instrucciones

- Dedique un tiempo a revisar las descripciones de los cinco niveles.
- Lea atentamente los cinco ejemplos de empresas y colóquelos según la descripción en la escala proporcionada.
- ¿En qué nivel pondrías cada uno? Apúntalo en la escala.

Empresa A: cadena hotelera de tamaño medio

La cadena ha definido objetivos claros de reducción de emisiones y consumo de recursos, y ha integrado criterios circulares en la renovación de instalaciones y en la selección de proveedores. Parte del equipo comercial comunica estos esfuerzos como un valor diferencial para clientes corporativos. Para gestionar el progreso, la empresa utiliza marcos y estándares reconocidos y vincula algunos indicadores circulares a la gestión del desempeño.

Empresa B: fabricante de equipos industriales de larga vida útil

La empresa ofrece la mayor parte de sus equipos como servicio y mantiene la propiedad de los activos durante varios ciclos de uso. Sus ingresos dependen en parte del rendimiento del equipo y de resultados ambientales y sociales acordados con clientes. Lidera iniciativas regionales para cerrar flujos de materiales, colabora con universidades y administra proyectos que restauran ecosistemas locales vinculados a su cadena de suministro. Comparte abiertamente aprendizajes técnicos con otras empresas del sector. El éxito del negocio se mide tanto por resultados financieros como por la mejora demostrable sobre los sistemas naturales y sociales.

Empresa S: fabricante regional de envases plásticos

La empresa ha probado varias iniciativas: reducción del gramaje de algunos envases, incorporación puntual de plástico reciclado y un proyecto piloto de recogida con un cliente. La dirección sigue de cerca los nuevos requisitos regulatorios y ajusta sus productos cuando es necesario. No obstante, estas acciones no están conectadas entre sí ni integradas en una estrategia común, y dependen en gran medida de clientes concretos o subvenciones.

Empresa K: procesadora de alimentos envasados para gran distribución

La empresa opera principalmente con materias primas vírgenes y envases de un solo uso. En los últimos años ha participado en algunas campañas de sensibilización sobre desperdicio alimentario y ha incluido mensajes sobre sostenibilidad en su comunicación corporativa. Sin embargo, las decisiones clave de compra, diseño de producto y logística siguen guiadas casi exclusivamente por coste y volumen. No existen objetivos medibles relacionados con circularidad ni responsables asignados.

Empresa H: fabricante de componentes para vehículos

La empresa ha rediseñado varios componentes para facilitar su desmontaje, reutilización y remanufactura. Utiliza electricidad renovable en sus principales plantas, ha eliminado progresivamente sustancias nocivas y emplea materiales reciclados en productos clave. Una parte relevante de sus ingresos proviene de servicios posventa y soluciones circulares. Colabora estrechamente con fabricantes de vehículos y proveedores para alcanzar objetivos comunes de circularidad y neutralidad climática, y su marca está claramente asociada a innovación circular.



TRADICIONAL

La economía circular se considera como un tema importante, pero aún faltan medidas concretas.

PARCIALMENTE OPTIMIZADO

Tenemos algunos proyectos pilotocirculares y la dirección ejecutiva debate periódicamente las áreas de desarrollo, pero no existe una estrategia.

Estamos pendientes de los cambios legislativos relacionados con la economía circular.

ESTRATÉGICO

La estrategia y los objetivos existen y están vinculados al rendimiento financiero.

Hemos incorporado los principios circulares en I+D+i.

La circularidad se promueve en los materiales de marketing y el equipo de ventas ha sido formado para fomentar los aspectos circulares con los clientes.

Utilizamos el estándar ISO 59000 para garantizar un enfoque sistémico.

TRANSFORMATIVO

Tenemos una estrategia circular ambiciosa con metas concretas para lograr un crecimiento sostenible.

Hemos desarrollado los procesos de I+D+i basándonos en nuestras directrices de diseño circular.

A largo plazo el objetivo es eliminar todos los materiales y procesos que no contribuyan a la circularidad.

Una proporción significativa de nuestros ingresos proviene de las soluciones circulares que también ofrecen una experiencia extraordinaria al cliente.

Colaboramos con la cadena de valor para que todos los actores puedan alcanzar los objetivos circulares y climáticos.

Nuestra marca se basa en la economía circular.

REGENERATIVO

Solo hay una estrategia para convertirse en la empresa circular y regenerativa.

Somos reconocidos como los líderes en economía circular en el sector, pero también queremos transformarlo, por lo que hemos iniciado proyectos regionales para desarrollar ecosistemas circulares.

Nuestros modelos de ingresos evolucionan más allá de la eficiencia o el servicio: generamos valor alineando el éxito económico con la mejora demostrable de los resultados ambientales y sociales, por ejemplo, mediante contratos basados en el rendimiento, el impacto o la compartición de beneficios.

La cultura organizativa de regeneración se cultiva con la formación periódica que recibe todo el personal sobre circularidad y regeneración, y con las ideas de desarrollo que genera cada departamento.

A través de I+D+i hemos desarrollado materiales y procesos respetuosos con el planeta y compartimos estos datos con el sector.

Nuestras metas son ambiciosas y medibles: cerrar los bucles y lograr el balance neto cero, pero queremos ir más allá y maximizar nuestro impacto positivo en cada etapa de la cadena de valor.

