



COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS

Bruselas, 07.02.2001
COM (2001) 68 final

LIBRO VERDE SOBRE LA POLÍTICA DE PRODUCTOS INTEGRADA

(presentado por la Comisión)

INDICE

1.	Introducción	3
2.	El enfoque de la Política de Productos Integrada.....	5
3.	La función de los sectores interesados y las iniciativas locales.....	7
4.	Estrategia para la implantación del enfoque de la PPI.....	9
4.1.	El mecanismo de los precios.....	10
4.2.	Herramientas e incentivos para un consumo más ecológico	12
4.2.1.	Demanda de consumo ecológico.....	12
4.2.2.	Contratos públicos.....	15
4.3.	Herramientas e incentivos para reforzar el liderazgo empresarial de una producción más ecológica.....	17
4.3.1.	Generación de información sobre productos	17
4.3.2.	Directrices para el diseño de productos.....	20
4.3.3.	La normalización y el Nuevo Enfoque.....	21
4.3.4.	Paneles de productos	23
4.4.	Otros instrumentos de apoyo	24
4.4.1.	Sistemas de gestión y auditoría medioambientales	24
4.4.2.	Investigación, desarrollo e innovación.....	26
4.4.3.	LIFE	27
4.4.4.	Contabilidad y rendición de cuentas medioambiental.....	27
5.	Próximos pasos.....	28

1. INTRODUCCIÓN

Los productos son fundamentales para la riqueza de nuestra sociedad y la calidad de vida de que todos disfrutamos. Sin embargo, el aumento del consumo de productos también origina, directa o indirectamente, gran parte de la contaminación y del agotamiento de recursos que causa nuestra sociedad. El desafío que hemos de afrontar es el de conseguir un desarrollo equitativo para todos los seres humanos, incluidas las generaciones venideras, y al mismo tiempo conservar la integridad del medio ambiente mundial, tal y como se plantea en la Declaración de Río de 1992 sobre Medio Ambiente y Desarrollo. Una posible vía pasa por establecer un **nuevo paradigma del crecimiento y una mayor calidad de vida mediante la creación de riqueza y competitividad sobre la base de productos más ecológicos**. Los productos del futuro consumen menos recursos, tienen menos efectos y riesgos para el medio ambiente y evitan la generación de residuos desde que se conciben.

El presente Libro Verde propone una estrategia para **reforzar y reorientar la política medioambiental relativa a los productos** con objeto de promover el desarrollo de un mercado de productos más ecológicos. Las ideas planteadas están destinadas a **estimular el debate público** en torno a la estrategia propuesta y sus elementos, las perspectivas que se abren ante los sectores interesados y el Estado con miras a elaborar productos más ecológicos y los medios prácticos para realizarla y fomentarla.

La estrategia se basa en el enfoque de una Política de Productos Integrada (PPI) y pretende complementar las políticas medioambientales actuales **utilizando un potencial hasta ahora no explotado para mejorar toda una serie de productos y servicios a lo largo de todo su ciclo de vida**, desde la extracción de las materias primas hasta la gestión de los residuos, pasando por la producción, distribución y utilización. En el centro de esta estrategia está la cuestión del modo más eficiente de lograr el desarrollo de productos más ecológicos y su aceptación por los consumidores. Por tanto, la PPI no utiliza un único instrumento preferente, sino un **conjunto de instrumentos** que es preciso emplear y ajustar con acierto para obtener el máximo efecto.

Son **las empresas y los consumidores** quienes, sobre todo, han de afrontar los desafíos de la fabricación de productos más ecológicos, pues las principales decisiones sobre los efectos ambientales de los productos se adoptan en la mesa de diseño y en la fábrica. Una vez lanzado el producto al mercado, es relativamente poco lo que ya se puede hacer por mejorar sus características medioambientales. Igualmente, todos los esfuerzos de diseño serán vanos si los consumidores no compran productos más ecológicos o no los utilizan de forma ecológica. Por tanto, el enfoque de la Política de Productos Integrada se centrará principalmente en el **diseño ecológico** de los productos y en la generación de **información e incentivos** para un uso eficiente de productos más ecológicos.

El enfoque de la Política de Productos Integrada y su interés por el ciclo de vida de los productos, combinado con una sólida cooperación entre los sectores interesados para buscar soluciones ecológicamente eficientes, tanto para el medio ambiente como para el desarrollo de las empresas, será un importante elemento innovador del **6º Programa de acción en materia de medio ambiente**. Aprovechando las sinergias de la mejora medioambiental y del desarrollo empresarial, también puede favorecer

el logro de los objetivos de la Estrategia del Desarrollo Sostenible, que prepara actualmente la Comisión Europea para la **cumbre de Gotemburgo**.

¿Por qué un enfoque comunitario de PPI?

La mayoría de **productos se comercializan a escala mundial o regional** y circulan libremente en el mercado interior. Por tanto, es lógico que se pretenda desarrollar una política medioambiental relativa a los productos no sólo a pequeña escala, para empresas locales, sino para todas las empresas que operan en la Comunidad. Una PPI sólo dará resultado si reúne e integra la **experiencia adquirida de iniciativas locales y nacionales** y la hace extensiva a la práctica general de las empresas y gobiernos.

Por tanto, una Política de Productos Integrada comunitaria será a la vez un **marco** para que los Estados miembros, las autoridades locales, las empresas y las ONG puedan desarrollar sus ideas y difundir sus experiencias positivas en torno a la creación de productos ecológicos, y una **fuerza motriz** a través de iniciativas específicas de la política comunitaria que resulten sumamente prometedoras. Todo ello requerirá que los diferentes niveles de acción –comunitario, nacional, regional y local–, así como las iniciativas de gobiernos y empresas, colaboren estrechamente para asegurar el máximo efecto de las iniciativas.

Recuadro 1: Los avances realizados hasta la fecha hacia una PPI comunitaria

En 1997, la Comisión emprendió un estudio sobre el desarrollo del enfoque de la PPI en los Estados miembros y el empleo por parte de la industria y los consumidores del concepto del ciclo de vida de los productos. A finales de 1998 se organizó un seminario con los sectores interesados. En el año 2000 se ha realizado un estudio actualizado sobre los desarrollos en los Estados miembros (cf. anexo 1).

Bajo la Presidencia alemana, en mayo de 1999, los ministros de Medio Ambiente discutieron la PPI en el **Consejo Informal de Weimar**. En las conclusiones de la Presidencia¹ “se ha acordado que, para el objetivo de lograr un desarrollo sostenible en Europa hay que dar más importancia a los efectos sobre el medio ambiente asociados al proceso de preproducción, la fabricación, la distribución, el consumo y el vertido de productos. [...] La política medioambiental [...] ha de centrarse más en desarrollar y aplicar un enfoque integral que aborde el ciclo de vida íntegro de los productos. [...] Se ha hecho hincapié en que los esfuerzos por desarrollar productos ecológicos y mejorar las condiciones para el éxito de estos productos en el mercado europeo también contribuiría a fortalecer la competitividad de las industrias europeas. Desde esta perspectiva y a la luz de la necesidad de armonizar en lo posible las normas requeridas de productos y servicios en un mercado único europeo y una zona monetaria común, se entiende de que ha lugar a una [...] política de producto medioambiental en el plano comunitario. [...] Se ha subrayado que este nuevo enfoque político innovador no comporta necesariamente medidas reglamentarias adicionales, sino que pretende ser una integración inteligente de instrumentos y medidas teniendo en cuenta las disposiciones vigentes. [...] Por consiguiente, los ministros han acogido con satisfacción la intención de la Comisión de presentar [...] un Libro Verde con propuestas para desarrollar una política medioambiental de productos integrada [...]’

¹ Conclusiones del Presidente sobre los resultados de la Reunión informal de ministros de Medio Ambiente en Weimar, 7-9 de mayo de 1999

2. EL ENFOQUE DE LA POLÍTICA DE PRODUCTOS INTEGRADA

Una Política de Productos Integrada es un enfoque que pretende **reducir los efectos ambientales de los productos durante su ciclo de vida**, que van desde la extracción minera de materias primas hasta la gestión de residuos, pasando por la producción, distribución y utilización. La idea motriz es que la integración de los efectos ambientales en cada fase del ciclo de vida del producto es esencial y debería quedar reflejada en las decisiones de los sectores interesados.

La PPI se centra en las decisiones que influyen sobremanera en los efectos ambientales de los productos durante su ciclo de vida y que encierran un potencial de mejora, especialmente el **diseño ecológico** de los productos, la **elección informada del consumidor** y el principio de quien contamina paga en los **precios de los productos**. También promueve instrumentos y herramientas que abordan todo el ciclo de vida de los productos.

Política...

En la mayoría de casos, la función de las autoridades públicas en el marco del enfoque de la PPI consistirá más en facilitar que en intervenir directamente. La idea general es que la política debería centrarse en fijar los objetivos principales y dotar a los diferentes sectores interesados de medios e incentivos para lograr dichos objetivos. En función del contexto, el enfoque de la PPI también será útil a la hora de encontrar soluciones empresariales de los problemas medioambientales en un proceso de diálogo y cooperación con los sectores interesados o de elaboración de textos legislativos.

Aunque la legislación no es el objetivo principal de la PPI, sí debería formar parte de una batería de instrumentos que se utilizarán según convenga. Ello puede afectar, por ejemplo, al marco jurídico de la acción voluntaria, como la etiqueta ecológica; a la legislación basada en el Nuevo Enfoque; a la promulgación de medidas legislativas si los enfoques voluntarios no arrojan los resultados previstos y si es preciso garantizar la seguridad jurídica para evitar la distorsión de la competencia; y a la incorporación de un enfoque más integrado y orientado al ciclo de vida en otros tipos de textos legislativos.

... de Productos...

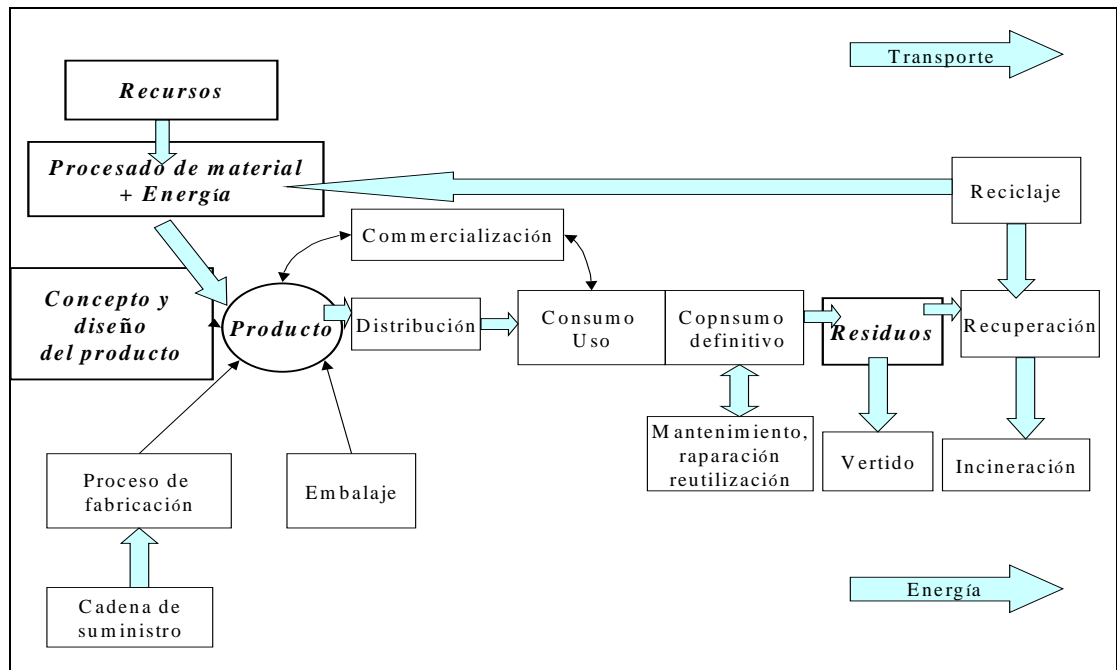
En principio, todos los productos y servicios están incluidos en el ámbito de esta política, cuyo objetivo es lograr una mejora global de los efectos ambientales de los productos. En la práctica, la acción puede abordar todos los productos o tan solo algunos de ellos, seleccionados por su importancia y potencial de mejora, previa discusión con los sectores interesados. En la medida en que el enfoque de la PPI pueda aplicarse efectivamente para mejorar los efectos ambientales de los servicios, ello no debería excluirse aunque los servicios no sean objeto de atención principal de la PPI. No obstante, los servicios pueden desempeñar una función importante sustituyendo a productos total o parcialmente (por ejemplo, el uso compartido de automóviles; el correo de voz en vez de los contestadores automáticos; el potencial de desmaterialización de la “nueva economía”, etc.).

... Integrada

Indica que se contempla el ciclo de vida íntegro de los productos, que abarca todas las fases, desde la extracción minera de materias primas hasta el reciclaje o la recuperación y el vertido definitivos, pasando por su producción, distribución y utilización (cf. recuadro 2; anexo II), y que se plantea un enfoque amplio que integra varios instrumentos para lograr el objetivo de fabricar productos ecológicos sobre la base de la cooperación entre los sectores interesados.

Desde el punto de vista de los sectores interesados, si sus decisiones influyen en los efectos ambientales de los productos en algún punto –anterior o posterior– del ciclo de vida de los mismos, han de ser conscientes de las consecuencias de sus acciones y asumir la responsabilidad al respecto. Desde una perspectiva política, las iniciativas centradas en fases concretas del ciclo de vida no deben limitarse a trasladar las cargas medioambientales a otra fase. Es preciso promover la idea del ciclo de vida en toda la economía, como parte de todas las decisiones relativas a los productos, junto con otros criterios como la funcionalidad, la salud y la seguridad.

Recuadro 2: Esquema del ciclo de vida de un producto



3. LA FUNCIÓN DE LOS SECTORES INTERESADOS Y LAS INICIATIVAS LOCALES

Para poder abordar en toda su extensión las posibles medidas de apoyo a la fabricación de productos más ecológicos, la estrategia se basa en **la intensa implicación de todos los sectores interesados en todos los posibles niveles de acción**. El diálogo abierto y la creación de incentivos para aplicar un criterio general de ciclo de vida en las decisiones respectivas, son los principales fundamentos en los que debería cimentarse una Política de Productos Integrada.

Los consumidores se beneficiarán de una información más amplia y de una mayor transparencia con respecto a las características medioambientales de los productos. Gracias a una información mejor y más fiable y presentada de forma más comprensible, los consumidores podrán elegir con criterio productos ecológicos. Los productos y los servicios ecológicos deberían ofrecer más calidad, una vida más larga y, si los efectos ambientales se reflejan correctamente en los precios, un menor coste total para el consumidor.

Las organizaciones no gubernamentales tendrán la oportunidad de participar activamente en el proceso de delimitación de cuestiones y desarrollo de soluciones prácticas para reducir los efectos ambientales de los productos.

Para **la industria y el comercio minorista**, la Política de Productos Integrada ofrece la oportunidad de utilizar su experiencia para promover un enfoque empresarial de mercados más ecológicos sobre la base de la innovación y el crecimiento económico. Las empresas deberán desempeñar un papel activo en los sectores industriales y en la cooperación con la administración pública y organizaciones no gubernamentales. Las empresas que tomen la iniciativa tendrán la oportunidad de encabezar un proceso de transformación del mercado y convertir sus experiencias en oportunidades de negocio. En particular, para las empresas que operan a escala transfronteriza entre Estados miembros y las compañías no europeas, la existencia de un marco comunitario supone una mayor coherencia del mercado europeo. Las experiencias adquiridas en el mercado europeo pueden trasladarse después al nivel mundial, incluyendo a los países en desarrollo. Las PYME podrán acceder más fácilmente a información sobre el modo de reducir el impacto ambiental de los productos y a los instrumentos para lograrlo. También se prestará especial atención a la cadena de producción para ayudas a las PYME a introducir mejoras ambientales.

Tal y como reflejan muchos ejemplos (cf. recuadro 3), el liderazgo medioambiental y el desarrollo empresarial van de la mano. En palabras de una serie de asociaciones empresariales, “la **eficiencia ecológica** hace mucho más que llevar una empresa a un punto en que los beneficios medioambientales compensan los costes. Es una práctica de liderazgo. Es útil para los líderes que desean mantenerse en la avanzadilla y examinar las necesidades futuras de la sociedad, la disponibilidad de recursos naturales y las percepciones por parte del público.”² Estas prácticas han de constituir la base de partida y extenderse sistemáticamente a una cooperación más general a escala sectorial y entre empresas, organizaciones no gubernamentales y autoridades nacionales y locales para que esta mentalidad se convierta en norma.

² WBCSD/EEEI/EPE Memorandum al Grupo Prodi, mayo de 2000

Recuadro 3: La fabricación de productos ecológicos como práctica empresarial³:

Electrolux, importante fabricante de electrodomésticos, ha desarrollado un sistema de Indicadores de Prestaciones Medioambientales para medir los avances logrados en el diseño ecológico de sus productos. Entre otras cosas, han delimitado un grupo de productos de primera categoría con respecto a las características medioambientales llamado "Gama verde". En 1996, las ventas de la Gama verde representaron el 5% del volumen total y el 8% del margen bruto. En 1998, estas cifras ya alcanzaron el 16% y el 24%, respectivamente.

La empresa 3M cuenta con un Programa de Prevención de la Contaminación que, en el período 1975-1996 evitó la producción de 750.000 toneladas de materias contaminantes y ahorró 920 millones de euros. En el mismo período, la empresa logró una mejora de la eficiencia energética del 58% por unidad de producción o por metro cuadrado de espacio de oficina y almacén en sus centros de Estados Unidos. En 1996 anunció un gran avance en el proceso de fabricación de cintas adhesivas de uso médico que reduce un 77% el consumo de energía, el uso de disolventes a razón de 1,1 millón de kg, los costes de fabricación y un 25% la duración del ciclo de producción.

Rank Xerox ha desarrollado una tecnología para refabricar fotocopiadoras, cuya demanda es actualmente un 50% superior a la oferta. De las 80.000 fotocopiadoras recuperadas a año, el 75% se refabrican y el resto se reutilizan o reciclan. En 1995, la recuperación permitió a Rank Xerox ahorrar 93 millones de dólares de materias primas y componentes

Las **iniciativas locales** constituirán una piedra angular de la política comunitaria, pues permiten un enfoque de abajo arriba y basado en la práctica. Estas iniciativas han de relacionarse entre sí para facilitar una buena comunicación y tomar como base las experiencias prácticas. Los ejemplos positivos (cf. cuadro 4) que sean trasladables a mayor escala serán una importante fuente de inspiración para el futuro desarrollo de una estrategia comunitaria.

La PPI supondrá para la **investigación y desarrollo** el desafío de tener que aportar nuevas soluciones que satisfagan las necesidades de las personas utilizando menos recursos y produciendo menos efectos ambientales. Esto implicará asimismo la necesidad de financiar la investigación científica, entre otros al amparo del 5º Programa marco de investigación y más allá.

Recuadro 4: Coup 21. Ejemplo de una iniciativa PPI en curso en la cooperación entre empresas y ayuntamientos

La ciudad de Núremberg en Alemania ha creado una red de empresas activas llamada "Coup 21" con objeto de tomar medidas para aplicar los objetivos de la Agenda 21 en el plano local⁴. Esta red comprende un grupo de trabajo de Política de Productos Integrada con los siguientes objetivos:

- Realizar proyectos piloto para sectores industriales/empresas seleccionados
- Elaborar una directriz de sostenibilidad con una lista de comprobación sobre la PPI centrada en el comercio minorista y los consumidores
- Desarrollar conceptos de comercialización de productos PPI
- Recopilar propuestas políticas de las empresas.

³ <http://www.wbcsd.ch/ee/EEMprofiles/index.htm>; JUSTUS, Debra (2000), "Green" Companies: Sustainable Development and Industry, report prepared for the OECD Directorate for Science, Technology and Industry, París: OECD; en: OECD, Background report for the business and industry policy forum on environmental management: challenges for industry. DSTI/IND(2000)10.

⁴ Para más información, véase: <http://www.coup21.de>

4. ESTRATEGIA PARA LA IMPLANTACIÓN DEL ENFOQUE DE LA PPI⁵

En este capítulo se expone una estrategia encaminada a promover un aumento gradual de la calidad medioambiental de los productos y servicios desde el punto de vista de su ciclo de vida. Esta estrategia se ha formulado con miras a abrir un amplio debate tanto sobre la estrategia en sí como sobre todos sus elementos, que de ningún modo son inamovibles y que pueden cambiar a raíz del debate público. Con objeto de orientar este debate, al final de cada apartado se formulan preguntas. Sin embargo, no es preceptivo que los comentarios sigan esta estructura y pueden tratar cualquier aspecto que afecte al presente Libro Verde y la estrategia de implantación de la PPI.

En el contexto de la estrategia propuesta, la promoción de la calidad ambiental de los productos y servicios significa **utilizar las fuerzas del mercado** al máximo posible. De hecho, dada la magnitud del desafío y la multitud de sectores implicados, el objetivo sólo puede plantearse y alcanzarse si los diferentes agentes reconocen el potencial de este enfoque y se comprometen a implantarlo.

El éxito de una política medioambiental orientada a los productos depende, por tanto, de su estrategia de aplicación, de la identificación y utilización de las principales fuerzas motrices y los instrumentos correspondientes, para garantizar una mejora continua de las características ambientales de los productos en el marco del Mercado Interior.

Como el interés económico constituye la principal fuerza motriz, los instrumentos probablemente más eficaces son los que, como los impuestos y subsidios, ayudan a **“obtener el precio justo”** internalizando los costes externos (apartado 4.1). Sin embargo, mientras tanto es necesaria una acción complementaria para informar mejor a los consumidores de las características medioambientales de los productos y estimular a los fabricantes a mejorar el diseño de los productos.

A este respecto, el complemento más influyente será sin duda la **“demanda ecológica”** (apartado 4.2). En cuanto a las empresas, cabe esperar de ellas que mejorarán su comportamiento medioambiental, incluida la calidad medioambiental de sus productos, cuando les interese desde el punto de vista comercial. El ahorro de costes financieros directos, la mejora de la imagen de marca, la perspectiva de nuevos mercados y mayores cuotas de mercado, junto con la anticipación de medidas reglamentarias, podrían constituir los principales factores de interés. La imagen y la cuota de mercado representan la influencia que puede ejercer el consumidor, según si está en el sector privado (apartado 4.2.1) o en el sector público (apartado 4.2.2). Dada la importancia del sector público, su política de compras es uno de los factores que más influyen, ya que permite el desarrollo de un “mercado ecológico” significativo. Con miras a potenciar el carácter ecológico de la demanda en general, la información desempeña una función crucial.

El aumento del carácter ecológico de la demanda, el cambio de actitud del consumidor, puede y debe complementarse con **medidas en el lado de la oferta** (apartado 4.3). Estas incluyen los instrumentos que estimulan a las empresas a aplicar un enfoque de ciclo de vida a sus productos. Las normas y las directivas sobre

⁵ En el anexo III figura una sinopsis de las principales acciones previstas dentro de la estrategia de implantación del enfoque de la PPI

productos (apartado 4.3.3) y las ayudas al diseño de productos (apartado 4.3.2) entran en esta categoría, así como la información sobre los productos (apartado 4.3.1). Si se puede crear valor añadido reuniendo a los diferentes sectores interesados para que elaboren soluciones orientadas a la empresa para problemas específicos, **tales como acuerdos medioambientales**, se proponen paneles de productos de formato variable, adaptado a cuestiones específicas (apartado 4.3.4).

Además, para favorecer la implantación de esta estrategia, puede resultar necesario utilizar determinados instrumentos nuevos o mejorados (apartado 4.4). Quizá sea preciso, por ejemplo, desarrollar y divulgar instrumentos de ciclo de vida fáciles de utilizar, que permitan comprobar de forma rápida los impactos ambientales de los productos, en particular para las pequeñas y medianas empresas. Puede que también haya que desarrollar más herramientas de gestión del flujo de información medioambiental sobre el ciclo de vida a lo largo de la cadena de producción. Otros instrumentos de apoyo a la estrategia son los sistemas de gestión y auditoría medioambientales (apartado 4.4.1) y la contabilidad y la rendición de cuentas medioambiental (apartado 4.4.4). Este nuevo enfoque político también debería apoyarse en una política de investigación y desarrollo bien dirigida, que respalde la innovación en el desarrollo de productos y servicios ecológicos y facilite la comprensión de los mecanismos que permiten obtener productos más ecológicos (apartados 4.4.2 y 4.4.3).

4. ¿Cuál es la opinión general de los sectores interesados sobre la estrategia y sus elementos?

¿Describe el Libro Verde de modo suficiente el enfoque de Política de Productos Integrada y las cuestiones que supuestamente debe abordar?

¿Sirve la estrategia global propuesta para implantar de forma efectiva el enfoque de Política de Productos Integrada? ¿Qué sugerencias pueden formularse para mejorar y complementar la estrategia en su conjunto?

¿Qué opinan los sectores interesados sobre los diferentes elementos de la estrategia y cómo pueden mejorarse?

4.1. El mecanismo de los precios

El mercado podrá optimizar las prestaciones medioambientales de los productos sobre todo cuando todos los precios reflejen los verdaderos costes medioambientales de los productos durante su ciclo de vida. No obstante, esto no siempre es así y el mercado a veces falla (“costes externos”), es decir, los productos y sus usuarios pueden beneficiarse de una “comida gratis” causando efectos en el medio ambiente sin pagar por ellos. Si los productores reducen los impactos ambientales de sus productos y, consecuentemente, los costes medioambientales que la sociedad en su conjunto ha de sufragar, lo justo sería que los productores se beneficien de un trato preferente desde el punto de vista de los impuestos, las ayudas estatales, etc.

El instrumento más poderoso para transformar el mercado a favor de productos y servicios más ecológicos consiste en **subsana estas deficiencias del mercado de acuerdo con el principio de quien contamina paga**⁶, asegurando que el verdadero coste medioambiental del producto a lo largo de su ciclo de vida se integre en el precio.

Con objeto de evaluar estos costes externos, es fundamental que se establezcan criterios objetivos para evaluar el comportamiento ambiental de los productos. Sobre la base de estos criterios, la Comisión tiene el propósito de investigar los principales elementos de precio que no se ajustan al principio de quien contamina paga y que impiden que el precio de los productos recompense debidamente los esfuerzos medioambientales realizados por las empresas. Los costes externos asociados se cuantificarán en la medida de lo posible. Estas investigaciones deberían ayudar a determinar las principales fases del ciclo de vida de los productos, incluyendo el transporte, en que se generan costes externos, así como a elaborar medidas que permitan integrar mejor estos costes externos en el precio de productos nuevos o en los elementos relacionados con su uso.⁷

No obstante, ni será sencillo determinar los verdaderos costes externos de los productos y sus insumos, ni siempre será fácil concebir opciones políticas ampliamente aceptadas para aplicar el principio de quien contamina paga. Por consiguiente, será necesario establecer simplificaciones para lograr el objetivo más amplio de disponer de medidas eficaces y sencillas para subsanar los fallos del mercado que puedan producirse. Existe una serie de posibles acciones que pueden constituir una piedra angular de la Política de Productos Integrada y que se proponen como ideas para someterlas a debate.

La principal solución contemplada en este marco es una *tributación diferencial* de acuerdo con las prestaciones medioambientales de los productos. Un primer paso podría consistir, por ejemplo, en la aplicación de *tipos de IVA reducidos a los productos que llevan la etiqueta ecológica europea*. Esta posibilidad se estudiará en el marco de la Nueva Estrategia del IVA, y convendría complementarla con el desarrollo y aplicación de *otros impuestos y cánones medioambientales, permisos de emisión comercializables, etc.* en todos los niveles de la administración pública.⁸ Está claro que aún hay que evaluar y desarrollar estos instrumentos, y es posible que sólo se apliquen a medio o largo plazo. Conviene asegurar que estas medidas reflejen debidamente las diferencias de los costes externos vinculados a los productos y que no generen estructuras de precios artificiales que puedan dificultar la competencia en el Mercado Interior.

El concepto de **responsabilidad del fabricante** guarda relación con la integración en el precio del producto nuevo de los costes que devengan una vez vendido el producto, ya que propicia la prevención en la fase de diseño y permite a los consumidores devolver gratuitamente los productos al término de su ciclo de vida.

⁶ Art. 174(2) del Tratado de Amsterdam

⁷ Por ejemplo, podrían utilizarse instrumentos similares tal y como se hace con los coches en forma de impuestos de matriculación, impuestos sobre los carburantes y peajes de carretera.

⁸ En la Comunicación de la Comisión sobre impuestos y cánones medioambientales en el mercado único (COM(97)9 final) se comentan los impuestos y cánones con fines medioambientales. Actualmente se prepara otra Comunicación sobre aspectos más amplios del instrumental económico de la política medioambiental.

Este concepto ha sido integrado recientemente en la Directiva relativa a los vehículos al final de su vida útil⁹ y en la Propuesta de la Comisión de una Directiva sobre residuos de aparatos eléctricos y electrónicos¹⁰, y *debería extenderse a otros ámbitos del derecho comunitario y de los Estados miembros* cuando ello sirva para integrar los aspectos medioambientales en el diseño de los productos. También podrían estudiarse otras formas de incentivar a los consumidores para que devuelvan los productos cuyo ciclo de vida ha concluido, como los *sistemas de depósito reembolsable*.

En el marco del derecho Comunitario, los Estados miembros deberían apoyar financieramente el desarrollo de productos ecológicos mediante ayudas estatales. Los subsidios que tienen el efecto contrario deberían reducirse en la medida de lo posible. El 21 de diciembre de 2000, la Comisión adoptó las nuevas Directrices sobre ayuda estatal para la protección medioambiental. Estas Directrices aclaran las posibilidades de utilizar medidas de ayuda con fines medioambientales de modo compatible con el Tratado. La Directiva de **responsabilidad medioambiental** prevista debería suponer un fuerte incentivo a las empresas para que eviten daños de los que quizá tengan que responder posteriormente.

4.1 ¿Cómo puede contribuir la PPI a “obtener el precio justo”?

¿Qué saben los sectores interesados de las deficiencias del mercado en relación con los efectos ambientales de los productos?

¿Cómo contribuyen los instrumentos económicos relacionados con los productos a subsanar estas deficiencias del mercado y qué otras opciones podrían proponerse en el seno de un enfoque de PPI?

4.2. Herramientas e incentivos para un consumo más ecológico

Los consumidores pueden marcar la pauta comprando productos más ecológicos. Su preferencia por productos ecológicos constituye la principal fuerza motriz que lleva a las empresas a reflexionar sobre la forma de lograr que sus productos sean ecológicos y de obtener cuotas de mercado a través de la innovación y la mejora del diseño. Las autoridades públicas han de asumir su responsabilidad y ser las primeras en generar una demanda de productos más ecológicos. Cuanto mayor sea esta demanda, tanto más rápido y masivo será el cambio a favor de un consumo más sostenible.

4.2.1 Demanda de consumo ecológico

La demanda de productos más ecológicos será una importante fuerza motriz para que la industria intensifique sus esfuerzos medioambientales y mejore las prestaciones de sus productos y servicios a lo largo de su ciclo de vida. Esta demanda ha de generarse y reforzarse a través de un proceso de educación mutua entre las empresas, que deberían promover activamente la información medioambiental, y los consumidores, que deberían retar a las empresas a mejorar las características medioambientales de sus productos. Este proceso también ha de tener en cuenta a los niños, pues son los consumidores del futuro. Es preciso que aprendan la práctica de

⁹ 2000/53/CE

¹⁰ COM(2000)347 final

elegir productos sobre una base informada, teniendo en cuenta sus características medioambientales, a través de sus padres, las guarderías y escuelas.

El objetivo debería ser que la capacidad de elección del consumidor estimulara el potencial de mejora medioambiental continua de los productos impulsada por el mercado. La etiqueta energética preceptiva de la UE es un ejemplo de esta mejora continua activada por la información, ya que demuestra que la información sobre el producto puede servir efectivamente no sólo para ayudar a los consumidores a encontrar y elegir los productos mejores desde el punto de vista medioambiental, sino también para estimular a los fabricantes de electrodomésticos de línea blanca a que comercialicen modelos con la máxima eficiencia energética y que vayan retirando sus modelos con peores prestaciones.

Los consumidores han de tener **fácil acceso a una información comprensible, pertinente y creíble** a través del etiquetado del producto o de otra fuente fácilmente accesible (por ejemplo, ONG de consumidores y de protección medioambiental, páginas web, autoridades públicas).

La información sobre las características de los productos está disponible en diferentes formatos y de distintas fuentes, inclusive las propias declaraciones del fabricante, las informaciones procedentes de organizaciones de consumidores y las etiquetas ecológicas verificadas por terceros. En relación con la mayoría de los productos de consumo no se dispone de información medioambiental pertinente sobre el propio producto. En muchos casos, el consumidor tendría dificultades para encontrar la información y debería saber dónde encontrarla. Normalmente esto sólo lo haría el consumidor más motivado.

La ISO¹¹ ya ha desarrollado un marco de distintos tipos de **etiquetado ecológico**, que entre otras cosas se diferencian por el grado de aplicación del concepto de ciclo de vida y su metodología¹². Es una base importante y útil para los sistemas, especialmente las etiquetas ecológicas. La claridad en la tipología de etiquetas facilita la comparabilidad y puede estimular la progresión de un tipo de etiqueta a otro.

La información sobre el producto mediante **etiquetas verificadas por terceros** (ISO tipo I), como la etiqueta ecológica europea¹³, está disponible para una serie de productos. Las etiquetas ecológicas, a escala nacional o comunitaria, son una referencia a la excelencia ambiental entre los productos comercializados, a la vez que garantizan una calidad mínimamente buena (“aptitud para el uso”). Como tales, tienen una importante función que desempeñar en el consumo sostenible, pues definen de forma creíble y transparente un umbral para distinguir los productos más ecológicos de los que lo son menos. Establecen un nivel alto para todos los productos de una categoría determinada, con el cual también se comparan otros productos. De esta forma tienen importantes efectos secundarios al influir en el desarrollo ulterior de toda la gama de productos. Hay casos en que el nivel de prestaciones de la etiqueta ecológica ha pasado a ser posteriormente la norma para el producto en general. Por tanto, *es preciso ampliar el ámbito de aplicación de estas etiquetas para*

¹¹ ISO es la Organización Internacional de Normalización

¹² ISO 14021:1999, 14024:1999, ISO tipo III/TR 14025:2000.

¹³ Ecolabel, página web EUROPA

que abarquen tantos productos como sea posible, centrándose en las categorías de productos para las que probablemente serán más efectivas.

Sin embargo, estos programas son complejos y aún no han agotado su potencial de influencia en el mercado. Hay que hacer pruebas, elaborar y obtener la aprobación de la solicitud y pagar las tasas. Para impulsar el uso de programas de etiqueta ecológica a escala nacional y comunitaria, *convendría que estos programas recibieran más financiación pública*, lo que no sólo permitiría rebajar las tasas, sino sobre todo redoblar el esfuerzo de comercialización para promover el conocimiento y el uso de estas etiquetas entre fabricantes, minoristas y consumidores.

La filosofía general de aumentar el volumen de información sobre el producto en el mercado requiere soluciones flexibles y eficientes. Por ejemplo, es preciso examinar cómo podrían utilizarse más ampliamente los *criterios* de comportamiento medioambiental desarrollados para grupos de productos sobre la base de un examen transparente de las consideraciones relativas al ciclo de vida. Ello podría hacerse no sólo en las propias etiquetas, sino en *cualquier situación en que el mercado necesita distinguir entre productos más ecológicos y menos ecológicos* (por ejemplo, contratos públicos, evaluaciones comparativas, fondos ecológicos, indicadores, declaraciones del fabricante, requisitos esenciales). Habría que examinar procedimientos y otros aspectos del desarrollo de estas posibilidades a fin de que tengan un impacto efectivo.

La cuestión de cómo incorporar una información comprensible, pertinente y creíble a la mayor parte de productos de consumo de forma que ayude a los consumidores a elegir los que tienen un efecto menor en el medio ambiente sigue abierta. *En este contexto, con vistas a desarrollar una estrategia de etiquetado más amplia, la Comisión pretende revisar su estrategia de etiquetado ecológico.*

Las **declaraciones medioambientales** y las declaraciones del propio fabricante del tipo II según ISO, serán quizás las que más se utilicen a gran escala en un futuro previsible. En la práctica, buena parte de la información medioambiental sobre los productos se presenta en forma de declaraciones del propio fabricante.

La Comisión ultima directrices para la elaboración y evaluación de las declaraciones medioambientales del fabricante, dirigidas a los fabricantes o distribuidores, basándose en la norma ISO 14021:1999, con el propósito de evitar las afirmaciones engañosas y favorecer las correctas. En la Directiva sobre publicidad engañosa, actualmente en revisión, quizá figure una referencia a la norma europea transpuesta y a las directrices. La comprobación de las declaraciones por parte de los Estados miembros y sectores interesados es esencial.

Las **declaraciones medioambientales sobre productos** del tipo III según ISO¹⁴ siguen escaseando en el mercado, pero empiezan a utilizarse, especialmente en la comunicación entre empresas. *Es posible que resulte precisa una cooperación a escala europea para respaldar su uso.*

¹⁴ Más exactamente, ISO tipo III/TR 14025:2000; consiste en datos ambientales cuantificados sobre todos los efectos significativos basados en procedimientos y resultados de un estudio del ciclo de vida con información adicional pertinente, por ejemplo sobre sistemas de gestión ambiental o aspectos sociales, en su caso.

Un aspecto de la información se refiere a **la práctica de consumo informado**. A menudo es posible reducir el impacto ambiental durante la fase de uso de un producto si este se utiliza de conformidad con las recomendaciones del fabricante o de la organización de consumidores. En el caso de los productos con etiqueta ecológica de la UE, la información sobre el uso correcto de los productos para minimizar su impacto ambiental suele ser un requisito esencial. Ciertos sectores industriales y sus asociaciones han lanzado campañas informativas públicas al respecto.

Las **tecnologías de la comunicación**, inclusive Internet, abren nuevas vías de acceso a la información. También ofrecen la posibilidad de transmitir información en ambas direcciones, en beneficio tanto de los fabricantes y como de los consumidores en el contexto actual de productos muy diferenciados y orientados al usuario. *Este podría ser el tema de un intercambio de mejores prácticas y una evaluación.*

4.2.1 ¿Cómo “ecologizar” de la forma más efectiva la demanda de los consumidores?

¿Cómo mejorar la información al consumidor sobre las características medioambientales de los productos? ¿Cómo garantizar que la información al consumidor mejore el “conocimiento” y la “sensibilidad” de este?

¿Cómo aumentar el impacto y la eficiencia de los programas de etiquetado medioambiental?

¿Cómo aumentar la sensibilización de los consumidores y mejorar el comportamiento con respecto al uso óptimo ecológico de los productos?

4.2.2 Contratos públicos

Los contratos públicos representan en promedio el 12% del PIB de la UE, pero pueden alcanzar hasta el 19% en algunos Estados miembros, por ejemplo en Francia¹⁵. Estas cifras reflejan el **poder adquisitivo de las autoridades públicas**. Estas deberían asumir su responsabilidad y ponerse a la cabeza del proceso de gestión ecológica y del cambio a favor del consumo de productos más ecológicos. Si una parte sustancial de las autoridades públicas incrementa su demanda de productos ecológicos, ello tendrá un efecto muy importante en el mercado de productos ecológicos y obligará a la industria a aumentar sustancialmente su producción de productos ecológicos.

Las reglas de contratación pública de la UE son básicamente de naturaleza económica, pero han de interpretarse a la luz del requisito de sostenibilidad del artículo 2 del Tratado CE. Cuando se supera cierto umbral de valor monetario del contrato se aplican las Directivas europeas. Estas establecen obligaciones y procedimientos específicos que ofrecen, por un lado, numerosas posibilidades de tener en cuenta consideraciones ambientales en los contratos públicos, pero, por otro lado, en ciertos casos podrían limitar la diferenciación a favor de productos o

¹⁵ OCDE, 1999, "Greener Public Purchasing: issues and practical solutions", pág. 11

servicios más seguros desde el punto de vista medioambiental¹⁶. La Comisión también examinará hasta qué punto se puede promover una contratación más ecológica mediante la introducción de una obligación de llevar a cabo, antes de la adjudicación, un análisis del impacto de las diferentes alternativas disponibles que cumplen los requisitos y necesidades de las autoridades contratantes. De esta forma, las decisiones serán tomadas con pleno conocimiento de las consecuencias medioambientales.

La entrada en vigor del Tratado de Amsterdam y, en cierta medida, la nueva legislación podrían ser de gran ayuda en este sentido. Conviene señalar que, por debajo de los citados umbrales, las reglas de contratación pública no están armonizadas, lo que significa que los compradores suelen tener más libertad para optar por productos ecológicos, aunque están obligados a observar otras disposiciones aplicables del Tratado, en particular las relativas a la libre circulación de mercancías.

No obstante, existe una barrera aún más significativa a la “ecologización” de los contratos públicos, a saber, el hecho de que los compradores públicos suelen carecer de información específica con respecto a las características medioambientales que debería reunir un producto determinado. Esto es importante porque si en el contrato se especifican claramente los criterios ecológicos aplicables a los productos, el sector público podrá adquirir productos ecológicos sin cortapisas.

Es preciso que las autoridades responsables de los contratos públicos lancen **iniciativas sistemáticas de sensibilización**. A este respecto, *la Comisión adoptará una Comunicación interpretativa sobre contratos públicos y medio ambiente*, que abordará la posibilidad de exigir un proceso de producción específico o la inclusión de todos los costes devengados durante todo el ciclo de vida de un producto. También está en preparación un *Manual y/o una comunicación de contratación pública ecológica* con ejemplos prácticos de convocatorias de concursos ecológicos de conformidad con la legislación comunitaria.

Con objeto de *facilitar el acceso a los criterios de selección de productos* para los concursos, podría plantearse la creación de una red de intercambio de buenas prácticas en materia de bases de datos sobre criterios de definición de productos ecológicos para su uso por parte de las autoridades públicas, sobre la base de las iniciativas en curso en los Estados miembros y de los criterios vigentes de etiquetado ecológico de la UE. La Comisión podría *coordinar y facilitar este intercambio de información*, entre otras cosas por medio de Internet.

La **Comisión** se propone *situarse a la cabeza de la “ecologización” de sus actividades de contratación*, estimulando así la divulgación y el desarrollo de productos ecológicos. En base a su disponibilidad, la Comisión, **dentro del marco de la legislación vigente sobre la contratación pública**, dará preferencia a los productos que cumplan los requisitos de etiquetado ecológico de la UE. La Comisión se propone registrarse conforme al programa SGAM¹⁷ y anima a otras autoridades públicas a seguir este ejemplo. Este proceso se evaluará con vistas a aumentar

¹⁶ véase Interpretative document on Community public procurement legislation and the possibilities for taking account of environmental considerations in public procurement (Comunicación de la Comisión en preparación)

¹⁷ Sistema comunitario de gestión y auditoría medioambientales

gradualmente el número de productos ecológicos adquiridos. Se publicará una evaluación de esta experiencia, que se facilitará a los Estados miembros y las autoridades locales.

4.2.2 ¿Cómo promover la contratación pública ecológica?

¿Qué función debería desempeñar la contratación pública “ecológica” dentro de un enfoque de PPI?

*¿Qué obstáculos han de superarse para “ecologizar” la contratación pública?
¿Cómo puede promoverse?*

4.3. Herramientas e incentivos para reforzar el liderazgo empresarial de una producción más ecológica

Las empresas prósperas se ponen a la cabeza de futuros desarrollos cuando aprovechan oportunidades de mercado. Una buena gestión y diseño medioambientales de productos de calidad son esenciales para obtener una buena cuota de mercado en una economía sostenible. Así, no sorprende que las empresas que lideran el desarrollo económico sean también las más avanzadas en la producción de productos ecológicos. Entre diciembre de 1993 y agosto de 2000, las empresas que componen el Índice del Dow Jones Sustainability Group han superado en un 86,5%¹⁸ el índice Dow Jones general. El reto del enfoque de una política de Productos Integrada consiste en reforzar y ampliar este giro hacia la sostenibilidad para garantizar un cambio más rápido a favor de un consumo de productos más ecológicos. Para ello, se contemplan medidas encaminadas a estimular el desarrollo y la disponibilidad de herramientas destinadas a mejorar el comportamiento medioambiental de los productos y a reforzar los incentivos para que las empresas tomen la delantera en la conversión en empresas sostenibles.

4.3.1. Generación de información sobre productos

Para que se produzca un cambio sostenido en el mercado a favor de la consideración de los aspectos medioambientales, es importante que los sectores interesados dispongan de información sobre los efectos ambientales durante el ciclo de vida de los productos o los componentes sobre los que deciden, y que la utilicen. En general, es preciso aumentar la disponibilidad, la orientación al usuario y el aprovechamiento en el mercado de información precisa y no engañosa.

- Los fabricantes deberían conocer el perfil medioambiental de los componentes que incorporan a sus productos.

¹⁸

El DJSGI se basa en el rendimiento económico de las empresas (productos y servicios) que son líderes reconocidas en materia de sostenibilidad de acuerdo con una serie de criterios. Estos criterios pueden ser discutibles en el detalle, pero en su conjunto constituyen uno de los escasos intentos de identificar a las empresas con iniciativa y comparar su rendimiento con el mercado de valores general. Entre diciembre de 1993 y agosto de 2000, las empresas que forman parte del DJSGI han visto aumentar el valor de sus acciones a razón de un +240,6%, mientras que el DJGI general ha aumentado un +174,1%.

- Los diseñadores deberían examinar los impactos durante el ciclo de vida de sus opciones y tener fácil acceso a los datos disponibles sobre el ciclo de vida y las metodologías para ello.
- Es preciso que los fabricantes faciliten información a lo largo de la cadena de comercialización a los consumidores y compradores, de forma fácilmente accesible.
- Los minoristas, los consumidores y los compradores deberían poder reconocer qué productos son más ecológicos.

Para mejorar las prestaciones durante el ciclo de vida de un producto, es necesario conocerlas. Por tanto, el primer paso de cara a extender una mentalidad de ciclo de vida a toda la economía es **generar y recopilar información** sobre los impactos ambientales durante el ciclo de vida de los productos.

Esta información puede reunirse en Inventarios de Ciclo de Vida (ICV) e interpretarse mediante Análisis del Ciclo de Vida (ACV)¹⁹. La combinación de ICV y ACV no es sencilla ni barata. Algunos elementos son de dominio público, otros no. Su valor depende de su calidad y de su relevancia para las necesidades y las opciones del usuario. La Comisión considera prioritario desarrollar y recopilar información fácilmente disponible sobre el ciclo de vida. A tal efecto, se podría armonizar y, finalmente, *cruzar la información existente sobre el ciclo de vida y, en su caso, establecer nuevas bases de datos* que se ajusten a las normas acordadas en materia de datos. Se promoverá la disponibilidad pública de datos genéricos existentes sobre el ciclo de vida a través de bases de datos en cooperación con organizaciones de consumidores e industriales y con otros organismos competentes, como las agencias nacionales de protección del medio ambiente y la Agencia Europea del Medio Ambiente. También se facilitará el acceso a vínculos con otras fuentes de información de interés (por ejemplo, mejores prácticas de prestaciones durante el ciclo de vida entre grupos de productos, nuevas tecnologías de interés medioambiental).

Convendría crear y facilitar instrumentos que permitan examinar rápidamente los impactos ambientales de los productos, en particular para agentes como las pequeñas y medianas empresas que no disponen de la experiencia y los recursos necesarios para realizar por sí mismas análisis del ciclo de vida. Con otros instrumentos similares debería abordarse la gestión del flujo de información medioambiental sobre el ciclo de vida a lo largo de la cadena de los productos. Habría que desarrollar evaluaciones comparativas, estados de la técnica, indicadores de prestaciones clave, directrices de diseño (véase apartado 4.3.2) y normas (véase apartado 4.3.3) para que sirvan de patrón con el que los fabricantes y consumidores puedan comparar las características medioambientales de productos concretos.

La Comisión proyecta organizar *uno o varios seminarios de expertos* sobre opciones y necesidades prácticas.

¹⁹ El Análisis del Ciclo de Vida (ACV) es un método para evaluar los aspectos ambientales y los posibles impactos asociados al producto, recopilando un inventario de insumos y productos del sistema definido, evaluando los posibles impactos ambientales asociados a estos insumos y productos, e interpretando los resultados. En la práctica es posible simplificar deliberadamente los ACV o limitar su alcance, pero en principio son instrumentos completos y sistemáticos.

El objetivo del enfoque de la PPI no consiste necesariamente en exigir un análisis completo del ciclo de vida para todas las decisiones relevantes. Más importante es determinar la información básica y su traducción a un enfoque general de ciclo de vida.

Un posible instrumento para aumentar la generación y la disponibilidad de información consiste en **obligar o estimular a los fabricantes** a *facilitar datos clave a lo largo de la cadena del producto y hasta llegar a los consumidores*. Habrá que elaborar y evaluar los detalles de este instrumento y su aplicación de acuerdo con criterios de eficiencia. Las iniciativas en curso de fabricantes y otros sectores interesados podrían utilizarse como fuente de inspiración para este tipo de medidas. Ejemplos de estas iniciativas:

- La iniciativa de Gestión de la Cadena de Suministro de la AEITIC (Asociación Europea de la Industria de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones) tiene por objeto desarrollar un enfoque europeo común de gestión de la cadena de suministro para el sector de la electrónica, simplificando la recopilación de datos tanto para el solicitante como para el proveedor, a la vez que se impulsan mejoras medioambientales en los artículos suministrados. Con ello se asegurará una lista común de materiales sobre los que puede informarse y una plantilla común para facilitar información sobre productos. Permitirá a los proveedores comparar materiales críticos.
- En el sector de la automoción, la directiva relativa a los vehículos al final de su vida útil ha alentado a fabricantes de automóviles a establecer una alianza estratégica con EDS para desarrollar un sistema común de TI que permita recopilar datos sobre materiales de productos, llamado Sistema Internacional de Datos de Materiales (SIDM). Esta base de datos central permitirá a cada una de las partes de la cadena de suministro introducir datos sobre sus productos. Como base de datos jerárquica, permitirá a los fabricantes de coches reunir información en diferentes niveles para poder facilitar informes sobre la composición del propio vehículo, como la suma de sus diferentes componentes. Mediante la interacción con la base de datos se facilitan los datos de composición para cada nivel. El cobro por el acceso a los informes permitirá sufragar el mantenimiento del sistema. La AEITIC estudia en estos momentos la posibilidad de integrar su programa en el sistema SIDM.

Existen varias opciones con respecto a la función de las iniciativas que van a crearse o desarrollarse en un contexto de PPI. Una opción podría basarse en información sobre una serie de criterios de amplio ámbito de aplicación, guiados por objetivos de política medioambiental y directrices de diseño establecidas. Otra podría consistir en centrarse en información relativamente fácil de ser conocida por los fabricantes, que los consumidores puedan comprender y verificar por sí mismos, como la vida útil prevista de los productos, el coste previsto del vertido, la garantía de reparaciones y los costes de explotación previsibles.

4.3.1 ¿Cómo generar una información más fiable sobre las características medioambientales de los productos?

¿Qué papel puede desempeñar la divulgación de información para implantar el enfoque de PPI?

¿Qué iniciativas cabe emprender para promover la generación, el flujo, la disponibilidad y el uso de información relativa al ciclo de vida, y deberían ser voluntarias u obligatorias?

¿Cómo puede contribuir la PPI a desarrollar y relacionar más estrechamente estas iniciativas?

¿Pueden proporcionar los datos básicos obligatorios un valor añadido a los programas voluntarios?

4.3.2. Directrices para el diseño de productos

Una forma de información que podría ser especialmente efectiva para promover la idea del ciclo de vida en el seno de las empresas son las directrices de diseño ecológico. Se han realizado trabajos en varios foros, inclusive el comité ISO/TC 207, en torno a directrices de diseño generales y específicas de grupos de productos.

Al desarrollar una estrategia generalizada para la integración de las cuestiones medioambientales en el proceso de diseño habrá que tener en cuenta la complejidad y diversidad de productos y los conocimientos y tecnologías en constante evolución en el campo del diseño.

Esta estrategia debería apuntar a

- la optimización del servicio prestado por el producto;
- la conservación de los recursos;
- la minimización de los residuos;
- la reducción de la contaminación;
- la reducción de peligros y riesgos.

Entre los conceptos de diseño para lograr estos objetivos figuran:

- diseño para una producción y un uso más limpios (ejemplos: reducción de la fuente y por tanto también de la masa del producto, con menos residuos; mínimo consumo energético);

- diseño para la reducción/sustitución (de materiales peligrosos, tóxicos o en general negativos para el medio ambiente, en el producto o el consumo que lo acompaña);
- diseño para el uso de materiales renovables;
- diseño para la durabilidad (ejemplos: reparabilidad, mantenibilidad);
- diseño para la longevidad (ejemplos: mejorabilidad; diseño clásico, incorporabilidad de futuras necesidades);
- diseño para la ampliación de funciones (ejemplos: multifuncionalidad, modularidad);
- diseño para la reutilización y el reciclaje (ejemplos: desmontaje sencillo, escasa complejidad del material, uso de materiales reciclables y reciclados; recuperación de componentes mediante la refabricación en circuito cerrado y aplicaciones secundarias);
- diseño para la sencillez (debería reducir los costes de fabricación y la masa de material, aumentar la durabilidad, facilitar el desmontaje para fines de mantenimiento o la recuperación de equipos).

La Comisión se propone *impulsar la elaboración, divulgación y aplicación de estas directrices*, que también se integrarán en el desarrollo de iniciativas comunitarias, por ejemplo en el marco del Nuevo Enfoque (véase apartado 4.3.3), los reglamentos de productos específicos y las etiquetas medioambientales (apartado 4.2.1).

4.3.2 ¿Cómo lograr que las cuestiones medioambientales se conviertan en un aspecto fundamental del diseño de productos?

¿Qué actividades se desarrollan en materia de directrices de diseño medioambiental? ¿Cómo puede la Comunidad contribuir al desarrollo, la divulgación y la aplicación de estas directrices?

¿Cómo integrar las directrices de diseño ecológico en las iniciativas comunitarias en curso y futuras?

4.3.3. La normalización y el Nuevo Enfoque

De las cerca de cinco mil **normas** europeas vigentes actualmente, muchas son normas de productos. Algunas se aplican sin respaldo legislativo, otras sirven de apoyo a un reglamento, por ejemplo el Nuevo Enfoque. Actualmente, la certificación de productos de acuerdo con una norma europea específica confirma la “adecuación para el uso” y la “seguridad para el usuario”. *Es muy deseable que en el futuro la idea de la “calidad medioambiental” también se asocie sistemáticamente a los productos que cumplen una norma europea.*

Las normas²⁰ son el resultado de un proceso regido por el consenso que está abierto a todas las partes interesadas. Aunque las normas no suelen ser vinculantes, establecen reglas importantes, que en muchos casos se aplican en todo el mercado. Las normas pueden constituir un factor determinante del impacto ambiental de los productos.

Al margen de las normas formales, las organizaciones de normalización han desarrollado formas de consenso alternativas (por ejemplo, acuerdos de taller). Estos “nuevos entregables” no están sujetos a todos los requisitos de procedimiento de las normas formales, pero pueden elaborarse con prontitud a modo de respuestas consensuadas a las nuevas necesidades del mercado en rápida evolución o las innovaciones menos estables.

Entre las propuestas para potenciar el uso de las normas en el contexto de la PPI podrían incluirse:

- Desarrollar normas u otros productos basados en el consenso que sean relevantes para la protección del medio ambiente.
- Incorporar los aspectos medioambientales en el proceso de normalización europea de los productos, por ejemplo al desarrollar nuevas normas de productos y revisar las existentes.
- Desarrollar y aplicar directrices medioambientales para formular nuevas normas de productos y reformular las existentes.

La Comisión se propone cooperar con los organismos de normalización y sectores interesados pertinentes para *crear mecanismos que integren sistemáticamente las características medioambientales en las normas de productos*. Es preciso encontrar vías para impulsar la “ecologización” de la normalización a través de la participación de la sociedad civil. Además, actualmente se discute sobre el modo de mejorar y ampliar la función del servicio de consulta medioambiental del CEN.

Otro posible campo de acción estrechamente relacionado con la normalización es el potencial de la **legislación del Nuevo Enfoque** para promover el diseño ecológico. Las directivas del Nuevo Enfoque son medidas de plena armonización que definen requisitos esenciales obligatorios. El fabricante puede elegir libremente el modo de acreditar el cumplimiento de los requisitos esenciales. Una forma de hacerlo consiste en aplicar las “normas armonizadas” elaboradas por CEN, CENELEC y ETSI²¹ a raíz de un mandato de la Comisión. El cumplimiento de estas normas armonizadas comporta la presunción de la conformidad con la legislación vigente y permite que el producto circule libremente en el Mercado Interior.

²⁰ “Asegurando que todas las empresas que suministran un producto o prestan un servicio lo hacen en el marco de una serie verificable y comensurable de normas técnicas o profesionales, las normas pueden asegurar la igualdad de condiciones en ámbitos de interés colectivo, desde la salud pública hasta la seguridad, el medio ambiente y la calidad de los productos/procesos/servicios. De esta forma, una serie de normas adquieren carácter obligatorio como expresión de una intención reguladora o, más espontáneamente, mediante la interacción de las fuerzas del mercado (es decir, reglamentos técnicos y normas obligatorias “de hecho”); OCDE1998, “What do standards for environmental management system offer?”, pág.17

²¹ CEN, CENELEC, ETSI son, respectivamente, el Comité Europeo de Normalización, el Comité Europeo de Normalización Electrotécnica y el Instituto Europeo de Normas de Telecomunicaciones.

El Nuevo Enfoque y la normalización se han convertido en un pilar central y muy efectivo de la legislación comunitaria en materia de salud y seguridad del diseño de productos. La única experiencia existente hasta ahora de utilización de la técnica del Nuevo Enfoque específicamente para el diseño ecológico de los productos es la Directiva relativa a los envases y residuos de envases²², aunque está en discusión la integridad y adecuación de los elementos del Nuevo Enfoque contenidos en esta directiva. Análogamente, las normas elaboradas sobre esta base han dado pie a un importante debate. Las experiencias contradictorias derivadas de la Directiva relativa a los envases y residuos de envases debería servir de base para *lanzar un debate en torno a la manera de aplicar óptimamente el Nuevo Enfoque en las nuevas iniciativas*, como la próxima Directiva sobre aparatos eléctricos y electrónicos (AEE). El objetivo de esta próxima directiva consiste en garantizar una mejora continua y sostenible del impacto ambiental global y del consumo de recursos de los AEE mediante la integración de un enfoque integral del planteamiento ecológico en el proceso de desarrollo del producto, a la vez que se garantiza la libre circulación de productos en el mercado interior.

En el anexo II se exponen algunas ideas sobre las opciones para tratar las particularidades del diseño ecológico en el marco del Nuevo Enfoque.

4.3.3. ¿Cómo puede ayudar la PPI a “ecologizar” la normalización y a utilizar óptimamente el potencial legislativo del Nuevo Enfoque?

¿Cómo integrar las características medioambientales en el proceso de normalización?

¿Cómo puede contribuir la legislación basada en el Nuevo Enfoque a promover las características medioambientales de los productos (cf. anexo II)?

4.3.4. Paneles de productos

Los agentes económicos en general están dispuestos a integrar las consideraciones medioambientales en el diseño y la fabricación de los productos mientras ello no comprometa de forma sustancial su posición competitiva. Igualmente, los consumidores preferirán productos más ecológicos en la medida en que no haya diferencias de precio desproporcionadas. En muchos casos, bastará, por tanto, con generar un impulso a favor de la mejora medioambiental de los productos lanzando un debate entre los sectores interesados. Ello dará pie a reacciones más rápidas y más orientadas a la empresa y quizá permita resolver problemas medioambientales antes de que se precisen medidas legislativas.

Una posible vía hacia este objetivo consistiría en crear *grupos de interés que planteen el modo de alcanzar los objetivos medioambientales o de superar los obstáculos en relación con su grupo concreto de productos*. A efectos de la PPI, estos grupos de interés pueden llamarse **paneles de productos** pueden adoptar diferentes formatos, debiendo adaptarse a las cuestiones que están sobre el tapete. Es posible que estas cuestiones afecten al conjunto de prestaciones medioambientales de

²²

94/62/CE

determinados productos o grupos de productos, pero también a cuestiones específicas de uno o varios grupos de productos (por ejemplo, la reducción de sustancias peligrosas de determinados productos o grupos de productos). En algunos casos, estos paneles podrán estar muy autoorganizados, y en otros las autoridades públicas y la Comisión Europea pueden estar más estrechamente implicadas. También existe una similitud con el mecanismo de acuerdos de taller utilizados por los órganos de normalización europeos²³. Estos acuerdos de taller también pueden utilizarse con fines similares, en función del contexto.

A fin de garantizar un uso eficiente de los recursos, no obstante, convendría asegurarse de que estos paneles sólo se creen cuando haya posibilidades de avanzar sustancialmente hacia los objetivos medioambientales de la UE. Otros requisitos imprescindibles estribarían en la disposición de los sectores interesados a colaborar entre ellos, la aceptación de unas condiciones razonables, la transparencia, la participación, la calidad de la información etc., y alguna indicación de que los sectores interesados estarán dispuestos a actuar una vez concluidos los trabajos del panel. Auto-Oil y los diversos paneles organizados en Dinamarca son ejemplos de iniciativas similares.

Una discusión eficiente requiere preparación. Convendría elaborar un análisis inicial de las cuestiones que van a tratarse para que la discusión se desarrolle sobre una base de común entendimiento. Las tareas de los paneles deberían definirse de forma clara y práctica. Habría que fijar límites de tiempo para evitar el riesgo de que las discusiones se prolonguen mucho sin dar resultados tangibles. Por último, convendría realizar una evaluación adecuada de los resultados. En caso de no obtener los resultados previstos, la labor de los paneles podrá aprovecharse para preparar otros instrumentos, como por ejemplo reglamentos.

4.3.4 ¿Cómo influir en el proceso de diseño de productos para incorporar mejor los factores medioambientales?

¿Son los paneles de productos soluciones adecuadas y cómo pueden organizarse en la práctica?

¿Existe alguna experiencia de iniciativas similares?

4.4. Otros instrumentos de apoyo

Hay una serie de instrumentos que, si bien no están centradas principalmente en los productos, pueden animar a los agentes a adoptar un enfoque de ciclo de vida. Entre estos instrumentos figuran los sistemas de gestión y auditoría medioambientales según ISO 14001 y el SGAM, la rendición de cuentas medioambiental, el instrumento LIFE y la investigación y desarrollo.

4.4.1. Sistemas de gestión y auditoría medioambientales

Los sistemas de gestión medioambiental han sido concebidos para ayudar a las empresas a mejorar sus prestaciones medioambientales, incluidas las prestaciones

²³

cf. anexo II

durante el ciclo de vida de sus productos, actividades y servicios. Permiten a las organizaciones tener una imagen clara de sus efectos ambientales, les ayudan a actuar sobre los que resultan significativos y a gestionarlos bien. Los sistemas de gestión medioambiental también contribuyen a introducir un cambio en el estilo de gestión al integrar las cuestiones medioambientales en la gestión diaria de las empresas.

Un número cada vez mayor de empresas y otras organizaciones aplican el Reglamento europeo SGAM²⁴, promulgado el 29 de junio de 1993, y la consiguiente norma internacional ISO 14001.

De la misma forma que la norma ISO, el SGAM II no sólo abarcará al sector industrial, sino a todos los sectores, y no sólo tratará los impactos ambientales de las actividades económicas, sino también de sus productos y servicios.

Por tanto, estos sistemas de gestión medioambiental pueden ayudar a extender el enfoque de la PPI en toda la Unión Europea. En primer lugar, porque impulsan el cambio de la gestión y, en segundo lugar, porque facilitan información medioambiental y métodos para gestionar esta información que casan muy bien con el enfoque de la PPI.

La condición para ello es que estos instrumentos voluntarios se apliquen sobre una base amplia que abarque una elevada proporción de actividades económicas. Para las organizaciones, la gestión medioambiental implica eficiencia y mejoras medioambientales, así como ventajas financieras y de imagen. Para las partes interesadas y el público, significa que las organizaciones asumen con seriedad su responsabilidad sobre las cuestiones medioambientales. Además, el SGAM debería comportar en el futuro “ventajas reglamentarias” para las organizaciones participantes. Se supone que los Estados miembros estudian el modo de tener en cuenta el registro del SGAM al aplicar y hacer cumplir la legislación medioambiental. De este modo se realizarán controles medioambientales que tendrán en cuenta la aplicación del SGAM reduciendo su frecuencia o los trámites burocráticos, flexibilizando la rendición de cuentas y los trámites de concesión de permisos y, en ciertos casos, otorgando subvenciones para la aplicación del sistema de gestión y el pago de las tasas de registro.

Para que las autoridades públicas tengan una mejor perspectiva general de los posibles incentivos para el registro del SGAM, los servicios de la Comisión tienen previsto organizar un intercambio de puntos de vista entre los Estados miembros una vez promulgado el nuevo Reglamento SGAM. Tal y como se indica en la apartado 4.2.2, la Comisión también pretende registrarse en el SGAM.

4.4.1 ¿Cómo pueden ayudar los sistemas de gestión medioambiental a “ecologizar” los productos?

²⁴ Reglamento (CEE) nº 1836/93 del Consejo por el que se permite que las empresas del sector industrial se adhieran con carácter voluntario a un sistema comunitario de gestión y auditoría medioambientales. La revisión del Reglamento SGAM (SGAM II), que se aprobará en breve, adopta la norma internacional ISO 14001 como el componente del sistema de gestión ambiental del SGAM, de forma que en el futuro ambos sistemas serán compatibles.

4.4.2. Investigación, desarrollo e innovación

El enfoque de la PPI se basa en la idea de que puede existir una nueva dinámica en la que los fabricantes perciban incentivos por incorporar los aspectos medioambientales en sus planteamientos estratégicos y en el diseño de sus productos. Este impulso interno de las empresas a favor de la innovación debería reforzarse con la ayuda de programas de investigación y desarrollo. Entre los programas en curso se incluyen, por ejemplo, el Programa de Crecimiento integrado en el 5º Programa Marco de Investigación Comunitario que, entre otras cosas, apoya la investigación sobre productos eléctricos y electrónicos más ecológicos. Estos programas de investigación apoyan las innovaciones conceptuales, organizativas y técnicas para satisfacer las necesidades futuras de la sociedad con un uso sustancialmente menor de los recursos y un impacto ambiental más leve. Es preciso fortalecer el vínculo entre la Política de Productos Integrada y estos programas, y extenderlo a todos los niveles de financiación de actividades de investigación, también con vistas a otorgar prioridad al desarrollo de productos y servicios más ecológicos en el 6º Programa Marco de Investigación Comunitario.

Con objeto de promover la innovación, es necesario conocer mejor las fuerzas motrices del diseño ecológico, de los cambios en el mercado, de los cambios en el sistema, las nuevas necesidades de la sociedad, los futuros escenarios, etc. Es preciso esforzarse más por desarrollar, armonizar y divulgar la metodología del Análisis del Ciclo de Vida y facilitar su aplicación, en particular por parte de las pequeñas y medianas empresas. A fin de facilitar la evaluación del ciclo de vida en las PYME, la investigación podría incluir el desarrollo de metodologías más simplificadas. Además, la investigación podría contribuir a determinar categorías de productos que tienen un impacto considerable en el medio ambiente y a realizar ACV detallados de dichos productos.

Conviene que la Comunidad y otras autoridades faciliten la financiación de proyectos y redes, siempre que los programas de investigación y desarrollo puedan contribuir sustancialmente a impulsar la innovación de sistemas de productos y servicios nuevos y ecológicos.

Desde una perspectiva política, la evaluación de la efectividad de los instrumentos e indicadores del progreso será una necesidad permanente. El cambio de base amplia pretendido en los productos y el consumo a través del enfoque de la PPI supone un desafío. La investigación podría ayudar, por ejemplo, a desarrollar indicadores.

4.4.2. ¿Cómo pueden contribuir los programas comunitarios de investigación y desarrollo a la aplicación de la PPI?

4.4.3. LIFE

LIFE²⁵ es el único instrumento que apoya específicamente con medios financieros el desarrollo de una política medioambiental comunitaria descrita en los sucesivos programas de acción comunitarios. El nuevo Reglamento de Life III se publicó en julio de 2000 y ha brindado oportunidades sustanciales y muy positivas para la aplicación del enfoque de la PPI.

LIFE III ha ampliado las posibilidades de lanzar proyectos innovadores y de demostración concebidos para promover el desarrollo sostenible y medidas preparatorias encaminadas a desarrollar o revisar la política comunitaria.

El objetivo específico de LIFE-Medio Ambiente consiste en contribuir al desarrollo de técnicas y métodos innovadores e integrados. Las directrices LIFE sobre proyectos de demostración mencionan el enfoque de la PPI como uno de los cinco objetivos específicos, junto con el desarrollo del uso de la tierra, la gestión del agua y los residuos y el impacto de las actividades económicas.

Existe un interés especial por los proyectos de demostración que abordan el diseño ecológico, la eficiencia ecológica y los productos financieros ecológicos (fondos de inversión, créditos o seguros asociados a criterios medioambientales), así como el etiquetado ecológico.

<i>4.4.3 ¿Cómo puede contribuir el programa LIFE a la aplicación de la PPI?</i>
--

4.4.4. Contabilidad y rendición de cuentas medioambiental

La contabilidad y la rendición de cuentas medioambiental han adquirido cada vez más importancia para las empresas. Además, el modo en que el comportamiento medioambiental de una empresa afecta a su salud financiera despierta un creciente interés y a veces preocupación entre los inversores, los acreedores, los gobiernos y el público en general. La memoria anual y los estados financieros de una empresa constituyen la forma principal que tienen los interesados de mantenerse informados sobre las actividades, los progresos y los futuros planes de una empresa. No obstante, actualmente no existe un formato estándar de presentación de la información medioambiental y ninguna norma analítica para su interpretación, lo que merma el impacto de los estados financieros.

La Comisión ha emprendido un estudio para determinar los datos que permitan una normalización y comparación de la información medioambiental presentada en las memorias anuales y estados financieros de las empresas. Es posible que posteriormente se elaboren directrices sobre el modo de incorporar los costes y beneficios medioambientales en las cuentas anuales de las empresas.

<i>4.4.4. ¿Cómo pueden contribuir los estados financieros a la “ecologización” de los productos?</i>

²⁵ LIFE es un instrumento financiero de la Comunidad para tres ámbitos de acción principales: medio ambiente, naturaleza y países terceros.

5. PRÓXIMOS PASOS

La finalidad del presente Libro Verde es **iniciar un debate público** sobre la estrategia propuesta y sus elementos, así como las perspectivas que se abren ante los sectores interesados, los gobiernos y el medio ambiente con la “ecologización” de los productos y el enfoque de la PPI. En este debate se abordará el modo de establecer un marco comunitario y los medios prácticos de su aplicación²⁶.

Ello implicará, en particular, la discusión del presente Libro en las **Instituciones Europeas**, especialmente el Consejo y el Parlamento Europeo, que participarán de cerca en el desarrollo ulterior del enfoque de la Política de Productos Integrada y sus elementos. La Comisión también pretende utilizar y apoyar la **red europea informal de PPI de expertos de los Estados miembros** para que sirva de foro de debate e intercambio de experiencias en relación con los temas del Libro Verde y de la Política de Productos Integrada en general.

Para todos los demás sectores interesados, como los gobiernos nacionales y locales, las asociaciones empresariales y de consumidores, organizaciones no gubernamentales y otros agentes interesados que deseen participar en este debate, la Comisión organizará una serie de **encuentros de consulta con los sectores interesados**, centrados en temas importantes del presente Libro Verde, y que se anunciarán en la página web de la Comisión: [<http://www.europa.eu.int/comm/environment/ipp/home.htm>]. Los resúmenes de los debates y las conclusiones principales se publicarán en la misma página. Las solicitudes²⁷ para participar en estos actos pueden dirigirse a la siguiente dirección de correo electrónico: [env-ippstakeholder@cec.eu.int].

Los **comentarios escritos** de los sectores interesados deberán remitirse a la Comisión a más tardar el 30 de junio 2001. Las ponencias se dirigirán a Marianne Klingbeil, jefa de la Unidad de Industria, Mercados Interiores, Productos, Enfoques Voluntarios (DG de Medio Ambiente E.4), 200 rue de la Loi / Wetstraat 200, B-1049 Bruxelles/Bruselas, Bélgica. Los comentarios pueden enviarse alternativamente por correo electrónico a la siguiente dirección: [env-ippstakeholder@cec.eu.int]. Las versiones en diferentes idiomas del Libro Verde, así como los documentos asociados, pueden encontrarse en la siguiente dirección de Internet : [<http://www.europa.eu.int/comm/environment/ipp/home.htm>].

El resultado del debate debería facilitar la comprensión de la mejor forma de integrar el enfoque de la PPI en la política medioambiental. El debate constituirá la base para una **Comunicación** prevista para la segunda mitad de 2001, que reflejará un resumen del debate y expondrá las conclusiones de la Comisión para la aplicación del enfoque de la PPI .

²⁶ En el anexo III figura un cuadro sinóptico de las actividades principales contempladas en la estrategia para aplicar el enfoque de la PPI.

²⁷ Deberían comprender una descripción del sector interesado y sus intereses particulares con respecto a la Política de Productos Integrada. Se enviarán invitaciones en función del número de plazas disponibles. Por norma, sólo se aceptará a un miembro por asociación y no se concederá financiación a menos que se especifiquen motivos concretos.

Como el enfoque de la Política de Productos Integrada se basa en cierta medida en iniciativas ya existentes, paralelamente irán elaborándose estos instrumentos. Tal y como se indica en el presente documento, también se tiene la intención de establecer una serie limitada de proyectos piloto, en particular para los paneles de productos.

ANEXO I: Estudios de PPI y consultas a los sectores interesados

En 1997, la Comisión contrató un estudio sobre la Política de Productos Integrada (PPI)²⁸, describiéndola como un enfoque integral que aborda las acciones, los agentes y los impactos a lo largo de todo el ciclo de vida de los productos. En el estudio se examina el desarrollo de la PPI en los Estados miembros y el uso del concepto del ciclo de vida de los productos por parte de la industria y los consumidores. Los autores presentan un análisis general de la PPI, construido alrededor de cinco “bloques” de iniciativas políticas sobre los temas siguientes: residuos, innovación, mercados, información, responsabilidad. Vieron que la función de una política de la UE consiste en articular una visión común de lo que intenta lograr la PPI: divulgación de buenas prácticas, integración del concepto en las políticas de la UE y algunas medidas específicas de PPI a escala de la UE.

Sobre la base de este estudio, la Comisión organizó un seminario con los sectores interesados a finales de 1998. Los temas planteados fueron muy amplios. En las conclusiones generales se subraya el consenso en torno al interés de un enfoque de ciclo de vida de los productos y la participación de los sectores interesados afectados. La información a lo largo de la cadena del producto se considera sumamente importante. Se reconoce la relevancia de una serie de instrumentos: los sistemas de gestión medioambiental en la industria, el etiquetado ecológico de los productos, la integración de consideraciones medioambientales en las normas de productos, la “ecologización” de los contratos públicos, los contratos medioambientales. Se expresa la necesidad de mayor claridad de la visión que representa la PPI, su finalidad y sus objetivos globales.

En un estudio de seguimiento sobre los últimos desarrollos de los planes de la PPI de los Estados miembros y las implicaciones para la política²⁹ de la UE se confirma que la mayoría de los Estados miembros aún no cuentan con una política activa. Entre los que sí la tienen, pese a un consenso razonable en torno a los principios básicos que sostienen la PPI, existe una considerable diversidad con respecto a la aplicación. La mayoría de los Estados miembros parecen satisfechos con que la Comisión lleve la voz cantante, ayude a quienes aún no han adoptado medidas o defina un marco que se aplicará coherentemente en toda la Comunidad.

²⁸ Ernst & Young/SPRU for the European Commission 1998, Integrated Product Policy. El resumen ejecutivo del estudio puede descargarse de la página web de la Comisión relativa a la PPI (<http://www.europa.eu.int/comm/environment/ipp/home.htm>).

²⁹ Ernst & Young for the European Commission 2000, Developing the Foundation for Integrated Product Policy in the EU. El estudio puede descargarse de la página web de la Comisión relativa a la PPI (<http://www.europa.eu.int/comm/environment/ipp/home.htm>).

ANEXO II: Opciones para abordar las particularidades del diseño ecológico en el marco del Nuevo Enfoque

Las siguientes opciones constituyen ideas prácticas para un debate sobre el modo de evitar, en la futura legislación basada en el Nuevo Enfoque sobre el diseño ecológico de los productos, las dificultades encontradas en la aplicación del Nuevo Enfoque en la Directiva relativa a los envases.

1) Sistemas de gestión medioambiental y directrices de diseño ecológico, junto con el uso del sistema garantía del cumplimiento para recoger ideas sobre posibles mejoras del ciclo de vida

Tal y como refleja la experiencia de la Directiva de envases, es difícil definir clara e inequívocamente los requisitos y normas esenciales, que pueden utilizarse para decisiones “sí-no” en torno a la conformidad de los productos. Por tanto, una idea puede ser la de utilizar criterios relacionados con el proceso de toma de decisiones relativas al diseño como requisito esencial, en lugar de los requisitos concretos para el producto final, que pueden ser difíciles de controlar. Los requisitos relacionados con el proceso de diseño pueden establecerse, por ejemplo, sobre la base de los sistemas de gestión medioambiental, como ISO 14000/SGAM, o las directrices de diseño ecológico.

En lugar de decisiones inmediatas sobre la conformidad de los productos, las autoridades encargadas de asegurar el cumplimiento podrían plantear el tema directamente a los fabricantes cuando sea posible mejorar las características medioambientales de los productos. Si conviene, estas cuestiones también podrían someterse a un debate más amplio en el seno de las asociaciones industriales o a la atención de las autoridades, que entonces podrían decidir en torno al seguimiento más apropiado.

2) El uso de “nuevos entregables”, como por ejemplo los acuerdos de taller

La mejora de las características medioambientales de los productos debería ser un proceso continuo. Por tanto, podría ser conveniente actualizar las normas medioambientales en función del desarrollo tecnológico con mayor frecuencia que lo que es posible de acuerdo con los requisitos de procedimiento de las normas formales. Este enfoque de vía rápida podría adoptar la forma de “nuevos entregables”, que podrían desarrollarse primero en forma de acuerdos de taller. Una vez comprobada su utilidad, sería posible convertirlos en normas formales realmente acreditativas de la conformidad. La ventaja de este proceso es que permite que se extiendan estos acuerdos de consenso. Se han desarrollado enfoques similares en otros sectores que experimentan un rápido desarrollo, como la tecnología de la información.

3) El uso de los criterios de etiquetado ecológica como presunción de conformidad

Los productos con etiqueta ecológica presentan unas características medioambientales especialmente avanzadas. Por tanto, lo lógico es que estos productos se beneficien de una presunción de conformidad automática en la legislación relativa al diseño ecológico de los productos.

4) El uso de los indicadores de prestaciones clave para definir los requisitos esenciales

Hay dos posibles variantes de este enfoque: en una se pretende aclarar cuáles son los indicadores de prestaciones medioambientales clave para los productos en cuestión antes de definir los requisitos esenciales, y reflejarlo directamente en la formulación de los requisitos. En la segunda se formulan requisitos esenciales de forma bastante flexible, después se desarrolla mediante algún mecanismo el consenso en torno a los indicadores de prestaciones clave, que a su vez podría constituir una ayuda para formular y aplicar normas. Este enfoque requiere la determinación de indicadores válidos que puedan aplicarse a todos los grupos de productos en cuestión.

5) La combinación de varios elementos

No han de considerarse necesariamente incompatibles las citadas opciones y la forma clásica de la legislación del Nuevo Enfoque. Una opción podría ser, por ejemplo, definir requisitos claros de pasa/no pasa para determinadas características ecológicas de los productos en los requisitos esenciales, normas o acuerdos de taller, siempre que ello sea posible. Las directrices de diseño ecológico podrían utilizarse entonces para otros aspectos de la misma legislación. Además, podría resultar conveniente complementar esta legislación basada en el Nuevo Enfoque con la legislación clásica, en particular para cuestiones políticamente polémicas difíciles de tratar por organizaciones regidas por el consenso, como son los organismos de normalización.

ANEXO III: sinopsis de los principales instrumentos y acciones

INSTRUMENTO	ACCIÓN PROPUESTA
Instrumentos económicos	<ul style="list-style-type: none">• Determinar los elementos de precio que dificultan un mayor grado de aceptación de los productos más ecológicos en el mercado• Investigar opciones para la tributación diferenciada (por ejemplo, tipo de IVA reducido para productos con etiqueta ecológica dentro de la Nueva Estrategia del IVA) etc.
Responsabilidad del fabricante	<ul style="list-style-type: none">• Extender el concepto a otros ámbitos de la legislación comunitaria• Estimular iniciativas de los Estados miembros
Etiquetas ecológicas	<ul style="list-style-type: none">• Extenderlas a más productos• Más financiación pública para comercialización y tasas• Revisar la estrategia de etiquetado ecológico comunitario• Utilizar criterios de etiquetado ecológico para otras aplicaciones (por ejemplo: compras, evaluación comparativa, ecofondos, indicadores, requisitos esenciales)
Declaraciones medioambientales	<ul style="list-style-type: none">• Preparar el control del uso de las declaraciones medioambientales de los propios fabricantes• Establecer un marco para apoyar las declaraciones conforme al tipo III de ISO
Contratos públicos	<ul style="list-style-type: none">• Adoptar una Comunicación interpretativa sobre contratos públicos y medio ambiente• Elaborar un manual de contratación pública ecológica• Coordinar y facilitar el intercambio de información sobre la contratación pública ecológica• Lograr que la propia contratación pública de la Comisión sea ecológica

Información sobre el producto	<ul style="list-style-type: none"> • Relacionar la información existente sobre los impactos durante el ciclo de vida de los productos • Respalidar el desarrollo y la divulgación de instrumentos fácilmente aplicables para evaluar los impactos durante el ciclo de vida de los productos (en particular para las PYME) y mejorar el flujo de información a lo largo de la cadena del producto • Celebrar seminarios sobre las formas más eficientes de conseguir estos objetivos • Investigar los posibles programas para obligar/animar a los fabricantes a facilitar información básica sobre las características ecológicas de los productos
Directrices de diseño ecológico	<ul style="list-style-type: none"> • Promover la elaboración, divulgación y aplicación de estas directrices
Normas	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar el desarrollo de normas sobre el diseño ecológico • Encontrar formas y medios en cooperación con todos los sectores interesados para conseguir que la “calidad medioambiental” se asocie sistemáticamente a todas las normas europeas
Nuevo Enfoque	<ul style="list-style-type: none"> • Examinar el potencial legislativo del Nuevo Enfoque para promover el diseño de productos más ecológicos • Asegurar un uso óptimo del Nuevo enfoque en la legislación, como la próxima Directiva de aparatos eléctricos y electrónicos
Paneles de productos	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar el marco de los paneles de productos • Lanzar uno o dos proyectos piloto en 2001
Instrumentos de apoyo	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer la relación con el SGAM • Asegurar que la innovación de productos ecológicos sea una parte fundamental de los programas comunitarios de Investigación y Desarrollo (FP5, Programa de crecimiento; FP6) • Investigar el potencial de la rendición de cuentas medioambiental • Centrar la atención del programa LIFE en la elaboración de productos ecológicos