
El reto de la ecoeficiencia, la productividad de los recursos y la ecoinnovación en el sur de la UE

Documento de trabajo
Realizado por:
Fundació Fòrum Ambiental
Agencia Europea del Medio Ambiente

Coordinado por:
Victor Macià
Centre d'Iniciatives per a la Producció Neta

Barcelona, 8 de Noviembre de 1999

Lugar de celebración:
IDEC, Balmes 132
08008 Barcelona

CONTENIDOS

- 1. LA SITUACIÓN AMBIENTAL ACTUAL
PRECISA DE LA ECOEFICIENCIA**
- 2. CÓMO MEDIR LA ECOEFICIENCIA**
- 3. HERRAMIENTAS PARA DESARROLLAR
E IMPLANTAR MEDIDAS DE ECOEFICIENCIA**
- 4. CÓMO FINANCIAR LA ECOEFICIENCIA EN LA EMPRESA**
- 5. INSTRUMENTOS DE PROMOCIÓN DE LA ECOEFICIENCIA**
- 6. LA ECOEFICIENCIA, CONDICIÓN PARA LA SUPERVIVENCIA
DE LA EMPRESA Y LA SOCIEDAD**
- 7. EL CAMBIO CULTURAL NECESARIO MÁS ALLÁ DE LAS MEDIDAS
TÉCNICAS DE ECOEFICIENCIA**

El presente documento de trabajo ("background paper") expone el hilo conductor y las cuestiones de debate del taller ("workshop") sobre "El reto de la Ecoeficiencia, la Productividad de los Recursos y la Ecoinnovación en el Sur de la UE", que tendrá lugar el día 8 de octubre de 1999 en Barcelona, y que ha sido organizado por la Fundación Fórum Ambiental, en colaboración con la Agencia Europea del Medio Ambiente, y coordinado por el Centro de Iniciativas para la Producción Limpia S.A. del *Departament de Medi Ambient de la Generalitat de Catalunya*.

No pretende analizar la problemática con detalle, ni dar respuesta a las cuestiones planteadas puesto que esa será la misión de los ponentes y los expertos invitados expresamente para que participen en esta labor. Las conclusiones y recomendaciones que generen serán recogidas en un documento posterior de amplia difusión.

Este Workshop se orienta a las empresas de los países del Sur de la UE, debido al relativamente escaso nivel de incorporación formal de criterios de Ecoeficiencia en sus procesos, productos y servicios y debido a que comparten prioridades, características y factores restrictivos (puesto de manifiesto en los informes de la AEMA).

Los principales objetivos que se han planteado en la organización de este Workshop, para contribuir a desarrollar y difundir el ámbito conceptual de la Ecoeficiencia son los siguientes:

- *concienciar sobre la necesidad de incorporar con urgencia y exhaustividad criterios de Ecoeficiencia en el sistema económico y en la cultura social, con el fin de alcanzar un factor de mejora entre 4 y 10, necesario para asegurar la sostenibilidad y la equidad en el planeta en las próximas décadas,*
- *dar a conocer las oportunidades que ofrece la Ecoeficiencia para la mejora de la posición competitiva de las empresas y del país,*
- *incidir en sus aspectos clave,*
- *destacar que supone la conciliación de la economía con el medio ambiente, al potenciar la eficiencia en la gestión de recursos de todo tipo en la empresa*
- *debatir la disponibilidad de instrumentos y los mecanismos financieros necesarios para su implantación,*
- *identificar las lagunas existentes para avanzar y hacerla viable, y*
- *presentar iniciativas y experiencias significativas que se han realizado en este campo, destacando sus aportaciones económicas y ambientales.*

1. LA SITUACIÓN AMBIENTAL ACTUAL PRECISA DE LA ECOEFICIENCIA

El concepto actual de Desarrollo se centra principalmente en el crecimiento económico ilimitado. Esta concepción contrasta con la limitada capacidad los sistemas de soporte que ofrece el Planeta con relación a las crecientes exigencias de la Humanidad. Existe un consenso generalizado en que este antagonismo es claramente insostenible y precisa una solución urgente.

En la última década, se han introducido nuevos enfoques para adaptar los procesos de producción y consumo a formas más eficientes en el uso de los recursos naturales, que reduzcan la carga sobre el medio ambiente y además genere valor (proyectos de minimización de residuos y emisiones que resulten rentables). El enfoque que actualmente presenta un mayor potencial es el de la Ecoeficiencia, que aporta simultáneamente beneficios económicos y ambientales, con un planteamiento totalmente empresarial.

La Ecoeficiencia consiste en proporcionar bienes y servicios a un precio competitivo que satisfagan las necesidades humanas y aporten calidad de vida, mientras reducen progresivamente el impacto ecológico y la intensidad de recursos a lo largo del ciclo de vida, hasta un nivel acorde con la capacidad de carga estimada del Planeta .

Tradicionalmente, la empresa se ha centrado en los aspectos económicos directos, tangibles y con una perspectiva de corto plazo. Pero desde hace unos años están surgiendo numerosas iniciativas que incorporan al mismo tiempo criterios ambientales (reducción del consumo de recursos y del impacto ambiental) y sociales en la toma de decisiones sobre diseño y producción de bienes y servicios. Esto supone, obviamente, dificultades añadidas para las empresas en su gestión, pero a la vez ofrece grandes oportunidades. Los participantes en el Workshop podrán plantearse, entre otras, las siguientes cuestiones:

¿Cuáles son las principales dificultades con las que se encuentran las empresas a la hora de incorporar criterios ambientales y sociales en sus procesos de decisión y gestión, y a la hora de evaluarlos económicamente?

¿Se da sencillamente una falta de motivación y de información o se produce una inviabilidad técnica y/o económica que hace que en los países del Sur de la UE se haya avanzado relativamente poco en este nuevo enfoque de la gestión empresarial, que constituye un paso decisivo para la sostenibilidad de la sociedad?

¿Qué necesidades humanas y mejoras de la calidad de vida pueden satisfacerse en estos países con servicios y productos económica y ambientalmente más competitivos?

¿En qué productos y servicios sería prioritario incorporar criterios de Ecoeficiencia en los países del Sur de la UE?

2. CÓMO MEDIR LA ECOEFICIENCIA

Diversas entidades están desarrollando indicadores de Ecoeficiencia con distinto ámbito y nivel de agregación, con la finalidad de que sirvan como mecanismo de seguimiento del impacto ambiental de la empresa y de comparación de sus puntos fuertes y débiles respecto a otras empresas, comunicación de su impacto ambiental y planteamiento de la actuación futura æproponer medidas de mejora y determinar objetivos ambientales cuantificablesæ. Los participantes y ponentes podrán cuestionarse lo siguiente:

¿Son los indicadores de Ecoeficiencia lo suficientemente sencillos y prácticos para aplicarlos de forma fiable en la empresa y que resulten útiles para la gestión?

¿Con qué fin y de qué modo se puede proceder para realizar un seguimiento y comparación de la Ecoeficiencia respecto a otras empresas? ¿Existe un grado suficiente de estandarización y de información sobre los indicadores?

¿Cómo se pueden incorporar los resultados de los indicadores en los mecanismos de decisión y gestión en la empresa para adoptar medidas efectivas en los puntos críticos de los procesos y los productos y proponer nuevos objetivos de Ecoeficiencia?

¿Existen medidas probadas que puedan mejorar la valoración de estos indicadores? ¿Se están difundiendo suficientemente, con sus implicaciones económicas y estratégicas?

¿Cómo comunicar a los consumidores el esfuerzo y los resultados conseguidos en la mejora en la empresa y sus productos?

La contabilidad ambiental en la empresa es una herramienta que permite medir su Ecoeficiencia en términos económicos agregados, al identificar costes ambientales (ya sean directos, contingentes o intangibles) que no se habían tenido en cuenta hasta ahora o se ubicaban en partidas inadecuadas.

La contabilidad ambiental provee, además, a los sistemas de gestión ambiental u otros tipos de memorias ambientales, con información adicional que puede facilitar la toma de decisiones y la adopción de estrategias y operaciones en la empresa, descubrir nuevas oportunidades para minimizar costes, o invertir en tecnologías y materiales de forma más acertada.

Sobre la relación Ecoeficiencia-Contabilidad Ambiental, los participantes podrán debatir las siguientes cuestiones:

¿La contabilidad ambiental reflejará la Ecoeficiencia de los procesos productivos y las materias primas a través del análisis de costes?

¿Reflejará la contabilidad ambiental también los impactos de los productos y sus formas de consumo?

3. HERRAMIENTAS PARA DESARROLLAR E IMPLANTAR MEDIDAS DE ECOEFICIENCIA

En los últimos años, ha surgido una gran variedad de herramientas, en forma de planes para determinados ámbitos de recursos, sectores industriales o unidades empresariales, o formas que facilitan la implantación de medidas de Ecoeficiencia.

A modo de ejemplo, cabe citar la planificación de la gestión integrada del ciclo del agua en un territorio, la acreditación ambiental de campings, hoteles y talleres de automoción, el análisis del ciclo de vida aplicado a numerosos productos y servicios, las normas de ecodiseño y etiquetaje establecidas para determinadas líneas de productos (neveras, ordenadores, bombillas etc.), o medidas encaminadas a hacer una evaluación ambiental en la empresa (o sector) orientada a implantar la prevención en origen de la contaminación.

Diversas experiencias sobre el uso de estas herramientas serán presentadas en el Workshop, donde podrán surgir cuestiones de debate como las siguientes:

¿Dónde están los expertos en Ecoeficiencia, si los hay, que identifiquen y adapten medidas eficaces, en las propias empresas, en consultoras o en institutos de investigación?

¿Qué problemas han surgido en la implantación de estas herramientas para desarrollar la Ecoeficiencia en procesos de fabricación o a lo largo de todo el ciclo de vida de productos y de servicios?

¿Cómo se puede dar solución a estos problemas?

¿Qué beneficios pueden surgir al implantar estas herramientas de planificación y guía sectorial/empresarial de Ecoeficiencia?

¿Cómo se podría potenciar una mayor difusión, implantación y valor añadido de estas herramientas?

¿Están preparados los consumidores para entender el etiquetaje ambiental y adoptar sus decisiones considerando los criterios ambientales?

¿Cómo informar a los usuarios sobre la utilización por parte de una empresa o sector industrial de estas herramientas en sus procesos de decisión y gestión?

¿Cómo se puede motivar a las empresas punteras a difundir sus avances en Ecoeficiencia entre toda la comunidad empresarial?

4. CÓMO FINANCIAR LA ECOEFICIENCIA EN LA EMPRESA

Si la empresa optimiza el uso de los recursos, esta eficiencia se traduce en ahorros económicos para la misma y sus clientes, tanto al reducir el consumo de materias primas y suministros, como al disminuir los costes de tratamiento de residuos y emisiones.

Por otro lado, el hecho de implantar medidas de Ecoeficiencia también genera ventajas, como la generación de valor al potenciar la aparición de nuevos productos y servicios, o la mejora en la imagen de la empresa, que repercuten de forma directa en el desarrollo industrial, en la competitividad y en el volumen de ventas de la empresa (y, por supuesto, del país).

Todos estos beneficios económicos, pueden generarse a menudo con inversiones mínimas, y pueden a su vez financiar la aplicación de medidas de Ecoeficiencia de mayor complejidad. Esto significa en muchos casos una autofinanciación de la Ecoeficiencia en la empresa.

En otros casos, será necesario financiar estas inversiones, como las demás. Las inversiones en Ecoeficiencia suelen tener menos riesgo que las de otros tipos y aportar beneficios intangibles adicionales.

Los participantes en el taller se preguntarán:

¿Se precisan nuevas formas de financiación adaptadas a inversiones en Ecoeficiencia de procesos, productos y servicios?

¿Qué apoyo puede aportar la administración en la financiación de la Ecoeficiencia en la empresa?

¿Cómo podrán facturar los proveedores sus servicios de "Gestión de la Demanda", que reducen el consumo de recursos y, por lo tanto, son suministros de Ecoeficiencia?

¿Qué responsabilidad tienen los consumidores en la financiación de la Ecoeficiencia?

¿Cómo se deberá efectuar el reparto del valor añadido por la Ecoeficiencia, entre productores y consumidores (por ejemplo, el precio de los vehículos de bajo consumo que, a menudo, actualiza financieramente sus ahorros futuros)?

¿Cómo hacer viables las nuevas formas de financiación? ¿Existen entidades financieras interesadas en diseñar y ofrecer productos financieros específicos? ¿Es posible que las entidades financieras contribuyan en gran medida a difundir/comercializar inversiones en Ecoeficiencia por parte de productores y consumidores? ¿Por qué todavía no lo hacen cuando presenta indudables atractivos?

5. INSTRUMENTOS DE PROMOCIÓN DE LA ECOEFICIENCIA

Para promocionar la Ecoeficiencia en la empresa, existen diversos instrumentos, como la fiscalidad ambiental, los acuerdos voluntarios, la legislación y la información.

La fiscalidad ambiental incorpora a los precios los costes ambientales como son los de la contaminación, y propone nuevos instrumentos como la Economic Tax Reform. Este instrumento pretende cambiar substancialmente la estructura de los impuestos reduciendo las cargas fiscales sobre los bienes como el empleo, la empresa y el ahorro, y aumentando las cargas fiscales sobre los "males" ambientales como la contaminación o el uso ineficiente de los recursos.

Los acuerdos voluntarios, por su parte, son un contrato formal entre las administraciones ambientales, las empresas y terceras partes, encaminado a reducir la contaminación favoreciendo soluciones preventivas. Son de aplicación paralela y complementaria a los instrumentos fiscales y la legislación.

La legislación y la información ambiental son instrumentos clásicos de política ambiental, también accesorios en la implantación de la Ecoeficiencia. La obligación de retorno o con o sin consignar o corresponsabilidad de los productores sobre los residuos del consumo es una medida legislativa cuya implantación se está extendiendo. La información a los consumidores, para que influyan con su capacidad de decisión en la compra, constituye otro instrumento de enorme potencial.

Cabe preguntarse:

¿Son efectivos estos instrumentos para promocionar la Ecoeficiencia? ¿Con qué ritmo y de qué modo deben implantarse?

¿Qué nuevos instrumentos deberían desarrollarse? ¿Quién debería promocionar su aparición, y cómo debería hacerlo?

¿Qué temores y prevenciones suscita la fiscalidad ambiental en las empresas?

A título de ejemplo, ¿qué conclusiones se desprenden de la experiencia de la implantación del Punto Verde en los envases?

6. LA ECOEFICIENCIA, CONDICIÓN PARA LA SUPERVIVENCIA DE LA EMPRESA Y LA SOCIEDAD

La empresa es la principal protagonista ante el nuevo enfoque de gestión ecoeficiente, pues la eficiencia de sus operaciones es consustancial con su razón de ser. Además, existe una fuerte interacción entre la empresa y el resto de actores que configuran el mercado. Por una parte, la empresa posee la capacidad de ejercer cierta influencia en sectores más o menos amplios de la sociedad, según su cuota de mercado, y por otra, progresivamente se ve obligada a introducir criterios ambientales y sociales para mejorar su competitividad ante otras empresas.

Prolongar gastos innecesarios (consumo de recursos), ejercer una gestión ineficiente, no evaluar ni controlar los propios procesos y productos, etc., son perjuicios que repercuten sobre la capacidad de competir de la empresa, ya que empeora su imagen, encarece sus productos, genera menos valor y la exponen a más riesgos y costes imprevistos. Por ello, a la empresa le interesa responder con estrategias anticipativas y de adaptación ante el reto de la Ecoeficiencia. Si no incorpora medidas ecoeficientes ahora, la adaptación posterior será más difícil, pues las empresas que sí lo hayan hecho tendrán más capacidad para competir y ganar cuota de mercado y progresarán desde bases más firmes y con una mayor experiencia.

El taller planteará e intentará responder a las siguientes cuestiones:

¿Cómo pueden responder a este reto las empresas de los países del Sur de la UE?

¿Qué es lo que está en juego para las empresas y la sociedad de estos países? ¿Llegan a tiempo?

¿Qué sectores se verán más afectados?

¿Qué empresas pueden aplicar medidas de Ecoeficiencia? (No sólo las grandes empresas!)

¿Quién ha aplicado ya medidas de Ecoeficiencia, y con qué resultado?

¿Cómo puede planificar una empresa y la Sociedad sus objetivos de Ecoeficiencia?

7. EL CAMBIO CULTURAL NECESARIO MÁS ALLÁ DE LAS MEDIDAS TÉCNICAS DE ECOEFICIENCIA

Para hacer posible la Ecoeficiencia, además de medidas tecnológicas que promuevan un uso más eficiente de los recursos naturales y minimicen el impacto sobre el medio ambiente, es necesario fomentar un cambio en la concepción de los productos y servicios, y en la forma de consumo.

Las empresas deben adoptar estrategias de Ecoeficiencia más allá de objetivos y soluciones puntuales, y los consumidores han de ser conscientes de su capacidad de elección y sus necesidades reales, para que mediante su actitud contribuyan también al objetivo de Ecoeficiencia.

El cambio cultural supone nuevas formas de pensar y actuar, como la desmaterialización de productos a servicios, la optimización logística en la secuencia producción-distribución-consumo, el co-consumo o la re-manufacturación y el re-consumo.

En este ámbito se proponen las siguientes cuestiones para el debate:

¿Cómo se puede promover este cambio cultural?

¿Cómo afecta este cambio cultural a la empresa?

¿Cómo afecta este cambio cultural a la administración?

¿Cómo afecta este cambio cultural a la sociedad?

¿Cómo involucrar a todos los agentes sociales y económicos en el camino hacia la Ecoeficiencia?



fundació fòrum ambiental

Av. Reina Maria Cristina s/n

Pl. Espanya - Fira de Barcelona - Palau de la Metal.lúrgia

08004 Barcelona

Tel. 93 233 23 70

Fax 93 233 24 96