



**Etiqueta Ecológica Europea: Oportunidad para
impulsar la internacionalización de Industrias Estra
S.A**

**Natalia Arteaga Agudelo
Alejandra López Varela**

**Institución Universitaria Esumer
Facultad de Estudios Internacionales
Medellín, Colombia
2016**

Etiqueta Ecológica Europea: Oportunidad para impulsar la internacionalización de Industrias Estra S.A

**Natalia Arteaga Agudelo
Alejandra López Varela**

Trabajo de investigación presentado para optar al título de:

Negociador Internacional

Director (a):

Nombre del director(a) y título (Ph.D, MSc., Doctor, Químico, etc.)

Codirector (a):

Nombre del codirector(a) y Título (Ph.D., MSc., Doctor, Químico, etc.)

Línea de Investigación:

Comercio Internacional

Institución Universitaria Esumer
Facultad de Estudios Internacionales
Medellín, Colombia

2016

Resumen

En este proyecto se plantea una estrategia que facilitará e impulsará las ventas al mercado europeo de los productos de uso de Separación y Manejo de Residuos pertenecientes al mundo Institucional de Industrias Estra S.A a través de la adquisición de eco-etiquetas como la Etiqueta Ecológica Europea, dado a que la economía de este continente le da mucha importancia al consumo en pro del medioambiente.

Debido a la preocupación que se está generando con respecto al deterioro del planeta, se están implementando medidas y acuerdos que ayuden a minimizar los impactos causados por la sobreexplotación de los recursos y el consumismo desenfrenado de la sociedad. Se hizo un análisis de los beneficios que representan pertenecer como empresa a la élite verde bajo la Etiqueta Ecológica Europea y ser reconocida como proveedora de responsabilidad social ecológica, garantizando así una ventaja competitiva como indica Michael Porter en su libro “Ser Competitivo”: las empresas deberían entender que mejorar sus procesos con respecto al medio ambiente no debería ser solo por cumplir una regulación, sino parte esencial de la competitividad generando valor agregado a los productos certificados en relación a los que no lo son, logrando ser muy atractivos en el mercado. (Porter, 2009)

Palabras clave: Eco-etiquetas, Etiqueta Ecológica Europea, Desarrollo Sostenible, Competitividad, Cultura.

Contenido

	<u>Pág.</u>
Lista de figuras	VI
Lista de tablas	XIV
Lista de abreviaturas	¡Error! Marcador no definido.
Introducción	1
1. Formulación del Proyecto	3
1.1 Antecedentes.....	3
1.1.1 Estado del Arte.....	8
1.2 Planteamiento del problema.....	11
1.3 Justificación.....	14
1.4 Objetivos.....	17
1.4.1 Objetivo general	17
1.4.2 Objetivos específicos.....	17
1.5 Marco metodológico	18
1.5.1 Método.....	18
1.5.2 Metodología.....	19
1.6 Alcances	200
1.7 Qué es la Etiqueta Ecológica Europea.....	21
2. Ejecución del Proyecto	22
3. Hallazgos	33
4. Conclusiones y recomendaciones	35
4.1 Conclusiones.....	35
4.2 Recomendaciones.....	36
Referencias bibliográficas	37
ANEXOS	40
A. Anexo: Entrevista	40

Lista de figuras

Pág.

Figura 1: Comparación del porcentaje participativo de los diferentes mundos en las ventas del primer trimestre del año 2015 y 2016..6

Figura 2: Porcentaje de participación por mundos en las ventas del año 2015.**¡Error!**

Marcador no definido.

Figura 3: Porcentaje de participación en las ventas del año 2015 del mundi institucional por zonas..... **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 4: Existencia de un programa de recogida selectiva según el continente de origen de la población inmigrante de la ciudad de Valencia, España.....23

No se encuentran elementos de tabla de ilustraciones.

Lista de tablas

Pág.

Tabla 1:	Etiquetas Ecológicas de Estados Unidos, Colombia y la Unión Europea.....	8
-----------------	--	---

Lista de abreviaturas

ONU: Organización de las Naciones Unidas

EEE: Etiqueta Ecológica Europea

SAC: Sello Ambiental Colombiano

ICONTEC: Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación

ISO: Organización Internacional de Estandarización

RSU: Residuos Sólidos Urbanos

AELC: Asociación Europea de Libre Comercio

UE: Unión Europea

Introducción

Actualmente hay una gran preocupación a nivel mundial con respecto al medio ambiente, los ecosistemas, la fauna y flora, la protección de los bosques y los recursos naturales de los que se está haciendo un uso indebido y exagerado, incurriendo así en un consumismo insostenible y el deterioro del planeta tierra. Según el periodista Alex Fernández Muerza, cita en su artículo “El desarrollo sostenible es el mayor mito del medio ambiente” a Sergio Federovisky, biólogo, periodista ambiental y presidente de la Agencia Ambiental de La Plata, Argetina, en su último libro, 'Los mitos del medio ambiente: mentiras, lugares comunes y falsas verdades' deja por escrito que éste lejos de mejorar ha empeorado, en su opinión la falta de avances se debe a las supuestas soluciones ofrecidas, como el desarrollo sostenible o el reciclaje, que se han convertido en mitos. "No se puede imponer un sistema económico basado en el lucro y pretender la sostenibilidad ambiental", razona Federovisky. (Fernández, 2013).

Es por ello que se busca a través de las empresas, que son las que más contribuyen a la destrucción ambiental, que mejoren sus procesos productivos y los hagan más eficientes con el fin minimizar el impacto que generan sobre éste. Deben ajustarse al concepto de la nueva era verde y los beneficios que derivan de ésta, proponer, seguir y ejecutar normas ambientales que posibiliten la armonía entre las prácticas empresariales y el entorno que las rodea.

No en vano los gobiernos y entidades encargadas de controlar y regular el ordenamiento ambiental, están formulando y diseñando políticas que ayuden a la conservación y el desarrollo del medio ambiente como las etiquetas ecológicas, las cuales consisten en identificar aquellos productos que cuentan con la ventaja competitiva de ser considerados ambientalmente sostenibles.

Dado lo anterior surge la iniciativa y necesidad de ser responsables con la naturaleza, única proveedora de los recursos netamente infalibles para la supervivencia humana y de las especies. Como resultado se está en la emergencia de dar pronta solución a los problemas derivados del industrialismo, el desbordamiento del consumo y el exceso de desechos. Actualmente se han impulsado campañas benéficas para ayudar a la causa, como en Corea del Sur donde se le dio protagonismo a las tarjetas de crédito en las cuales los consumidores que compren productos ecológicos podrán acumular puntos en éstas y se redimirán en dinero, (Anónimo, 2011). o el histórico record de 171 países que firmaron este año en el mes de abril el acuerdo de París ante la ONU, el cual consiste en el primer pacto universal en materia de negociaciones climáticas. (Anónimo, 2016). Con la debida información que ayude a empresas como Industrias Estra S.A, encargada de producir entre otros productos, recipientes para Separación y Manejo de Residuos, ¿cómo puede llegar a ser un aliado del negocio verde y la normativa ambiental, buscando así reducir el impacto al patrimonio ecológico y encontrar oportunidades de expansión y reconocimiento de sus productos certificados y valorados por concientizar sobre una cultura ecológica?.

1. Formulación del Proyecto

1.1 Antecedentes

Hasta finales de la década de los años setenta del siglo XX se tenía la convicción de que el crecimiento económico debía basarse en avances científicos y el progreso industrial, es decir en la industrialización de los países, sin tener en cuenta que para que esto fuera posible, era necesario la explotación de recursos finitos como los naturales, como por ejemplo el agua. Este modelo pronto empezó a hacer estragos en el medio ambiente y la sociedad, pues el crecimiento exponencial de la población mundial y el aceleramiento en el desarrollo económico cada vez pone a prueba los límites y la capacidad que tiene el planeta Tierra de soportar este modelo, convirtiéndolo así en un prototipo de crecimiento económico insostenible. (Atehortúa, 2015).

Para los años 80, la ONU propuso un nuevo modelo de Desarrollo Sostenible, el cual “permite satisfacer las necesidades de la población actual, sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer las suyas”. (Pacheco, 2011) Esto a través del equilibrio entre dimensiones de sostenibilidad social, ambiental y económica.

Así pues, el estado cumple un papel muy importante frente a éste desarrollo, ya que debe buscar un equilibrio entre lo que exige el mercado y la disponibilidad ambiental para satisfacer las necesidades existentes en él, teniendo en cuenta que el consumismo existente actualmente en las economías de muchos países desarrollados y subdesarrollados, es exagerado. Con el fin de llegar a ese equilibrio y buscar una relación armoniosa entre el

consumo de un bien o servicio y el planeta, nacen certificaciones que fomentan la comercialización de aquellos productos cuyos procesos de producción y ciclo de vida impactan de manera positiva la gestión ambiental, logrando así ser reconocidos como productos que van en contra del deterioro ecológico.

En Colombia ya se han implementado varias normatividades que exigen a los pequeños, medianos y grandes empresarios establecer programas de administración y control ambiental en sus actividades productivas y comerciales. La ISO 14001 es una certificación internacional que exige a las organizaciones colombianas el cumplimiento de la reglamentación ambiental a través de la reducción o eliminación de los impactos negativos que producen su gestión organizacional al entorno en el que se encuentra. Las empresas certificadas se encuentran en la obligación de demostrar que se están cumpliendo correctamente los estándares de aplicación exigidos por el Icontec.

El Plan Nacional Estratégico de Mercados Verdes, creado por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, creó el Sello Ambiental Colombiano, el cual es una etiqueta a la que voluntariamente los empresarios pueden acceder y certificarse con el fin de tener un factor diferenciador en el cual el consumidor reconozca la responsabilidad ambiental que dicha empresa maneja. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (2015).

Sin duda alguna, países con un crecimiento económico más avanzado que el colombiano, como los europeos, también cuentan con herramientas que exigen a las empresas tomar medidas como la adopción de tecnologías y estrategias que contribuyan al menor deterioro medioambiental. La utilización en los productos o servicios de la Etiqueta Ecológica Europea, hace parte de la gestión que se debe realizar si se desea incursionar en éste mercado con el fin de generar en los consumidores la aceptación por lo que la empresa

les ofrece, dado a la conciencia que ésta toma por la recuperación y el controlado aprovechamiento de los recursos ambientales.

La Unión Europea plantea cinco razones por las cuales aquellas compañías que desean comercializar sus bienes o servicios, deben tener en cuenta la utilización de su etiqueta si desean conquistar el mercado europeo:

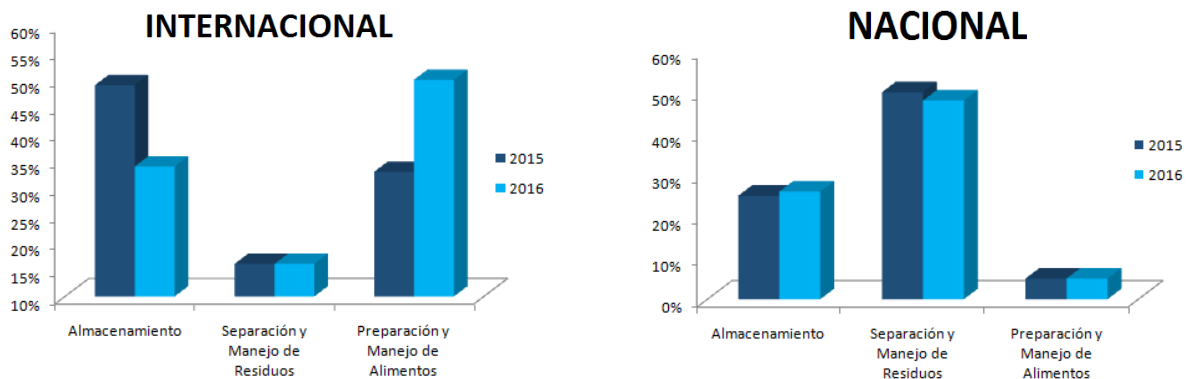
1. Tanto los clientes como los consumidores prefieren aquellos productos que son más amigables con el medio ambiente y que tienen un control en sus actividades en pro del entorno ambiental.
2. La Etiqueta Ecológica Europea es reconocida en todos los países pertenecientes a la Unión Europea, lo que permite que el producto pueda comercializarse y ser reconocido en todo el continente.
3. La etiqueta genera confiabilidad por parte del mercado en el sentido de que el control y verificación del cumplimiento de los requisitos exigidos para la certificación a la empresa y al producto como tal, es realizado por científicos independientes y calificados para ello.
4. La implementación de ésta etiqueta genera una excelente reputación para la empresa, la cual trae beneficios como crecimiento en las ventas y aceptación en cualquier mercado por la responsabilidad social adquirida por ésta, enfocada a tener en cuenta el cuidado del medio ambiente.
5. El proceso de certificación para la implementación de la EEE, es sencillo y no genera grandes costos a diferencia de los múltiples beneficios que ésta brinda.

(Connect Américas, 2015)

Industrias Estra S.A es una empresa paisa con más de 60 años en el mercado nacional, dedicada a producir y comercializar productos plásticos para el hogar y la industria. Estos productos hacen parte de tres mundos: Infantil, Hogar e Institucional, siendo éste último en el cual estará enfocado este proyecto.

Se realizó una comparación de las ventas del primer trimestre del año 2015 y 2016 tanto en la zona nacional como en la internacional, de las tres líneas que generan mayor volumen de ventas en el mundo institucional con el fin de demostrar la gran diferencia existente entre el porcentaje de participación en la comercialización de los productos para uso de separación y manejo de residuos en Colombia y en los países latinoamericanos a los que se exportan.

Figura 1. Comparación del porcentaje participativo de los diferentes mundos en las ventas del primer trimestre del año 2015 y 2016



Fuente: Elaboración propia (2016)

Evidentemente existe un mayor volumen de ventas nacionales de estos productos, lo cual indica la necesidad de implementar estrategias para que crezca el número de despachos hacia los países extranjeros a los que Industrias Estra llega. Muestra de esto es el promedio de ventas realizadas entre el mes de enero y marzo del año anterior y del

actual, para la zona nacional éstas han tenido un porcentaje de participación del 49%, 33% menos que la zona internacional, pues ésta tiene tan sólo el 16%.

La figura 1 también reflejan el comportamiento de las ventas en ambos años, el cual tiene una tendencia repetitiva: las ventas internacionales de los contenedores, puntos ecológicos, papeleras y accesorios fueron exactamente las mismas en ambos años y en la zona nacional sólo hubo pequeña una diferencia de 2% donde en el año 2015 se vendió un poco más que en el mismo periodo del 2016.

Una buena manera de incrementar las cifras de ventas de este tipo de bienes, es a través de la introducción a un mercado en el que existe la “compra verde”, donde los consumidores tienen en cuenta criterios ambientales a la hora de comprar, pues buscan “productos y servicios ecológicamente responsables” (Bastante, Capuz, Viñoles & Pacheco, 2011). El mercado de los países pertenecientes a la Unión Europea se caracteriza por esto, muestra de ello es la utilización de la Etiqueta Ecológica Europea en los productos o servicios que allí se ofrecen.

1.1.1 Estado del Arte

En muchos países del mundo existen varios sellos ambientales pues éstos son considerados como un instrumento de gestión ambiental que permite el mejoramiento de los procesos productivos y ampliar el sector del mercado ecológico.

En el artículo “*En mercadeo verde, eco-etiquetado y compra responsable*”, los autores explican los tres tipos de etiquetas ecológicas existentes en el mercado: Etiquetas Ecológicas Tipo I, Tipo II y Tipo III. A continuación se describirán brevemente cada una de ellas.

- Etiquetas Tipo I: Son de voluntaria adhesión, certificados por una entidad independiente la cual garantiza que cierto producto cumple con las condiciones exigidas para definirlo como ecológico y poco nocivo para el medio ambiente. Algunos ejemplos de este tipo de etiquetas son las utilizadas en Estados Unidos, Colombia y la Unión Europea:

Tabla 1. Etiquetas ecológicas de Estados Unidos, Colombia y la Unión



Fuente: Elaboración propia. Basada en artículo “*En mercadeo verde,*

ecoetiquetado y compra responsable”

”.

Un ejemplo de empresas que han adquirido este tipo de sellos ambientales es la Minnesota Mining and Manufacturing Company conocida como 3M, es una compañía estadounidense con operación en más de 70 países encargada de desarrollar tecnologías y diferentes productos para cubrir mercados como el electrónico, automotriz, manufacturero, transporte y telecomunicaciones, cuyos productos son certificados y garantizan el poco impacto nocivo al entorno que generan su producción y ciclo de vida. Green Seal (2016).

- Etiquetas Tipo II: Son textos, símbolos o gráficos realizados por el propio fabricante del producto. Reguladas por la norma ISO 14021 que cuenta con unos requisitos específicos los cuales deben ser aplicables a éstos auto-sellos y que verifican la veracidad de la información descrita allí.
- Etiquetas Tipo III: Bastante, Capuz, Viñoles y Pacheco (2011) mencionan en su artículo que este tipo de etiquetas son aquellas que “ofrecen información sobre el impacto medioambiental de un proceso o servicio a través del análisis de ciclo de vida.”

En el artículo “La cultura ciudadana de reciclaje. Europeos vs Sudamericanos” mencionan lo siguiente

“...la cultura ciudadana de reciclaje está bastante extendida en los llamados países desarrollados, quienes gracias a sus recursos económicos y tecnológicos han logrado establecer programas de recogida selectiva, haciendo participe a la

ciudadanía sobre el papel que juega en la estructura de la gestión de los RSU.”

Castillo, L., Izquierdo, A., Solís, M., y Guilamany, A. (2013)

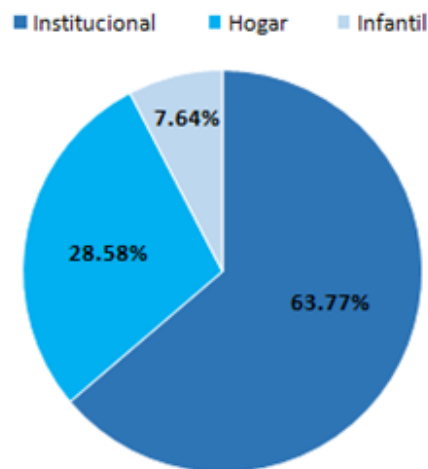
Es decir, en países como los europeos ha ido incrementando el apoyo por parte de los estados al mejoramiento de la actitud empresarial y de los habitantes frente los problemas medioambientales a través de la asignación de recursos para crear e implementar diferentes programas que ayuden y faciliten el sistema de recolección, separación y manejo de residuos sólidos urbanos en estos países.

1.2 Planteamiento del problema

El mundo Institucional ofrece un portafolio de productos de acuerdo a su uso, allí encontramos artículos para almacenamiento, amueblamiento, aseo y limpieza, preparación y manejo de alimentos, y los usados para la separación y manejo de residuos como puntos ecológicos, las papeleras y sus respectivos accesorios.

Éste mundo tiene una participación muy importante en las ventas de la compañía con respecto a los otros, pues representa más del 63% en el total de las ventas, seguida del mundo Hogar con un 28.5% e Infantil con un 7.6%. Como se observa en la siguiente figura:

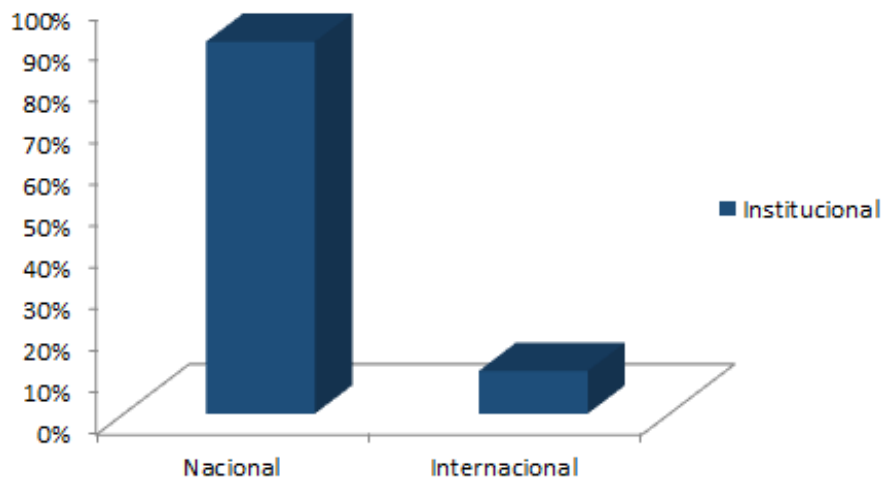
Figura 2. Porcentaje de participación por mundos en las ventas del año 2015



Fuente: Elaboración Propia. (2016)

El cumplimiento de las ventas para la zona nacional, depende en gran parte del despacho de los productos de la línea Institucional, que cuenta con el 89% de participación en éstas (Ver Figura 3). Canales como Cliente Final y Tradicional, tuvieron ventas de ésta línea por más de \$17.495 y \$13.128 millones de pesos durante el año 2015, con un porcentaje de participación del 42.7% y 32% respectivamente, siendo éstos dos, los canales por los cuales se venden más los artículos Institucionales.

Figura 3. Porcentaje de participación en las ventas del año 2015 del mundo institucional por zonas.



Fuente: Elaboración Propia. (2016)

En cuanto a la zona internacional, ésta obtiene el 10% restante de la participación de éste mundo en sus ventas anuales (Ver Figura 3), aunque tienen clientes en Perú, Ecuador, Chile, Bolivia, Argentina, Panamá, El Salvador, Costa Rica, República Dominicana y México. Notamos entonces, que a pesar de la importancia que tiene el mundo institucional

para la compañía, aún falta impulsar con mayor fuerza las ventas de esta línea a diferentes países, buscando así nivelar un poco la balanza y que el cumplimiento de las metas de ventas propuestas para cada año, no dependa tanto de la zona nacional.

Como se menciona anteriormente, los productos de Industrias Estra llegan al norte, centro y sur del continente americano. Con miras a expandir su mercado a otro continente y dado a la necesidad de impulsar los productos que facilitan el reciclaje, se identifica que el continente europeo es una gran oportunidad para este tipo de productos, pues sus países se han destacado por su responsabilidad con el cuidado del medio ambiente, especialmente en la conciencia que existe en sus habitantes por la separación y el buen manejo de los residuos que se desechan diariamente. Muestra de esto es la existencia de etiquetas ecológicas que identifican cuáles son los bienes cuyo proceso de producción y vida útil no generan un impacto nocivo y negativo al medio ambiente.

Este problema conlleva a realizar las siguientes preguntas:

- ¿De qué manera se impulsarán las ventas internacionales de los productos para uso de Separación y Manejo de Residuos?
- ¿Cuáles son los beneficios que brindan a las empresas, los consumidores y la comunidad en general, el otorgamiento de los sellos ecológicos a los productos?
- ¿Cuál es la situación actual del compromiso existente a nivel gubernamental y empresarial, frente a las prácticas ambientales en los procesos desde la producción de un bien hasta su consumo final?

1.3 Justificación

Los productos de Separación y Manejo de Residuos se destacan entre los demás de este mundo por sus ventas, pues son las papeleras, contenedores y puntos ecológicos en todas sus presentaciones, además de los accesorios como plataformas y bases, los que lideran las cifras. (Ver Figura 2). Que éstos tengan una certificación internacional que les permita ingresar “con pie derecho” a países con una fuerte cultura hacia el buen manejo y reutilización de los residuos desechados como Alemania, Suiza o Bélgica, significaría una oportunidad de crecimiento para Industrias Estra. Igualmente se posicionaría como la primera empresa colombiana en adquirir la Etiqueta Ecológica Europea (Ecolabel), debido a que en el país, aún ninguna la obtiene.

Justificación Teórica

Para cualquier compañía con miras a abrir un mercado en el exterior y posicionarse en él, es importante estudiar y analizar las características y condiciones del nicho al que desea llegar, como las particularidades del consumidor, la normatividad tributaria existente en ese país, el posicionamiento, ventajas y desventajas de la competencia en ese mercado, la cadena logística ideal para poder incursionar con buenos costos y al menor tiempo posible y las estrategias necesarias para atraer cada vez más a los clientes fidelizándolos así, no sólo con los productos sino con la marca. El presente proyecto contribuye una opción para que los directivos de las organizaciones empresariales no sólo se basten con cumplir con las actividades mencionadas para poder abrir o posicionarse en un mercado diferente al local, sino que tengan en cuenta la adquisición de este tipo de etiquetas ecológicas como

factor diferenciador, una fortaleza competitiva y como contribución al desarrollo sostenible a través de su responsabilidad social.

Justificación Social

Esta investigación aportará una estrategia para que no sólo a Industrias Estra sino a cualquier empresa que desee tener un factor diferenciador ante las demás, sean reconocidas y preferidas en el mercado local y extranjero, por su compromiso con el entorno en el que desarrolla sus actividades de producción, distribución y comercialización de los bienes o servicios que ofrece y destacarse por su excelente relación con sus stakeholders, “concepto que describe a todas aquellas entidades o personas que tienen o pueden tener un interés en la organización porque son afectadas o se perciben afectadas por ella”,(Atehortúa, 2015, p.97)., los cuales serían el medio ambiente, el estado, los proveedores, los trabajadores y las comunidades.

Justificación Personal

Debido a la importancia que ha generado durante los últimos años el tema medioambiental: cuidados, problemas, consecuencias por la falta de conciencia que ha existido por parte de las grandes empresas, estados y habitantes del planeta, se identificó la necesidad de enfocar el proyecto en la investigación de una manera mediante la cual las compañías puedan aportar al crecimiento de la conciencia por el cuidado del medio ambiente y el aprovechamiento controlado de los recursos naturales y logren así ventajas competitivas: La Etiqueta Ecológica Europea. Este tema será beneficioso para la

comunidad esumeriana interesada en investigar a través de sus trabajos de grado, acerca de aquellas certificaciones que son necesarias para ingresar cualquier producto o servicio al mercado de la Unión Europea.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Establecer la importancia de la obtención de una certificación ambiental internacional, específicamente la Etiqueta Ecológica Europea, con el fin de incursionar en el mercado europeo con los productos de Separación y Manejo de Residuos y poder de esta manera incrementar las ventas internacionales de ésta línea de productos.

1.4.2 Objetivos específicos

- Identificar los beneficios que ofrecen a la empresa, los consumidores y la comunidad en general, el otorgamiento de los sellos ecológicos.
- Persuadir a Industrias Estra S.A acerca de la obtención de un sello verde, en este caso la Etiqueta Ecológica Europea en su estrategia de planeación, como medida para impulsar y fortalecer las ventas de este tipo de productos.
- Explicar la situación actual del compromiso existente a nivel gubernamental y empresarial, frente a las prácticas ambientales en los procesos desde la producción de un bien hasta su consumo final.

1.5 Marco metodológico

En este trabajo se aplica el método analítico, para poder analizar la importancia de las certificaciones ambientales por medio de los sellos y etiquetas ecológicas; esto surgió debido al auge que hay actualmente por la preservación y preocupación ambiental y el desarrollo sostenible a nivel mundial. Se inició por investigar la importancia que tienen las certificaciones y los beneficios a los que hace relación obtenerlas, como la Etiqueta Ecológica Europea, se procedió a buscar empresas en Colombia que contaran con el sello EEE, y se evidenció que actualmente no las hay, se hizo un análisis de las excelentes oportunidades a las que se vería sometida una empresa si sus productos son identificados como responsablemente verdes a aquellos que no cuentan con éstos distintivos. Representando así una nueva forma de negocio, concientizando a todos los eslabones de la cadena y contribuyendo a un mundo mejor.

1.5.1 Método

Se aborda el objeto de investigación desde la necesidad de comercializar y exportar en un porcentaje más alto la línea institucional de Industrias Estra, generando mayor participación y reconocimiento en el mercado nacional y también el mercado internacional.

Se inicia con la necesidad que tiene la empresa de certificarse con la Etiqueta Ecológica Europea; pues es a éste mercado donde se quiere llegar y ocupar parte importante del gremio de productos especializados para el reciclaje, siendo reconocidos como empresa contribuyente a la era verde, creando más poder de compra y decisión en

los clientes y consumidores conscientes de ésta nueva forma de vida que beneficia al planeta y sus habitantes.

1.5.2 Metodología

Recolección de información Secundaria:

Se inicia la investigación y análisis a partir de bases de datos confiables clasificando y recolectando lo más importante, proveniente de trabajos realizados en universidades reconocidas de Colombia, en páginas web institucionales y de entidades gubernamentales.

Recolección de información Primaria:

Se realizó una entrevista al Magister de medio ambiente y desarrollo sostenible Dr Federico Alonso Atehortúa con el fin de obtener información de primera mano acerca de la contribución por parte de las empresas para lograr modelos de economías ecológicas.

1.6 Alcances

En este trabajo se quiere determinar cómo comercializar y exportar la línea institucional de Industrias Estra ubicada en Medellín-Colombia, la cual se especializa en productos de manejo de residuos y quiere llegar al mercado Europeo, obteniendo la certificación de la Etiqueta Ecológica Europea por medio de un análisis objetivo de las ventajas comparativas que representan tener dicha certificación y así poder incursionar en este mercado donde la consciencia verde prima por el bienestar de la comunidad y de la tierra.

Qué es la Etiqueta Ecológica Europea

Es un certificado voluntario de eficiencia ambiental que identifica aquellos servicios y productos que en su ciclo de vida no tienen un alto impacto en el medio ambiente, por lo tanto hay un equipo encargado de calificar todo el recorrido de un producto, desde la materia prima, su producción y su desecho, para identificar donde se produce el impacto ambiental de éste y así exigir que contengan sustancias biodegradables. El equipo lo conforman expertos de diferentes sectores de la industria, consumidores, científicos y es sometido a diversas rondas donde se discute la idoneidad del producto y finalmente pasa a la comisión europea la decisión. Una vez adquirido el certificado y firmado el contrato se debe pagar un monto anual dependiendo del tipo de empresa ya que a las PYMES se les concede un determinado porcentaje de descuento.

Un productor, fabricante, mayorista o minorista de un país que no pertenezca a la Unión Europea puede solicitar la etiqueta ecológica ante el organismo competente y el tiempo que tarda en certificarse su producto varía desde la emisión de los documentos pertinentes, la solicitud, revisión, pruebas y calificación de los encargados. Para aquellos que quieren comercializar y exportar a Europa sus productos ya certificados, contarán con la ventaja de ser incluidos en el E-Catálogo que es una herramienta de Marketing la cual apoya y promueve en la Unión Europea la adquisición y poder de compra preferente para éstos.

Es así que contar con una certificación de ésta índole y aún más si se quiere exportar a éste territorio, conlleva a ventajas enormes para la pronta comercialización, distribución, preferencia, cobertura de mercado y reconocimiento de marca.

2. Ejecución del Proyecto

Con miras a expandir su mercado a otro continente y dado a la necesidad de impulsar la línea de productos que facilitan el reciclaje, se identifica una oportunidad para Industrias Estra en los países europeos, pues se han destacado por su responsabilidad con el cuidado del medio ambiente, especialmente en la conciencia que existe en sus habitantes por la separación y el buen manejo de los residuos que se desechan diariamente. Muestra de ello son las siguientes cifras: Alemania, Austria, Bélgica y Suiza son las naciones que reciclan más del 50% de los residuos urbanos que generan, 64%, 59%, 57% y 50% respectivamente. Sin embargo el resto de países no se quedan atrás: los Países Bajos, Suecia, Luxemburgo y el Reino Unido reciclan el 49%, 48%, 17% y 46% en el mismo orden. European Environment Agency (2012). Esto se debe a la creación e implementación de una cultura amigable con el medio ambiente, que ha permitido a los europeos tomar conciencia acerca del tema y que reciclen no sólo por obligación sino por hábito, ya que entienden la importancia del control en el aprovechamiento de los recursos naturales y del uso cuidadoso de los residuos que desechan diariamente empresas y personas para poder así, disminuir el desfavorable impacto medioambiental que generan ciertas actividades de consumo y producción.

Los gobiernos de estos “países verdes”, han invertido grandes cantidades de dinero en infraestructura y educación para la creación de espacios y sistemas que faciliten todo el proceso de recolección, separación y manejo de las basuras que día a día produce cada habitante, buscando así, que estos recursos puedan ser aprovechados obteniendo de ellos grandes beneficios.

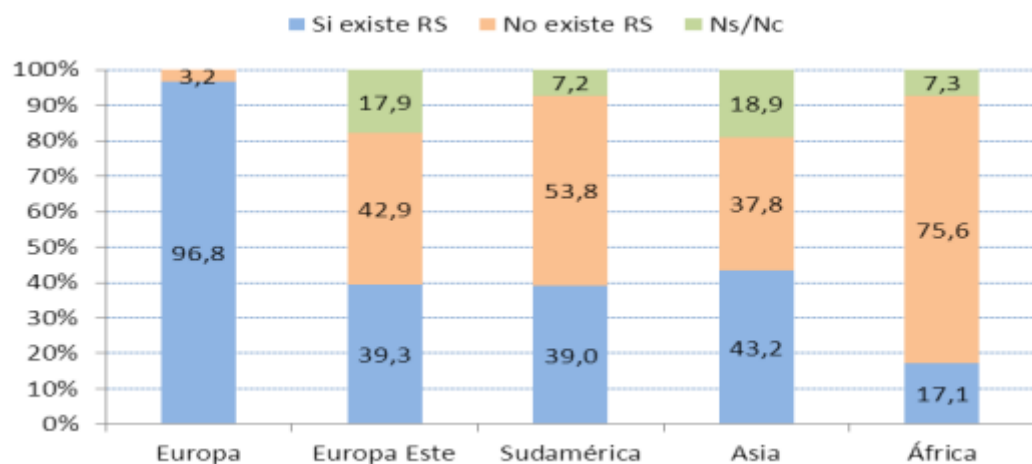
“La cultura ciudadana de reciclaje. Europeos vs Sudamericanos” es un estudio realizado por un grupo de ingenieros ambientales de universidades de la ciudad de Bucaramanga, Colombia y Valencia, España en el año 2011, cuyo objetivo era identificar los hábitos en materia de reciclaje de los habitantes (incluidos los inmigrantes) de Valencia, la tercera ciudad más grande de España, para analizar si estos influían en el programa de recogida selectiva de la ciudad, llamado “Recogida Selectiva de Residuos Urbanos”, se describió de qué manera se lleva a cabo este sistema que promueve una cultura reciclable. Allí describen que para poder llevar a cabo este programa, la colaboración de los ciudadanos es muy importante, ya que estos deben realizar en sus hogares una separación en varios contenedores, de los residuos generados en su cotidianidad, así: en el azul depositan envases, papel y cartón, en el amarillo deben ir aquellos envases de plástico, metal y brik (envases de cartón), en el contenedor verde se deben depositar todos los envases de vidrio. Además la ciudad está dotada de recipientes situados entre 100 y 200 metros para que cualquier persona tenga a su disposición un lugar adecuado para arrojar la basura.

Para poder llevar a cabo esta investigación, se tuvieron en cuenta un total de 797 personas, de las cuales 396 son nativas de Valencia y 401 son procedentes de otros continentes como Europa (31), Europa del Este (56), Sudamérica (236), Asia (37) y África (41).

Una de las preguntas que se formularon en el estudio especialmente para los inmigrantes, fue si en sus países de origen existían programas de recogida selectiva, allí el 96.8% de los europeos fueron quienes afirmaron en mayor medida la existencia de este

tipo de sistemas de recaudación de desperdicios, y el 75.6% de los africanos por su parte, respondieron que en sus países no habían ese tipo de sistemas, seguido por los sudamericanos con un 53.8% de respuestas negativas a la pregunta realizada. Asimismo, se evidencia que personas provenientes de Europa del Este y Asia fueron quienes más desconocían sobre programas como los fomentados en Valencia, (17.9% y 18.9% respectivamente). En la Figura 4 se demuestran dichas cifras:

Figura 4. Existencia de un programa de recogida selectiva según el continente de origen de la población inmigrante de la ciudad de Valencia, España

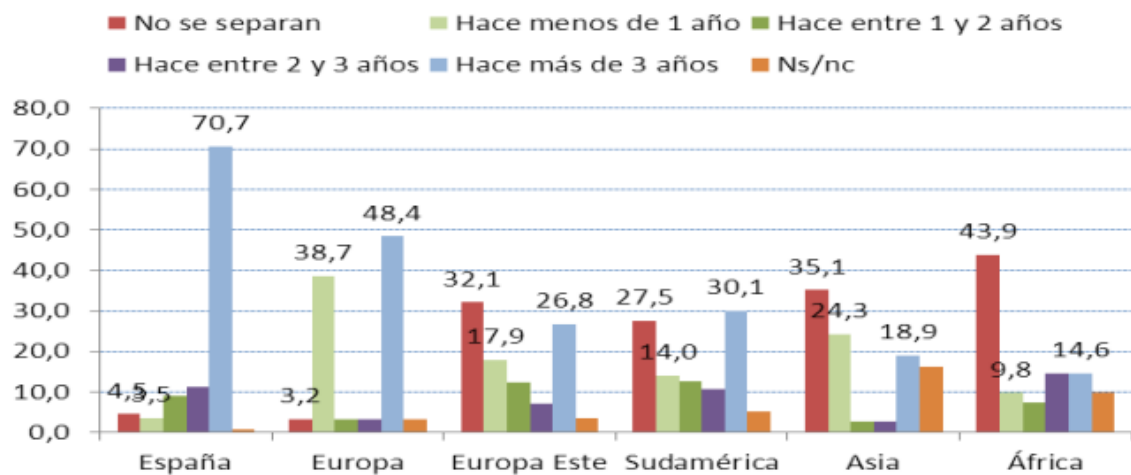


Fuente: Artículo “La cultura ciudadana de reciclaje. Europeos vs Sudamericanos”

Castillo, Izquierdo, Solís y Guilamany demostraron que los españoles son quienes más tienen el hábito de separar los residuos sólidos urbanos, seguido de los europeos radicados en Valencia, sin embargo hay que tener en cuenta que la encuesta fue realizada en una ciudad española, es tal vez por esta razón que el mayor porcentaje de las personas que tienen este hábito fue en los españoles. A pesar de esto se puede evidenciar que independientemente del país, Europa es el continente que más se destaca entre los demás

por tener una cultura de reciclaje basada en programas que facilitan el manejo de los residuos como el mencionado en este apartado. Nuevamente África y Asia tienen los porcentajes más altos por no tener en sus países el hábito de separar su basura. (Ver Figura 5). A pesar de que el sur de América no obtiene un porcentaje alto en cuanto a afirmar que en aquellos países se recicla adecuadamente, sí es uno de los continentes que más ha tomado conciencia y ha ido aumentando poco a poco la implementación de estas medidas que van en pro del cuidado del planeta.

Figura 5. Hábito de reciclaje según continente de procedencia. Incluye la población española.

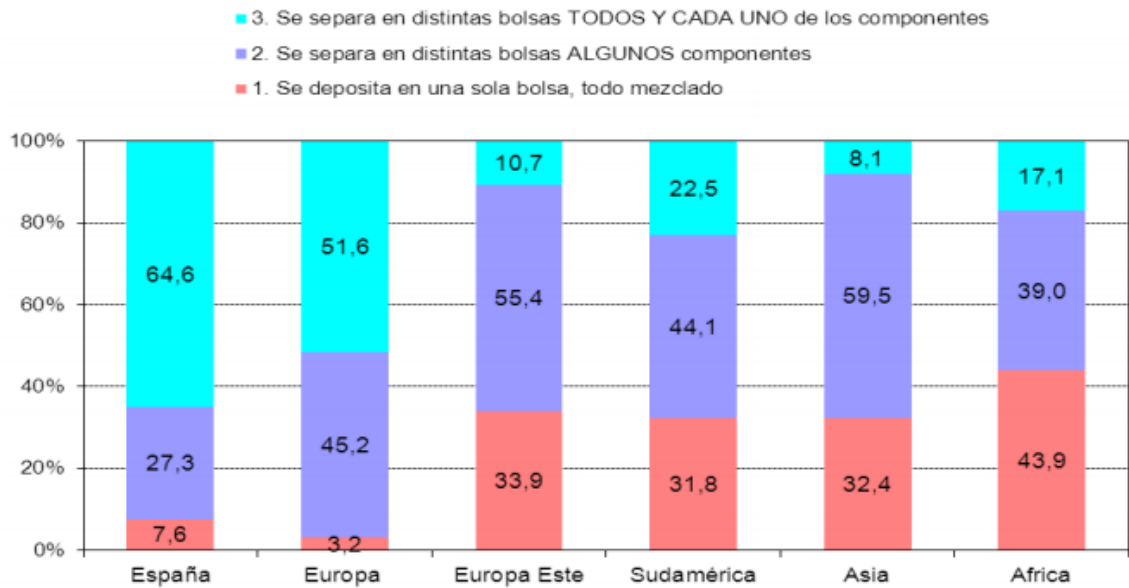


Fuente: Artículo “La cultura ciudadana de reciclaje. Europeos vs Sudamericanos”

La Figura 6 expone cómo el continente europeo tiene una ventaja significativa frente los demás en cuanto a la conducta de sus habitantes de separar en distintas bolsas todos y cada uno de los componentes (51.6%). Los africanos son sin duda alguna, quienes menos

realizan la separación, pues el 43.9% de los encuestados, indicó que no tienen esta costumbre y que por lo tanto depositan en una sola bolsa todo mezclado.

Figura 6. Conducta de reciclaje según el continente de procedencia de la población inmigrante de la ciudad de Valencia



Fuente: Artículo “La cultura ciudadana de reciclaje. Europeos vs Sudamericanos”

La investigación de estos ingenieros reafirma la excelente opción que son la gran mayoría de países de Europa para que Industrias Estra haga parte de las empresas comercializadoras de contenedores que faciliten la separación de los desechos. Asimismo es importante tener en cuenta que según la Agencia Europea de Medio Ambiente, “Los países de la Unión Europea deberán reciclar al menos el 50% de sus residuos urbanos para el año 2020”. European Environment Agency (2012).

Con el fin de ayudar a las empresas y a los consumidores a mejorar sus conductas con el medio ambiente, hace 24 años (1992) nace un instrumento llamado la Etiqueta

Ecológica Europea (EEE) también conocida como Ecolabel, la cual está incluida en el Plan de Acción Comunitario de Producción y Consumo Sostenible y Política Industrial Sostenible de la Unión Europea y que cuenta con el respaldo de las autoridades ambientales de la UE y de los Estados Miembros. También es válida en los países de la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC): Liechtenstein, Noruega, Suiza e Islandia.

“El objetivo es promover productos que pueden reducir los efectos ambientales adversos, en comparación con otros productos de su misma categoría, contribuyendo así a un uso eficaz de los recursos y a un elevado nivel de protección del medio ambiente. La consecución de este objetivo se efectúa proporcionando a los consumidores orientación e información exacta, no engañosa y con base científica sobre dichos productos”.
Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. (2015).

La EEE permite identificar aquellos productos ecológicos cuyo ciclo de vida no aporta un impacto perjudicial para el medio ambiente comparado con otro de su misma categoría. De igual modo le facilita a los consumidores obtener información exacta, verificable y científica sobre éste impacto. No es obligación que los productos tengan este sello ya que el etiquetado se realiza por voluntad propia de la empresa. Un producto al cual se le otorgó esta etiqueta ecológica se reconoce por el logo y el número de registro junto a éste, que sea claro y legible.

Cabe resaltar que aquellos productos certificados con la estampilla no necesariamente tienen un precio más alto que aquellos que no, pero sí un valor agregado, debido a que el sello garantiza el cumplimiento de los estrictos estándares medioambientales y el respeto por éste.

Obtener una certificación internacional generará confianza y seguridad al consumidor para adquirir los productos de la empresa, además de generar grandes ventajas competitivas entre las demás compañías del gremio no sólo a nivel internacional sino también nacional, pues los consumidores cada vez son más exigentes tanto con la calidad de un producto como con la contribución de la empresa al desarrollo sostenible de un país y porque no, del mundo, a través de las buenas prácticas en sus procesos. Un punto ecológico de Industrias Estra con una estampilla ambiental en una de sus esquinas, otorgada por una autoridad internacional, será preferido entre ese mismo producto de la competencia (Vanyplast por ejemplo) por clientes tan importantes para la compañía como el Grupo Éxito, cuyas políticas ambientales se basan en aportar al desarrollo sostenible no sólo con la optimización de sus actividades internas sino también con la contribución que realizan sus más de 3.500 proveedores (tanto nacionales como internacionales) al cuidado medioambiental. Este efecto no sólo sucederá en aquellos clientes de grandes empresas como la mencionada en el párrafo anterior; cualquier consumidor que adquiera bien sea una papelería para su hogar u oficina se inclinará más por un producto que certifique que tanto su proceso de producción como su consumo y vida útil no son desfavorables para el entorno ambiental. Por lo tanto, la obtención de la Etiqueta Ecológica Europea brindará ventajas a Industrias Estra no sólo a nivel internacional sino también en el mercado local, pues se diferenciará de Vanyplast y el resto de competencia directa o indirecta, atrayendo a nuevos clientes, sobre todo aquellos que les dan importancia a este tipo de características en los productos, además de fidelizarlos con la marca logrando así incrementar sus ventas y por ende, sus utilidades.

Es por esta razón que Industrias Estra podría buscar acreditarse en aquellas exigencias europeas que faciliten el ingreso de la marca en su mercado, como la utilización de la Etiqueta Ecológica Europea, siendo esta un referente importante en los consumidores donde identifican aquellos productos cuyo consumo no impacta de manera negativa al medio ambiente. Ésta etiqueta está ligada a uno de los pilares fundamentales de la compañía, la cual ha buscado con sus productos de Separación y Manejo de Residuos, facilitar y fomentar el buen manejo y reutilización de las basuras que se desechan diariamente.

Antes de conceder a un producto la Etiqueta Ecológica Europea su ciclo de vida es evaluado, el análisis inicia con el examen de las materias primas, su fabricación, distribución (incluyendo el empaquetado), uso del consumidor y finalmente el desecho (European Commission, 2016).

Los criterios se han desarrollado y acordado por los científicos, organizaciones no gubernamentales y las partes interesadas para crear una forma creíble y confiable para tomar decisiones ambientalmente responsables. El proceso de solicitud es muy sencillo, hasta se puede hacer en línea y lo mejor es que hay descuentos especiales para las microempresas, las PYME, y los solicitantes de las economías en desarrollo, se puede solicitar si se es minorista, importador, fabricante, proveedor o mayorista. Se necesitaran los respectivos documentos de la empresa con los datos generales de sus procesos de producción, una vez hecha la solicitud, se procederá a iniciar la evaluación correspondiente al producto y si éste cumple con los requisitos se procede a firmar el contrato, también se debe pagar una cuota anual, que varía según el país y el producto.

Y con todo lo anterior ya realizado, automáticamente el producto a comercializar se destacará por calidad, fiabilidad y demás en contra de la competencia, garantizando un aumento en las ventas.

Como se mencionó en el primer capítulo (Antecedentes), en Colombia también existen este tipo de certificaciones que permiten identificar las empresas y productos que están comprometidos con el cuidado medioambiental. El Sello Ambiental Colombiano (SAC) actualmente ha sido adquirido por más de 60 empresas en el país. Al obtener este sello, éstas empresas cuentan con un valor agregado que otras no poseen, obteniendo así una ventaja competitiva y fomentando la demanda de sus productos y servicios.

Estos instrumentos resultan ser una herramienta que brinda muchos beneficios tanto a la empresa que los recibe, como a los consumidores y a la comunidad en general.

Beneficios al usuario del sello:

- ✓ Facilita el acceso a otros mercados donde existe una mayor consciencia sobre la importancia del uso de productos que sean más amigables con el medio ambiente, pues el tener una estampilla que certifica y garantiza el cumplimiento de los estándares ambientales internacionales a los que la compañía se ajusta, se da un mensaje verificable y exacto del compromiso y la concientización que se tiene por reducir en sus procesos, el impacto negativo al medio ambiente sin dejar de ofrecer un producto de calidad y que cumple con las necesidades existentes en el mercado. De esta manera se logra superar las expectativas de los clientes y por ende, se obtiene de su parte, una fidelización por la marca y los productos que se ofrecen.

- ✓ Mejora los costos de la compañía, dado a que éstas se comprometen a optimizar sus procesos a través de las reducciones de uso de recursos como el agua y la energía, el aprovechamiento máximo de los residuos que generan mediante la reutilización de éstos cada vez que sea posible y a minimizar agentes nocivos para el medio ambiente como el ruido y la contaminación atmosférica.
- ✓ La implementación del SAC en los productos no sólo cumple con una normatividad ambiental y por lo tanto contribuye a tener una buena relación con las autoridades competentes, sino que también es una excelente medida que facilita la obtención de ciertos beneficios por parte de éstas entidades dado al compromiso que la compañía tiene por la conservación y el adecuado aprovechamiento de los recursos naturales. Icontec (2014).

Beneficios al consumidor:

- ✓ Se contribuye al cuidado del medio ambiente a través del consumo de productos o servicios certificados con el sello, lo cual genera un sentimiento de satisfacción por el aporte y apoyo a las medidas para mejorar el estado ambiental en el que el mundo se encuentra hoy en día.
- ✓ Obtienen un valor agregado que va en pro del cuidado ambiental, teniendo fácil acceso a información que es comprobable, concisa y no engañosa, teniendo de esta manera la total certeza de que el producto que consume no genera un gran impacto anticológico,.
- ✓ Aprende nuevas formas de comportamientos que van ligados con el mejoramiento del medio ambiente a través de la información ambiental que ofrece el producto en su empaque.

Beneficios al país:

- ✓ Indiscutiblemente mejora la calidad del medio ambiente.
- ✓ Posiciona al país como un gran productor de bienes o servicios verdes, donde existe una consciencia por la importancia de preservar los recursos naturales.
- ✓ Aporta al desarrollo económico y ambiental sostenible.

Según el Dr Atehortúa, (Ver anexo A), aún se debe trabajar e informar mucho más en las certificaciones ambientales que conllevan a tecnologías limpias, buenas prácticas ecológicas, un ingreso seguro a mercados conscientemente verdes y una diferenciación ante la competencia de marcas y productos. No obstante se debe reconocer que particularmente en Colombia son muy pocas las empresas que han adquirido certificaciones de ésta índole, por lo que las entidades competentes y el Gobierno deben estimular, fomentar y comunicar asertivamente a las empresas de los beneficios que representan ser amigables con el entorno y medio ambiente.

3. Hallazgos

- En Europa son muy comunes las llamadas compras verdes, las cuales consisten en adquirir productos que en su ciclo de vida no son tan perjudiciales para el medio ambiente.

- La gran conciencia ecológica que han adquirido los habitantes de la Unión Europea es muy significativa en comparación a Colombia, en la cual apenas se empiezan a hacer los primeros pasos en esta problemática que está tomando auge a nivel mundial.

- En la Unión Europea hay una tendencia más fuerte y prioritaria por la demanda de productos amigables con la tierra, de hecho se convirtió en tema obligado para el gobierno.

- En Colombia es muy poca la oferta de empresas que ofrezcan este tipo de productos y servicios, actualmente el sello más distintivo ha sido el SAC (Sello colombiano Ambiental).

- De acuerdo a “La gran encuesta nacional ambiental”, realizada en el año 2015 a trece millones de personas en las diferentes ciudades del país, entre las preocupaciones de los colombianos el medio ambiente figura en quinto lugar, indicando que no es un tema al cual se le dé la debida importancia.

- En Colombia no hay registro alguno de que existan empresas exportadoras de productos avalados por Etiqueta Ecológica Europea, lo que representa una excelente oportunidad para Industrias Estra de ser pionera en certificaciones ambientales internacionales

4. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

En la Unión Europea hay cerca de quinientos millones de habitantes y una gran conciencia ecológica, lo que representa un mercado potencial y de fácil ingreso para los productos de Industrias Estra, siempre y cuando se cumplan los criterios de incursión establecidos, en este caso la Etiqueta Ecológica Europea.

Los países europeos tienen un PIB del 1.6% anual, una economía estable, políticas de desarrollo ambiental sostenibles, alto poder adquisitivo (Datos Macro, 2015); lo que ofrece un panorama muy favorecedor para comercializar los productos de Estra. Su extensa población y preferencias de compra amigables con el medio ambiente, crean el escenario perfecto para fomentar relaciones comerciales a largo plazo avaladas por la etiqueta.

La EEE representa una oportunidad de diferenciación en el mercado nacional para Estra, dado a que en Colombia aún no hay empresas certificadas con ésta etiqueta ecológica, lo que posicionaría sus productos como pioneros en este tipo de sellos ecológicos internacionales.

4.2 Recomendaciones

Se recomienda a Estra, mejorar sus procesos de comercialización y expansión apoyados por certificaciones que las impulsen y cataloguen como sustentables en el tiempo. Las etiquetas son un referente a nivel mundial de calidad y una puerta de entrada a muchos mercados.

Al identificar al continente europeo como uno de los más conscientes en temas medioambientales, se propone incursionar en él con aquellos productos que facilitan la separación y el manejo de los residuos desechados, logrando así no sólo expandir los mercados en donde Industrias Estra tiene presencia, sino también fortalecer la venta y comercialización de la línea que le genera mayor ingreso a la compañía.

Realizar el debido proceso de certificación para la obtención de la EEE para poder cumplir con una de las exigencias de los consumidores europeos y poder de esta manera, posicionarse y mantenerse en aquel mercado.

Obtener esta eco-etiqueta traerá ventajas competitivas no sólo a nivel internacional, sino también en el nacional, debido a que en Colombia actualmente no se encuentran empresas cuyos productos sean certificados por la Etiqueta Ecológica Europea.

Referencias bibliográficas

- Anónimo. (22 de abril del 2016). Países firman acuerdo sobre cambio climático. *El Espectador*. Recuperado de <http://www.elespectador.com/noticias/medio-ambiente/paises-firman-acuerdo-sobre-cambio-climatico-articulo-628608>
- Anónimo. (22 de julio del 2011). Tarjetas de crédito que impulsan cuidado del medio ambiente. *Portafolio*. Recuperado de www.portafolio.co/.../tarjetas-credito-impulsan-cuidado-medio-ambiente
- Atehortúa, F. (2015). *Desarrollo Económico Sostenible*. Medellín, Colombia: Centro Editorial Esumer.
- Bastante, M., Capuz, S., Viñoles, R y Pacheco, B. (2011). Mercadeo verde, eco-etiquetado y compra responsable.
- Castillo, L, Izquierdo, A, Solís, M y Guilamany, A. La cultura ciudadana de reciclaje. Europeos vs sudamericanos. Recuperado de <http://www.redisa.uji.es/artSim2013/EducacionDeResiduosSolidos/Cultura%20Ciudadana%20de%20Reciclaje.pdf>
- Connect Americas. *Etiquetas ecológicas, una herramienta para conquistar nuevos mercados*. Recuperado de <https://connectamericas.com/es/content/etiquetas-ecol%C3%B3gicas-una-herramienta-para-conquistar-nuevos-mercados>

Datos Macro. (2016). Recuperado de <http://www.datosmacro.com/pib/zona-euro>

European Commission. (2016). *The EU Ecolabel* Recuperado de <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>.

European Environment Agency. (2012). *¿Qué porcentaje de nuestros residuos urbanos reciclamos?*. Recuperado de http://www.eea.europa.eu/es/pressroom/infografia/que-porcentaje-de-nuestros-residuos/image/image_view_fullscreen

Fernández, A. (2013). El desarrollo sostenible es el mayor mito del medio ambiente. *Eroski Consumer*. Recuperado de http://www.consumer.es/web/es/medio_ambiente/naturaleza/2013/05/18/216743.php

Green Seal. (2016) *Find green products and services*. Recuperado de: <http://www.greenseal.org/FindGreenSealProductsandServices.aspx?vid=ViewProductDetail&cid=16>

Icontec Internacional. (2014). *Sello Ambiental Colombiano*. Recuperado de <http://icontec.org/index.php/pe/inicio/certificacion-producto/tipos-de-certificados-que-le-puedan-interesar/51-colombia/certificacion-producto/303-sello-ambiental-colombiano>

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2016). *Sello Ambiental Colombiano*. Recuperado de <https://www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article?id=366:planta-asuntos-ambientales-y-sectorial-y-urbana-19>

- Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. (2015). *¿Qué es la Etiqueta Ecológica Europea?*. Recuperado de http://www.magrama.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/etiqueta-ecologica-de-la-union-europea/etiqueta-ecologica-europea/que_es.aspx
- Pacheco, B. (2011). *Estrategia para la mejora de la gestión de la información ambiental de los productos de consumo. El ecoetiquetado como nexo entre consumidor, empresa y administración* (tesis doctoral). Universidad Politécnica de Valencia, Valencia, España.
- Porter, M. (2009). *Ser Competitivo*. Recuperado de https://books.google.com.co/books/about/Ser_Competitivo.html?id=CIgKoErmS_MC&redir_esc=y

ANEXOS

A. Anexo: Entrevista

Entrevista realizada al Dr Federico Alonso Atehortúa Hurtado, Magister en Medio Ambiente y Desarrollo. Coordinador de formación e investigación de Gestión y Conocimiento S.A.S

1. Es la acreditación ecológica la respuesta a un nuevo modelo de producción que minimice la aceleración industrial?

Conviene precisar los conceptos. Se debe hablar de "certificación" que es el proceso por el cual se evalúa que una empresa u organización está cumpliendo con los requisitos de gestión ambiental o que un producto cumple con los requisitos ambientales establecidos en una norma técnica. La "acreditación" es la evaluación que se hace para determinar que las entidades certificadoras son competentes para la expedición de certificados. Hecha esta

aclaración, podría afirmarse que las certificaciones en temas ambientales han ido ganando espacio como requisitos en el mundo de los negocios nacionales e internacionales, por la preocupación creciente que existe en el mundo frente a los graves problemas ambientales que enfrentamos como la contaminación atmosférica, el calentamiento global, la escasez de agua, entre otros. No se busca minimizar la aceleración industrial, sino que los procesos industriales y de producción de servicios se lleven a cabo con tecnologías menos contaminantes, más eficientes en el uso de recursos naturales y, en general, menos agresivas con el medio ambiente.

2. Existen políticas suficientes por parte del Gobierno para fomentar la implementación de tecnologías limpias, no como proyecto sino como ley?

En Colombia el Estado colombiano ha expedido normas que dan estímulos de carácter tributario a las empresas que implementan tecnologías ambientalmente amigables, como la exención del IVA a los equipos que se importan para procesos de gestión ambiental o el descuento de un porcentaje del impuesto sobre la renta en las inversiones que se hacen en estos temas. Pero por otro lado, es escasa la capacidad institucional del Estado para vigilar y castigar a las empresas que no implementan tecnologías limpias.

3. Lograr una economía sostenible requiere de cambios estructurales y productivos, qué tan dispuestas están las organizaciones a afrontar este reto?

No muy dispuestas. En general las empresas adoptan tecnologías limpias cuando ello es una exigencia de los clientes o del Estado. Muy excepcionalmente se encuentra que lo hagan de manera voluntaria y por convencimiento de su responsabilidad social. Los

recientes casos de las empresas multinacionales del sector automotriz que presuntamente falsificaron los datos de las emisiones atmosféricas y del consumo de combustible de sus vehículos, son apenas una muestra de que sigue faltando mucha conciencia ambiental en las empresas.

4. Hay un porcentaje importante de empresas que buscan acreditarse ecológicamente o sigue habiendo falta de información e interés con respecto al tema?

A diciembre de 2014, la Organización Internacional de Estandarización ISO reportaba que en el mundo había alrededor de 325.000 empresas que habían implementado la norma internacional ISO14001 sobre sistemas de gestión ambiental. La cifra es evidentemente muy baja si se la compara con el tamaño de los mercados mundiales e incluso con las cifras de otro tipo de estándares como la norma de gestión de calidad ISO9001 (1.140.000 empresas). En el caso de Colombia, a diciembre de 2014 solo había 3500 empresas certificadas en el sistema de gestión ambiental bajo la norma ISO14001. Las cifras hablan por sí solas!.

5. Qué tan significativas y en qué aspectos ayudan estas certificaciones ecológicas al nuevo modelo de desarrollo económico?

Se supone que estimulan en las empresas el uso de buenas prácticas ambientales y se están convirtiendo en un requisito para acceder a ciertos mercados con una especial sensibilidad a los temas ambientales, como el mercado europeo y japonés.

