



MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE

SECRETARÍA GENERAL PARA LA
PREVENCIÓN DE LA CONTAMINACIÓN
Y DEL CAMBIO CLIMÁTICO

DIRECCIÓN GENERAL DE
CALIDAD Y EVALUACIÓN AMBIENTAL

ESTUDIO EVER

Estudio de Evaluación para la Revisión de los Programas EMAS y Ecoetiquetado comunitario

RESUMEN EJECUTIVO

Líder del Consorcio: EIFE- Universitá Bocconi

Socios: Adelphi Consult
IOEW, Oficina de Heidelberg
SPRU, Universidad de Sussex
Valør & Tinge A/S

26 de Diciembre del 2005

PLAZA DE SAN JUAN DE LA
CRUZ, S/N
28071 MADRID
TEL.:



OBJETIVO Y METODOLOGÍA

El estudio EVER ha sido realizado, por encargo de la Dirección General de Medioambiente de la Comisión Europea, por un consorcio de consultores liderados por IEFE – Uninvestitá Bococni, (Italia). El resto del consorcio lo forman los siguientes socios: IOEW, Oficina de Heidelberg (Alemania), SPRU, Sussex University (Reino Unido) y Valør & Tinge A/S (Dinamarca).

El objetivo principal del estudio EVER ha sido aportar recomendaciones para la revisión de dos sistemas de carácter voluntario gestionados por la Comisión Europea: EMAS y la Eco-Etiqueta de la Unión Europea. Las opciones y recomendaciones propuestas en relación a estos sistemas se basan en la evidencia recogida durante las diferentes fases de investigación del estudio EVER. Los datos que denotan los puntos fuertes y débiles de estos sistemas proceden de las dos fases del estudio: el “trabajo de documentación”, que ha consistido en una revisión exhaustiva de la literatura existente junto con los estudios previos y las encuestas realizadas en relación a los planes, y del “trabajo de campo”, que ha consistido en entrevistas en directo y estudios de caso.

Los hallazgos recogidos durante los trabajos de investigación se presentaron, discutieron y enriquecieron durante dos seminarios que se celebraron en septiembre del 2005. En ellos se dieron cita expertos, instituciones, empresas, profesionales y ONGs. Las posiciones y sugerencias recogidas durante las intervenciones de las partes interesadas, (durante y después del seminario), se utilizaron como evidencia empírica para el estudio y se depuraron como aportación para las propuestas finales.

El proceso de investigación, consultoría y elaboración fue el vehículo que se utilizó para definir las opciones y recomendaciones.

El estudio consiste en dos informes y cuatro anexos.

- **Informe 1: “Opciones y recomendaciones para el proceso de revisión”.** Este informe presenta las opciones y recomendaciones definidas y desarrolladas por el consorcio de consultores del plan EVER. Dichas opciones y recomendaciones se basan en un amplio proceso de investigación y consultoría.
- **Informe 2: “Hallazgos de la investigación”.** Este informe presenta los resultados principales de los trabajos de documentación que han consistido en una revisión exhaustiva de la literatura y de estudios y encuestas previos, así como de la investigación de campo, que ha consistido en entrevistas directas y estudios de caso.
- **Anexo I: “Entrevistas: metodología y resumen de los resultados”.** Este anexo incluye una explicación del criterio que se ha seguido en la selección de entrevistados. También ofrece un breve resumen de los principales resultados de las entrevistas.
- **Anexo II: “Seminarios celebrados para la revisión de los dos planes”.** En este anexo se incluyen memorias detalladas de los resultados de los talleres organizados y celebrados en Bruselas el 26 y 27 de septiembre del 2005.



- **Anexo III: “Casos de estudios basados en las visitas”.** En este anexo se describen las evidencias empíricas recogidas durante cinco visitas específicas realizadas a centros en los que se está aplicando EMAS y la Etiqueta Ecológica de la Unión Europea.
- **Anexo IV: Resultados detallados de las entrevistas”.** En este anexo se incluyen los resultados obtenidos durante las entrevistas en directo.

HALLAZGOS PRINCIPALES

Los hallazgos principales procedentes del estudio EVER se resumen en los siguientes apartados de acuerdo a las áreas temáticas en las que se ha centrado la investigación. Para una presentación más en profundidad se invita al lector a que lea el Informe 2 y los Anexos I-IV del estudio EVER.

PARTE A: SISTEMA EMAS

A1 – Contribución del sistema EMAS a la mejora del comportamiento medioambiental

- EMAS juega un papel importante en la estimulación de la mejora del ámbito medioambiental, especialmente en lo relacionado con instalaciones cuya operación tiene como resultado la generación de residuos y/o la contaminación del agua y del aire. No obstante, otros factores como la regulación ambiental y el progreso tecnológico, juegan papeles más importantes.
- Las organizaciones afiliadas al sistema EMAS consideran que el sistema es una herramienta útil para mejorar el comportamiento medioambiental a largo y corto plazo. Perciben que funcionan mejor que otras organizaciones, aunque la mayor parte de los estudios cuantitativos no han podido confirmar este punto.
- Los datos existentes sugieren que el sistema EMAS y la norma ISO 14001 no se diferencian en gran medida en lo relacionado con la mejora del comportamiento medioambiental. Esto puede ser debido a las dificultades metodológicas más que a una equivalencia real.
- Los elementos del sistema EMAS que se consideran más importantes para la mejora son: la exigencia de cumplir con la normativa, participación de los empleados, objetivos y auditorías.

A2 – Efectos adicionales (indirectos) vinculados a la existencia del EMAS

- Por lo general no se considera que el sistema EMAS funcione como referencia. Un poco más del 60% de las empresas entrevistadas y de las partes interesadas creen que EMAS se ve y se usa más como “la mejor práctica”.
- EMAS tiene algunos efectos sobre la cadena de suministro, incluso si estos efectos son limitados. Solo unos pocos participantes en el sistema EMAS adoptan una política de compra verde, pero el 77% de los mismos apoyan a sus proveedores para que adopten medidas e iniciativas que reviertan en mejoras medioambientales. El 72% declara que el sistema de gestión medioambiental influye en el rendimiento del producto en otras fases de su ciclo de vida y/o en la cadena de suministro.
- El EMAS ha sido el modelo en el que se han basado numerosos enfoques alternativos de gestión medioambiental en la Unión Europea. Estos sistemas alternativos se han difundido con

gran rapidez y contribuido a la difusión de la gestión medioambiental en empresas y organizaciones europeas.

- La mayoría de los miembros registrados en el EMAS que se han dado de baja siguen manteniendo, a pesar de ello, su sistema de gestión medioambiental o partes de éste (como por ejemplo los procedimientos para el control operacional, vigilancia de aspectos medioambientales importantes, el sistema de auditoría, etc.).
- Aunque es difícil de estimar, parece que considerable número de las empresas que participan en alguno de los numerosos proyectos de promoción del EMAS no alcanzan el registro en el mismo, pero empiezan, no obstante, a aplicar el estilo de gestión medioambiental propuesto.
- Consideradas en conjunto, el número real de empresas que adoptan un modelo de gestión medioambiental, total o parcialmente, debido a la influencia de EMAS es más alto de lo que las cifras de participación en el EMAS dan a entender.
- La percepción que se tiene de EMAS es la de una herramienta de apoyo útil para políticos, legisladores y otros agentes institucionales y económicos (como los compradores de las administraciones públicas), además de las organizaciones registradas.

A3 – Incentivos y Barreras existentes para el desarrollo del sistema EMAS

Las principales barreras que existen para *obtener el primer registro en EMAS* son: el coste de implementación del sistema (incluido el coste de consultoría), la falta de recursos humanos y competencia y las dificultades para involucrar y motivar al personal interno. El coste de registro parece ser un elemento irrelevante. Sin embargo, se debe señalar que el coste de implementación del EMAS varía de forma significativa entre los diferentes estados comunitarios, sectores industriales, tamaño de la organización y nivel de “complejidad de su impacto medioambiental”.

- Las barreras para mantener el EMAS están más ligadas a la falta de respuesta externa o de incentivos para la empresa comprometida con el sistema.
- La percepción de esta ausencia de respuesta externa e incentivos, es actualmente, un importante factor de desánimo para potenciales solicitantes.
- Actualmente, las ventajas competitivas, (especialmente las directamente relacionadas con la respuesta del mercado, como son la satisfacción de los clientes, aumento de cifras de negocio o cuota de mercado), y las relaciones entre las partes interesadas, (particularmente en lo que se refiere a la relación con agentes institucionales y con las comunidades locales), son los principales elementos de motivación que impulsan a los solicitantes potenciales a participar.
- En cuanto a los beneficios percibidos, está la percepción de que la implementación del sistema EMAS mejora significativamente la capacidad de la organización para satisfacer los requisitos legales y reglamentarios.

- Además, los beneficios de carácter organizativo están fuertemente asociados con la implementación del EMAS. Los participantes comprueban un aumento en la motivación y participación del personal en la gestión y una mejor definición de las responsabilidades.
- La implementación del EMAS también puede ahorrar costes a la empresa, pero este beneficio no se considera tan importante como los anteriores.

A4 – Contribución a la competitividad

- La ventaja competitiva más importante para las empresas que han adoptado el EMAS es la “mejora de la imagen”.
- El sistema EMAS afecta positivamente a algunos aspectos relacionados con la competitividad, como la mejora de la capacidad de innovación, optimización de costes y reconocimiento como líder en el sector por empresas competidoras y asociaciones comerciales, etc., pero no afecta a aquellos aspectos directamente relacionados con “la respuesta del cliente”. El éxito de EMAS como herramienta competitiva no está especialmente relacionado con condiciones generales como sector, tamaño o Estado Miembro en el que opera la entidad registrada, pero parece estar estrechamente relacionado a condiciones específicas (es decir, al contexto local) y al esfuerzo que realiza la empresa comunicando y otorgando valor al registro EMAS en el mercado y a las partes interesadas.
- La retribución del mercado se percibe como factor mucho menos significativo. Solo una porción minoritaria de empresas registradas en EMAS percibe ventajas competitivas directamente vinculadas a cualquier tipo de “recompensa del mercado”.
- En cuanto a si EMAS es una herramienta efectiva para competir o no en el mercado, es una cuestión que sigue siendo polémica. La actitud de los participantes en el sistema es más positiva. Una minoría de organizaciones no registradas en el sistema creen que puede originar ventajas competitivas en el mercado, especialmente si se compara con otras certificaciones, como la Norma ISO 14001.
- No obstante, parece ser que los costes incurridos en implementar el EMAS se recuperan.

A5 – Relación del EMAS con el Desarrollo Sostenible

- Las iniciativas que tienen por objeto la consecución de sostenibilidad son bastante difusas en las organizaciones, (entre las participantes y no participantes en el sistema). Entre ellas se incluye la participación de los empleados, el compromiso de las partes interesadas, sistemas de gestión de salud laboral y seguridad, e informes de sostenibilidad.
- Hay un número significativo de organizaciones que ya trabajan para conseguir la integración entre el EMAS y la gestión de salud y seguridad laboral.
- La relación entre EMAS y otros asuntos en relación a la Responsabilidad Social Corporativa y/o el desarrollo sostenible, es polémica. Algunas empresas están a favor de incluir otros asuntos

relacionados con la Responsabilidad Social Corporativa en el EMAS, pero solo en calidad de adiciones al sistema actual (también conocido como “enfoque modular”).

A6 – Incentivos y medidas que se desean incorporar a la revisión del EMAS

- La mayor parte de las organizaciones quieren incorporar medidas institucionales permanentes. Los dos incentivos externos más deseados son los incentivos fiscales, (p.e.: exención de impuestos), y la flexibilidad de reglamentación y desgravación.
- Existe también un amplio acuerdo sobre la importancia de los incentivos “indirectos” dirigidos a aumentar la demanda del EMAS, como por ejemplo su inclusión en el sistema de Licitación Pública Verde y campañas de información y promoción, patrocinadas por instituciones públicas, que den a conocer el EMAS.
- Muchas empresas consideran que una acción que tendría el efecto de potente incentivo sería elevar la representabilidad del EMAS a sistema de reconocimiento internacional
- La financiación directa y el apoyo técnico se perciben como iniciativas menos deseables según las entrevistas, de lo que podría indicar la literatura y los resultados de los estudios previos.
- Los mejores incentivos para que las PYMES adopten el EMAS no están tan claros. Simplificar el acceso al sistema se ve como una medida útil, sin embargo existe menos consenso respecto a la idea de “enfoque escalonado” que permitiría a las PYMES acceder al EMAS en fases.

PARTE B: ECO-ETIQUETADO

B1 – Aportación de la Ecoetiqueta comunitaria al cambio de patrones de producción y consumo: efectos directos.

- Actualmente los participantes en el sistema utilizan la Ecoetiqueta comunitaria como herramienta que les ayuda a mejorar su comportamiento medioambiental
- Además, la Ecoetiqueta comunitaria tiene frecuentemente el efecto de producir dicha mejora en el rendimiento medioambiental de la actividad empresarial (en cuanto a productos y procesos).
- La Ecoetiqueta comunitaria también induce la mejora del comportamiento de otras empresas en la cadena de suministro de las empresas participantes (p.e., los proveedores de bienes y servicios intermedios).

B2 – Aportación de la Ecoetiqueta comunitaria al cambio de patrones de producción y consumo: efectos indirectos.

- Los efectos indirectos que esta acción podría tener sobre las políticas (por ejemplo en las de Concursos Públicos en los que la Eco-Etiqueta se utilizara como criterio de implementación y selección; estableciendo objetivos de mejora de comportamiento medioambiental en el ámbito industrial, etc.) ya son conocidos y apreciados por empresas y partes interesadas.
- Existe un importante efecto indirecto relacionado con las fuerzas de mercado sobre los competidores, ya que incluso las empresas que no participan en el sistema utilizan la Ecoetiqueta comunitaria como norma de referencia.
- Los restantes efectos indirectos sobre el mercado se deberían activar.

B3 – Eco-Etiqueta y etiquetas nacionales

- Los productores no muestran una clara preferencia por las etiquetas nacionales o por la Eco-Etiqueta comunitaria, aunque en la dimensión a largo plazo se suele preferir la EU Eco-Etiqueta. Tampoco se percibe que las etiquetas nacionales funcionen mejor que la Ecoetiqueta comunitaria.
- La coexistencia de ambos tipos de etiquetado no se considera ni negativa ni positiva. Tampoco hay acuerdo en cuanto a si compiten mutuamente.
- De cualquier manera, la *armonización* se ve como la única solución efectiva que merezca ser contemplada. La opinión de abolir uno u otro sistema de eco-etiquetado cuenta con escaso apoyo.

B4– Incentivos y Barreras existentes para el desarrollo de la Ecoetiqueta comunitaria

- Los incentivos más poderosos para solicitar la Ecoetiqueta comunitaria son la competencia y el potencial de mercado.
- El sector público es un objetivo clave para muchas empresas y por lo tanto la compra pública puede actuar como un incentivo efectivo para que se adopte este sistema.
- la mejora del comportamiento ambiental es un factor de motivación menos importante a la hora de adoptar o no la etiqueta.
- No obstante, incluso no siendo un incentivo poderoso para adoptar el sistema, la mejora del comportamiento medioambiental es un beneficio importante derivado del mismo: los participantes en él lo consideran como uno de los dos beneficios más importantes que obtienen.
- La imagen corporativa y otras ventajas intangibles son también beneficios muy significativos, mientras que los resultados de mercado son menos obvios, en un número significativo de casos

los beneficios se refieren directamente a las recompensas relacionadas con las fuerzas de mercado (aumento de la cuota de mercado o del número de clientes/consumidores).

- En cuanto a las barreras más importantes, los problemas de procedimiento y de organización son los obstáculos más difíciles de superar para aquellos que han solicitado y obtenido la Ecoetiqueta comunitaria.
- El coste es la barrera más significativa para los solicitantes potenciales.
- Consideraciones de índole técnica como la carencia de recursos humanos internos, la suficiente competencia y la falta de información y apoyo técnico externo no se perciben como barreras tan importantes, tal como las había representado la literatura existente.
- La barrera más significativa contra el uso de la Ecoetiqueta comunitaria a efectos de marketing sigue siendo el bajo grado de concienciación y conocimiento.
- Este último problema no reside simplemente en tener conocimiento de la existencia de la Ecoetiqueta comunitaria, sino de elegirla sobre otros productos del mercado. Los agentes arriba mencionados perciben la falta de recompensas competitivas como una barrera considerable (especialmente significativa para los potenciales solicitantes).

B5 – Contribución de la Ecoetiqueta comunitaria a la competitividad

- La mayoría de los participantes en el sistema utilizan la Ecoetiqueta comunitaria en sus campañas de marketing.
- La Ecoetiqueta comunitaria es a menudo capaz de producir efectos positivos en el mercado. Un porcentaje ligeramente superior al 50% de las empresas que utilizan la Ecoetiqueta comunitaria han visto aumentar su cuota de mercado o su cartera de clientes gracias a haber adoptado la Flor. La recompensa de mercado en cuanto a cifras de negocio no se puede medir fácilmente.
- La razón de los ocasionalmente limitados beneficios derivados de la utilización de la Flor son bien conocidos: la falta de reconocimiento y conocimiento de la Ecoetiqueta comunitaria por los diferentes agentes del mercado como son los consumidores, compradores de la administración pública, clientes intermedios y minoristas.

B6 – Relación de la Ecoetiqueta comunitaria con otros aspectos del Desarrollo Sostenible

- Entre los temas varios que conciernen a la sostenibilidad desde la perspectiva del producto, muchas empresas ya han contemplado y resuelto la cuestión referente a la “la salud y seguridad del consumidor”, mientras que asuntos éticos como los relacionados con las prácticas comerciales leales no lo han sido.
- Solo hay un consenso moderado sobre una posible etiqueta comunitaria que cubra los distintos aspectos relacionados con la sostenibilidad, incluidos los medioambientales.



B7 - Incentivos y medidas que se desean incorporar a la revisión del sistema de la Ecoetiqueta comunitaria

- Las medidas que se perciben como más efectivas para apoyar el sistema y patrocinar su éxito como una oportunidad de marketing son, las campañas de información y promoción y otras acciones dirigidas a aumentar el conocimiento y la demanda de la Eco-Etiqueta.
- Otra petición que ha encontrado un amplio eco son los incentivos externos, como las exenciones fiscales, que se consideran efectivos en cuanto que permiten a los productores reducir los costes y precios de los productos Eco-etiquetados. Otro de los incentivos más populares sería la inclusión de la Ecoetiqueta comunitaria como condición que facilitara el acceso a la contratación pública.
- Otras medidas deseables se relacionan directamente con las diversas modificaciones que se pueden introducir en el Reglamento o en su marco institucional y de aplicación, como por ejemplo la inclusión de un mayor número de grupos de productos o una mayor extensión del Ecoetiquetado comunitario a los servicios.
- La propuesta de subcontratar la gestión de la concesión de la Ecoetiqueta comunitaria a una entidad totalmente privada ha obtenido poco apoyo (aunque la idea de que sea gestionada exclusivamente por la Comisión también ha ocasionado muchas objeciones).
- Reducir el número y/o lo estricto de los criterios para hacer el sistema “más fácil” es una idea que no cuenta con gran apoyo (a pesar de que en general la literatura ha favorecido esta idea).
- Por último, se debería hacer hincapié en que la propuesta de una etiqueta escalonada, tan intensamente debatida en los últimos años, ha sido rechazada definitivamente.

PARTE C: INTEGRACIÓN

C1 – Evidencia e incentivos deseados

- Hasta cierto punto, la dimensión de producto ya forma parte del sistema EMAS. El sistema de gestión medioambiental influencia el comportamiento del producto en otras fases de su ciclo de vida y/o la cadena de producción.
- Existe cierta percepción de los beneficios potenciales que pueden derivarse de un vínculo más fuerte y de una mayor sinergia entre el sistema EMAS y la Ecoetiqueta comunitaria.
- La “sinergia” entre los dos sistemas voluntarios no significa su fusión, sino la explotación de todas las oportunidades posibles de refuerzo mutuo.
- Las etiquetas del tipo ISO III pueden ser una herramienta sinérgica para ambos sistemas. Se identificaron muchas oportunidades (durante el trabajo de documentación y el trabajo de



campo) para llevar a cabo el objetivo de la integración con las etiquetas tipo ISO III en lo referente a sinergia en los aspectos operacionales, de marketing e institucionales.

- Uno de los temas más importantes para la revisión de ambos sistemas es integrarlos y vincularlos en mayor medida a la legislación y políticas medioambientales ya existentes.
- Se debe señalar que se alcanzó un grado considerable de consenso durante el trabajo de documentación y el de campo, en lo referente a la gran necesidad de integrar los sistemas EMAS y Ecoetiqueta comunitaria en otras políticas relacionadas con productos y con otros instrumentos de certificación privados, como pueden ser otras etiquetas y certificaciones, otras herramientas, PPI (Política de Productos Integrada), etc.
- Además, las partes interesadas y organizaciones que participan en ambos sistemas, han hecho una petición de naturaleza más generalizada para conseguir una integración efectiva de EMAS y de la Ecoetiqueta comunitaria en la legislación presente y futura, en la implementación de políticas e incluso en el cumplimiento de la legislación medioambiental (por ejemplo flexibilidad y cierto descargo en el cumplimiento de reglamentos). Entre las áreas de políticas que se han propuesto con mayor frecuencia para fomentar la sinergia se encuentran, para el programa EMAS la directiva PPI, la directiva de comercio de cuotas de Emisiones y la Directiva Seveso Bis. En lo concerniente a la Ecoetiqueta comunitaria se han propuesto EuP, RoHS y, en menor medida, REACH.



OPCIONES Y RECOMENDACIONES

En base a los hallazgos presentados en este documento, el estudio EVER elaboró las siguientes opciones y recomendaciones para el proceso de revisión. Para una información más detallada se invita al lector a leer el Informe 1.

PARTE A: EMAS

En el estudio se proponen las siguientes opciones y recomendaciones:

- **A1: Apoyar el sistema EMAS mediante medidas financieras, fiscales, de mercado e institucionales.**
Debido a que el aumento de participantes en este sistema es una prioridad esencial del mismo, la puesta en marcha e implementación de estos incentivos se recomienda como opción efectiva para conseguir este fin. Entre las medidas propuestas por el estudio EVER se encuentran: una mayor intervención por parte de la Comisión Europea en la promoción de la Contratación Pública Verde en el ámbito de los Estados Miembros y la exención de impuestos. Esta opción se basa principalmente en el rol de la Comisión como figura de guía, estimulación y apoyo para con los Estados Miembros.
- **A2: Mejor promoción y marketing del sistema**
Hemos recomendado que se realice un mayor esfuerzo en la *promoción y marketing* del sistema mediante campañas de información y publicidad; haciendo obligatoria para los Estados Miembros la promoción del EMAS; permitiendo un uso más amplio del logo y otras medidas (ver Informe 1). Estas acciones producirían un aumento de la notoriedad del sistema de forma que más agentes serían conscientes de su existencia (incluida la población en general). La mayor parte de la evidencia recogida por el estudio EVER apoya fuertemente la implementación de esta opción. Muchos observadores identificaron la falta de conocimiento generalizado del sistema EMAS, (y la consiguiente falta de recompensa por parte del mercado, las partes interesadas y las instituciones públicas), como una de las barreras más significativas para el desarrollo del EMAS.
- **A3: Integrar EMAS en otra legislación (elaboración e implementación de políticas)**
La integración con otra legislación y reglamentos a nivel Europeo y nacional se ve como elemento crucial para el éxito de EMAS. Nuestra recomendación sugiere la forma de integrar más a fondo el reglamento EMAS en políticas ambientales para convertirlo en una herramienta verdaderamente integrada. La utilización del sistema EMAS para hacer más fácil y efectiva la implementación de la normativa medioambiental fue una idea propuesta prácticamente por todas las partes interesadas consultadas durante el estudio, y por lo tanto es una opción altamente recomendada.
- **A4: Hacer de EMAS un sistema reconocido internacionalmente y aplicado internacionalmente.** Esta opción contempla varias formas en las que EMAS se podría actualizar para que adquiriera reconocimiento internacional y tuviera a su vez un ámbito de aplicación internacional. A pesar de que la implementación de esta opción requeriría una

cuidadosa consideración para que funcionara a nivel operativo, (debido a las implicaciones que esto conllevaría en cuanto a la competición internacional), se debería insistir en que a muchas organizaciones les motivaría participar *únicamente* en el caso de la participación conlleve reconocimiento internacional y de esta forma el sistema EMAS se pudiera usar fuera de los mercados comunitarios con efectividad, (como la norma ISO 14001).

▪ **A5: EMAS como herramienta de información y comunicación**

Esta opción se refiere a la posibilidad de hacer que el sistema EMAS sea una herramienta de comunicación más efectiva y contundente. Gran parte de los datos recogidos en el estudio apoyan fuertemente la introducción de innovaciones en la forma en la que se ha concebido, validado y difundido su declaración medioambiental. Algunas de las medidas propuestas se basan en un uso más amplio de los indicadores medioambientales.

▪ **A6: Otorgar al sistema EMAS carácter de obligatoriedad**

Esta opción prevé la posibilidad de hacer que EMAS sea *obligatorio* para cierto tipo de organizaciones o en ciertas circunstancias (en grandes eventos por ejemplo. Ver Informe 1). Aunque esta medida resultaría muy efectiva en cuanto al aumento resoluciones concedidas, no obtuvo un gran consenso en el estudio. El cambio necesario de la naturaleza y requisitos del sistema para que pudiera tener carácter de instrumento político obligatorio, sería demasiado radical. Estos cambios además se solaparían con políticas ya existentes (como la Directiva PPI) e incluso podría reducir el potencial del sistema EMAS para involucrar a otros sectores y organizaciones.

▪ **A7: EMAS en su vertiente de “código deontológico”**

Esta opción propone un cambio radical de los requisitos del sistema EMAS. Se trataría de enfocar su implementación mediante la adopción de un *código deontológico* que las organizaciones afiliadas aplicarían, dando a la implementación del sistema más flexibilidad. Esta opción pondría al EMAS en una posición en la que al compararlo con otras iniciativas, certificables o no, podría otorgar realmente “valor añadido” y podría permitir que durante su aplicación se concentrara en el comportamiento desde la mejora continua. Esta opción también simplificaría la participación de las pequeñas empresas.

▪ **A8: Hacer que EMAS sea reconocido como “norma de excelencia”**

Convertir al sistema EMAS en una “norma de excelencia” verdadera y de amplio reconocimiento atraería a más organizaciones y aumentaría la aplicación del mismo. Esta opción se base en el hecho de que muchos actores (a los que se consultó durante el estudio) no consideran EMAS como un sistema de referencia y quieren que los requisitos de implementación se conecten más estrictamente al comportamiento medioambiental de las organizaciones, como forma de aumentar su credibilidad y la percepción positiva del sistema. Para conseguir este objetivo se han propuesto varias medidas cuya meta es mejorar el comportamiento medioambiental (ver Informe 1). Se debe señalar que endurecer los requisitos haría que los registros aumentaran solo a largo plazo.

▪ **A9: Objetivo: PYMES**

Esta opción se centra en mejorar las especificaciones para las PYMES con el objetivo de facilitar la entrada en el sistema a las empresas que carecen de los medios humanos, técnicos y

económicos necesarios para adherirse al mismo. Las medidas propuestas (ver Informe 1) amplían las ya resumidas, (aunque no implementadas todavía totalmente), en la Recomendación de la Comisión EC/2001/680 y en la Decisión EC/2001/681 del 7 de septiembre del 2001 que acompañan al Reglamento EMAS. Las medidas están elaboradas también a través de las conclusiones de algunos de los recientes proyectos piloto de EMAS dirigidos a personalizar el sistema a las necesidades de pequeñas empresas (incluidos los llamados “enfoques por etapas”).

▪ **A10: fortalecimiento de la dimensión producto en el sistema EMAS**

El fortalecimiento de la “dimensión producto” del sistema EMAS es una medida ampliamente apoyada por la evidencia recogida durante el estudio EVER. Esta opción propone la inclusión de requisitos opcionales para aquellas organizaciones interesadas en revalorizar el comportamiento ambiental de sus productos en el marco de implementación del sistema EMAS. Las medidas propuestas se han concebido como “adendas” al Reglamento y se basan en los requisitos ya existentes en otras políticas (p.e.: la Directiva EuP, Programas EPD, etc.).

▪ **A11: fomentar y facilitar un “enfoque de agrupación”**

El objetivo de esta opción es fortalecer el “enfoque de agrupación” que ya está bien establecido en la UE. La experiencia ha demostrado que la interrelación entre empresas y entre empresas y el público o los agentes “colectivos” del sector privado, (instituciones locales, asociaciones comerciales, grandes empresas en la cadena de suministro, etc.), puede ser una herramienta muy útil en la promoción y apoyo del sistema EMAS, especialmente para las empresas pequeñas. Esta opción se deriva de la evidencia recogida durante el estudio EVER que pone de relieve la necesidad de apoyo a largo plazo y de simplificación. Las medidas propuestas prevén un reconocimiento especial de aquellos agentes cuyo papel es el de “catalizador” dentro de la red de contactos.

▪ **A12: Integración de los temas relacionados con la Responsabilidad Social Corporativa (y con la sostenibilidad).**

Esta opción propone una forma de incorporar estos asuntos al Reglamento EMAS mediante una serie de requisitos y adendas opcionales (mediante un enfoque modular). La solución propuesta se recomienda, en la medida que permite experimentar el éxito potencial de temas relacionados con la Responsabilidad Social Corporativa. Esta opción no conlleva ningún condicionante específico para las organizaciones no interesadas.

▪ **A13: Involucrar los sectores de la banca y de los seguros en el sistema EMAS**

Los hallazgos del trabajo de campo del estudio EVER sugieren que involucrar estos sectores sería uno de los incentivos más efectivos para difundir el EMAS. Esta opción se basa en la posibilidad de que la Comisión Europea puede influir en los reglamentos adoptados y en el comportamiento estratégico de ambos sectores para fomentar la adopción del sistema EMAS. Como garantía de buen comportamiento en cuanto a la gestión de riesgo medioambiental.

▪ **A14: EMAS para autoridades locales e instituciones públicas**

Esta opción se basa en varias medidas identificadas como útiles y potencialmente efectivas para mejorar la capacidad de las instituciones públicas de implementar los requisitos del EMAS y estimular la participación en el sistema. El objetivo del primer conjunto de medidas propuestas es responder a la necesidad de un asesoramiento de mejor calidad y más práctico respecto a

ciertos requisitos. El objetivo del segundo conjunto de medidas es reforzar el efecto multiplicador que desde la experiencia “pionera” puede llevar a las administraciones públicas a ampliar la aplicación del sistema EMAS y de sus requisitos (ver Informe 1).

PARTE B: ECOETIQUETA COMUNITARIA

A continuación se listan las opciones y recomendaciones propuestas durante el estudio:

▪ **B-1: “Instituciones cambiantes”**

Este paquete de opciones se refiere al marco institucional actual de la Ecoetiqueta comunitaria. Se han considerado cuatro opciones para modificar dicho marco institucional que afecta a:

- La situación de la asignación de derechos, obligaciones, estructura y poder entre la Comisión, los Estados Miembros y sus Organismos Competentes, solicitantes y otras partes interesadas.
- La posibilidad de externalizar partes del sistema o incluso la totalidad del sistema;
- Estandarizar el proceso de concesión y validación.
- Posibilidad de descentralizar el sistema en mayor medida.

Se han presentado varios cambios a considerar, en particular los concernientes a la composición del foro de decisión de la Eco-etiqueta, que necesita ser más representativo de la totalidad de las partes interesadas en el sistema.

▪ **B-2: “Marcos cambiantes”**

Las opciones propuestas tienen como objeto mejorar el atractivo de la Flor mediante una política de incentivos fiscales, estimulación de la demanda de mercado mediante políticas de Contratación Pública Verde y hacer más eficiente el proceso de certificación mediante una mejor reglamentación y refuerzo mutuo entre las eco-etiquetas existentes.

▪ **B-3: Cambiar el contenido de la Ecoetiqueta**

Un aspecto de la investigación efectuada por el estudio EVER ha sido la necesidad de realizar cambios en los criterios y cobertura de la Ecoetiqueta para atraer a más solicitantes y para poder implementar los cambios propuestos. Esta opción formula medidas para ampliar el número de grupos de productos y reducir la cantidad de criterios, como forma de asegurar que el sistema atraiga a más empresas.

▪ **B-4: Promoción y marketing**

Esta opción se basa en el fuerte mensaje que se desprende del estudio EVER: que se debería hacer un significativo esfuerzo adicional para promocionar y comercializar el sistema. Este esfuerzo se realizaría mediante varias iniciativas posibles, dirigidas a aumentar el conocimiento del sistema por parte de consumidores, compradores profesionales, minoristas, potenciales afiliados y otras partes interesadas. Se han propuestos dos tipos de medidas distintas en esta opción: marketing y promoción directos (por ejemplo, campañas de información, co-marketing y foros de debate, etc.) y actividades que permitan a las empresas apoyar dichos esfuerzos de

promoción y marketing (por ejemplo, herramientas y materiales informativos, centros de coordinación y análisis de mercado, etc.).

▪ **B-5: Armonización y sistemas de ecoetiquetado**

El estudio EVER apunta a la conclusión de que se necesita realizar un mayor esfuerzo en cuanto a la armonización de sistemas de ecoetiquetado. Proponemos tres formas de actuación:

- que los sistemas nacionales adopten criterios de la Ecoetiqueta
- que la Ecoetiqueta adopte los criterios nacionales siempre que sea posible
- transformar la Ecoetiqueta comunitaria en una especie de sistema “paraguas” (ver Informe 1).

▪ **B-6: Apoyo directo a los solicitantes**

Se han propuesto dos tipos de apoyo directo que se podrían prestar a los que solicitan la Ecoetiqueta: medidas técnicas relacionadas con a) la provisión de know-how y b) herramientas e incentivos financieros en forma de subvenciones o reducción de los costes de implementación a los que actualmente se enfrentan los solicitantes.

▪ **B-7: Extensión gradual de la Ecoetiqueta comunitaria hacia la sostenibilidad**

Basándonos en los hallazgos de nuestro estudio, no recomendamos la puesta en marcha de un nuevo sistema de “etiquetado sostenible”, en vista de la inminente revisión a la que va a ser sometido el sistema de ecoetiquetado comunitario. Proponemos, en cambio, incorporar gradualmente modificaciones al sistema actual que pudieran responder a largo plazo a la posible implementación de una etiqueta comunitaria de sostenibilidad, estimulando la atención de empresas y consumidores hacia otros asuntos relacionados.

Las siguientes opciones adicionales se refieren tanto al EMAS como a la Etiqueta Ecológica Europea, y proponen dos opciones: mantener ambos sistemas como hasta el presente, o bien abolirlos.

▪ **Mantener los sistemas como actualmente.**

Esta opción prevé únicamente pequeñas modificaciones y ajustes a los sistemas existentes para responder a aquellas peticiones derivadas del estudio EVER en lo concerniente al marco institucional y de organización de ambos sistemas en sus áreas más problemáticas. Esta opción no cambiará de forma significativa el patrón de desarrollo de ambos sistemas.

▪ **Terminación súbita**

Esta opción prevé la manera en que la Comisión Europea puede abandonar el área de política de instrumento voluntario a corto plazo, mediante el análisis de los beneficios y daños/riesgos asociados.

▪ **Terminación gradual**

Esta opción se apoya en la posibilidad de reducir gradualmente el compromiso y esfuerzo que realiza la Comisión para mantener y apoyar ambos sistemas y transferir su gestión a otros organismos responsables.

PARTE C: INTEGRACIÓN

Existe una opción final que apoya la sinergia e integración entre el sistema EMAS y el de Ecoetiquetado comunitario. Esta opción contempla dos posibles conjuntos de medidas. El primer conjunto de medidas promocionaría e implementaría el nivel más alto posible de sinergia entre ambos sistemas pero manteniéndolos independientes. El segundo conjunto de medidas contempla un nuevo sistema hipotético de certificación medioambiental en “tres pasos” promovido y gestionado por la Comisión y del que el EMAS y el sistema de Ecoetiquetado comunitario serían dos de los pasos.

▪ **Refuerzo mutuo entre el sistema EMAS y el sistema de Ecoetiquetado comunitario**

El concepto básico en el que se fundamenta este primer conjunto de medidas es que la revisión de los sistemas se debería centrar en la consecución de dos objetivos:

- Por un lado, EMAS y el sistema de Ecoetiquetado comunitario deberían incluir condiciones realmente favorables para aquellas organizaciones que ya participan en uno de los sistemas y quieren participar en el otro. Además, la implementación conjunta de ambos sistemas debería resultar verdaderamente conveniente
- Por otro lado, ambos sistemas deberían ser más coherentes en principio y más consistentes en la práctica, también respecto a sus requisitos, con la finalidad de enviar al las partes interesadas un mensaje unívoco de “excelencia medioambiental”.

▪ **Propuesta para un sistema comunitario voluntario en “tres niveles”**

Para poner en práctica una integración intensa y efectiva entre ambos sistemas, y para aceptar algunas de las sugerencias desprendidas del estudio EVER, proponemos una fusión más en profundidad de EMAS y del sistema de Ecoetiquetado comunitario mediante la creación de un sistema nuevo fundamentado en diferentes oportunidades de certificación. El nuevo sistema se podría basar en una “implementación gradual” que incorporara tres niveles progresivos de reconocimiento, por parte de la Comisión Europea, de la labor de gestión medioambiental de la organización. Esta propuesta se sustenta en el concepto básico de considerar los sistemas de gestión medioambiental como un primer paso que tiene que ver con la organización y con cómo ésta gestiona los aspectos de su operación que tienen un impacto sobre el medioambiente. Una vez establecido este primer nivel se comenzaría a trabajar en crear más oportunidades para dar reconocimiento al esfuerzo e iniciativas asociadas a la gestión medioambiental del producto, (bien o servicio), y a su comunicación. El nivel más alto sería el reconocimiento de la calidad medioambiental del producto respecto a sus competidores. Este nuevo sistema se basa en algunas de las opciones descritas previamente.