



Dagoeneko...  
Ya somos...



## ITUN BERDEKO ENPRESEN III. TOPAKETA

Goiuri Jauregia

**Azaroaren 27a**

## III ENCUENTRO DE EMPRESAS PACTO VERDE

Palacio de Villa Suso

**27 de noviembre**



Ayuntamiento  
de Vitoria-Gasteiz  
Vitoria-Gasteizko  
Udala

NACIONAL DE EMPRESAS  
Bosque de Empleo Futuro  
Ekin berria, berria



UNIÓN EUROPEA  
Fondo Social Europeo  
Iniciativa de Empleo Juvenil

**empresalocal10**

PO FED (Línea 1) 2007-2013 y PO FED (Línea 1) 2014-2020  
El FSE % 2006 transferido a Gobierno del País Vasco



## CONCLUSIONES

Taller 4 - Empresas y Ciclo de Vida. Dejamos Huella ?

Moderadora: Ana de la Puente Salazar  
Ecoingenium S.L.





ITUN BERDEKO  
ENPRESEN  
III. TOPAKETA

III ENCUENTRO  
DE EMPRESAS  
PACTO VERDE

Dagosneko...  
Ya somos... 0790



## PARTICIPANTES

En este taller han tomado parte 14 personas, con tres perfiles:

- .- Profesionales de la enseñanza de distintos grados
- .- Empresas fabricantes de productos con un alto nivel de implantación de ecodiseño, cálculo de ACV y otras acciones similares.
- .- Pequeños comercios o negocios sin conocimientos exhaustivos de sistemática de sostenibilidad

Las principales conclusiones extraídas de lo trabajado durante el taller han sido las siguientes:

## EL EXCESO DE CERTIFICACIONES Y ECOETIQUETADO

El amplio abanico de certificaciones, verificaciones, etiquetas ambientales existentes en el mercado inducen a confusión a los clientes, a los cuales les resultará imposible estar al día de los matices de cada una de ella. Por ello, desde las empresas esperan la unificación que vendrá de la mano de la Huella Ambiental de Producto o de Organización en la que se está trabajando desde Europa. Sin embargo, el trabajo anterior realizado por las empresas no ha de ser considerado como trabajo en balde, sino que ha sido un paso necesario para poder llegar a este nuevo consenso metodológico.



ITUN BERDEKO  
ENPRESEN  
III. TOPAKETA

III ENCUENTRO  
DE EMPRESAS  
PACTO VERDE

Dagosneko...  
Ya somos... 0790



## LA ADMINISTRACIÓN COMO AGENTE TRACTOR

Si bien la Administración está realizando numerosos esfuerzos por integrar la Compra y Contratación Pública Verde, se evidencia como necesaria una mayor coordinación entre los distintos departamentos, y en especial, se remarca la dificultad añadida que supone que el personal de la administración esté al día de todas las metodologías y matices comentados en el apartado anterior.

## LLEGAR AL CLIENTE INTERMEDIO (NO CONSUMIDOR FINAL)

En el caso de las empresas fabricantes, el cliente intermedio da valor a la adopción de medidas e instrumentos de mejora de la sostenibilidad de los productos que adquiere, pero éste resulta más un criterio de pasa-no pasa; es decir, que exige una necesaria mejora como requisito mínimo (especialmente en mercados internacionales) para poder acceder a la compra, pero no valora en sí el grado de la mejora.





ITUN BERDEKO  
ENPRESEN  
III. TOPAKETA

III ENCUENTRO  
DE EMPRESAS  
PACTO VERDE



## IMPLICAR AL CLIENTE FINAL

Para conseguir que el cliente final sienta interés por los productos ecodiseñados, las estrategias de marketing han de ir encaminadas a hacerle sentirse bien, implicarle y sobre todo, explicarle, haciéndole ver porqué el producto es bueno para él y para el medioambiente, no sólo centrándose en el plano medioambiental. Obviamente si el producto ecodiseñado o mejorado no implica un sobrecoste muy alto, la receptividad será mayor.

### La investigación en la cadena de valor para realizar el marketing ambiental

Resulta necesario para las empresas, antes de abordar una estrategia de marketing, identificar al agente que más va a influir en la demanda de toda la cadena de valor (usuario final, cliente intermedio, asociaciones de consumidores,...).





ITUN BERDEKO  
ENPRESEN  
III. TOPAKETA

III ENCUENTRO  
DE EMPRESAS  
PACTO VERDE

Dagosneko...  
Ya somos... 0790

## ES UN CAMINO A MEDIO PLAZO

El testimonio de lo que han vivido las empresas que llevan más años trabajando en materia de sostenibilidad y ecodiseño evidencia un alto potencial del sector, muchas ganas y energías por parte de los fabricantes y en cierta medida, un ligero desencanto al descubrir que lo que se pensaba que iba a ser un boom, es en realidad un proceso más lento, e implica un cambio de mentalidad en los clientes tanto intermedios como finales. Si bien esta nueva mentalidad está calando rápidamente en la gente más joven, aún es necesario realizar un esfuerzo añadido en toda una generación, la de “es más barato tirar que recuperar”.

## FINALMENTE...

Queda mucho por hacer entre todos (fabricantes, comerciantes, profesionales de la enseñanza, administración)

Trabajar en sostenibilidad siempre va ligado a una cierta repercusión en la empresa, o por el contrario no se trabajaría en ello. Es cierto que no es la panacea para ninguna empresa, pero sí lo es que ayuda a abrir nuevos mercados y que es una inversión a futuro para las empresas

El esfuerzo invertido en formar al cliente, revertirá en una mayor demanda para las empresas

Las empresas han de estudiar bien la estrategia a seguir. Existe un mercado que demanda verde y el reto es encontrarlo y hacerlo cómplice de nuestras mejoras.