



TRABAJO DE GRADO
Opción Seminario-Diplomado.

Adidas, una organización comprometida con la sostenibilidad, la economía circular y la contribución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Corporación Universitaria Remington.
Nombre de la facultad: Facultad de Ciencias Empresariales
Nombre del programa académico: Gerencia Ambiental

Daniela Corena Avella- Andry Diaz Arrieta.
Tutora Lina Villa
Seminario Economía Circular.
2024.

Tabla de Contenidos

Resumen.....	3
Marco conceptual y contextual	4
Descripción general de la empresa seleccionada: Adidas.....	4
1.1. Descripción de la actividad económica.....	4
1.2. Cobertura en el mercado	5
1.3. Tamaño de la empresa	5
1.4. Productos o servicios principales.....	5
1.5. Criterios ambientales en procesos de contratación de materias primas, bienes, productos y servicios.....	5
Estrategia de Sostenibilidad y Economía Circular	7
2.1 Criterios ambientales en procesos de contratación de materias primas, bienes, productos y servicios	7
Ahorro de Agua.....	8
Figuras y tablas	8
Conclusiones	10
Referencias.....	12

Resumen

El presente informe ofrece un análisis exhaustivo de Adidas, centrándose en su compromiso con la sostenibilidad, la economía circular y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En primer lugar, se presenta una descripción detallada de la empresa, su actividad económica, cobertura en el mercado, tamaño y productos principales, con un enfoque en cómo la marca ha logrado posicionarse como una de las líderes globales en la industria deportiva.

El diagnóstico de sostenibilidad de Adidas aborda las diversas estrategias y medidas implementadas para reducir su huella ambiental. Entre estas iniciativas destaca el uso creciente de materiales reciclados, como el poliéster reciclado y los plásticos recogidos de los océanos, especialmente a través de su colaboración con Parley for the Oceans. La empresa también ha innovado en la creación de productos con tecnologías que promueven la durabilidad y el reciclaje, como el calzado Futurecraft Loop, diseñado para ser completamente reciclable.

Adicionalmente, el informe examina las acciones de Adidas en la gestión de residuos, tanto sólidos como textiles, y su contribución a la economía circular mediante el reciclaje de productos al final de su vida útil. También se destaca el ahorro de energía en las fábricas de Adidas, el uso de energía renovable, y la reducción del consumo de agua mediante tecnologías innovadoras en sus procesos de teñido y fabricación de textiles.

Finalmente, se proponen recomendaciones para mejorar aún más el desempeño ambiental de Adidas, considerando la incorporación de criterios ambientales en todos los niveles de la cadena de suministro, así como el fortalecimiento de la separación de residuos en la fuente. El informe concluye que Adidas ha tomado medidas significativas para alinear sus operaciones con los ODS, pero que todavía existen áreas de mejora para alcanzar un modelo completamente sostenible y circular.

Palabras clave

Sostenibilidad, economía circular, reciclaje, ODS, gestión de residuo

Marco conceptual y contextual

El consumo se ha convertido en una forma de las personas relacionarse con los demás y así construir una identidad propia. Mas que una forma de consumir, comprar o adquirir mercancías, productos o servicios necesarios para la supervivencia, se ha convertido en una adquisición de artículos innecesarios para esta, siendo así una actividad de la que se puede hablar como una “sociedad consumista”.

Ahora, al enfocarnos en las consecuencias que acarrea ser una sociedad consumista, vemos en primera medida con los problemas ambientales que se evidencia hoy día, como la extracción excesiva de los recursos naturales, deforestación, cambio climático, contaminación de aire y del agua, acumulación de desechos etc.

La fabricación y consumo de calzado, se puede considerar como unos de las principales fuentes de contaminación, teniendo en cuenta que este mercado es uno de los más buscados y con deseos de adquisición. En 2023, se utilizaron a nivel mundial aproximadamente 14.000 millones de pares de zapatos. Como lo indica el estudio de mercado enfocado en el consumismo de este producto entre 2018 y 2028, realizado por STATISTA, el cual indica que esto supuso un incremento de cerca de 200 millones con respecto al consumo registrado durante el año anterior. Las previsiones apuntan a que esta cifra experimente un paulatino incremento en los próximos años hasta situarse en torno a los 14.500 millones de pares en 2028. (Statista, 2024)

De acuerdo a las altas cifras relacionadas anteriormente, es importante resaltar que existe empresas en el mundo que implementa entre sus procesos la incluidos de estrategias de sostenibilidad, con el fin de brindar productos de calidad a los consumidores y a su vez tratar de disminuir el daño al ambiente.

La economía circular y la sostenibilidad son pilares fundamentales dentro de la estrategia de Adidas, una empresa que busca reducir su impacto ambiental a través de la innovación y el uso de materiales reciclados. En este marco conceptual, es necesario entender varios términos clave y cómo se aplican en el contexto de la empresa y su industria (Adidas, 2023).

Descripción general de la empresa seleccionada: Adidas

1.1. Descripción de la actividad económica

Adidas es una empresa multinacional alemana que se dedica principalmente al diseño, fabricación, desarrollo y comercialización de calzado deportivo, ropa y accesorios. Su actividad económica se centra en ofrecer productos de alta calidad tanto para el rendimiento deportivo como para el uso cotidiano. Adidas es una marca líder en la industria deportiva y se especializa en crear productos innovadores que combinan tecnología, confort y

sostenibilidad. Además, la empresa colabora con deportistas de élite y diversas organizaciones para promocionar el deporte y un estilo de vida saludable (Adidas, 2023)

1.2. Cobertura en el mercado

Adidas tiene una presencia global, con operaciones en más de 160 países. La empresa cuenta con tiendas físicas en diversas ciudades alrededor del mundo, además de plataformas de comercio electrónico que permiten una cobertura prácticamente universal. Sus principales mercados incluyen Europa, Norteamérica y Asia, aunque su presencia en América Latina y África ha crecido considerablemente en los últimos años. Adidas se posiciona como una de las marcas deportivas más reconocidas a nivel mundial, compitiendo directamente con otras marcas como Nike y Puma (Adidas, 2023).

1.3. Tamaño de la empresa

Adidas es una empresa de gran tamaño. En términos financieros, generó más de 21 mil millones de euros en ingresos durante el año 2023. La empresa cuenta con más de 60,000 empleados a nivel mundial y opera fábricas tanto propias como a través de socios manufactureros en todo el mundo. Su tamaño y alcance global la posicionan como una de las principales empresas en la industria deportiva (Adidas, 2023).

1.4. Productos o servicios principales

Adidas ofrece una amplia gama de productos que incluyen:

- **Calzado deportivo:** Con líneas icónicas como Adidas Ultraboost, Adidas Stan Smith y la serie Yeezy.
- **Ropa deportiva:** Incluye camisetas, chaquetas, pantalones y ropa especializada para diferentes deportes como fútbol, running, tenis y básquetbol.
- **Accesorios deportivos:** Bolsas, mochilas, calcetines, gorros y equipamiento especializado para atletas.
- **Innovaciones sostenibles:** La línea Parley for the Oceans y Futurecraft Loop, donde Adidas usa materiales reciclados para fabricar calzado y productos completamente reciclables (Adidas, 2023).

1.5. Criterios ambientales en procesos de contratación de materias primas, bienes, productos y servicios

Adidas ha integrado criterios ambientales en sus procesos de adquisición de materias primas. Uno de los objetivos más ambiciosos de la empresa es el de utilizar únicamente poliéster reciclado en todos sus productos para 2024. Además, Adidas selecciona a sus proveedores en función de su capacidad para cumplir con las normativas ambientales y sus prácticas sostenibles. Se prioriza la colaboración con proveedores que promuevan la economía circular y que tengan certificaciones ambientales reconocidas

internacionalmente, como la certificación Global Recycled Standard (GRS) (Adidas, 2023). Estas medidas forman parte de su estrategia para reducir el impacto ambiental de su cadena de suministro y asegurar el cumplimiento de los principios de ecodiseño y producción más limpia.

Gestión de residuos sólidos

Adidas ha adoptado una estrategia integral para la gestión de residuos sólidos, centrada en la reducción, reciclaje y reutilización. La empresa se ha comprometido a reducir los residuos que terminan en vertederos en un 90% para el 2025. Adidas fomenta el reciclaje de materiales en sus fábricas y tiendas, donde se utilizan estaciones de reciclaje para recolectar residuos plásticos, textiles y otros materiales reciclables. Asimismo, la compañía ha implementado programas de reciclaje de productos post-consumo, como el programa Take Back, donde los clientes pueden devolver productos usados para ser reciclados y transformados en nuevos productos (Adidas, 2023).

En cuanto a los residuos orgánicos y no aprovechables, la empresa asegura una gestión adecuada en colaboración con gestores de residuos autorizados. A nivel global, Adidas trabaja para minimizar el desperdicio en cada fase de la producción, almacenando temporalmente los residuos sólidos en estaciones ecológicas hasta que se recolecten para su disposición final o reciclaje (Adidas, 2023).

Gestión de residuos textiles

Uno de los mayores desafíos de la industria de la moda es el manejo de los residuos textiles. En respuesta a este problema, Adidas ha implementado medidas innovadoras para el aprovechamiento de estos residuos. La empresa trabaja con organizaciones especializadas para recolectar ropa deportiva usada y reciclarla. Adidas también ha lanzado su línea Futurecraft Loop, que permite fabricar zapatillas completamente reciclables, las cuales pueden ser devueltas y transformadas en nuevas zapatillas sin generar residuos adicionales (Adidas, 2023). Este enfoque se alinea con su objetivo de crear productos basados en los principios de la economía circular, donde los materiales nunca se convierten en desperdicio.

Innovación en materiales sostenibles

Uno de los pilares fundamentales de la estrategia de Adidas es la incorporación de materiales sostenibles en sus productos. A través de su colaboración con Parley for the Oceans, Adidas ha reciclado más de 50 millones de toneladas de plástico oceánico para fabricar calzado y ropa deportiva. Estos productos, conocidos como Adidas x Parley, son un claro ejemplo del compromiso de la empresa con la reducción de residuos plásticos y la protección de los océanos (Parley for the Oceans, 2022). Además, Adidas ha introducido innovaciones como el uso de caucho reciclado en las suelas de sus zapatillas, reemplazando materiales vírgenes y disminuyendo el impacto ambiental de la producción de calzado.

Desarrollo e implementación del aprendizaje

Adidas ha establecido su estrategia de sostenibilidad basada en una combinación de economía circular y reducción de impactos ambientales. Más allá del cumplimiento normativo, la empresa ha invertido en prácticas que buscan reducir su huella ecológica, mejorar la eficiencia de sus procesos y utilizar recursos de manera responsable. Estas acciones no solo disminuyen los costos operativos, sino que también benefician a las comunidades cercanas a sus operaciones y mejoran su reputación a nivel global (Niskanen, 2019).

Estrategia de Sostenibilidad y Economía Circular

Adidas ha implementado una serie de acciones orientadas a la economía circular y la sostenibilidad. Entre ellas, se destaca el uso de plástico reciclado en sus productos y el desarrollo de tecnologías como Futurecraft Loop, que permite fabricar zapatillas completamente reciclables. Asimismo, Adidas se ha comprometido a utilizar solo poliéster reciclado en todos sus productos para el año 2024. Estas prácticas están alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, específicamente el ODS 12 de producción y consumo responsable (Zvarych, 2021).

2.1 Criterios ambientales en procesos de contratación de materias primas, bienes, productos y servicios

En su proceso de adquisición, Adidas prioriza materiales sostenibles y selecciona a proveedores que promuevan prácticas ambientales responsables. La empresa exige que sus socios cumplan con estrictos estándares medioambientales, como el uso de energía renovable y la reducción de emisiones de carbono. Además, Adidas fomenta la colaboración con empresas que implementan principios de economía circular, utilizando materiales reciclados en la fabricación de productos clave (Bala, 2024).

Aprovechamiento de residuos sólidos orgánicos

Aunque Adidas no produce grandes volúmenes de residuos orgánicos, su estrategia de manejo de residuos se enfoca en la separación adecuada y el reciclaje de productos plásticos y textiles. En el marco de su compromiso con la economía circular, la empresa ha lanzado programas de recolección de productos usados, los cuales son reciclados y transformados en nuevos productos, evitando así la acumulación de residuos en rellenos sanitarios (Zaman, 2022).

Ahorro de Energía

Adidas ha invertido en tecnologías que permiten reducir el consumo de energía en todas sus operaciones. La empresa ha implementado el uso de energía renovable en sus fábricas

y ha mejorado la eficiencia energética de sus instalaciones. Además, se ha comprometido a reducir sus emisiones de carbono en un 30% para 2030, contribuyendo significativamente a la lucha contra el cambio climático (Niskanen, 2019).

Ahorro de Agua

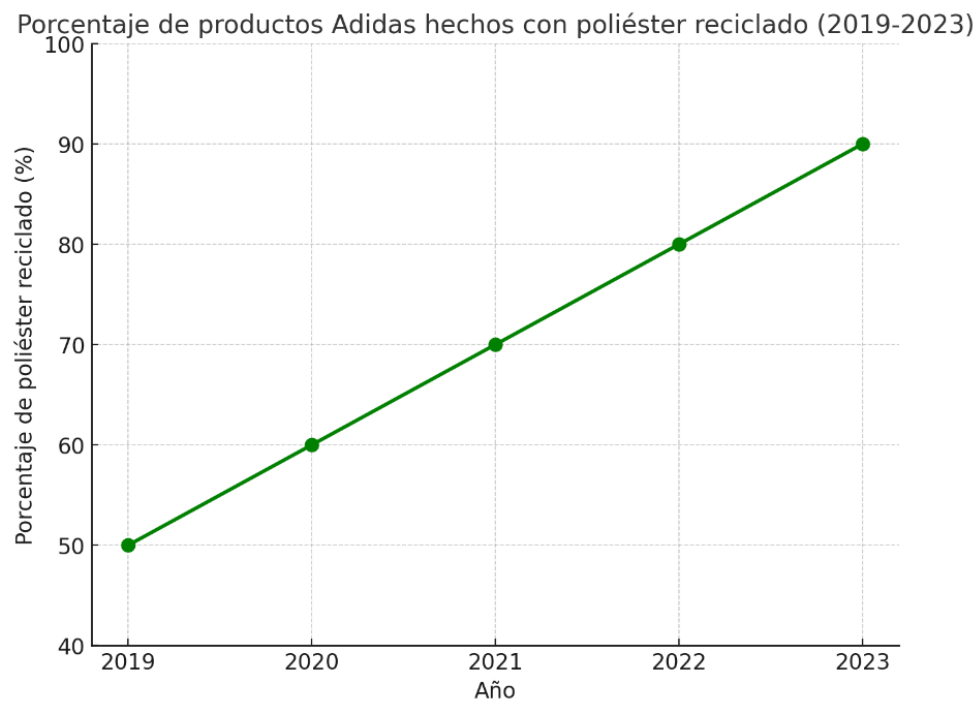
Adidas también ha desarrollado iniciativas para reducir el consumo de agua en la fabricación de sus productos. La empresa ha implementado tecnologías de teñido que utilizan menos agua, lo que ha permitido reducir el uso de este recurso en un 50%. Además, se ha comprometido a mejorar la eficiencia del agua en sus fábricas para minimizar el impacto ambiental de sus operaciones (Bala, 2024).

Figuras y tablas

Tabla 1. Resultados de los esfuerzos de sostenibilidad de Adidas en 2023

Indicador	Resultado 2023	Meta para el 2030
Reducción de emisiones de carbono	15% de reducción en emisiones globales	30% de reducción total
Uso de poliéster reciclado	90% de los productos contienen poliéster reciclado	100% poliéster reciclado para 2024
Uso de energía renovable	100% en fábricas europeas	100% en todas las fábricas globales
Productos reciclados vendidos	10 millones de pares de zapatillas fabricadas con plástico oceánico reciclado	Incrementar a 20 millones de pares
Reducción del consumo de agua	50% menos agua utilizada en el proceso de teñido de telas	60% menos agua para 2030

Grafica 1- Porcentaje de productos Adidas hechos con poliéster reciclado (2019 – 2023)



Conclusiones

A lo largo del análisis se han evidenciado varios puntos clave sobre las estrategias ambientales de la empresa, que destacan no solo su enfoque en la reducción de impactos negativos, sino también en la innovación y el liderazgo dentro de la industria deportiva.

Uno de los aprendizajes más importantes que surgen de la práctica realizada es la capacidad de integrar la economía circular en el modelo de negocio de una corporación de gran tamaño. En este sentido, Adidas ha logrado posicionarse como un referente al aplicar el reciclaje de materiales en sus productos, especialmente a través de colaboraciones como la de Parley for the Oceans, con la cual ha reciclado grandes volúmenes de plástico recogido de los océanos para crear calzado y ropa deportiva. Esto demuestra que, con el apoyo adecuado de socios estratégicos y tecnología avanzada, las empresas pueden generar productos de alta calidad a partir de desechos, contribuyendo así a la reducción de la contaminación plástica y al cuidado del medio ambiente (Adidas, 2023).

Otro aspecto relevante es el compromiso de Adidas de utilizar únicamente poliéster reciclado en todos sus productos para 2024. Esta meta refleja la importancia de incluir criterios ambientales en los procesos de adquisición de materias primas y servicios, mostrando cómo la empresa selecciona a sus proveedores en función de sus prácticas sostenibles. Este enfoque de la empresa hacia la economía circular, a través de la selección de materiales reciclables y proveedores con certificaciones ambientales reconocidas, no solo mejora su rendimiento ambiental, sino que también establece un precedente para otras empresas en la industria.

Adidas también ha avanzado significativamente en la gestión de residuos, tanto sólidos como textiles, a través de programas como "Take Back", que permiten a los consumidores devolver productos usados para ser reciclados y transformados en nuevos artículos. Esta práctica es un claro ejemplo de cómo una empresa puede fomentar la economía circular a nivel post-consumo, extendiendo la vida útil de los productos y reduciendo la cantidad de residuos que terminan en vertederos (Adidas, 2023). Además, el desarrollo de productos como las zapatillas Futurecraft Loop, completamente reciclables, es un testimonio de la capacidad de innovación de la empresa, demostrando que es posible crear productos que no generen residuos al final de su ciclo de vida.

La adopción de energías renovables y la reducción del consumo de agua en los procesos de fabricación también son áreas donde Adidas ha mostrado un progreso significativo. Inversiones en tecnologías que permiten reducir el uso de agua en procesos como el teñido de telas, así como el compromiso de utilizar energía 100% renovable en todas sus fábricas para 2030, son medidas que refuerzan su compromiso con la sostenibilidad. Estas iniciativas no solo contribuyen a la lucha contra el cambio climático, sino que también generan ahorros operativos, mejoran la eficiencia de sus procesos y consolidan su imagen de empresa responsable ante consumidores y accionistas.

Sin embargo, el análisis también resalta que, aunque Adidas ha logrado avances notables en su estrategia de sostenibilidad, aún enfrenta retos importantes. Para alcanzar un modelo completamente circular, es necesario fortalecer la separación de residuos en la fuente, continuar mejorando la eficiencia energética, y seguir invirtiendo en el desarrollo de productos que generen un menor impacto ambiental. A pesar de que la empresa ha reducido sus emisiones de carbono en un 15% y su consumo de agua en un 50%, estas cifras aún pueden mejorarse para alcanzar los objetivos planteados para 2030 (Zaman, 2022).

