



# Arpe<sup>®</sup>

Making, printing and  
designing promotional  
products in **Barcelona**



## Creatividad, innovación y economía circular

Organiza:



Clúster catalán de los textiles técnicos



Competitivitat per l'empresa



Generalitat  
de Catalunya



**ARPE Barcelona**, empresa familiar creada en 1991 y actualmente marca líder europea de producto promocional textil de microfibra. Apuesta por productos diferentes, originales, creativos y de calidad. Con gran variedad de opciones y complementos para crear modelos exclusivos y personalizados por el cliente.





DÜSSELDORF



Promoting Success™

ORLANDO



Objet et textiles publicitaires

LYON



PARIS

**Participación en Ferias internacionales de diversos sectores**

**2015:**

- Premio PIMEC a la empresa mas competitiva de Cataluña
- European Promotional Gift Award 2015

**2016:**

- Premio Fundación PIMEC a los Valores de Empresa
- Promotional Gift Award 2016
- ISO 9001 y ISO 14001

**2017:**

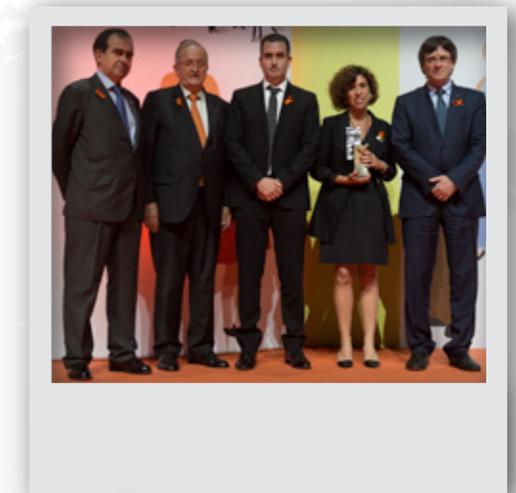
- Certificaciones Oeko-Tex Standard 100 y Ben Fet

**2018:**

- Premio a la trayectoria innovadora 2018 de la Fundació Textil Cotonera.

**2019:**

Premios PSI sostenibilidad, 3r Premio de Iniciativa Social y línea de productos R-PET post-consumo recomendados.





## Un buen producto.



**x5**

Secado más rápido

**-66%**

Consumo energético  
en el lavado

**-60%**

Volumen.  
Mejora logística.

# Toallas de microfibra que cuidan el medio ambiente

Toallas de microfibras ARPE VS. toallas de algodón  
Comparativa realizada por el centro tecnológico LEITAT



Metodología: Comparativa realizada por el centro tecnológico LEITAT a petición de Manufacturas ARPE SL. Dictamen ET-02209/2013 realizado a partir de 20 muestras de toallas de Algodón 100% de 500g / m<sup>2</sup> de una reconocida marca internacional de productos para el hogar y sus equivalentes en Microfibras de 200g / m<sup>2</sup> suministrados por ARPE. Ensayos realizados según establecen las normas internacionales UNE-EN ISO correspondientes.

### Caracterización de las toallas:

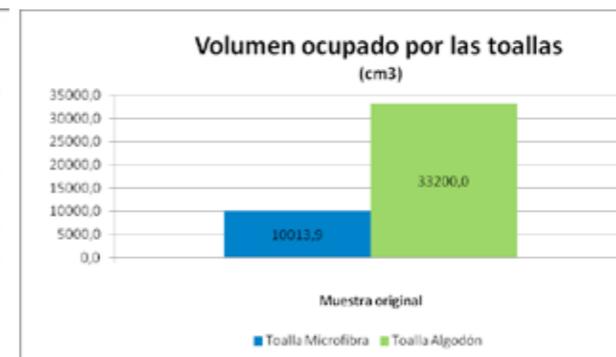
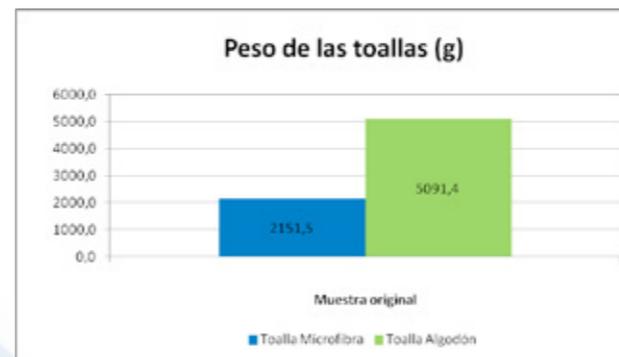
Toalla ARPE 50x100cm de Microfibras 80% Poliéster / 20% Poliamida y 200g/m<sup>2</sup>

Vs.

Toalla IKEA 50x100cm Rizo 100% Algodón 500g/m<sup>2</sup>

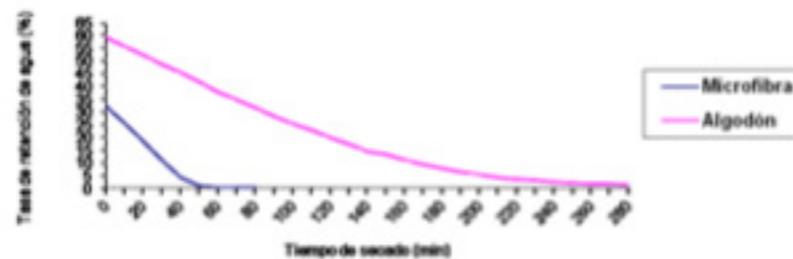
La toalla MICROFIBRA presenta respecto la toalla RIZO ALGODÓN:

- Un 60% menos de peso
- Un 70% menos de volumen o espacio ocupado



### Tiempo de secado toalla:

- Algodón: 270 minutos
- Microfibras: 60 minutos (-78%!!!!!!)

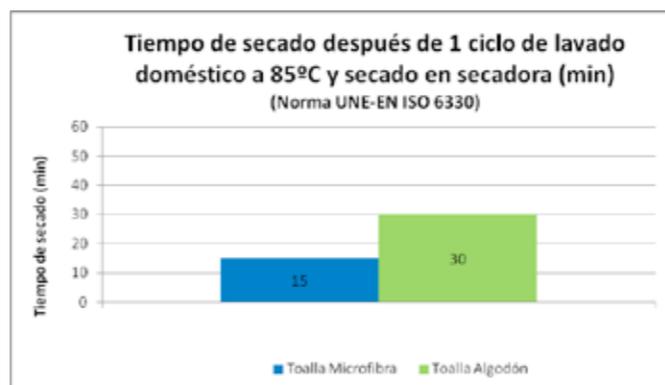


Evaluación del tiempo de secado de las toallas  
**Norma NF G 07-166**

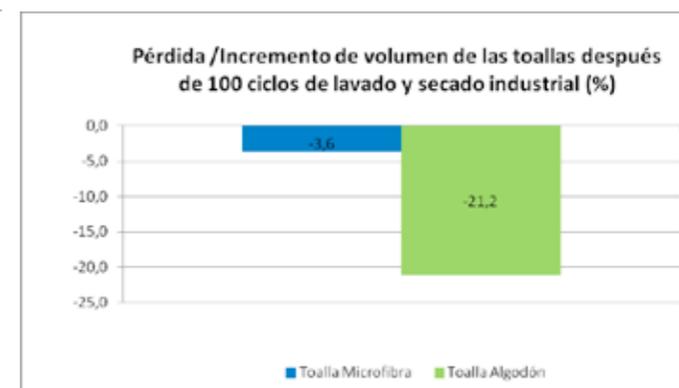
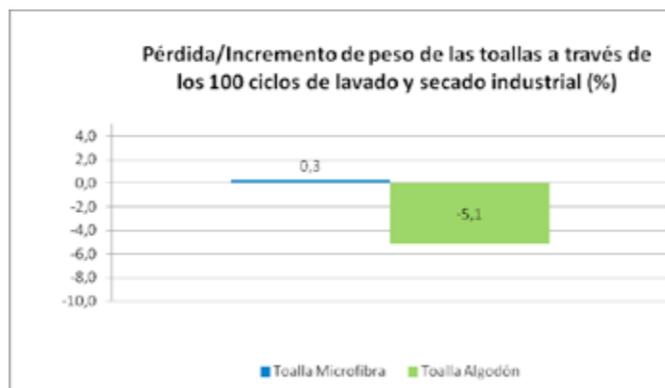


## Evaluación del tiempo de secado después de 1 ciclo de lavado y secado en secadora doméstica

El tiempo de secado mediante secadora de la toalla MICROFIBRA es un **50% inferior** al de la toalla RIZO ALGODÓN.



## Después de 100 ciclos de lavado y secado indus-



# ¿Por qué apostar por la sostenibilidad y la economía circular?

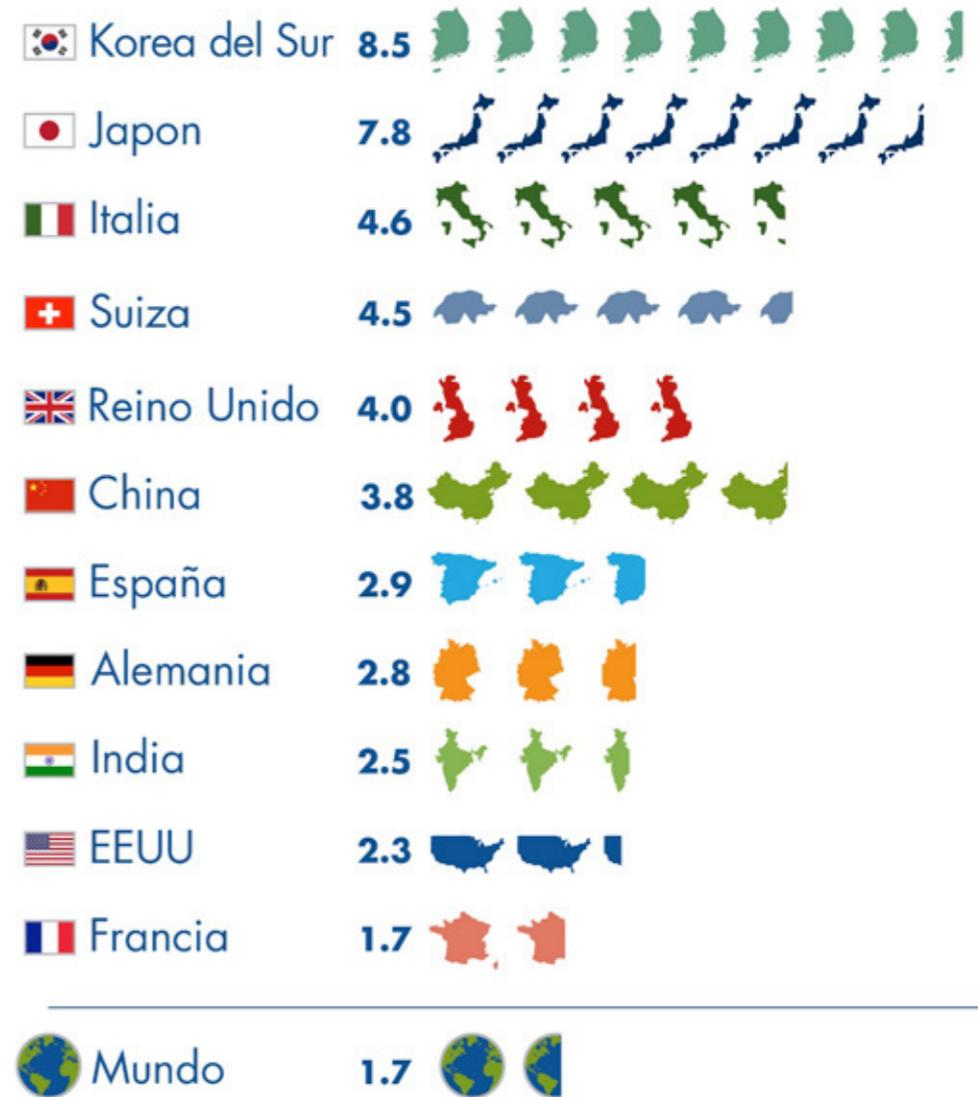
Porque es inevitable o la vida en la tierra será imposible.



**El 01/08/2018 el consumo mundial excedió los recursos que se generaron durante ese mismo año**



**¿Cuántos países se requieren para satisfacer la demanda de sus ciudadanos?**



Fuente: Global Footprint Network Cuentas Nacionales de Huellas 2018

# ¿Por qué apostar por la sostenibilidad y la economía circular?

- Porque es inevitable o la vida en la tierra será imposible.
- Porque que los nuevos consumidores nos lo piden.



\*Fuente: Informe "otro consumo para un futuro mejor"

## Algunas actitudes características de los consumidores comprometidos:

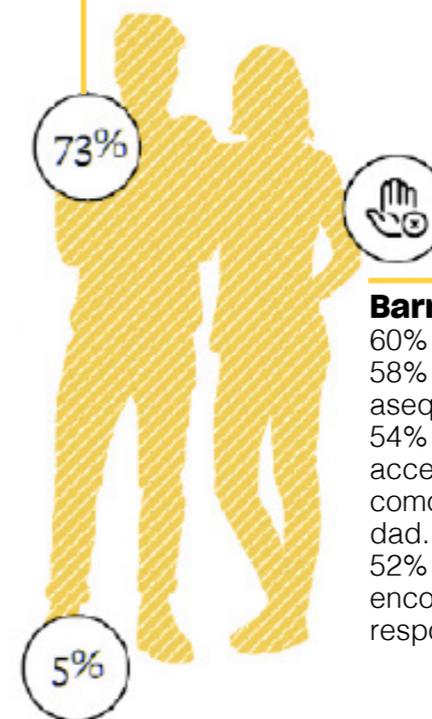


### Consumidores comprometidos:

\*Fuente: Encuesta exploratoria a 340 consumidores

### Aspectos éticos:

Consumidores que tienen en cuenta aspectos éticos-medioambientales en su consumo.



### Barreras

60% falta de información.  
58% Falta de alternativas asequibles.  
54% falta de alternativas accesibles (cercanía, comodidad, disponibilidad...)  
52% Dificultad para encontrar empresas responsables.

### Cuota de mercado

El mercado de productos ecológicos, éticos y sostenibles todavía es pequeño. Nuestras inquietudes no siempre se traducen en compras (a menudo son hábitos y estilos de vida) y cuando lo hacen se enfrentan a grandes barreras.

**Alto potencial si se reducen las barreras.**

# ¿Por qué apostar por la sostenibilidad y la economía circular?

- Porque es inevitable o la vida en la tierra será imposible.
- Porque que los nuevos consumidores nos lo piden.
- Porque la administración nos obligará.



# ¿Por qué apostar por la sostenibilidad y la economía circular?

- Porque es inevitable o la vida en la tierra será imposible.
- Porque que los nuevos consumidores nos lo demandan.
- Porque la administración nos lo pide.
- Porque aunque es una ventaja competitiva, pero todo el mundo si deberá comprometerse. Por tanto, más vale hacerlo antes que tus competidores.

**En definitiva, la realidad nos impulsa a hacernos la siguiente pregunta:**



**¿Preparados para el futuro que viene?**

### **Extraer, fabricar, desechar**

Un modelo ineficiente y que desaprovecha nuevas oportunidades para captar valor y generar negocio.



### **Hay otra forma de hacer negocio y triunfar**

La economía circular propone una nueva forma de concebir la economía pasando de un modelo lineal basado en la explotación, el consumo y el desecho a otro regenerativo y restaurativo basado en ciclos.



# Circular Tuva Towel

**Ecodiseño de una toalla** y la implementación de un **sistema de producción y consumo circular** basado en el retorno y la valorización de las toallas fuera de uso.

1

**Objetivos  
iniciales del  
proyecto**

→ **Rediseño del producto actual bajo  
criterios de ecodiseño.**

PROTOTIPO NUEVO PRODUCTO

→ **Diseñar un sistema que permita integrar la cir-  
cularidad al producto y a Arpe en su  
conjunto.**

PROTOTIPO SERVICIO + SISTEMA

Con el soporte técnico de:

Soporte económico:

Idea y realización:



Cofinanciado por el Programa  
"Horizonte 2020" de la Unión Europea



## Fase 1: Análisis e investigación

Se desarrolló un proceso de investigación de evidencias, patrones y aprendizajes relevantes, para la toma de decisiones posterior. El proceso incluyó:

- 2 investigaciones de experiencia de usuario.
- 2 observaciones in-situ de las condiciones de uso del cliente.
- 10 entrevistas con usuarios y experto/as.
- 1 investigación de bibliografía técnica, sobre modelos de negocio y economía circular en el sector textil.
- 1 taller de análisis estratégico y de las dimensiones del negocio de ARPE, en relación a sus clientes, proveedores y medio ambiente.

Con el soporte técnico de:

Soporte económico:

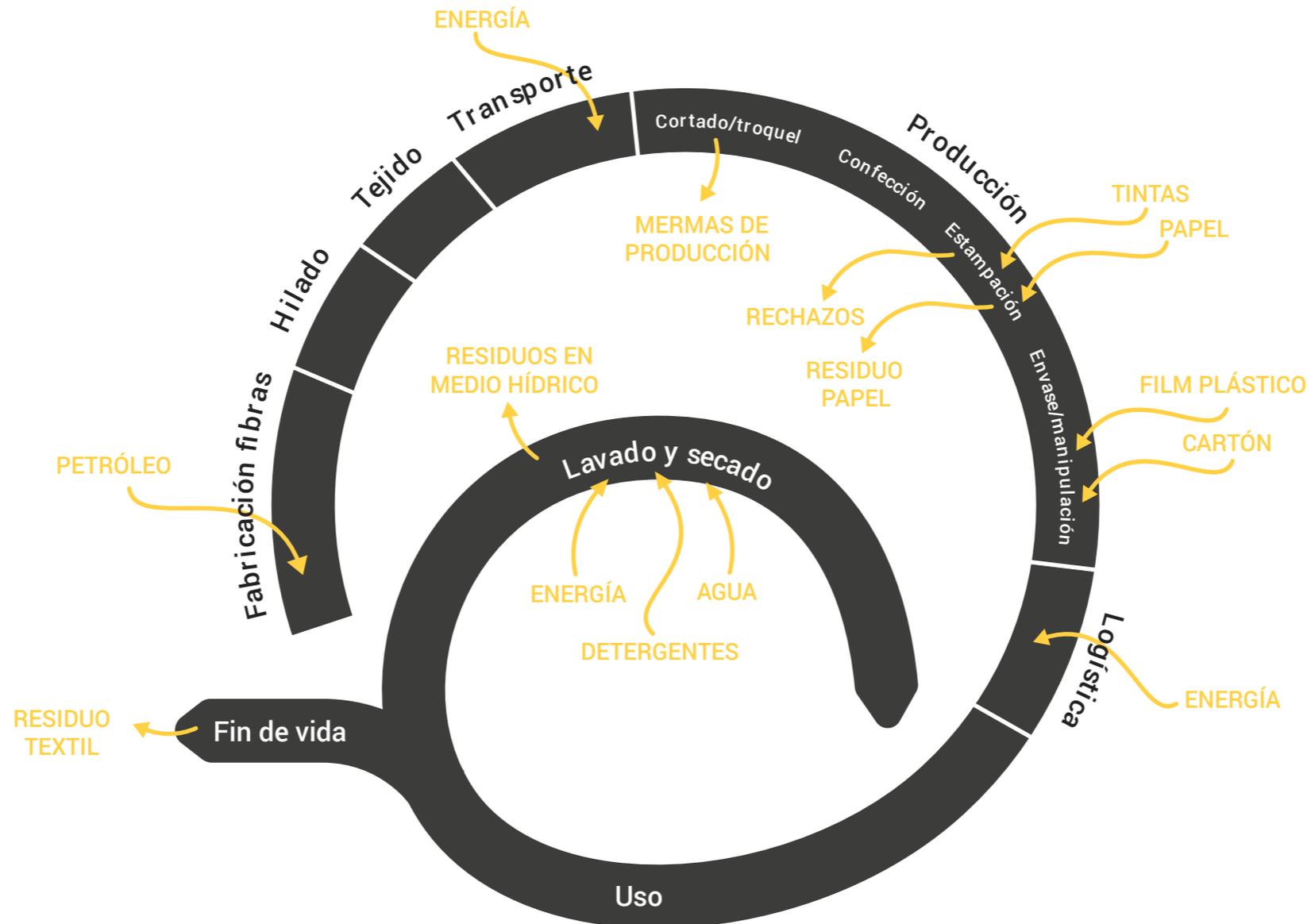
Idea y realización:



Cofinanciado por el Programa  
"Horizonte 2020" de la Unión Europea



# Aspectos



## Insights (aprendizajes)

1. Posibilidades de simbiosis entre líneas de productos y segmentos de clientes de ARPE. Por ejemplo, los residuos de toallas de colectividades y el sector del automóvil.
2. El modelo de negocio actual ofrece oportunidades de mejora en cuanto a márgenes e impactos ambientales.
3. El residuo generado en planta es relativamente alto y con potencial de mejora.
4. El residuo en medio acuático de microfibra es un impacto relevante y aún bastante desconocido. Problemática a abordar desde la comunicación y recomendaciones de protección.
5. Las toallas de microfibra suponen, como punto de partida, una importante mejora ambiental frente a las de algodón. Pero solo si el gestor lava y seca correctamente las toallas y el usuario rompe ciertas reticencias de uso y las acepta como mejores.
6. Es importante acompañar el producto con una formación y asesoría para adaptar los procesos de mantenimiento de la toalla. La persona responsable de la limpieza en las Colectividades es un contacto esencial.
7. Existen barreras de aceptación de las toallas de microfibras por parte del usuario, falta de conocimiento de sus ventajas o de cómo utilizarlas, y malas prácticas de limpieza.

## **Fase 2:** **Definición de áreas de oportunidad y estrategias circulares**

Se celebró un taller en el que participaron representantes de diferentes áreas de la empresa, así como de diferentes agentes interesados en el proyecto.

Una vez analizada la situación en la fase 1, se identificaron las áreas de mejora más relevantes a nivel del modelo de negocio, procesos, productos, experiencia y comunicación. Y se seleccionaron las siguientes estrategias:

1. Revisar el patronaje de los productos, de forma que se optimice el uso de material, pero también buscando reducir o eliminar costuras y proponer nuevos diseños que permitan aprovechar mejor el material.
2. Uso de subproductos de producción y productos recuperados de los gimnasios como productos de limpieza industrial.
3. Desarrollar nuevos productos a partir de las mermas de producción.
4. Buscar nuevos usos para los productos actuales y para los productos de saldo.
5. Eliminar uso de plásticos en el packaging e investigar el uso de mermas y material reutilizado como envase/embalaje de producto.  
Mejorar la comunicación del envase y del mismo producto para asegurar un mejor uso y un menor impacto ambiental.

## Fase 3: Prototipos, testeo e interacción

Proceso que permitió aprender y adaptar las estrategias más relevantes.

### Resultados:

- Prototipo de nuevas **toallas con patronaje que reduce las mermas**, e incorporación de nuevas funcionalidades con el material que hasta la fecha se desechaba como bolsillos, Cuerda para colgar la toalla.
- Desarrollo de un **nuevo envase textil** para el kit de viaje a partir de mermas, eliminando el uso de PVC.



Toalla Gym Eco-Circular  
Con bolsillos y solapa reposacabezas



Envase textil  
para Kit de viaje fabricado por ARPE

- Producción de **bayetas para limpieza industrial** a partir de toallas fuera de uso, con sistema de retorno o takeback para recuperar residuo textil de los productos que ARPE vende a Colectividades (DIR) y transformación en bayeta de microfibras para sector limpieza profesional.
- Test de servitización de modelo de negocio. Se concreto un potencial modelo que permitiera substituir la venta de productos por la prestación de servicios para Colectividades. A partir del concepto se elaboró una comunicación comercial y se testeó con diferentes potenciales clientes.



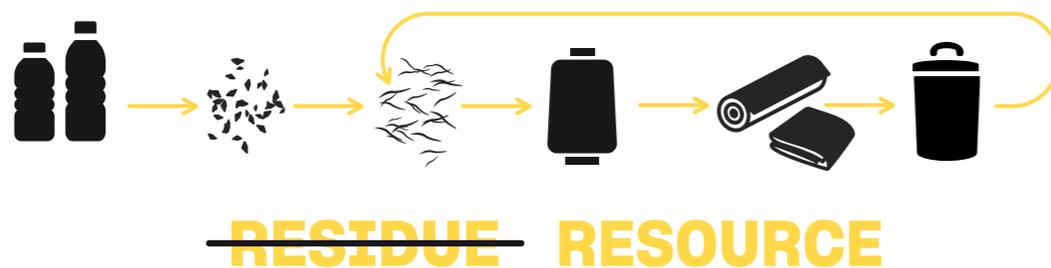
Bayeta  
Eco-Circular

## Fase 4: Resultados

### Circular Ecofriendly polar blanket

Designed to take care (of us / our planet)

Manta totalmente personalizable, hecha a partir de hilo reciclado de botellas de plástico (PET) y redes de pesca del mar. Producto sostenible y fabricado con la más alta calidad en Europa.



# Circular TUVVA Towel

Toalla ecodiseñada enfocada a colectividades y comercializada bajo un sistema takeback. Transformación de las toallas fuera de uso en bayetas eco-diseñadas homologas para limpieza industrial.

## Principales resultados



# Envase textil para Travel Pack

Desarrollo de un nuevo envase textil para el kit de viaje a partir de mermas, eliminando el uso de PVC.



# **Barreras de entrada, soluciones aplicadas y oportunidades de mejora:**

## **Capacidad financiera limitada de una Pyme para invertir en el proyecto:**

- Fondos Europeos para pymes (SME Instrument Horizon 2020)
- Programa para el fomento de la economía circular de la Agencia de residuos de Cataluña (ARC).

## **Falta de recursos humanos y de conocimiento para destinar al proyecto:**

- Colaborar con expertos como Inèdit innovació, el clúster textil AEI o el centro tecnológico Leitat.

## **Desconocimiento o desinformación del mercado sobre la EC**

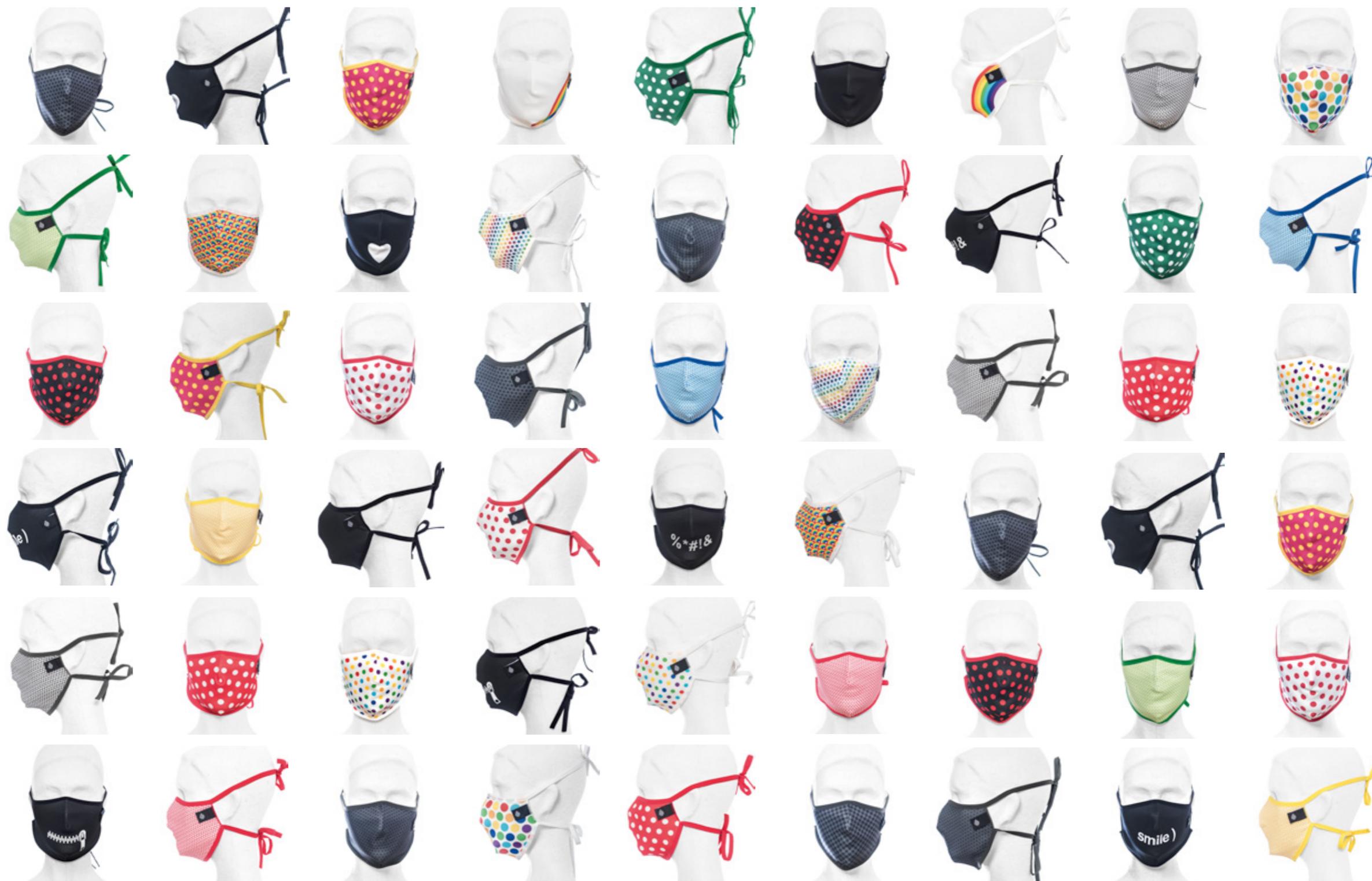
- Participación en mesas, debates y jornadas
- Acciones por parte de organismos y administración para dar a conocer la EC
- Con el tiempo se irá conociendo a medida que aparezcan nuevas propuestas de empresas

## **Los clientes no apuestan por los productos de EC.**

- Mejora de la imagen del producto.
- Comunicar muy bien los beneficios del producto hacia los equivalentes menos sostenibles.
- Análisis de ciclo de vida, huella de carbono y / o etiquetas ecológicas (GRS, Ecolabel, etc).

## **Los precios de los productos sostenibles son más elevados.**

- Ventajas fiscales y programas de subvenciones para hacerlos más competitivos.
- Presión fiscales sobre los productos menos sostenibles para hacerlos menos competitivos.





**Nadie puede hacerlo todo pero  
todos podemos hacer algo**

**¡Gracias por tu ayuda!**

