

Módulo 8-9

Ambiente externo

Adaptación a la Innovación Circular y Tecnologías Digitales

Ejemplos de RSC de PYME holandesas

[NINE & Co.](#) – Ropa para niños ([CSR](#)), [Copper 8](#) – Consultoría de gestión ([CSR](#)), [The Lekker Company](#) – Cuidado de la piel ([CSR](#)) y [Circle Economy](#) – Think Tank ([Centro de conocimiento](#))

Concepto de Economía Circular, Principios de Economía Circular y Estrategias que Fomentan la Innovación y la Creatividad.

(Donde las soluciones de RSC se encuentran con los desafíos/problemas ambientales y sociales)



[NINE & Co.](#) están dando pasos hacia una industria de la moda circular y [definieron ambiciones circulares concretas en 2020](#). El pensamiento circular para NINE & Co. se centra en el diseño de productos, la fase de usuario y el impacto asociado al transporte y distribución de productos. Mejores tablas de tallas e instrucciones de lavado son ejemplos de pequeños cambios con un gran impacto, que hacen que los clientes sean conscientes del impacto de sus elecciones. También se centran en el embalaje sostenible y el transporte sostenible.

En 2019, se aseguraron de que todo el cartón que usamos en nuestros empaques tuviera la certificación FSC y proviniera de fuentes gestionadas de manera sostenible. En 2020 cambiaron a casi un 30 % de cartón reciclado. En 2021, comenzaron a usar bolsas de plástico que están hechas con un 1--% de plástico reciclado.

CSR Positive Change Makers 'haciendo el bien' o 'retribuyendo'

Sensibilizar sobre la innovación de la economía circular a través de la producción, el consumo consciente, el desarrollo, el reciclaje, la inversión/retribución



[NINE & Co.](#) [sensibiliza](#) a sus clientes [sobre el impacto](#) de sus elecciones, brindando transparencia sobre el impacto de sus productos, con la esperanza de inspirar un consumo consciente.

[de Copper8](#) se centra en acelerar la transición a la economía circular a través de la promoción y la consultoría activas.

[de The Lekker Company](#) se basan en ser natural y vegano, [lo que minimiza el daño a las personas y al planeta](#). Promueven un movimiento hacia el cuidado de la piel natural y sostenible en la industria. Lekker enumera sus ingredientes en términos comprensibles, para que los clientes sepan exactamente lo que están usando en su piel. Para retribuir, lanzaron la [Fundación Lekker](#), que dona el 1% de los ingresos de la empresa (semestralmente) a una organización benéfica o sin fines de lucro que beneficia al planeta y ayuda a animales o personas de manera sostenible.

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación [comunicación] refleja únicamente los puntos de vista del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en ella 2020-1-DE02-KA202-007503





Sabemos que la calidad de vida de los niños del mundo en 2050 depende de las decisiones que tomemos hoy.

- NUEVE & Co.



RSE Tecnologías digitales, plataformas en línea, recursos circulares y comunidades

[Economía circular](#): el centro del conocimiento

Knowledge [Hub](#), que forma parte de Circle Lab, es una biblioteca colaborativa abierta de estudios de casos de economía circular. La biblioteca también contiene marcos de estrategias comerciales circulares e instrumentos de política que pueden apoyar la transición a la economía circular.

Diseños y modelos de innovación circular

(Identificación de problemas, oportunidades y soluciones (locales) con un Enfoque Social/Justo, Competitivo, Verde/Medio Ambiente, Empleado/Empleo y Mercado)



En 2019, NINE & Co. definió ambiciones circulares concretas para sus líneas de ropa, basándose en el conocimiento de que la calidad de vida de los niños del mundo en 2050 depende de las decisiones que tomemos hoy. NINE & Co. observa toda la vida útil de sus productos para descubrir dónde y cómo pueden aplicar los principios circulares. La estrategia de circularidad de NINE & Co. se centra en tres fases 1) el diseño de productos, 2) la fase de uso y 3) la distribución de productos.

- 1) En la fase de diseño, NINE & Co. se centra en el uso de materiales sostenibles y circulares, aumentando continuamente la proporción de estos materiales y utilizando procesos de producción de bajo impacto. NINE & Co. planea investigar cómo pueden mejorar aún más la circularidad de sus diseños, con el objetivo de extender la vida útil de los productos y mantener las fibras en el ciclo de uso.
- 2) En la fase de uso, NINE & Co. involucra a los consumidores y los anima a tomar decisiones más sostenibles para reducir sus impactos. Esto incluye medidas simples pero efectivas, como tablas de tallas mejoradas e instrucciones de lavado.
- 3) En la fase de distribución, el embalaje es una de las pinturas de enfoque principal de NINE & Co. En 2019 comenzaron a utilizar cartón 100 % certificado FSC en sus embalajes. En 2020 empezaron a utilizar casi un 30 % de cartón reciclado. Y en 2021 empezaron a usar bolsas de polietileno 100% recicladas. NINE & Co. reconoce que el transporte de sus productos es un área clave para la mejora futura en su cadena de valor.



Apoyos Nacionales a la Innovación Circular



Para respaldar las innovaciones circulares, también necesitaremos una colaboración más profunda en todo el ecosistema financiero: desde las instituciones financieras y los inversores hasta las juntas económicas y las agencias gubernamentales y los aceleradores. Necesitamos un ecosistema vibrante que empodere a los emprendedores para escalar su impacto.

- Metabólico

En 2016, los Países Bajos lanzaron un programa de todo el gobierno destinado a lograr una economía totalmente circular y libre de residuos para 2050. Desafortunadamente, el progreso para alcanzar este objetivo ha sido lento. Sin embargo, un [informe de Metabolic](#), una consultora basada en los conceptos de sostenibilidad y circularidad en Ámsterdam, ha identificado 87 iniciativas, incluidos 28 fondos públicos, 32 programas de innovación y 6 gestores de fondos en los Países Bajos, que apoyan y estimulan la economía circular en el país. .

El panorama financiero de la economía circular holandesa comprende tanto instituciones públicas como privadas. Algunos de los inversores públicos más activos incluyen el [Consejo holandés de investigación \(NWO\)](#), [Rijksdienst voor Ondernemend Nederland \(RVO\)](#) y la recién creada [InvestNL](#). Los actores privados van desde grandes bancos como [Rabobank](#), [ABN AMRO](#) e [ING](#), y administradores de fondos como [Polestar Capital](#) y [StartGreen Capital](#), hasta fundaciones privadas sin fines de lucro como [iFund Foundation](#) y [Stichting DOEN](#).

Las inversiones actuales se complementan con iniciativas de apoyo que sirven para brindar asistencia técnica, oportunidades de trabajo en red y recursos no financieros. Los ejemplos incluyen la plataforma del sector de la construcción [Cirkelstad](#) y el instituto de conocimiento para envases duraderos [Kennis Instituut Duurzaam Verpakken](#). Dentro del ámbito público, entidades como el [Rijksdienst voor Enmendar](#) Las agencias holandesas y de desarrollo regional (RDA) existen para brindar asistencia financiera y técnica a los empresarios. Además, a medida que la economía circular ha cobrado impulso, los programas de innovación como [Scale-Up Nation](#) y [Yes! Delft](#) junto con iniciativas de conocimiento como [el Laboratorio de Finanzas Sostenibles](#) y [CIRCO](#) están adaptando iniciativas y programas de investigación específicos al tema.

Consulte [el informe de Metabolic](#) para obtener una lista completa de los apoyos a la innovación circular en los Países Bajos.

Ambiente externo

Aprovechamiento del compromiso local, comercial e internacional

Ejemplos de RSC de PYME holandesas

[Tony's Chocolonely](#) – Confitería ([CSR](#)), [The Lekker Company](#) – Skincare ([CSR](#)) y, [The Johan Cruyff Institute](#) – Gestión y Educación Deportiva ([RSE](#))

Aprovechar la participación de las partes interesadas y la construcción de relaciones



(Compartir recursos, colaboración e intercambio de conocimientos entre consumidores, socios comerciales, proveedores, etc. Las pymes de RSC están cambiando el panorama comercial a través de prácticas éticas, sociales y ambientales (p. ej., comercio justo, apoyo caritativo, voluntariado)

A partir de enero de 2021, [The Lekker Company](#) lanzó [The Lekker Foundation](#) . A través de esto, The Lekker Company donará el 1% de sus ingresos a una organización benéfica o sin fines de lucro que beneficie al planeta y ayude a animales o personas de manera sostenible. La empresa apoyará una nueva organización cada 6 meses y tomará recomendaciones y aprenderá sobre diferentes iniciativas a través de la comunidad lekker. Hasta ahora, la Fundación Lekker ha apoyado: ' [Less Plastic](#) ', una organización sin fines de lucro dirigida por una familia amante del océano con sede en el Reino Unido que crea conciencia sobre el plástico del océano y cómo reducirlo; y [Reef Restoration Foundation](#) , una empresa social sin fines de lucro que está estableciendo una serie de viveros de coral en el océano utilizando un método probado, que es parte de la solución para una Gran Barrera de Coral saludable.

Participación de las Empresas en la Cohesión Social de sus Comunidades



(Construcción de Reputación, Compromiso, Gobierno Corporativo y Comunicación, Gestión de Patrocinios y Marketing. Imagen Corporativa, Concursos/Premios)

[El Cruyff Athlete Fund](#) de [Johan Cruyff Institute](#) permite a deportistas profesionales de origen minoritario cursar cualquier programa de posgrado o máster en el instituto, con becas de estudio de hasta el 100%. El objetivo es educar a los líderes de la industria del deporte que defenderán mejor los intereses del deporte, independientemente de su raza, religión, género, origen nacional, orientación sexual, edad o nivel de ingresos.

La [Fundación Cruyff](#) ayuda a los niños a mejorar su calidad de vida a través del deporte y el movimiento. El instituto apoya a la Fundación Johan Cruyff a través de voluntariado, servicios de apoyo y financiación de proyectos especiales. Apoyo caritativo – Tony's

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación [comunicación] refleja únicamente los puntos de vista del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en ella 2020-1-DE02-KA202-007503





Imagen recuperada de
@helloimnik en
Unsplash



Nuestra misión: juntos hacemos que el chocolate 100% libre de esclavos sea la norma.

- Tony's Chocolonely



Marketing de RSE, Promoción, Branding, Marketing de patrocinio y Contar su historia de RSE

[Tony's Chocolonely](#) toda la marca se basa en su misión central de RSE de una industria del chocolate 100% libre de esclavos.

Tony's usa el emblema de una cadena rota para ilustrar esta misión. Esta cadena rota está presente en cada uno de los envoltorios de sus barras de chocolate e impresa y dirigida a la barra, acompañada de la declaración " samen maken we chocolade 100% slaafvrij ", "juntos hicimos chocolate 100% libre de esclavos", en inglés. La misión de Tony también se explica dentro de cada rapero, y los [bloques de chocolate son desiguales](#) , esta es la forma en que Tony recuerda a los clientes que las ganancias de la industria del chocolate se dividen injustamente.

[El sitio web](#) de Tony cuenta la historia de su marca y el impacto que tiene. Incluye secciones sobre la misión, impacto y antecedentes de la marca. Además de esto, cada año Tony's publica un '[Informe anual de la feria](#)'. En el informe, Tony's detalla detalladamente los problemas que están enfrentando, sus KPI y su impacto para el año, para compartir las lecciones que aprendieron y permanecer abiertos a la discusión. El Informe de la Feria tiene como objetivo hacer transparentes las prácticas de la empresa y también inspirar acciones para que otras empresas sigan su camino y apliquen su modelo de aspirar a un chocolate 100% libre de esclavos.

Tony's participa en solicitudes de [patrocinio](#) que pueden acercarlos a su misión de chocolate 100% libre de esclavos. Patrocina eventos/acciones/personas relacionadas con África Occidental (Ghana/Costa de Marfil), en beneficio de los agricultores de Ghana/Costa de Marfil o para ayudar en la lucha contra la esclavitud moderna.

Tony's no patrocina activamente a niños/adolescentes, porque reconocen que a pesar de lo bueno que hace, su chocolate no es un alimento saludable.