

INTERFACE



ECOINNOVACIÓN
PROCESOS



HERRAMIENTAS E
INDICADORES

EMPRESA

SECTOR Textil N° EMPLEADOS 3347¹

PAÍS EEUU FACTURACIÓN 727 M€¹

Interface

Interface se dedica al diseño, producción y venta de alfombras modulares con presencia en todo el mundo bajo las marcas InterfaceFLOR y FLOR, orientada a los mercados comercial, institucional y residencial.^{1,2,3}

ESTRATEGIA APLICADA

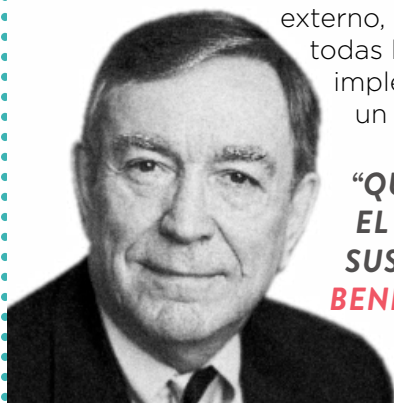
INTERFACE HA INNOVADO EN LA RECUPERACIÓN DE MATERIALES PARA LA FABRICACIÓN DE SUS ALFOMBRAS (CICLO CERRADO), Y EN EL DISEÑO MODULAR SIN ADHESIVOS

CONTEXTO^{1,2}

Interface inició su actividad en un contexto de **aumento de los costes de los productos petroquímicos**, base para la producción de losetas de moqueta. En el año 1994 la empresa decidió dirigirse hacia un modelo de negocio más sostenible, transformando la manera de fabricar moquetas con tecnologías que permitiesen una disminución del impacto ambiental y de la dependencia de los productos petroquímicos.

DESARROLLO DE LA ECOINNOVACIÓN^{4,5,6,7}

El programa Monte Sostenibilidad para alcanzar **Mission Zero** (ser una compañía con cero impacto negativo), compara el reto de alcanzar la sostenibilidad con la escalada de una montaña más alta que el Everest, con siete frentes de acción. Parte de la estrategia se basa en cuidar las materias primas para la producción de la moqueta modular, mediante la **selección de materiales renovables o reciclables** dentro de un ciclo cerrado de **recuperación de alfombras en desuso**. Esto permite a la empresa disponer de un suministro propio de materias primas, que no dependa de las fluctuaciones de los precios del petróleo. Además, el sistema de alfombras modular sin adhesivos supone una mejora técnica, funcional y ambiental en la fase de instalación, mantenimiento y fin de vida. Las principales dificultades encontradas al aplicar la estrategia sostenible, han sido la falta de precedentes para los gestores de la empresa, la falta de soluciones tecnológicas para alcanzar los objetivos marcados y la falta de conciencia ambiental de los consumidores. Para ello ha sido necesario hacer un esfuerzo de comunicación tanto interno como externo, dando énfasis en la alta calidad de sus productos. Aún así, no todas las iniciativas han funcionado, como el modelo Evergreen Lease, implementado en 1995, que consistía en pagar una cuota mensual por un servicio de moqueta en vez de comprar el producto.



“QUEREMOS SER LA PRIMERA EMPRESA QUE MUESTRA A TODO EL SECTOR INDUSTRIAL QUÉ ES LA SOSTENIBILIDAD EN TODAS SUS DIMENSIONES (SOCIEDAD, PROCESO, PRODUCTO, LUGAR Y BENEFICIOS) Y DE ESTA FORMA, GANAR PODER DE INFLUENCIA.”⁸

- Ray Anderson.
Fundador de Interface.



laboratorio
ecoinnovación

RESULTADOS PRINCIPALES

328 MILLONES DE €
DE COSTES EVITADOS
EN GESTIÓN DE
RESIDUOS.⁹

100.000 TN DE RESIDUOS
A VERTEDERO EVITADOS
CON EL SISTEMA DE
RETORNO.⁸

REDUCCIÓN DE LA
TOXICIDAD EN UN **90%**
GRACIAS AL SISTEMA
TACTILES™ QUE NO
UTILIZA ADHESIVOS.⁵

AUMENTO COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL



INNOVACIÓN

Patentes en productos y procesos productivos.¹ Diseño para la sostenibilidad.⁴



MERCADO

Principal productor mundial de alfombras modulares.¹



REPUTACIÓN

Permite el cumplimiento con los esquemas de Edificación Sostenible (LEED, BREEAM, DGNB, HQE) lo que ha resultado en un aumento de la demanda. Acreditado como Ejemplo Nacional de Excelencia para el Cambio Climático por el BITC (Reino Unido).⁵



VENTAS

10 millones de m² de diseño aleatorio vendidos en Europa (instalación con un patrón no-direccional) y 119 millones de m² de moqueta neutra en CO₂ (CoolCarpet), que le ha permitido diferenciarse, aumentando ventas y beneficios.⁵

BENEFICIOS PARA EL CLIENTE



FUNCIONAL

Adaptable a todo tipo de lugar al ser moqueta modular y sin uso de adhesivos.⁵

BENEFICIOS PARA EL MEDIO AMBIENTE



MATERIAS PRIMAS

El 44% de las materias primas utilizadas por la empresa en Europa y el 36% a nivel global son de origen biológico o reciclado.^{10,8}



GLOBAL

Reducción del 80% del consumo de agua y del 43% del de energía por unidad fabricada.⁸

REFERENCIAS CASO PRÁCTICO: INTERFACE

[1 - US securities and exchange commission \(2013\).](#)

[2 - Interface. Interface's History.](#)

[3 - Interface. Nuestra historia.](#)

[4 - Interface. Mission Zero.](#)

[5 - Interface Flor. Le'ts be Clear.](#)

[6 - Tommi Lampikoski \(2012\) Green, Innovative, and Profitable: A Case Study of Managerial Capabilities at Interface Inc.](#)

[7 - SGM 5119 - Social Entrepreneurship Blog \(2012\) Case Analysis of Interface Inc.](#)

[8 - Interface \(2012\) Mount Sustainability.](#)

[9 - Ellen MacArthur Foundation \(2010\) Business Case Study 1: Interface Flor.](#)

[10 - WRAP. Refurbishment Resource Efficiency Products Case Study: Carpets, InterfaceFLOR.](#)

¿CÓMO INTERPRETAR LAS FICHAS?

