



MediaMarkt pone a sus productos a competir en sostenibilidad

ELECTRÓNICA/ Más 600 artículos calificados como sostenibles ocupan un lugar preferente en las tiendas. Deben cumplir 3 requisitos: eficiencia energética, reparabilidad y menor consumo de recursos en su fabricación.

Beatriz Treceño, Madrid

Hace una década se generalizó el uso del concepto de obsolescencia programada. Se refería a que muchos productos, especialmente de electrónica, eran fabricados con una vida útil delimitada de antemano y que tras ese periodo perdían su calidad, funcionalidad y utilidad; lo que obligaba al consumidor a sustituirlos por otros nuevos. Ahora, en cambio, los fabricantes intentan alargar la vida útil de los productos para favorecer su reparabilidad, con la consiguiente reducción de impacto en el medio ambiente que ello conlleva.

Este es sólo uno de los pilares de la estrategia de sostenibilidad que acaba de presentar la empresa de distribución de electrónica de consumo, MediaMarkt. La compañía ya ofrece más de 600 referencias catalogadas con el distintivo *Better Way*, que implica que esos artículos son más respetuosos con el medio ambiente y a los que otorga una mejor ubicación dentro de las tiendas para potenciar su venta.

En concreto, son productos que cumplen tres criterios avalados por terceros: eficiencia energética, un menor consumo de recursos en su proceso de fabricación y un alto grado de reparabilidad.

'Smartphones' con sello

Un ejemplo, en el caso de los *smartphones*, para que un modelo tenga el indicador de sostenibilidad se evalúa su índice de reparabilidad en una escala de 1 al 10 y únicamente se consideran productos *Better Way* aquéllos con puntuación mayor o igual a 7. "La respuesta de los clientes ha sido muy positiva", comenta Anna Riera, *sustainability manager* en MediaMarkt España. "En el último año fiscal, la venta de este tipo de productos representó el 14% del total y, para el próximo nos hemos marcado como objetivo crecer hasta el 20%", añade.

Con 112 establecimientos en España, MediaMarkt lleva desde 2017 sentando las bases de la recién estrenada estrategia sostenible. Desde entonces forma parte del Pacto Mundial y, como punto de partida, empezó tratando de reducir sus consumos energéticos. Ya en 2019 se constituyó la estrategia



Arriba, Anna Riera, 'sustainability manager' en MediaMarkt España. A la izq. 'stand' que hace referencia a los dispositivos sostenibles del programa 'Better Way', que destaca los productos más eficientes y con mejor índice de reparabilidad.

Lo que debe tener una lavadora verde

Para que un modelo de lavadora consiga el indicador de sostenibilidad de MediaMarkt, 'Better Way', el producto debe cumplir tres requisitos. En primer lugar, que sea eficiente energéticamente y que, además, lo sea su proceso de centrifugado. Por otro lado, debe disponer de un sistema de detección de carga, ya que determina el ciclo para usar menos agua y energía. Sólo con que no cumpla con uno de los tres criterios ya no estaría incluido dentro de las, por ahora, 600 referencias verdes.



global hasta llegar al actual Plan de Sostenibilidad que gira entorno a tres pilares: disminuir el impacto ambiental que genera su negocio, ofrecer a los clientes productos más sostenibles y reforzar el compromiso social.

Menos emisiones

1. Disminuir el **impacto ambiental**. El grupo se ha fijado como objetivo reducir en un 58,8% las emisiones en sus operaciones propias (Alcance 1 y 2) y en un 32,5% (Alcance 3) las de su cadena de valor

El grupo reducirá un 58% sus emisiones propias y un 32% las de toda su cadena de valor para 2033

para el año fiscal 2032-2033. A nivel logístico, por ejemplo, ya realiza entregas sostenibles en 24 ciudades españolas y, para finales de este año, la previsión es que se alcancen las 30. El 25% de las entregas totales se realiza utilizando vehículos eléctricos. Ade-

más, desde abril de este año, ha iniciado la reposición de productos a algunas de sus tiendas de la comunidad de Madrid con camiones propulsados por gas natural licuado. Con el uso de este combustible conseguirá un ahorro de emisiones de hasta un 30% en comparación con el diésel.

Por otro lado, cada año recoge unas 8.000 toneladas de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAE), además de bombillas, cartuchos de tinta, etcétera.

2. Ofrecer una experiencia de compra más sostenible a través de sus diferentes gamas de productos. Además de las 600 referencias con sello verde, MediaMarkt vende artículos reacondicionados. "Nos diferencia la capacidad de no sólo vender, sino acompañar al producto y alargar su vida útil".

La empresa vende alrededor de 1.500 unidades al mes de productos reacondicionados en España que se ponen a punto en un *hub* de Madrid. Y, a través de diferentes *marketplace*, vende 350 unidades al mes de la mano de *partners* especialistas y trabaja en aumentar esa cifra. "Son devoluciones con pequeños defectos, por ejemplo, los ponemos como seminuevos o a veces sólo con fallos en el *packaging*", añade Riera.

Recompra y alquiler

Por otro lado, MediaMarkt cuenta con un servicio de recompra, diferente al de reacondicionados, que consiste en recoger dispositivos para darles una segunda vida. Para ello, valora el producto y le entrega un vale al cliente por el valor del producto. Así reutiliza piezas o incluso el dispositivo completo. "Aprovechamos hasta las etiquetas electrónicas. Recoge unas 3.000 unidades al mes, unas 400.000 al año sólo en España.

Además, los clientes de este grupo de electrónica de consumo pueden alquilar productos tan variados como patinetes, *smartphones*, ordenadores, *tablets*, cámaras, pequeños electrodomésticos, juegos y realidad virtual, auriculares, tv y proyectores, *smartwatches*, drones y dispositivos de audio, HiFi y *smarthome*.

Por otro lado, MediaMarkt ofrece productos relacionados para apoyar a los clientes en su propio proceso de descarbonización. Es el caso de las placas solares para autoconsumo o de los cargadores para vehículos eléctricos.

3. En el ámbito social, la empresa tiene como principal compromiso reducir la brecha digital, para lo que colabora con colectivos sin acceso a dispositivos o sin habilidades digitales.