

Unidad Didáctica 6

Herramientas para el desarrollo sostenible en empresas

Contenido

1. Sistemas de Gestión Ambiental
2. El etiquetado ecológico
3. El *marketing* ecológico

1. Sistemas de Gestión Ambiental

Uno de los objetivos fundamentales en la gestión ambiental de las empresas es alcanzar la sostenibilidad de su gestión y funcionamiento de manera que les permita desarrollar su actividad sin generar degradación ambiental, al mismo tiempo que mejoran la calidad de vida de la población. No obstante, ninguna empresa abogará por este tipo de gestión sino consigue algún tipo de beneficio (económico, corporativo, de imagen...) o al menos, no le ocasione pérdidas o situaciones de desventaja frente a sus competidores.

Las empresas que abogan por el Desarrollo Sostenible en su gestión son empresas que buscan la eficiencia y la innovación basada en el factor ambiental y que desean sacar partido de mercado a la inversión realizada. Estas son empresas que desde la perspectiva ambiental no se conforman con el cumplimiento de la normativa ambiental sino que, son empresas que van más allá en su gestión, buscando la excelencia ambiental.

Como principales alternativas para la gestión sostenible en las empresas podemos citar:

- Sistemas de Gestión Ambiental.
- El etiquetado ecológico.
- El *marketing* ecológico.

Los Sistemas de Gestión Ambiental conforman unas de las herramientas de gestión ambiental más utilizada y manejada por organizaciones de todo tipo para alcanzar el Desarrollo Sostenible de su funcionamiento.

Por lo tanto podemos definir un **Sistema de Gestión Ambiental** como una manera sistemática y proactiva de manejar los aspectos ambientales de una organización con la idea de prevenir impactos ambientales sobre el entorno y la comunidad, y detectar y capturar oportunidades de ahorro en el uso de recursos y energía y en el manejo de los recursos naturales.

En un Sistema de Gestión Ambiental, los miembros de una organización, dedican parte de su jornada a descubrir y ejecutar métodos para reducir la generación de residuos contaminantes, reutilizar y reciclar restos de materias

primas, elegir materias primas y definir procesos productivos más eficientes, y a administrar sistemas de tratamiento y disposición final de residuos acorde a las normativas vigentes.

Todo Sistema de Gestión Ambiental funciona siguiendo un ciclo dinámico que conlleva la consecución de la Mejora Continua.

La implantación de Sistemas de Gestión Ambiental en las empresas no solo produce beneficios para la consecución del Desarrollo Sostenible sino que también aporta beneficios específicos a las empresas, como los siguientes:

- **Beneficios sobre la gestión empresarial**, se consideran los siguientes:
 - Integra en la gestión global de la organización la gestión ambiental como cualquier área de la empresa.
 - Incentiva el aumento de la creatividad y participación de todo el personal integrante de la organización y logra que aumente la motivación de los trabajadores, lo que favorece un buen ambiente de trabajo.
 - Sirve como complemento a otros sistemas de gestión, como el de calidad o de seguridad.

- **Beneficios legales**, como beneficios derivados obtenemos los siguientes:
 - Minimiza los riesgos de incumplimiento de la normativa vigente y de posibles daños al Medio Ambiente, por lo que evita sanciones, demandas, etc.
 - Facilita el cumplimiento de las obligaciones en materia legal y su mantenimiento actualizado.
 - Evita posibles litigios por competencia desleal.

- **Beneficios sobre la producción**, entre ellos obtenemos los siguientes:
 - Optimiza y mejora los procesos productivos, ya que favorece el control de las materias primas, la reducción en el consumo de energía y agua, la minimización de residuos, etc.
 - Facilita la incorporación de nuevas tecnologías.
 - Hace que los costes de producción se reduzcan.

- **Beneficios sobre los costes ambientales**, los beneficios que se producen los siguientes:
 - Hace posible la identificación de dichos costes.
 - Permite reducir costes de la no gestión, como tasas y cánones, sanciones, accidentes o consumo de recursos.
 - Reduce los gastos en materia de seguros por responsabilidad civil sobre el impacto ambiental.

- **Beneficios económicos**, en cuanto a estos beneficios encontramos:
 - Fomenta la diferenciación de productos, lo que permite aumentar las barreras de mercado.
 - Facilita la adaptación a nuevas demandas de mercado.
 - Permite realizar más fácilmente nuevas inversiones y desarrollo de tecnologías y productos.

Para diseñar e implantar un Sistema de Gestión Ambiental, actualmente destacan dos alternativas posibles. Estas consisten en la aplicación de unas pautas establecidas mediante un reglamento y/o norma, ambas de carácter voluntario, mediante las cuales, las empresas pueden obtener la certificación o registro de dicho sistema:

1. **A través de la Norma de ámbito internacional ISO 14001:2004.** *Sistemas de Gestión Ambiental-Requisitos con orientación para su uso.* Por la que las empresas pueden obtener un certificado con carácter internacional que valida su Sistema de Gestión Ambiental.
2. **Reglamento (CE) 1221/2009, de 29 de noviembre de 2009**, por el que se permite que las organizaciones se adhieran con carácter voluntario a un sistema comunitario de gestión y auditoría medioambientales (**EMAS III**).



Logotipos de EMAS III y de ISO 14001 por AENOR

La Norma ISO 14001 es de aplicación internacional y por tanto de carácter generalista, sin embargo, hace falta impulsar la consecución de un alto nivel de protección ambiental, cosa que garantiza más eficazmente el Reglamento EMAS, el cual goza de un reconocimiento oficial por parte de la Administración Ambiental.

Cuando la empresa ha implantado su SGA, puede obtener su acreditación:

- Para la Norma ISO 14001, el proceso de **certificación** lo realizan entidades reconocidas por ENAC (Entidad Nacional de Acreditación).
- Para el Reglamento EMAS, el proceso de **verificación** lo realizan verificadores ambientales acreditados; posteriormente, la empresa se registra en el organismo competente, normalmente la Dirección General de Calidad Ambiental.

1.1. Sistemas de Gestión Ambiental según la Norma UNE-EN-ISO 14001:2004

Las Normas de la familia ISO 14000 son una serie de normas internacionales creadas para la gestión ambiental. Está compuesta por un grupo de normas cuyo principal objetivo es mejorar los resultados ambientales de una organización, sea cual sea su tamaño y grado de implantación en el mundo, ya que se trata de una norma internacional.

La ISO 14001:1996 fue la primera Norma de la serie 14000 que especificó los requisitos que debe cumplir un Sistema de Gestión Ambiental. Es

una norma voluntaria que fue desarrollada por la *International Organization for Standardization* (ISO) en Ginebra.

Dentro de la familia de las Normas ISO 14000, la ISO 14001:2004 es la única que establece los requisitos en base a los cuales se puede obtener un certificado en gestión ambiental, concretamente proporciona las herramientas necesarias a las organizaciones para que puedan desarrollar un SGA que les conduzca hacia la certificación del mismo, una vez superado un proceso de auditorías externas o de certificación.

La ISO 14001:2004 constituye una herramienta muy importante de *marketing* y de mejora de competitividad, siendo precisamente la evolución que han sufrido los mercados lo que ha generado la necesidad de desarrollar Sistemas de Gestión Ambiental en las organizaciones.

Finalmente, es importante conocer que se trata de una norma muy flexible ya que otorga la posibilidad a las organizaciones de realizar todas las acciones que estas consideren adecuadas para minimizar sus impactos ambientales.

La ISO 14001 no prescribe requisitos de actuación ambiental, salvo el requisito de compromiso de continua mejora y la obligación de cumplir la legislación y regulación relevantes.

Todos los requisitos de la ISO 14001 tiene como finalidad la incorporación a cualquier Sistema de Gestión Ambiental. La amplitud de la aplicación de los requisitos de esta norma por las organizaciones dependerá de factores como:

- La política ambiental de la organización.
- La naturaleza de sus actividades.
- Las condiciones en las que opera.

Para la implantación de Sistemas de Gestión Ambiental, en cualquier organización, ha de tenerse en cuenta los siguientes aspectos:

- La política ambiental y las pautas de comportamiento respecto al SGA.
- La estructura organizativa de la empresa.
- La legislación vigente en materia ambiental aplicable a la organización.

- La asignación de los recursos materiales y humanos necesarios para su implantación.

Las **etapas** para la implantación de un SGA siguen los siguientes pasos:

1. Compromiso de la alta dirección de la organización.
2. Constitución del equipo de trabajo.
3. Revisión ambiental inicial.
4. Planificación de la estrategia a seguir.
5. Definición de la política ambiental.
6. Identificación de los aspectos ambientales.
7. Registro de requisitos legales y otros requisitos.
8. Establecimiento de objetivos, metas y programas ambientales.
9. Elaboración de la documentación.
10. Implementación, generación de registros.
11. Control del sistema y corrección de sus desviaciones.
12. Validación del funcionamiento del sistema.
13. Auditoría y certificación.

El aspecto clave de la implantación de un SGA es la identificación de las responsabilidades para todas y cada una de las áreas implicadas. Además los diferentes responsables de las distintas áreas han de estar en perfecta coordinación para el eficaz funcionamiento del SGA.



Sabía que...

Según ISO Survey 2008, España se situó ese año y por cuarto año consecutivo, como el tercer país del mundo y primero de Europa por número de certificados de Sistemas de Gestión Ambiental ISO 14001, con 16.443 reconocimientos.

Certificación del SGA según la ISO 14001. La forma de comprobar y validar que un SGA ha sido implementado correctamente y que su funcionamiento es

eficaz y así poder obtener el certificado de verificación es a partir de un llamado proceso de certificación.

La certificación es el procedimiento mediante el cual una tercera parte asegura por escrito que un producto, un proceso o un servicio están en consonancia con los requisitos prefijados en la forma.

Los motivos que pueden llevar a una organización a certificar su SGA son muy variados y entre ellos podemos destacar: mejoras en las prácticas de gestión, un mayor impacto comercial, mejora de la imagen empresarial, mejora de la cuota de mercado, etc.

El proceso de certificación es llevado a cabo por organismos certificadores, reconocidos como tal por una entidad de acreditación para tal finalidad.

Cualquier empresa que pretenda obtener la certificación de su SGA puede acudir a alguna de estas entidades y solicitar la auditoría de certificación.

Si una vez superada la auditoría de certificación, se han detectado no conformidades y se han instrumentado acciones correctoras, el organismo de certificación decidirá si la entidad es conforme a la norma. Si es así, se le otorga el certificado, en caso de no ser conforme se le instará a corregir los fallos hasta obtener la conformidad.



Nota

Los organismos que llevan a cabo las certificaciones de los SGA en las empresas como AENOR, APPLUS, BUREA VERITAS o SGS, entre otros, tienen que estar acreditados para ello por ENAC.

1.2. Sistemas de Gestión Ambiental según el Reglamento EMAS

En un principio, este sistema surgió con la intención de proporcionar un marco concreto que facilitara el comportamiento ambiental sostenible de las empresas.

Posteriormente, la Unión Europea fue un poco más allá en su objetivo de facilitar el establecimiento de pautas sistemáticas de comportamiento, aprobando el Reglamento 1836/93, de carácter voluntario, sobre ecogestión y ecoauditoría. Este es conocido a partir de entonces como Reglamento EMAS.

El Reglamento EMAS 1836/93 permitía que las empresas del sector industrial se pudiesen adherir voluntariamente a un Sistema de Gestión Ambiental con el objetivo único de promover la mejora continua del comportamiento ambiental de las empresas.

No obstante, este Reglamento fue sustituido por el reglamento nº 761/2001 que obedecía al objetivo del anterior Reglamento, así como a la ampliación de la responsabilidad compartida en el ámbito de protección del Medio Ambiente. Según el Reglamento 761/01, cualquier tipo de organización (y no solo las empresas del sector industrial) podían utilizar un sistema de gestión EMAS.

Este Reglamento ha quedado también modificado y derogado por el Reglamento 1221/2009 de 29 de noviembre en la que además se extiende el ámbito de aplicación que pasa de ser solo europeo a extenderse también a organizaciones con activos fuera de la Unión Europea (lo cual le da un carácter más internacional, es lo que se ha venido a llamar **EMAS Global**).

EMAS es un esquema voluntario gestionado por los Estados Miembros de la Unión Europea. EMAS significa: **Sistema Comunitario de Ecogestión y Auditoría**.

Las empresas que quieran adoptar este esquema deben establecer un Sistema de Gestión Ambiental, desarrollar un programa de acción y revisar e informar públicamente de su actuación ambiental. Su trabajo y documentación serán verificados y juzgados por expertos independientes, públicamente acreditados. Las empresas que lo realicen con éxito serán públicamente reconocidas.

El Reglamento EMAS se extiende a todos los sectores económicos. En concreto, engloba a todas las actividades recogidas en las secciones C (industrias extractivas) y D (industrias manufactureras) de la clasificación de actividades económicas de la Unión Europea, las actividades relacionadas con la producción de electricidad, gas, vapor y agua caliente y con el reciclado, tratamiento, destrucción o eliminación de residuos sólidos o líquidos, quedando a potestad de cada Estado Miembro el incluir otros sectores, como pudiera ser comercio y servicios públicos.

El **objetivo** de este Reglamento es promover mejoras continuas en los resultados de las actividades, productos y servicios en relación con el Medio Ambiente, mediante:

- El establecimiento y aplicación por parte de las empresas de Sistemas de Gestión Ambiental.
- La evaluación sistemática, objetiva y periódica del funcionamiento de tales sistemas.
- La propagación de información sobre el comportamiento ambiental de la empresa, así como del diálogo abierto con el público y otras partes interesadas.
- La implicación activa del personal de las organizaciones, así como una formación adecuada.



Recuerde

Las empresas pueden implantar SGA en base a la Norma ISO 14001:2004 (que tiene carácter internacional), o en base al Reglamento Europeo EMAS III.

Requisitos para la Implantación del Sistema de Gestión Medioambiental según el Reglamento EMAS III

Los requisitos que plantea el Reglamento EMAS III para la implantación del SGA en las organizaciones se fundamentan en los requisitos establecidos por la Norma Internacional ISO 14000 y además se incluyen algunas particularidades. Por tanto los requisitos operativos para la correcta implementación de un SGA según EMAS son los que se enuncian a continuación:

- **Requisitos generales:** las organizaciones deberán documentar, implementar, mantener y mejorar continuamente el SGA atendiendo a los requisitos de ISO 14000, además deben documentar y definir el alcance de su Sistema de Gestión Ambiental.
- **Política ambiental:** Las altas direcciones de las diferentes organizaciones serán las encargadas de definir la política ambiental, asegurándose con ello de que la política ambiental cumple con los siguientes requisitos:
 - Es **apropiada** y tiene adecuación con la naturaleza y magnitud del impacto ambiental que generan sus actividades, productos o servicios.
 - Se encuentra comprometida con la **mejora continua** y la prevención de la contaminación.
 - Se compromete a **cumplir los requisitos legales** aplicables y con cuantos requisitos la organización suscriba de acuerdo a sus aspectos ambientales.
 - La política medioambiental ha de proporcionar un **marco de referencia para establecer los objetivos y metas ambientales**.
 - Asegurarse de que la política ambiental está **documentada, implementada** en la organización y **se mantiene** en el tiempo.
 - **Se comunica a todas las personas** que forman parte de la organización.
 - Se encuentra a **disposición del público** que lo solicite.
- **Planificación:** las diferentes organizaciones establecerán procedimientos firmes de acuerdo con los siguientes apartados:
 - Los **aspectos ambientales**, sobre los que establecerán procedimientos para identificar los aspectos medioambientales de sus activida-

des, productos o servicios; así como identificar aquellos impactos ambientales que puedan causar sobre el Medio Ambiente.

- El **análisis medioambiental**, las organizaciones determinarán un análisis medioambiental inicial que les permitirá determinar cuáles son los requisitos legales aplicables en materia medioambiental a sus actividades (los pasos para la realización de este análisis medioambiental están especificados en el Anexo I del Reglamento EMAS III).
- Las organizaciones establecerán e implementarán procedimientos para establecer los **requisitos legales y otros requisitos** en relación con sus aspectos medioambientales y determinarán cómo se aplican estos requisitos.

También establecerán procedimientos para promocionar el **respeto a la legislación**, según la cual las organizaciones que quieran acogerse a este Reglamento han de demostrar que tienen conocimiento en cuanto a la normativa, han adoptado las disposiciones oportunas y han establecido procedimiento que les permiten acogerse de manera permanente.

- **Objetivos, metas y programas:** tanto los objetivos como las metas y los programas han de contar con instrumentos de implementación y procedimientos debidamente documentados. Los programas deben incluir tanto la asignación de las responsabilidades para alcanzar los objetivos y metas como los medios que serán requeridos y los plazos para lograrlos. Como medida adoptada por EMAS en este apartado se incluye que las organizaciones deberán demostrar que en el procedimiento de auditoría se tratan los comportamientos reales de la organización, además los objetivos y metas han de comprometerse a una mejora continua y se establece que si la organización se encuentra formada por más de un centro, cada centro que quiera acogerse a EMAS ha de incluir todos los requisitos de forma específica.
-
- **Implementación y operación.** En este apartado se van a incluir los siguientes puntos o subapartados:
 - **Recursos, funciones, responsabilidad y autoridad:** la dirección de la organización deberá asegurarse de que los recursos esenciales para implementar el SGA se encuentran disponibles, se definirán y documentarán las funciones y la autoridad de competencia para el

desarrollo del sistema, además se definirán los representantes de la dirección que se encargarán de velar por la adecuada implementación y desarrollo del SGA.

- **Competencia, formación y toma de conciencia:** para lo que será necesario la implicación y participación activa de los trabajadores de la organización, así como un flujo de información recíproca entre estos y la alta dirección de la organización en este sentido. Se deben planificar los procedimientos óptimos para la adecuada formación de los trabajadores o tomar en consideración cuantas experiencias o acciones sean oportunas para satisfacer las necesidades de estos, así como hacer que tanto los trabajadores de la organización, como los que puedan actuar en su nombre tomen conciencia de la importancia del desarrollo del Sistema de Gestión Ambiental. Además de esto los trabajadores han de participar en el proceso de mejora continua del SGA.
- **Comunicación:** se deben establecer procedimientos para mejorar o establecer la comunicación en cuanto al SGA en la organización, esta comunicación ha de ser interna, es decir, entre los diferentes niveles de funciones de la organización y externa, en cuanto a recibir, documentar y responder a las partes o elementos externos que puedan estar interesados. Las organizaciones deberán además demostrar franqueza y transparencia en el suministro periódico de información que deben aportar así como mantener un diálogo abierto con todas las partes que puedan estar interesadas en esta información, incluyendo los clientes y las comunidades locales.
- **Documentación.** La documentación que se debe aportar para implementar el SGA debe incluir: La política, objetivos y metas ambientales, la descripción del sistema de gestión ambiental, la descripción de los elementos principales del sistema y su interacción así como la referencia a los documentos relacionados, los documentos (incluyendo los registros) requeridos en la Norma internacional ISO 14000 y, por último, los documentos necesarios para asegurar la eficacia de planificación y el control de los procesos.
- **Control de los documentos.** Tanto los documentos como los registros (un tipo especial de documentos) han de estar debidamente controlados, para ello se establece que: se deben implementar los procedimientos correspondientes para aprobar los documentos en relación

con su adecuación antes de su emisión, revisarlos y actualizarlos, asegurarse de que se identifican los cambios y el estado actual de revisión de estos, asegurarse de que permanecen disponibles, son legibles y se identifican fácilmente, se han de identificar los documentos externos a la organización, así como proteger de usos de materiales o documentos obsoletos.

- **Control operacional:** la organización ha de poder reconocer y planificar las operaciones relacionadas con aquellos aspectos medioambientales que se recogen en su política medioambiental y poder establecer los procedimientos adecuados.
 - **Preparación y respuesta ante emergencias:** se han de establecer los procedimientos adecuados para identificar situaciones potenciales de emergencia y métodos de respuesta ante ellas.
- **Verificación:** es proceso de verificación implica a su vez varios apartados de procedimientos.
- **Seguimiento y medición.** Se han de establecer los procedimientos oportunos para evaluar y medir el SGA, esto ha de ser un proceso continuo y regular y los procedimientos para su seguimiento han de ser correctamente documentados. Así como mantener los instrumentos de medida que sean necesarios debidamente calibrados para desarrollar su función.
 - La organización ha de ser coherente con el cumplimiento legal y establecer un procedimiento de evaluación de este, así como especificar y medir todos aquellos procedimientos legales a los que la organización se haya circunscrito.
 - Se deben implantar también y mantener estrategias para tratar las no conformidades reales y potenciales, así como tomar en consideración las correspondientes acciones correctivas y preventivas.
 - En lo relativo al control de los registros, se especifica que estos han de estar identificados, debidamente almacenados y protegidos, para facilitar la recuperación y la disposición de estos.
 - **Auditoría Interna.** A través de este apartado las organizaciones han de determinar si el sistema ambiental de gestión está conforme con las disposiciones de la Norma ISO 14000, se han implementado debidamente sus apartados, y se proporciona la información a la

dirección en cuanto a las auditorías. Se han de establecer además las responsabilidades y requisitos para planificar las auditorías y los criterios de la misma, así como su alcance y su frecuencia.

- **Revisión por la dirección.** La alta dirección de la empresa debe revisar el Sistema de Gestión Ambiental, estas revisiones han de ser periódicas y estar debidamente planificadas, en estas revisiones se deben incluir: los resultados de las **auditorías internas** y evaluaciones de cumplimiento con los requisitos legales y otros requisitos, las comunicaciones de las partes interesadas externas (incluidas las quejas), el desempeño ambiental de la organización, el grado de cumplimiento de objetivos y metas, el estado de las acciones correctivas y preventivas, el seguimiento de las acciones resultantes de las actividades previas de llevadas a cabo por la dirección, los cambios en las circunstancias incluyendo la evolución de los requisitos legales y las recomendaciones para la mejora.

Logotipo de EMAS

Es la marca del Reglamento, representa tanto la prueba de la existencia de la excelencia ambiental, como la fiabilidad y credibilidad de la información respecto a su actuación ambiental.

El logotipo EMAS no es una ecoetiqueta, ya que no proporciona ninguna información sobre un producto al consumidor. Es un sello de fiabilidad de la información suministrada y de la participación en el amplio sistema europeo, pero no es un sello de superioridad de los productos.

El logotipo EMAS III podrán usarlo exclusivamente las organizaciones registradas y únicamente mientras su registro sea válido. Solo se podrá usar siempre que se mantengan las siguientes características:

- Se podrá usar en cualquiera de las 23 lenguas que se recogen en el texto (Anexo V del mismo) y solo siempre que la denominación coincida con las especificadas.
- Además se establece que solo se podrá usar en color negro, blanco, escala de grises o con los tres colores que aparecen especificados (verde, azul y amarillo).

- Si una organización tiene centros en varios estados velará para que en sus comunicaciones con el público quede claro cuál de sus centros están incluidos en el registro EMAS.
- El logotipo EMAS no se usará en embalajes de productos.
- No se usará el logotipo de un modo que pueda producir confusión con etiquetas ecológicas de productos.
- Una condición esencial del Reglamento EMAS es que una vez que el SGA ha alcanzado su madurez, requerirá la existencia de un verificador ambiental acreditado para validar la declaración ambiental y certificar de una manera crítica la realidad y actuación del SGA.



Nota

Los expertos verificadores son auditores ambientales especializados, acreditados y controlados por el Estado u otras instituciones públicas. La supervisión es realizada por las Administraciones Públicas.

- La información medioambiental publicada podrá ostentar el logotipo EMAS siempre que haya sido validada por un verificador ambiental que pueda asegurar que:
 - Es exacta.
 - Está fundamentada y es verificable.
 - Es pertinente y es utilizada en un contexto o lugar adecuados
 - Es representativa del comportamiento global de la organización
 - Tiene pocas probabilidades de ser mal interpretada.
 - Es significativa respecto al impacto ambiental global.

1.3. Diferencias entre EMAS e ISO 14001

Tanto la Norma como el Reglamento comparten el mismo enfoque pero se diferencian en algunos aspectos de exigencia, de modo que son compatibles pero no equivalentes.

La idea básica con la que debemos partir es que ambos sistemas son herramientas de gestión ambiental que pretenden que la mejora en la gestión del Medio Ambiente vaya más allá del cumplimiento de la legislación, al mismo tiempo que facilitan medios para su cumplimiento.

Las diferencias más significativas en cuanto al Reglamento EMAS III y la Norma Internacional ISO 14001 son las que tienen relación con los siguientes aspectos:

- **Revisión inicial:** el Reglamento EMAS III requiere específicamente la realización de una revisión inicial antes del implantar el SGA, en cambio en la Norma ISO 14001 solo se indica su idoneidad para desarrollar el SGA.
- **Ámbito de aplicación:** 14001 es una Norma de tipo internacional, el Reglamento EMAS se circunscribe al ámbito europeo y a las organizaciones con activos fuera de la UE.
- **Declaración medioambiental:** EMAS requiere una declaración medioambiental que sea pública, esté disponible para quien la requiera y se encuentre verificada, en cambio la Norma ISO 14001 no requiere de ninguna declaración ambiental.
- **Auditoría:** EMAS especifica que cada tres años se debe completar el ciclo de auditoría, o cada cuatro años para las pequeñas empresas. La Norma ISO 14001 no especifica ninguna frecuencia para las auditorías.
- **Mejora continua:** ISO 14001 establece que la mejora continua y el uso de la mejor tecnología ha de realizarse siempre que sea posible y económicamente viable, el Reglamento EMAS incluye el compromiso de la mejora continua y la reducción de los impactos ambientales a los niveles de uso de la mejor tecnología posible siempre que sea económicamente viable.
- **Compromiso de cumplir con la legislación:** en ISO 14001 se solicita el compromiso de cumplir con la legislación vigente y en EMAS III se especifica que todas las organizaciones deben cumplir con toda la legislación vigente en cuanto a medioambiente

Por último hay que señalar que la verificación EMAS puede ser un paso independiente y/o complementario de la certificación ISO 14001. El mayor nivel de protección así como las mayores exigencias en cuanto a comunicación con el público a través la declaración medioambiental hacen que EMAS se constituya como un paso posterior una vez que la empresa ha consolidado su SGMA a través de ISO 14001.

De hecho es lo que sucede en la realidad. Las organizaciones prefieren iniciarse con ISO, ya que es más sencilla de implantar y con una estructura equivalente a ISO 9000, para finalmente culminar con EMAS.



Recuerde

Los SGA implantados en base al Reglamento EMAS requieren mayores exigencias ambientales que los implantados en base a la Norma ISO 14001.

2. El etiquetado ecológico

La etiqueta ecológica es un instrumento de gestión ambiental que garantiza la producción de productos y servicios compatibles y respetuosos con el Medio Ambiente, a la vez que ayuda a la consecución del Desarrollo Sostenible.

Una etiqueta ecológica es una definición ambiental que figura en los envases o embalajes, en los folletos u otra literatura sobre un producto determinado.

Concretamente el sistema actual de etiquetado ecológico es un distintivo que se le concede a aquellos productos que tengan un impacto reducido sobre el Medio Ambiente, desde las fases de elaboración hasta su eliminación, siguiendo una serie de determinados criterios ecológicos.

Las **ventajas** que ofrece el sistema de etiqueta ecológica pueden resumirse de la siguiente forma:

- Ofrecer información exacta y veraz sobre el impacto ambiental de un producto concreto.
- Sensibilizar a los consumidores.
- Mejorar las ventas o imagen del producto etiquetado.
- Apremiar a los fabricantes que asuman la responsabilidad de la incidencia de sus productos en el Medio Ambiente.
- Proteger el Medio Ambiente.

Actualmente existen diversos sistemas de concesión de etiquetas ecológicas regulados por diferentes normativas, como pueden ser la de la Unión Europea, la estatal y/o la de las comunidades autónomas.

Los procedimientos y requisitos son diferentes, así como a los productos a lo que se les puede aplicar el procedimiento de concesión, de manera que unas no son de aplicación a productos alimentarios, como la **ecoetiqueta ecológica**, mientras que otros, como la **etiqueta europea de agricultura ecológica** o las de diferentes órganos reguladores de la agricultura ecológica que tiene las comunidades autónomas, son de aplicación exclusiva a productos agroalimentarios.

Hasta el año 2000 podemos hablar de una fase de introducción de las ecoetiquetas en los mercados, donde su ritmo de crecimiento fue muy bajo.

Sin embargo, a partir del año 2001 se inició una fase de crecimiento, donde tanto el número de licencias como el número de productos certificados experimentaron un importante crecimiento.

2.1. Tipos de ecoetiquetas

Existen varios tipos de etiqueta ecológica según el organismo que la otorgue y los criterios que se apliquen:

Etiquetado de Tipo I

Son esquemas voluntarios cuyos productos son certificados por una entidad independiente y en los que se establecen criterios en virtud de los cuales ciertos productos, dentro de una categoría, son identificados como productos

ecológicos. Estos productos son autorizados a utilizar un logotipo identificativo que acredita que el producto cumple con los criterios ecológicos establecidos. Ejemplos de etiquetado de Tipo I:

- El Ángel Azul alemán.
- El Cisne.
- El Blanco de los países nórdicos.
- La ecoetiqueta de la Unión Europea.
- La ecomarca de Japón, etc.



Ecoetiquetas "Ángel azul" (Alemania) y Países Nórdicos

Las **características** del etiquetado de Tipo I son:

1. Es un etiquetado voluntario.
2. Implica el otorgamiento de una etiqueta cuando el producto cumple ciertos criterios.
3. Tienen como objetivo identificar y promover productos ecológicos.
4. Los criterios de aprobación/desaprobación son establecidos para cada categoría de producto después de considerar los impactos en todo su ciclo de vida del producto.
5. Están disponibles públicamente.

La normativa ISO aplicable para este esquema es la **ISO 14024**.

Etiquetado de Tipo II

Se trata de autodeclaraciones informativas de aspectos ambientales de productos para considerarlos como productos ecológicos. Son realizadas por el propio fabricante en forma de textos, símbolos o gráficos y exigen la responsabilidad

de cumplimiento del contenido de la información, tales como etiquetas en el producto en el envase, literatura del producto, boletines técnicos, avisos, publicidad, *telemarketing*, medios digitales o electrónicos e internet.

Incluye declaraciones como: “reciclable”, “60% libre de fosfatos”, etc.



Ejemplo de ecoetiquetado de tipo II

Con objeto de combatir la publicidad engañosa en relación con la publicidad de los productos ecológicos, ISO ha desarrollado la Norma **ISO 14021** sobre ecoetiquetado de Tipo II.

Etiquetado de Tipo III

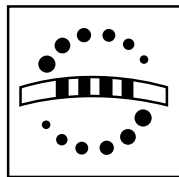
El etiquetado Tipo III es una nueva forma de declaración ambiental, que ofrece información sobre el impacto ambiental de un producto o servicio a través de análisis del ciclo de vida. Se ha desarrollado para evitar algunas de las dificultades que se han presentado con los esquemas de etiquetado Tipo I en la que se obliga a un que solamente un porcentaje bajo de productos de una categoría pudieran cumplir con los criterios ecológicos establecidos.

Los esquemas de Tipo III utilizan un enfoque científico basado en consideraciones del análisis del ciclo de vida (ACV). Están regulados por la Norma **ISO 14025**.

No obstante, existen otras normas que permiten obtener el correspondiente etiquetado ecológico:

- **NORMA ISO 14020:** etiquetado ecológico. Principios generales. Establece nueve principios generales que deben considerarse para el desarrollo del etiquetado y declaraciones ambientales. La intención es que las especificaciones en las demás normas de etiquetado ambiental, actualmente bajo el desarrollo del SC3, deberían ser consistentes con los principios generales establecidos en ISO 14020.
- **NORMA ISO 14022:** etiquetado ecológico. Símbolos.
- **NORMA ISO 14023:** etiquetado ecológico. Metodologías de ensayo y verificación ambiental.
- **NORMA ISO/ TR 14062:** integración de aspectos medioambientales en el desarrollo de productos.

El documento tiene como objetivo principal brindar información técnica y herramientas útiles, a los profesionales del diseño y desarrollo, para identificar e integrar los aspectos ambientales en el desarrollo de productos y servicios, elaborado no solo para las grandes organizaciones sino también para las medianas y pequeñas empresas.



Recuerde

- Las etiquetas ecológicas Tipo I están reguladas por la Norma ISO 14024.
- Las etiquetas ecológicas Tipo II están reguladas por la Norma ISO 14021.
- Las etiquetas ecológicas Tipo III están reguladas por la Norma ISO 14025.

2.2. El etiquetado ecológico europeo

La etiqueta ecológica europea tiene por objeto la promoción de productos que puedan reducir los efectos ambientales adversos, en comparación con otros productos de la misma categoría.

La ecoetiqueta europea consiste en un logotipo que permite diferenciar al consumidor aquellos productos del mercado europeo que garantizan un mayor respeto ambiental frente a otros productos con usos idénticos o similares que lo hacen.

La etiqueta ecológica europea presentan las siguientes características:

- Es comparable a otros sistemas nacionales de etiqueta ecológica que no pretende sustituir a otras etiquetas ambientales ecológicas.
- Se gestiona a través de organizaciones autorizadas en cada uno de los Estados Miembros de la Unión Europea. Los criterios de concesión o denegación a cada producto se elaboran a escala comunitaria y son los mismos en todos los países.
- Una vez otorgada, la etiqueta es válida en todos los países de la Unión Europea.

Es un distintivo que permite a los fabricantes poner en conocimiento de clientes y consumidores el hecho de que sus productos son ambientalmente más correctos que otros de similares características.

Presentan como ventajas añadidas que puede ser reconocida y valorada, de modo homogéneo, en todos los países de la Unión Europea, de que su gestión está en manos de organismos oficiales de carácter público, no sujetos a presiones comerciales, y que ofrece a los consumidores información veraz sobre la repercusión ambiental del producto a lo largo de su vida y de su eliminación.

El ámbito de aplicación de la etiqueta ecológica se extiende a todo tipo de productos, con la excepción de:

1. Los productos alimenticios.
2. Las bebidas.

3. Los productos farmacéuticos.
4. Los dispositivos médicos definidos en la Directiva 93/42/CEE.
5. Las sustancias o preparados clasificados como peligrosos.
6. Los productos fabricados mediante métodos que puedan ser perjudiciales.

Los aspectos que se valoran con la etiqueta ecológica son las siguientes:

- Protección de la atmósfera, agua y suelo.
- Ahorro de energía.
- Gestión de recursos naturales.
- Repercusiones en los ecosistemas.
- Seguridad ambiental.
- Ruido.

Las categorías principales de productos para los que se concede la etiqueta ecológica son:

1. Textiles.
2. Pinturas.
3. Detergentes.
4. Papel.
5. Colchones.
6. Calzado.
7. Electrodomésticos.
8. Bombillas.
9. Ordenadores.
10. Muebles, etc.



Ecoetiqueta europea en un producto multiuso

Desde su creación los objetivos del Sistema Europeo de Etiqueta Ecológica se ha dirigido a:

- Identificar productos cuya elaboración y naturaleza es menos dañina para el Medio Ambiente.
- Proporcionar al consumidor información sobre aquello que consume para que use esta información en su elección de comparar a favor de productos o servicios que dispongan de etiquetas ecológicas.

Se trata de un sistema voluntario que fomenta la fabricación y comercialización de productos respetuosos con el Medio Ambiente, que resulta plenamente compatible con otros sistemas nacionales de etiquetado ecológico.

La etiqueta se solicita y se gestiona a través de organizaciones autorizadas en cada Estado miembro y, una vez otorgada, tiene validez en el ámbito territorial de todos los países de la Unión Europea.

El Reglamento que regula la etiqueta ecológica estableció un organismo encargado de la determinación y revisión de los criterios para la concesión de la misma, llamado **Comité de la Etiqueta Ecológica de la Unión Europea**.

El sistema comunitario de concesión de la etiqueta ecológica consta de tres fases: establecimiento de los criterios ecológicos, concesión de la etiqueta a los productos y vigencia de la etiqueta.

Antes de conceder la etiqueta se llevan a cabo las siguientes operaciones:

1. Comprobar que el producto cumple con los criterios aprobados y publicados en el **Diario Oficial de las Comunidades Europeas**.
2. Comprobar que la solicitud se ajusta a los requisitos de evaluación y verificación del cumplimiento.
3. Haber consultado a los organismos competentes cuando el requisito sea necesario.

En el caso de que no haya objeciones derivadas de las citadas comprobaciones, el organismo competente concede la Etiqueta Ecológica Europea y celebra con el solicitante un contrato sobre las condiciones de utilización de esta. Este contrato adopta el modelo establecido por la Comisión Europea.

La autorización de usos de la etiqueta ecológica conlleva el pago de un **canon anual** por utilización que oscila entre **500 y 25.000 euros** por categoría de producto y solicitante.

Logotipo de la etiqueta ecológica europea

El producto ecoetiquetado es fácilmente reconocido de otros tipos de productos ecológicos debido a su inconfundible logotipo consistente en una flor de color verde en cuyo centro figura la letra “E” rodeada por la corona con las doce estrellas de Unión Europea, el número de Estados miembros en aquel momento.



Normalmente consta de dos partes: una primera donde figura el logotipo, y una segunda que contiene información sobre los motivos de la concesión de la etiqueta ecológica. Dicha información debe referirse por lo menos a uno y a no más de tres efectos ambientales, todo ello de forma sucinta.

Ambas partes pueden aparecer conjuntamente en el producto, y cuando el aspecto de espacio constituya un factor importante para productos de pequeño tamaño, la segunda parte puede omitirse siempre y cuando la etiqueta completa aparezca en otras aplicaciones relacionadas con el mismo producto, es decir, puede aparecer la primera parte de la etiqueta en el producto, siempre y cuando la etiqueta completa aparezca en algún otro punto del envasado, los folletos informativos u otro material existente en los puntos de venta.

Las **obligaciones** que suscriba la etiqueta ecológica son:

1. La ecoetiqueta será claramente visible y solo se utilizará con la forma y color establecidos.
2. El derecho de utilización de la ecoetiqueta no incluye la utilización de la misma como parte de la marca registrada.
3. El titular garantizará que el producto cumple, durante el período de validez del contrato, con los criterios de la categoría de producto y especificaciones aplicables.
4. El titular informará por correo certificado de las modificaciones de las características del producto aun cuando no afecten al cumplimiento de los criterios.
5. El organismo competente podrá realizar las comprobaciones que considere oportunas.
6. El titular hará referencia a la concesión de la ecoetiqueta únicamente en relación con el producto certificado.
7. El titular evitará toda publicidad falsa o engañosa que pueda dar lugar a confusiones o ponga en tela de juicio la credibilidad de la misma.

El proceso de obtención de ecoetiqueta ecológica

Una empresa que desee disponer de la etiqueta ecológica en algún producto debe realizar los siguientes pasos:

1. **Información preliminar.** En primer lugar debe asegurarse que existen criterios ecológicos establecidos para la categoría de productos a la que pertenece, y consultar las Decisiones de la Comisión con objeto de evaluar a priori si su producto se encuentra dentro del ámbito de aplicación y es susceptible de cumplir con los criterios ecológicos. Si el producto que solicita esta distintivo no dispone de criterios ecológicos pues no existe dentro de su categoría de productos ecoetiquetas otorgadas, se estudiará, por parte del organismo competente, la viabilidad y los criterios ecológicos a exigir.



Nota

Actualmente en España existen criterios definidos para 21 categorías de productos.

2. **Solicitud.** Una vez que la empresa ha tomado la decisión de solicitar la ecoetiqueta para un producto, se debe formalizar una solicitud por escrito dirigida al órgano ambiental competente con la siguiente documentación. El organismo competente informará sobre la documentación necesaria en cada caso en función de los criterios ecológicos de cada categoría de producto.
3. **Evaluación de la solicitud.** Una vez presentada toda la documentación acreditativa necesaria, el organismo competente procederá a evaluar la solicitud, examinando la documentación a fin de comprobar el cumplimiento de los criterios ecológicos y la adecuación e idoneidad del producto. Durante el proceso de evaluación, el organismo competente podrá solicitar, si lo considera necesario para la evaluación de los criterios ecológicos, información adicional relativa al producto e incluso, si es pertinente, se podría plantear una visita a las instalaciones.
4. **El proceso de concesión y la firma del contrato.** Una vez que la Comisión de Etiquetado Ecológico aprueba el expediente, el organismo competente procede a dictaminar la resolución favorable para la concesión de la ecoetiqueta. La resolución será notificada al solicitante en un plazo máximo de seis meses desde que se inicia el expediente, requiriéndole para la firma del contrato de la utilización de la ecoetiqueta. El solicitante, debe efectuar el abono de la tasa anual correspondiente. Para el abono de la tasa anual, se estimará el volumen previsto de ventas durante el año siguiente a la concesión, siendo revisado al cabo del año, mediante la presentación de una declaración de las ventas totales del producto certificado en el territorio de la Comunidad Europea. La concesión de la etiqueta ecológica será publicada en el Boletín Oficial de la Comunidad correspondiente, igualmente se notificará al Ministerio Agricultura, Alimentación y de Medio Ambiente para que lo comunique a la Comisión Europea y sea incluido en el Registro Europeo de la Ecoetiqueta. Si la

resolución no fuera favorable se dispondrá de un plazo de 10 días para presentar alegaciones, si estas son admitidas, el proceso continuará, en caso contrario, se resolverá como Denegada la concesión de la Etiqueta.

5. **El contrato.** Las condiciones de uso de la ecoetiqueta, y los derechos y obligaciones adquiridos, quedan formalizados a través del contrato que se firma entre el solicitante y el organismo competente. El contenido genérico de estos contratos ha sido fijado por la Decisión de la Comisión 2000/729/CE de 2000, relativa a un contrato tipo sobre las condiciones de utilización de la etiqueta ecológica comunitaria. El contrato tiene una validez determinada, como norma general, o hasta la fecha de expiración de los criterios de la categoría de productos. Una vez que expira el contrato, no se podrá seguir utilizando la ecoetiqueta, excepto por un período de seis meses en los productos almacenados con anterioridad. El contrato podrá ampliarse a una gama de productos más amplia que la inicialmente prevista, siempre y cuando los nuevos productos pertenezcan a la misma categoría y se ajusten a los criterios ecológicos. Ahora bien, debe quedar claro que el uso de este etiquetado solo puede hacerse para el producto que se trate, el que ha sido evaluado y ningún otro. No se trata de una etiqueta que avale una marca, un establecimiento, o fabricante, sino exclusivamente un producto en concreto.
6. **Verificación y seguimiento del uso de la ecoetiqueta.** El organismo competente efectuará labores de control y seguimiento del uso de la ecoetiqueta durante el período de validez del contrato. Se verificará anualmente que el titular de la ecoetiqueta realiza el pago de la tasa anual y continúa cumpliendo todos los requisitos que dieron lugar a su concesión. Para ello, el concesionario deberá remitir la documentación oportuna para la verificación. Así mismo, el organismo competente verificará que se está procediendo al correcto uso de la etiqueta, mediante los mecanismos que considere oportunos. El concesionario debe cumplir los requisitos establecidos en el contrato. En el caso de que se produzcan modificaciones en el producto que no afecten a las condiciones de la etiqueta, se comunicará a la Dirección General. Si esos cambios son circunstanciales y afectan a las condiciones de la etiqueta será necesario formalizar una nueva solicitud.
7. **Revisión de la concesión en caso de modificación de los criterios ecológicos.** La etiqueta ecológica será válida por un período de tres a cinco años. Tras este período los criterios ecológicos son revisados y pueden

hacerse más restrictivos. Si durante el período de validez del contrato, se produce la publicación por la Comisión Europea de nuevos criterios ecológicos o modificaciones de los existentes, el organismo competente notificará a los titulares dichas modificaciones, para que estos puedan acreditar la adaptación a los mismos. Si los criterios son prolongados el contrato de licencia será automáticamente renovado. Una vez aprobada y concedida la Etiqueta Ecológica Europea, la empresa paga una tarifa anual por los derechos de uso de la Etiqueta Ecológica que está fijada en un 0,15 % del volumen anual de ventas del producto. Los organismos competentes nacionales tienen la potestad de modificar la tarifa hasta un 20% en cualquier dirección. Adicionalmente, el organismo competente puede ayudar a los fabricantes a lanzar una campaña publicitaria. La Etiqueta Ecológica es válida hasta la expiración de los criterios (tres años después de su publicación).

Aplicación del sistema comunitario de ecoetiquetado en España

El sistema de etiqueta ecológica se regula y aplica en España mediante el **Real Decreto 234/2013** de 5 de abril, por el que se establecen normas para la aplicación del **Reglamento (CE) nº 66/2010** del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre de 2009, relativo a la etiqueta ecológica de la Unión Europea. El Reglamento establece que serán las comunidades autónomas las encargadas de designar un organismo competente para facilitar el acceso a todos los fabricantes y productores al otorgamiento de la etiqueta ecológica es decir, para el otorgamiento de la etiqueta ecológica.

En la actualidad han sido designados los siguientes: Aragón, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia, Islas Baleares, Madrid, Murcia y País Vasco, según datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

Conforme a lo dispuso el Real Decreto, los organismos competentes de las comunidades autónomas deben comunicar al Ministerio de Medio Ambiente los productos a los que concedan la etiqueta ecológica comunitaria a fin de conseguir una completa información sobre todos los productos a los que se haya otorgado la citada etiqueta en el ámbito nacional, así como las categorías de productos y los criterios ecológicos específicos para cada categoría.

3. El *marketing* ecológico

El *marketing* constituye uno de los principales instrumentos que utilizan en la actualidad todas las empresas para conseguir sus objetivos. En ese sentido, podemos entender al *marketing* como una estrategia de mercado imprescindible hoy en día, encaminada a planificar y ejecutar aquellos aspectos y actividades relativas a un producto o servicio con el objeto de conocer y comprender al cliente e influir así sobre sus decisiones de compra, intentando satisfacer sus necesidades y a la vez, con ello, maximizar el margen de beneficio de la empresa.

La preocupación actual por el cuidado del Medio Ambiente impone el esfuerzo de rediseñar el *marketing* desde una perspectiva ecológica; así el *marketing* ecológico se presenta como una nueva filosofía en la organización de la empresa.

En ese sentido, el *marketing* ambiental se puede entender como un instrumento estratégico para posicionar a las empresas con respecto a la preocupación que tienen los clientes por la problemática ecológica asociada a sus productos o servicios.

El *marketing* ambiental puede ser una herramienta muy adecuada para poder utilizar el Medio Ambiente en beneficio de la empresa. Las ventajas que puede aportar a la empresa son varias y diversas:

1. Comprender el mercado ambiental.
2. Mantener o aumentar la competitividad y la rentabilidad.
3. Mejorar la imagen de la empresa.
4. Mejorar la relación con los grupos de presión.

Evidentemente todo esto supone una serie de esfuerzos y de costos ya que una empresa ha de poner al servicio del consumidor la suficiente información para que este pueda seleccionar su producto o servicio con la necesaria credibilidad ambiental.

Por lo tanto, desde una perspectiva empresarial, el *marketing* ecológico es el *marketing* que aplican aquellas empresas que adoptan un enfoque de *marketing* social para comercializar productos ecológicos, es decir, aquellas empresas que buscan satisfacer las necesidades sociales junto a las necesidades

presentes de los consumidores. En este sentido, se puede definir al *marketing ecológico* como:

El proceso de planificación, implantación y control de una política de producto, precio, promoción y distribución que permita conseguir los tres siguientes criterios: que las necesidades de los clientes sean satisfechas, que los objetivos de la organización sean conseguidas, que el proceso genere el mínimo impacto negativo en el ecosistema.

El marketing ecológico
Antonio Chamorro.

Desde la perspectiva ecológica, los objetivos que persigue el *marketing ecológico* son:

- Informar/ educar sobre temas de índole ambiental.
- Incitar a la práctica de acciones beneficiosas para el Medio Ambiente. Por ejemplo, las diferentes campañas para que el ciudadano ahorre agua y energía pretenden incentivar un comportamiento medioambiental más adecuado
- Cambiar comportamientos nocivos para el Medio Ambiente. Las campañas contra el fuego que se desarrollan todos los veranos tratan de evitar que el ciudadano realice actividades que puedan ocasionar accidentalmente un incendio.
- Cambiar los valores de la sociedad. Dentro de este objetivo se pueden encuadrar las campañas de recomendación de respetar el ciclo de vida de los peces y las campañas generales para la protección de los bosques.



Ejemplo

Las campañas realizadas tras la aprobación de la Ley de Envases y Residuos de Envases, con el objetivo de informar sobre la utilización de los contenedores de recogida selectiva de residuos sólidos urbanos, son un ejemplo de este tipo de marketing ecológico para educar a la ciudadanía.

Podemos deducir entonces, que desde la perspectiva ecológica, el *marketing* ecológico contribuye al Desarrollo Sostenible, de forma que diseñe ofertas comerciales que permitan satisfacer las necesidades presentes de los consumidores sin comprometer la capacidad de satisfacer las necesidades futuras de esta y de las próximas generaciones.

Para ello, el *marketing* ecológico debe asumir como misión tres funciones:

- Redirigir la elección de los consumidores.
- Reorientar el *marketing* de la empresa.
- Reorganizar el comportamiento de la empresa.

Se trata de conseguir que la preocupación por las cuestiones ecológicas se traslade al comportamiento de compra y consumo. O, lo que es lo mismo, se trata de incrementar el tamaño del segmento de consumidores ecológicos.

Instrumentos necesarios para la puesta en práctica del *marketing* ecológico

Para poder llevar a cabo una correcta estrategia de *marketing* ambiental, la empresa debe plantearse y adoptar una serie de medidas:

- Debe plantearse los problemas de contaminación y de residuos una vez generados y procurar mitigar y reducir su impacto negativo en el medio a través de diversos procesos de tratamiento.
- La empresa debe intervenir en los procesos de producción o de prestación de servicios, a través de la adopción de las mejores tecnologías y prácticas de gestión posibles. Es decir, nuevas formas de producir con menor materia y energía, menos contaminación y menos residuos.
- La empresa debe incorporar la preocupación ambiental al diseño de sus productos y servicios. Se deben anticipar los efectos ambientales de su fabricación y de su consumo y uso posteriores, así como de su conversión final en residuo.

Herramientas como el análisis del ciclo de vida de un producto, el diseño ecológico, la obtención de la etiqueta ecológica así como la implantación de Sistemas de Gestión Medioambiental, son algunas propuestas a través de las

cuales, las empresas puedan basar su estrategia de imagen y de marketing ambiental para poder satisfacer las necesidades del cliente.

El diseño ecológico es un nuevo concepto que busca reducir el consumo de energía de productos como, por ejemplo, los electrodomésticos, sistemas de calefacción o electrónica en general. La información relativa a los resultados ecológicos y a la eficacia energética del producto deberá ser visible, a ser posible, en el propio producto, para que el consumidor pueda comparar antes de comprar.

El consumidor ecológico

El consumidor ecológico (llamado también **consumidor verde**) se puede definir como aquel consumidor que manifiesta su preocupación y sensibilización por el Medio Ambiente en su comportamiento de compra, buscando productos que sean percibidos como de menor impacto ambiental.



Este nuevo segmento de consumidores dentro del mercado estará dispuesto a pagar un mayor precio por productos percibidos como ecológicos. En otros casos, manifestará un rechazo de aquellos productos más contaminantes.

Es la aparición de este tipo de consumidor lo que ha propiciado que las empresas se planteen y cuestionen la necesidad del marketing ecológico en su gestión empresarial.

Para estos consumidores la calificación de ecológico es un atributo valorado en el proceso de decisión de compra. En algunos casos dicha valoración se manifestará en pagar un mayor precio por productos percibidos como ecológicos y en otros casos se manifestará en el rechazo de aquellos productos más contaminantes, estos “consumidores verdes” prefieren adquirir el producto más ecológico en igualdad de condiciones funcionales (calidad, comodidad...) y económicas (precio, promoción de ventas, cantidad...).

A la hora de decidir el consumo de un producto ecológico los consumidores valoran un conjunto de características de estos productos:

- Los riesgos para la salud de las personas y animales del producto en cuestión.
- El contenido en sustancias tóxicas o peligrosas.
- El consumo de agua o de energía que ha sido necesaria durante su fabricación.
- El tipo y calidad de las materias primas empleadas en su elaboración.
- El embalaje empleado (reciclable o no).
- La condiciones de uso o producto.
- La duración del producto.
- El desarrollo de experimentaciones con animales para la elaboración y puesta a la venta del producto.
- Tipos y características de los residuos generados.

El consumidor ecológico suele ser de una edad joven comprendida entre los 20 y 40 años. Esto es debido a la escasez de recursos en edades inferiores a los 20 y a la menor sensibilidad de las poblaciones de más de 40 años.

Un consumidor ecológico es, ante todo, respetuoso con el Medio Ambiente, y que, además de ahorrar energía, ahorra dinero.



Ejercicios de repaso y autoevaluación

- 1. Los Sistemas de Gestión Ambiental puede ser implantados en las organizaciones a través de...**
 - a. Únicamente la Norma ISO 14001.
 - b. El Reglamento EMAS y la Norma ISO 14001.
 - c. La ISO 9001 y 14001.
 - d. El Análisis de Ciclo de Vida.

 - 2. La manera sistemática y proactiva de manejar los aspectos ambientales de una organización con la idea de prevenir impactos ambientales sobre el entorno y la comunidad, se denomina...**
 - a. ... marketing ecológico.
 - b. ... Sistemas de Gestión Ambiental.
 - c. ... Evaluación de Impacto Ambiental.
 - d. Todas las opciones son incorrectas.

 - 3. Las etiquetas que representan que un producto es reciclable pertenecen a la categoría:**
 - a. Tipo I.
 - b. Tipo III.
 - c. Tipo II.
 - d. Tipo II y III.

 - 4. ¿Cuál es el último paso para el desarrollo de un SGA según la Norma ISO 14001?**
 - a. Planificación.
 - b. Verificación.
 - c. Implementación y operación.
 - d. Revisión por la dirección.
-

5. El consumidor verde son personas que...

- a. ... pertenecen a una organización que respeta el Medio Ambiente.
- b. ... son vegetarianas.
- c. ... demandan productos ecológicos.
- d. ... consumen energías renovables.