

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

QUE OFRECE
EL ECODISEÑO
A LAS EMPRESAS
DEL PAÍS VASCO

CONCLUSIONES

1 La realización de actividades de eco innovación representa una gran oportunidad para las empresas que desarrollan proyectos de mejora de proceso, producto o servicio. Las expectativas de crecimiento en los mercados son mayores para los productos eco diseñados que para los productos tradicionales. Especialmente, el crecimiento es superior en aquellas empresas que realizan actividades sistemáticas y continuas de eco innovación.

2 La eco innovación genera un mejor posicionamiento en los mercados internacionales para el crecimiento de las exportaciones.

3 La eco innovación se identifica como un aspecto de relevancia creciente para liderar los mercados pero no sólo para las empresas con estrategias de liderazgo sino que se destaca como un aspecto relevante también para las empresas que quieren mantener o incrementar su competitividad.

4 En general, las empresas encuestadas han conseguido de manera generalizada realizar actividades de eco innovación de manera que los ahorros obtenidos superen a los gastos generados. A pesar de que en algunos proyectos de eco innovación el coste adicional se puede percibir como un freno a su desarrollo, es posible desarrollar proyectos económicamente rentables.

5 La realización de prácticas de ecodiseño contribuye a mejorar la imagen en el mercado, a abrir nuevos mercados y a incrementar la capacidad

de diseño de productos, procesos y materiales en la empresa, además de lograr resultados en términos medioambientales. Dichas oportunidades aparecen más claras en el caso de las empresas que realizan las actividades de ecoinnovación de manera sistemática.

6 La adaptación a la legislación constituye un argumento fundamental para la realización de actividades de eco innovación. En ese sentido, la función legislativa se entiende como un rol clave y catalizador de las Administraciones Públicas.

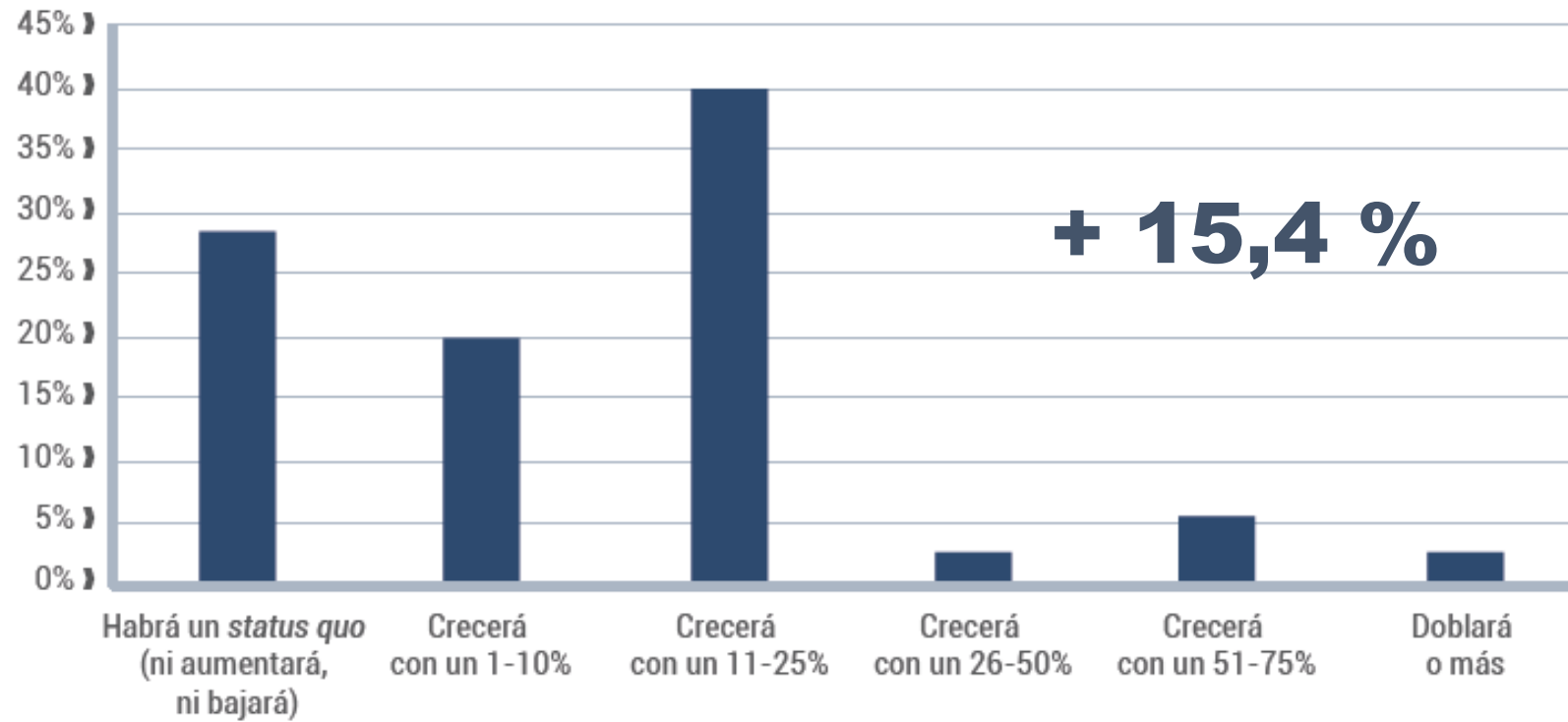
7 La necesidad de responder a las necesidades del cliente y la presión de los competidores también incentivan claramente la realización de actividades de eco innovación.

8 En sentido contrario, la poca disposición del mercado a valorar el producto medioambientalmente más sostenible y a contribuir a la cobertura de sus costes es un aspecto que frena el ecodiseño.

9 Se apunta a la compra pública y a la sensibilización del mercado empresarial y del consumidor como otros aspectos donde las Administraciones Públicas pueden intervenir favorablemente.

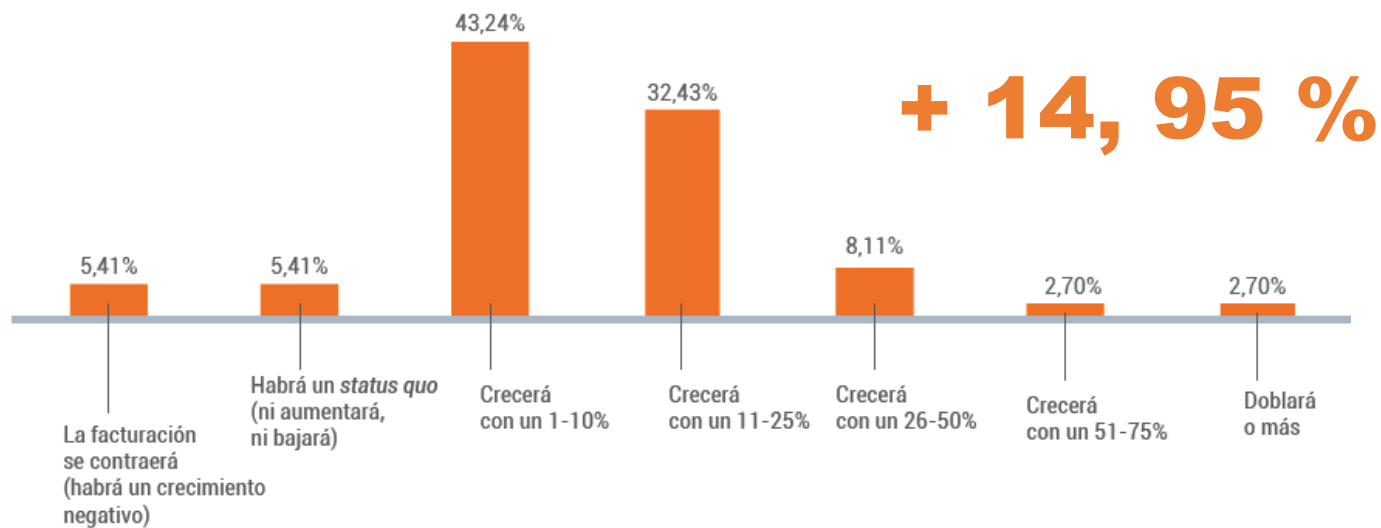
10 La reducción del consumo de energía y de las emisiones tanto en la empresa como en uso es el objetivo fundamental de las acciones de eco innovación de las empresas encuestadas.

DE CARA AL FUTURO, ¿CÓMO PREVE QUE EVOLUCIONARÁ EL PORCENTAJE DE LA FACTURACIÓN OBTENIDA POR PRODUCTOS Y SERVICIOS ECO-DISEÑADOS DE AQUÍ HASTA 2020?

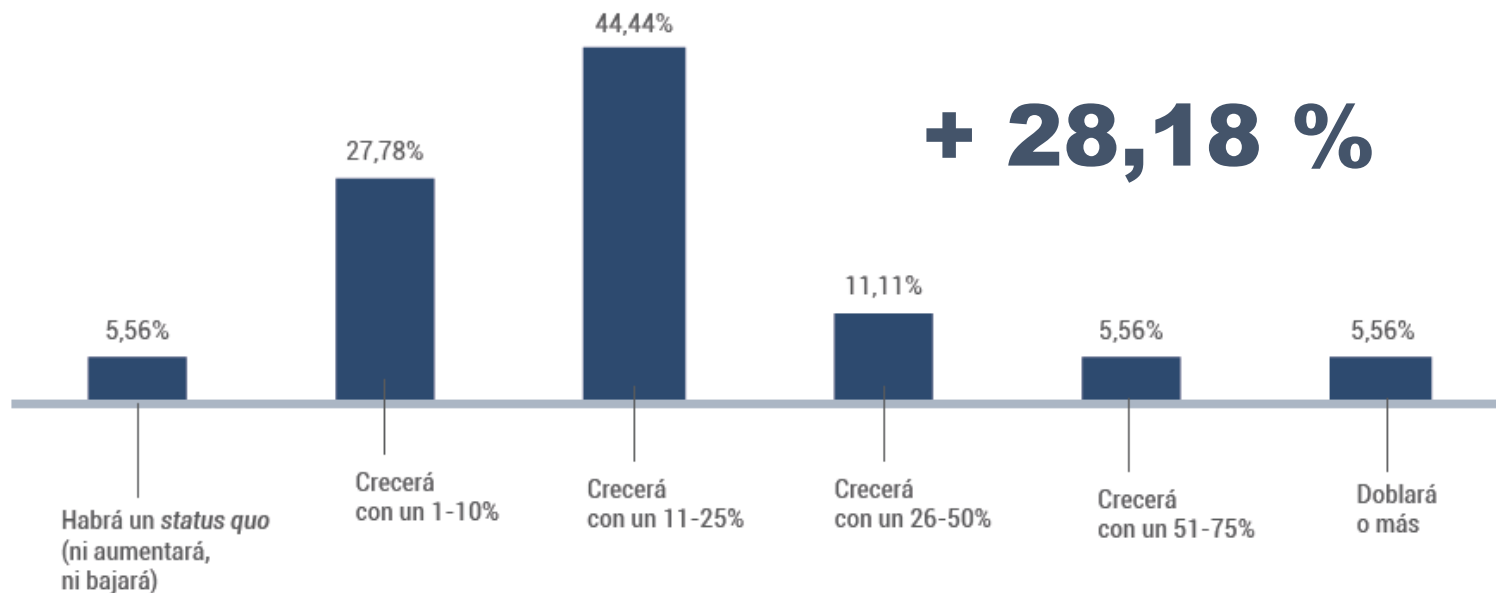


n = 35

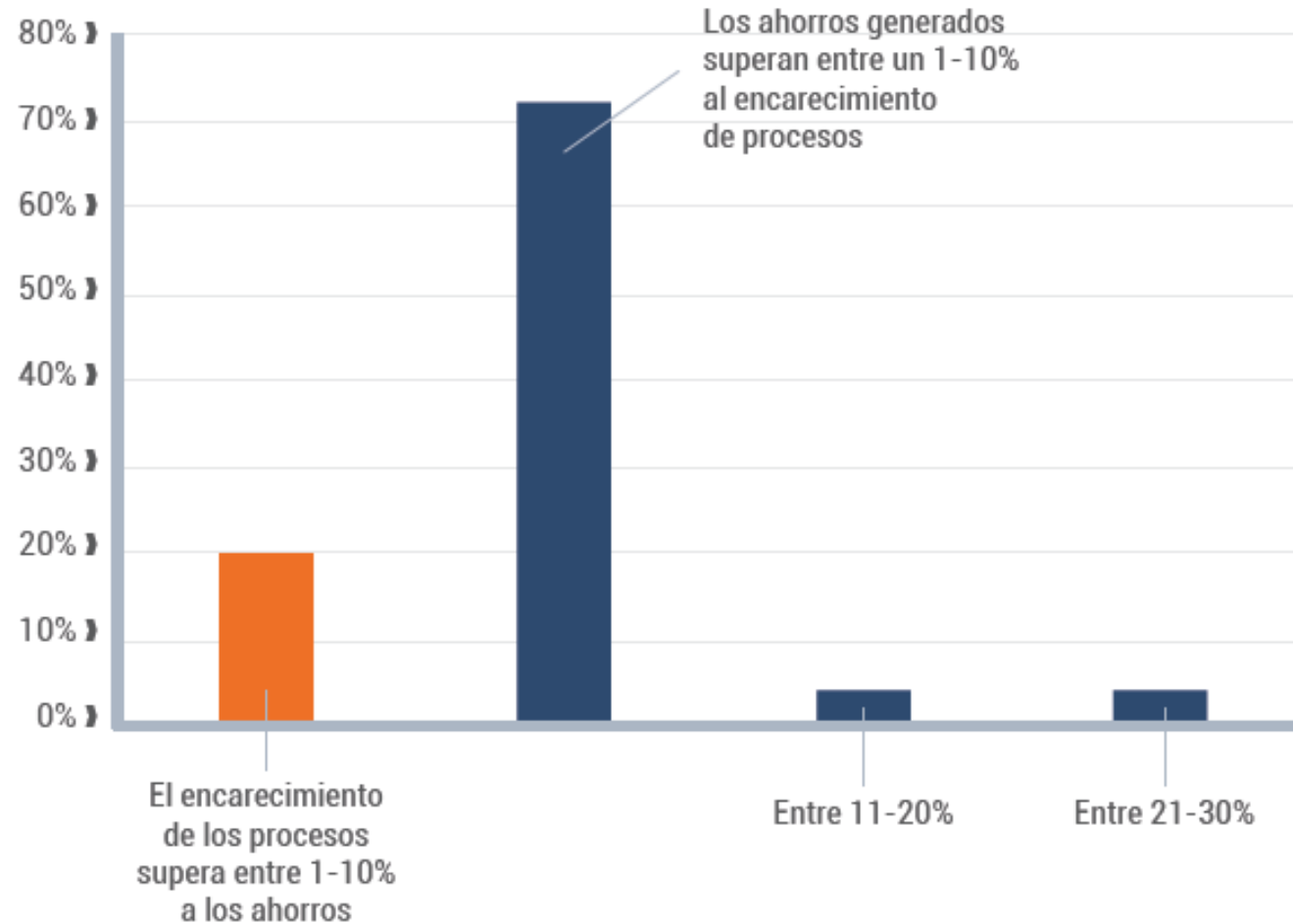
¿CÓMO PREVÉ QUE EVOLUCIONARÁ LA FACTURACIÓN DE AQUÍ A 2020?



EMPRESAS CON ACTIVIDAD SISTEMÁTICA DE ECO-INNOVACIÓN.
 ¿CÓMO PREVÉ QUE EVOLUCIONARÁ LA FACTURACIÓN DE AQUÍ A 2020?

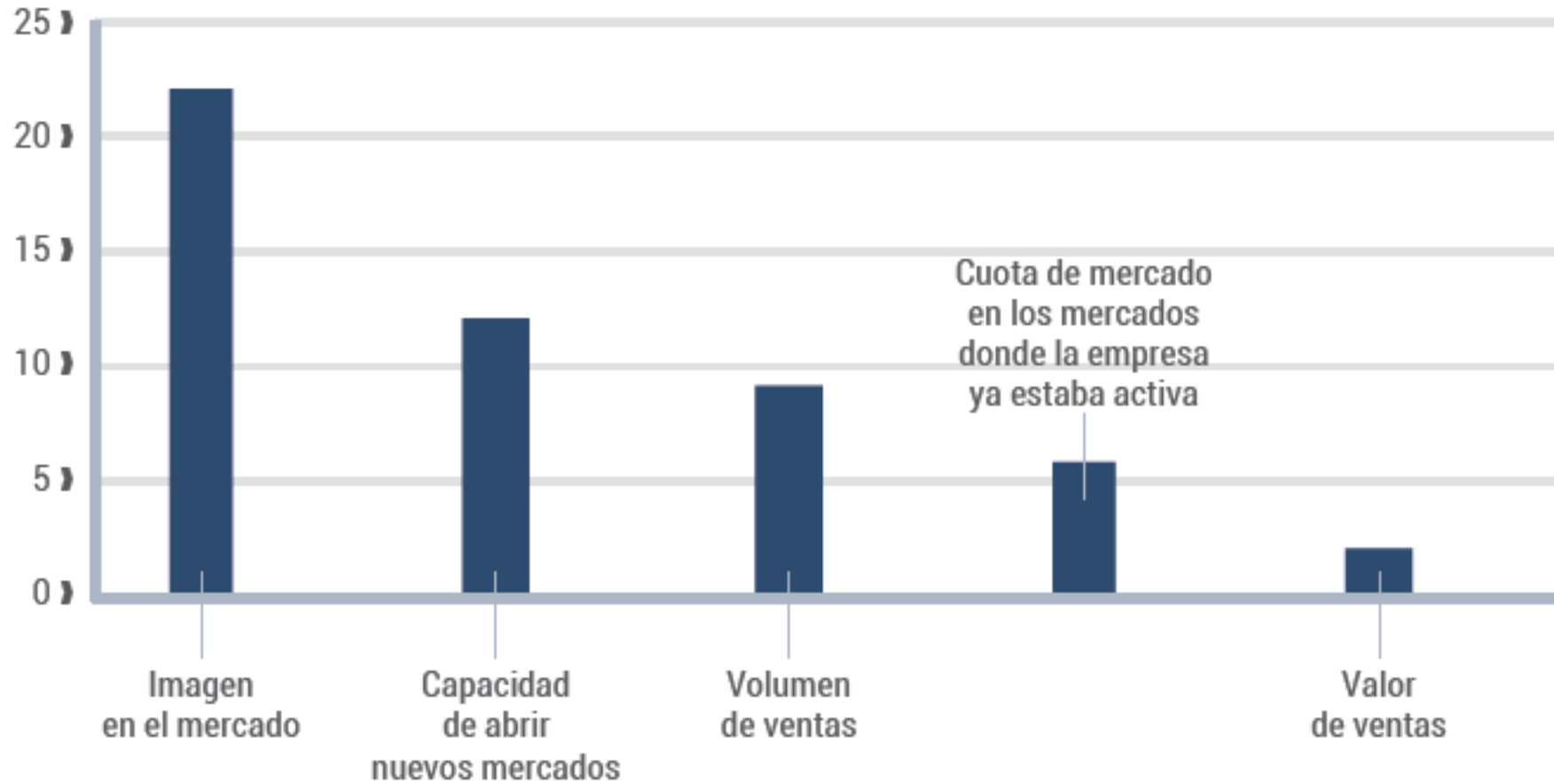


EN CASO DE QUE SÍ ¿PUEDE INDICAR CON QUÉ PORCENTAJE LOS AHORROS GENERADOS SUPERAN AL EVENTUAL ENCARECIMIENTO DE PROCESOS?



	EFFECTO POSITIVO	EFFECTO NEGATIVO
Reducción en el consumo de energía	18	0
Sustitución de materias primas contaminantes	11	0
Reducción de las emisiones en uso	11	0
Reducción en las emisiones de CO ₂ en la empresa	9	0
Posibilidad de reciclado o reutilización del producto en fase final	9	0
Reciclado de materias primas, residuos y vertidos durante la producción	8	0
Reducción del consumo energético en distribución o transporte	6	-2
Reducción del espacio de almacenamiento	6	-2
Reducción en la polución local	5	0
Recuperación de residuos	3	0

EFFECTOS SOBRE POSICIONAMIENTO Y FORTALEZA EN EL MERCADO

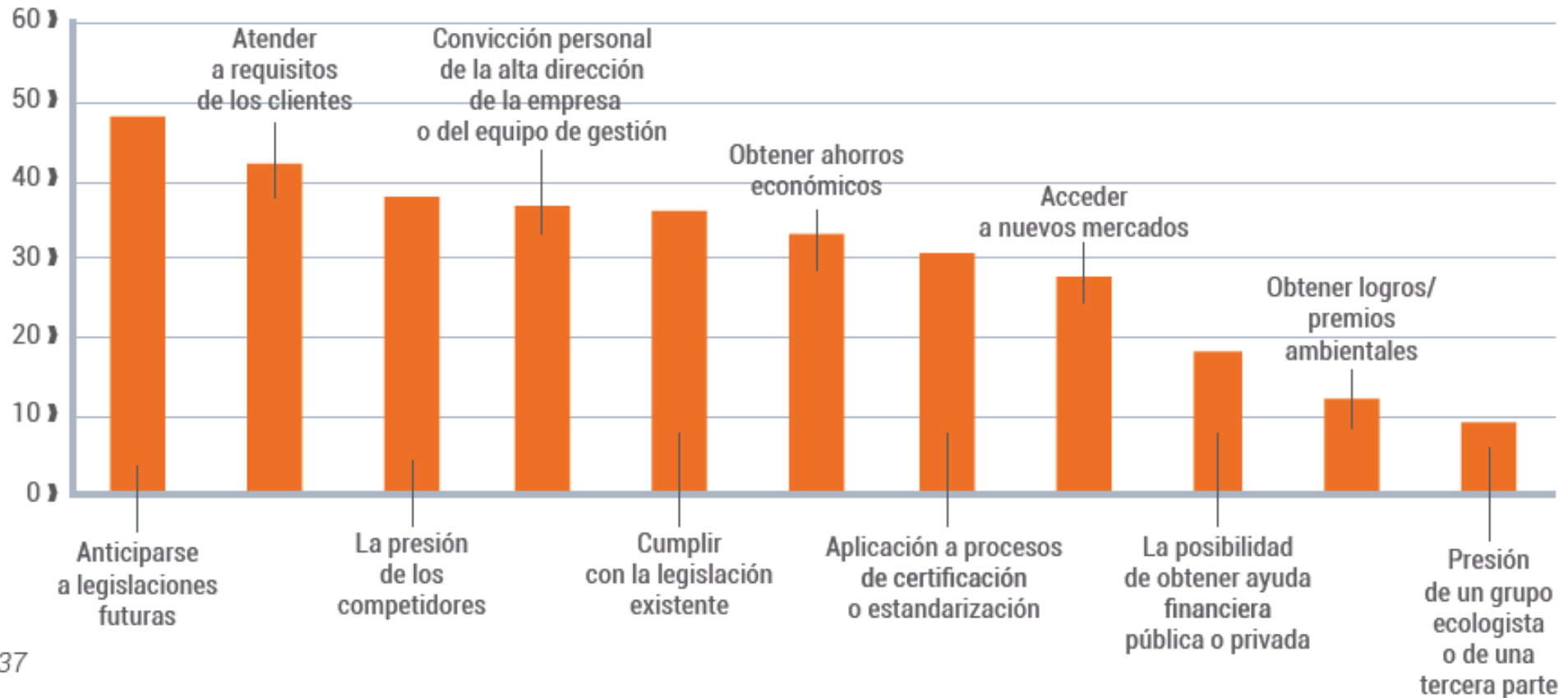


n = 30

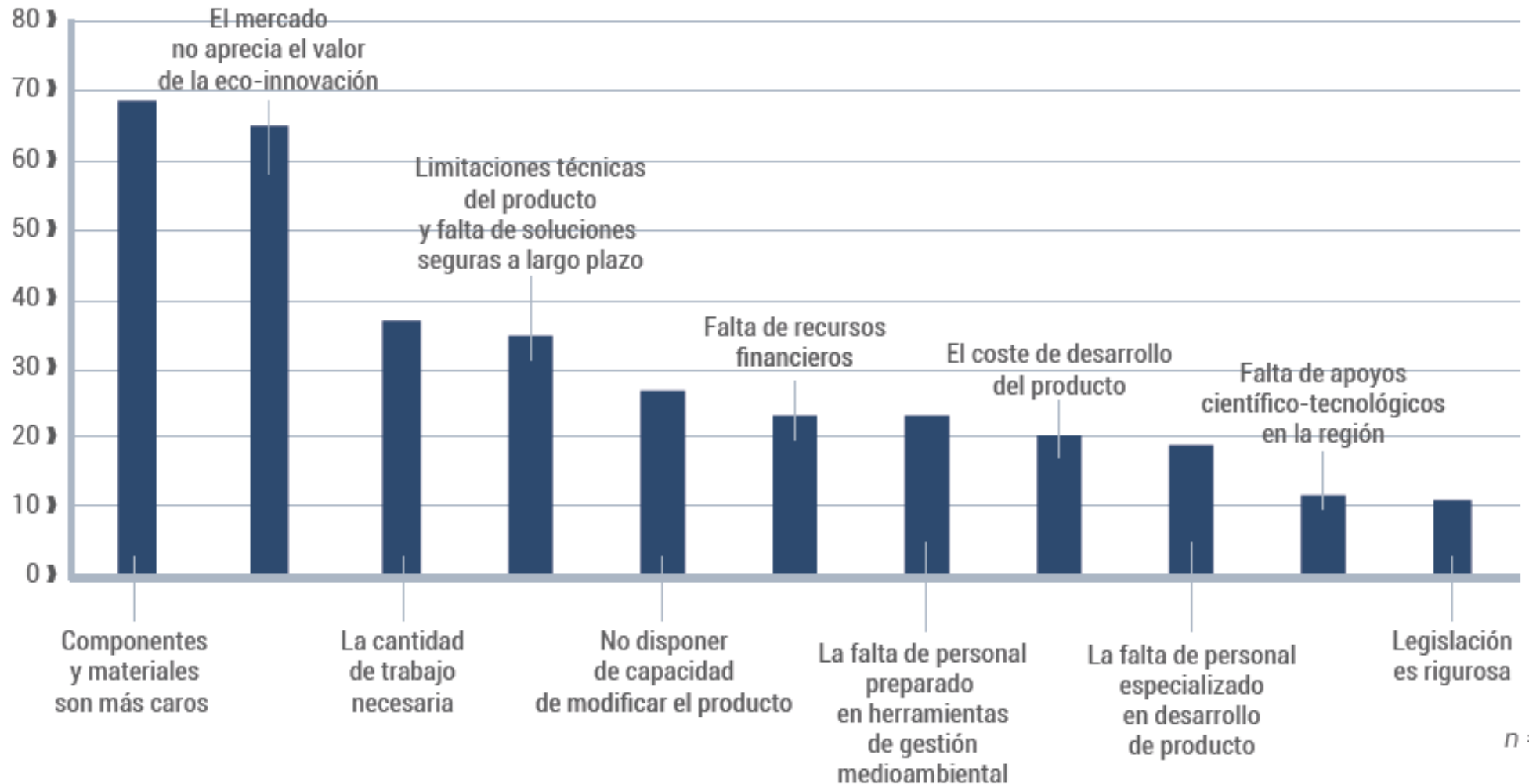
OTROS EFECTOS SOBRE LAS CAPACIDADES INTERNAS DE LA EMPRESA DE LAS ACCIONES DE ECO-INNOVACIÓN

	EFECTO POSITIVO	EFECTO NEGATIVO
Capacidad de diseño y desarrollo de productos	20	-1
Capacidad de diseño y desarrollo de procesos	17	-1
Conocimiento de materiales	9	0
Capacidad de innovar en prácticas de venta (innovación comercial)	9	0
Capacidad de negociar con proveedores	1	-2

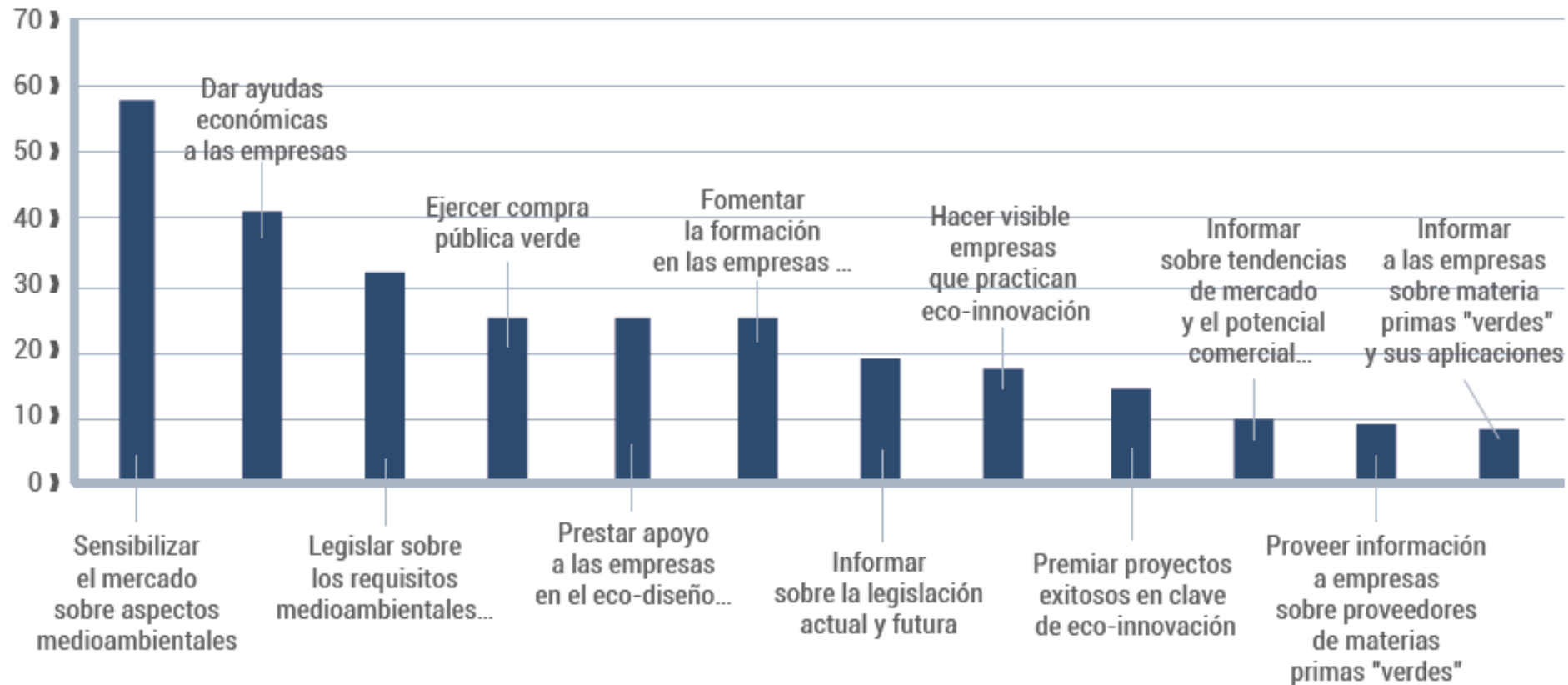
INCENTIVOS PARA LA APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS DE ECO-INNOVACIÓN (puntuación ponderada)



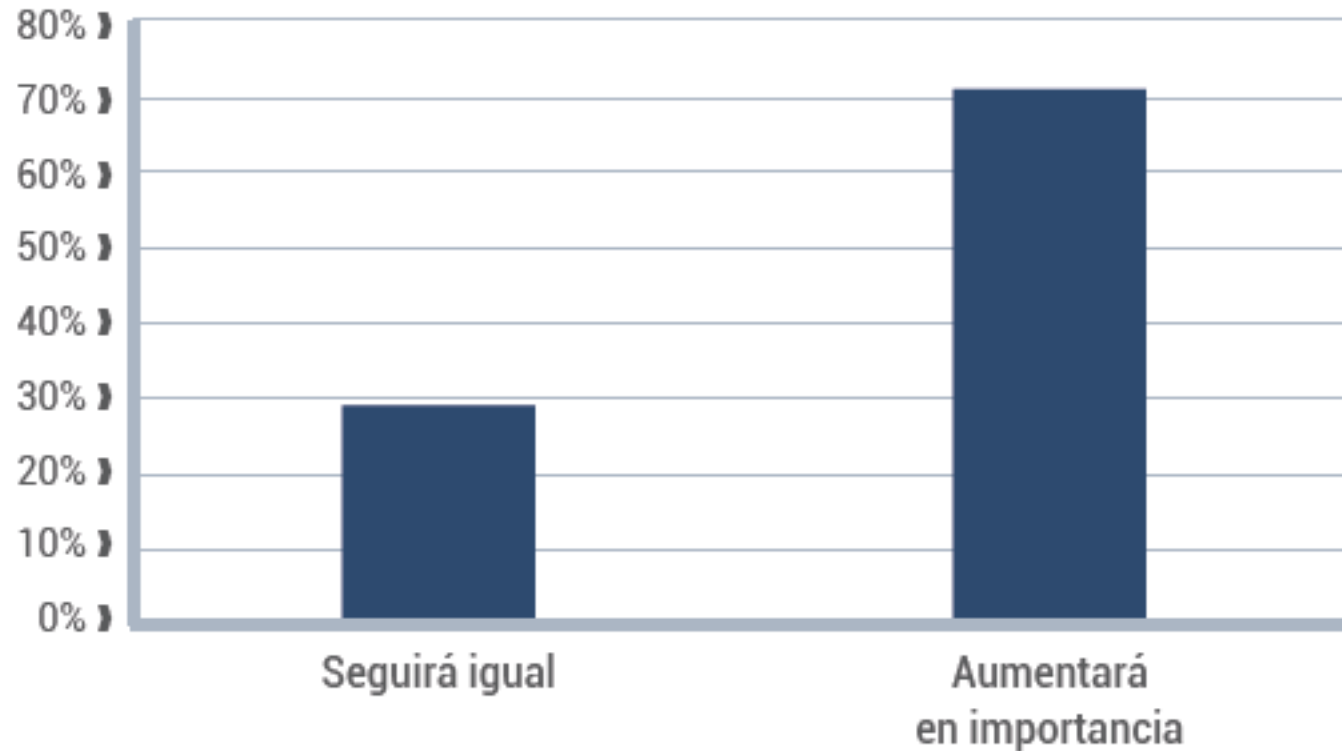
BARRERAS PARA LA APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS DE ECO-INNOVACIÓN (puntuación ponderada)



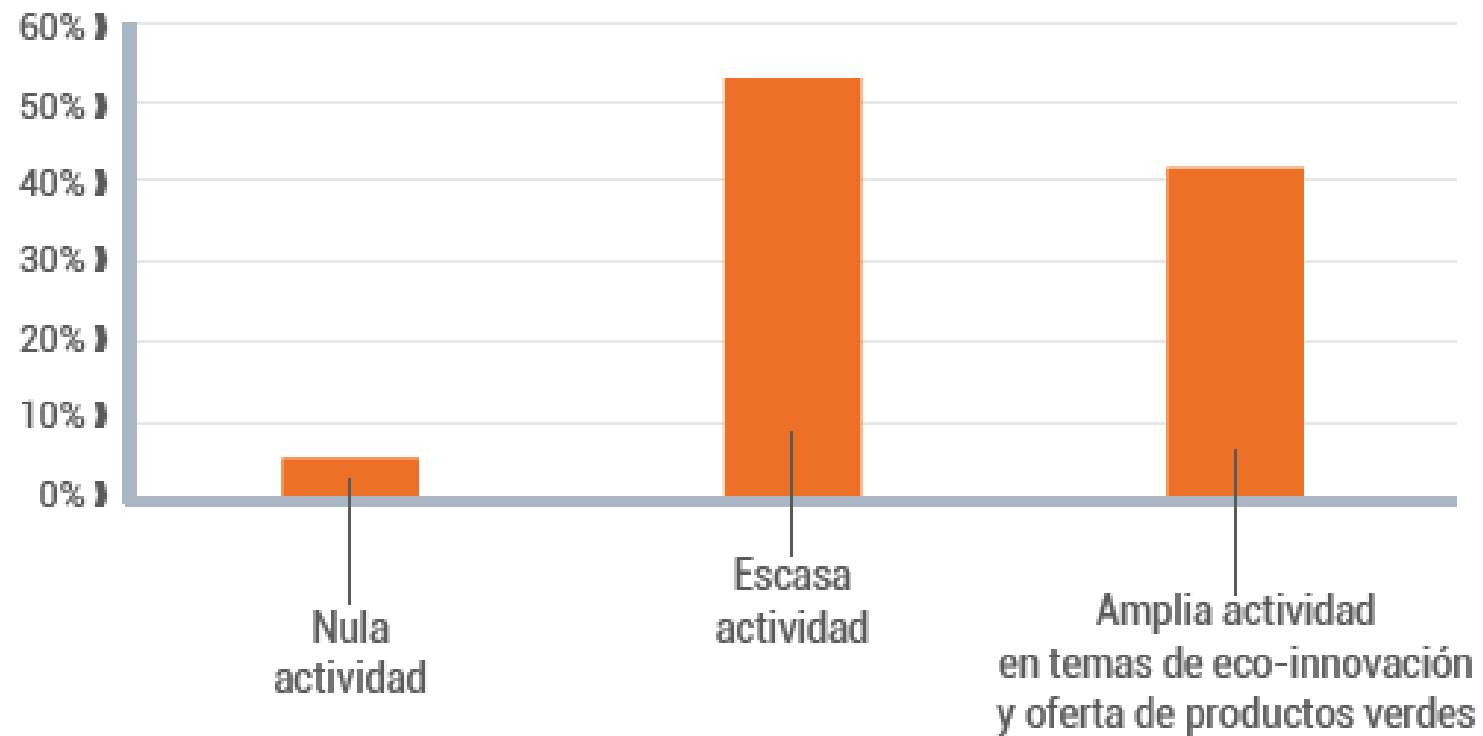
¿QUÉ ÁREAS DEBEN PRIORIZAR LAS ADMINISTRACIONES EN SU ROL DE FAVORECER LAS ACTIVIDADES DE ECO-INNOVACIÓN ENTRE LAS EMPRESAS? (puntuación ponderada)



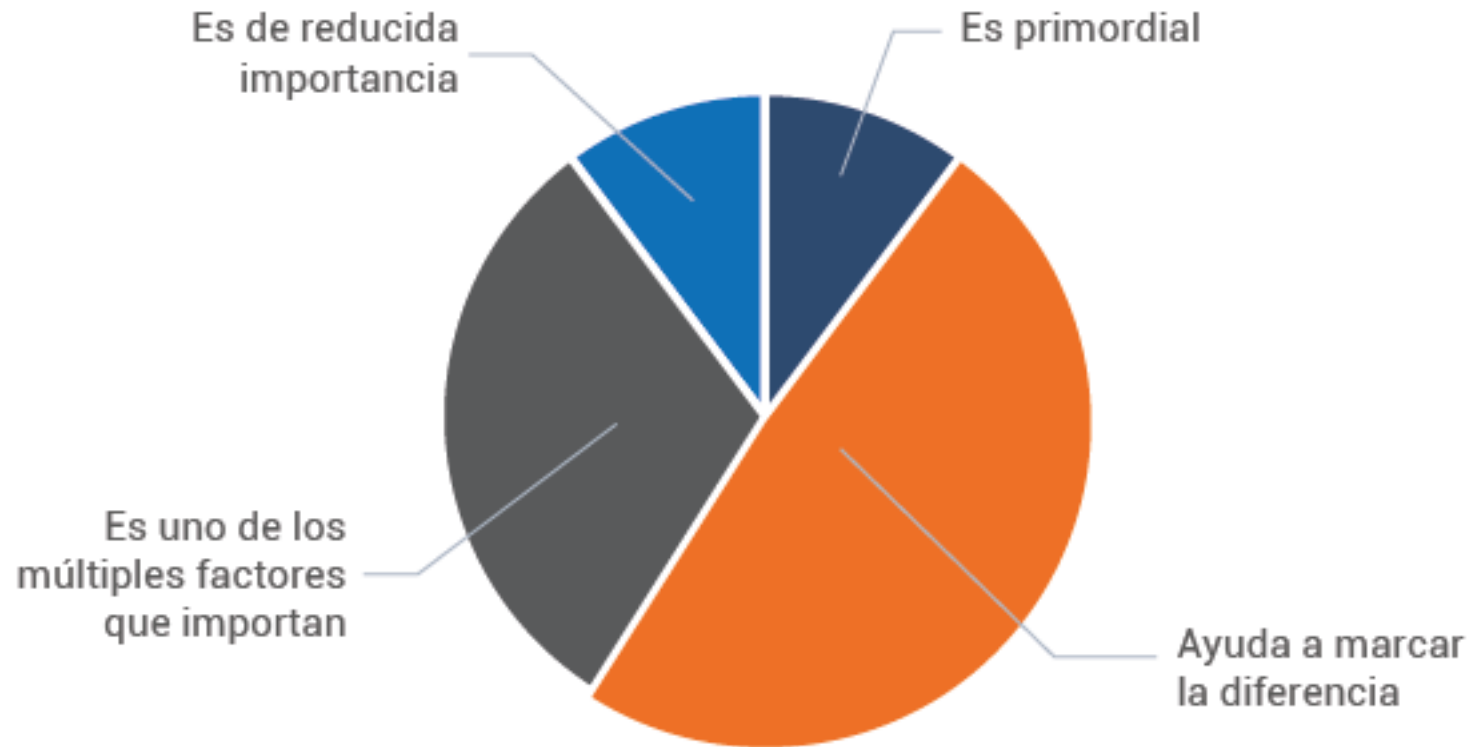
DE CARA AL FUTURO ¿CREE QUE PARA LIDERAR EN LOS MERCADOS QUE SU EMPRESA ATIENDE, EL SER ACTIVO EN TEMAS DE ECO-INNOVACIÓN Y OFRECER PRODUCTOS MÁS VERDES?



SI MIRA A SU COMPETENCIA DIRECTA, LAS EMPRESAS QUE LIDERAN EN LOS MERCADOS QUE SU EMPRESA ATIENDE, SON EMPRESAS CON:

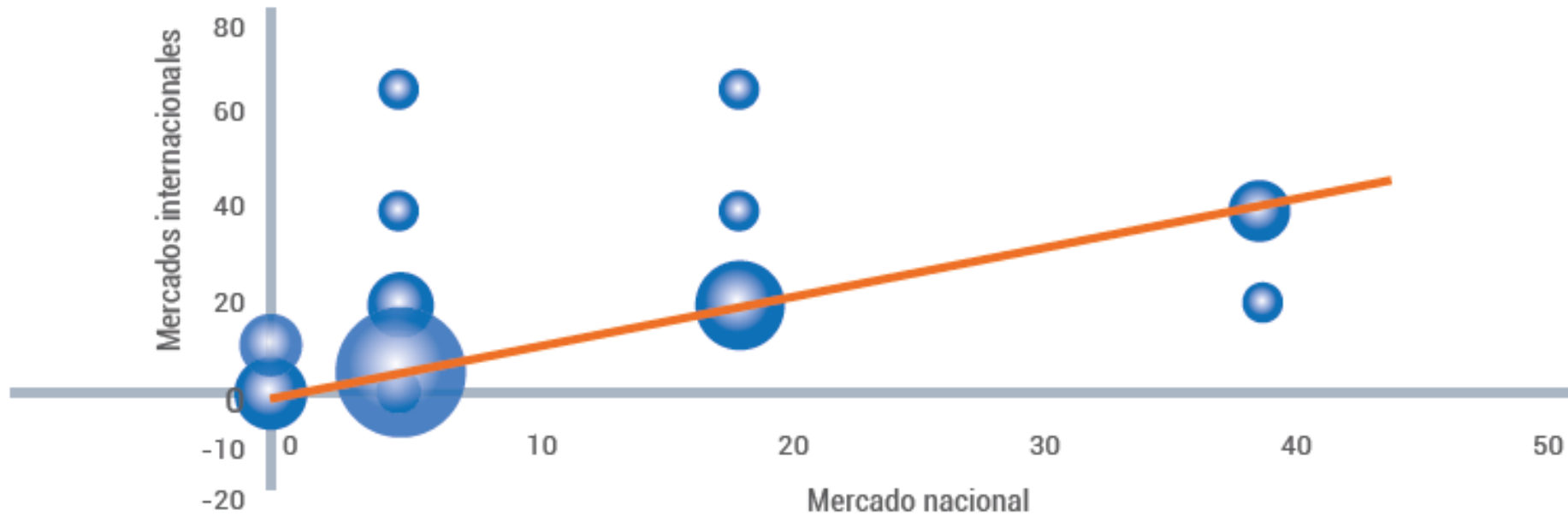


TAMBIÉN CON VISTAS AL FUTURO, ¿CÓMO DE IMPORTANTE VE LA ECO-INNOVACIÓN Y LA OFERTA DE PRODUCTOS MÁS VERDES PARA SER COMPETITIVO EN LOS MERCADOS QUE ATIENDE?



n = 39

EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO DE LA FACTURACIÓN DE PRODUCTOS ECO-DISEÑADOS EN MERCADOS NACIONALES E INTERNACIONALES



n = 36

ADEMÁS DEL IMPACTO SOBRE LAS VARIABLES MEDIOAMBIENTALES,

- REDUCCIÓN DE EMISIONES EN LA EMPRESA
- REDUCCIÓN DE EMISIONES EN USO
- SUSTITUCIÓN DE MATERIAS PRIMAS CONTAMINANTES

LAS EMPRESAS PERCIBEN IMPACTOS Y OPORTUNIDADES COMO:

- MAYOR POTENCIAL DE INCREMENTO DE VENTAS
- MAYOR POTENCIAL DE EXPORTACIONES
- POSIBILIDAD DE REALIZAR PROYECTOS CON AHORROS SUPERIORES A LOS GASTOS
- MEJORA DE LA IMAGEN EN EL MERCADO
- MEJORA EN LA CAPACIDAD DE DISEÑO DE PRODUCTOS Y DE PROCESOS
- MEJOR POSICIÓN PARA LIDERAR LOS MERCADOS O SER COMPETITIVOS

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

QUE OFRECE
EL ECODISEÑO
A LAS EMPRESAS
DEL PAÍS VASCO

Milesker