



UNIVERSIDAD DE JAÉN
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas

Trabajo Fin de Grado

COMPORTAMIENTO MEDIOAMBIENTAL DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS/ EXPORTADORAS DE ACEITES DE OLIVA EN ANDALUCÍA

Alumno: CRISTIAN CASTILLO CASTILLO

Mayo, 2016

INDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. INTERNATIONAL ORGANIZATION OF STANDARDIZATION (ISO).....	7
2.1. ¿QUÉ ES LA INTERNATIONAL ORGANIZATION OF STANDARDIZATION?	7
2.2. BENEFICIOS DE LAS NORMAS INTERNACIONALES.....	7
2.3. PROCESO DE CERTIFICACIÓN	9
2.4. MIEMBROS DE LA ISO.....	9
3. ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN. AENOR.....	11
3.1 ¿QUÉ ES AENOR?.....	11
3.2 TIPOLOGÍA DE CERTIFICADOS.....	11
3.3 CERTIFICADOS AENOR MEDIAMBIENTALES DE INTERÉS PARA NUESTRO ESTUDIO	14
3.3.1 CERTIFICACIÓN ISO 14001.....	14
3.3.2 VERIFICACIÓN DEL ESQUEMA EUROPEO DE ECOGESTIÓN Y ECOAUDITORIA (EMAS).....	16
3.3.3 GESTIÓN AMBIENTAL A TRAVÉS DEL PROCESO DE DISEÑO Y DESARROLLO (ECODISEÑO: ISO 14006).....	18
3.3.4 CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN ENERGÉTICA ISO 50001.....	19
3.3.5 VERIFICACIÓN REGLAMENTARIA DE EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI).....	20
3.3.6 VERIFICACIÓN VOLUNTARIA INVENTARIO DE EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI) SEGÚN ISO 14064....	20
3.3.7 GESTIÓN FORESTAL SOSTENIBLE (ISO 162002).....	22
3.3.8 PRODUCCIÓN CONTROLADA DE FRUTAS Y HORTALIZAS INCORPORANDO LUCHA BIOLÓGICA CONTRA PLAGAS. (UNE ISO 155000).....	23
3.3.9 LEAF MARQUE – PRODUCCIÓN HORTOFRUTÍCOLA.....	24

3.3.10 TESCO NURTURE – PRODUCCIÓN HORTOFRUTÍCOLA.....	25
3.3.11 GLOBAL EPD: UNA DECLARACIÓN AMBIENTAL VERIFICADA.....	25
4. OBJETIVOS DE ESTUDIO Y METODOLOGÍA.....	27
5. RESULTADOS DEL ESTUDIO.....	28
6. CONCLUSIONES.....	38
7. LIMITACIONES Y FUTURAS LINEAS DE INVESTIGACIÓN.....	39
8. BIBLIOGRAFÍA.....	40

RESUMEN

Actualmente tanto empresas como consumidores están adquiriendo una mayor concienciación sostenible y son mayores sus exigencias con respecto a una de sus dimensiones, como es el respeto por el medio ambiente. Por ello, en este trabajo se analiza el comportamiento de las empresas exportadoras de aceites de oliva de Andalucía con respecto la adopción de los diversos certificados ambientales especialmente, la ISO 14001 que es el más aceptado a nivel mundial. Por otro lado, también se pretende conocer las principales motivaciones y barreras para su adopción como estrategia comercial. Los resultados revelan un comportamiento poco activo de las empresas con respecto el uso de los certificados, a pesar de ser su actividad principal la exportación.

ABSTRACT

Nowadays, both companies and consumers are becoming more aware of sustainable development and demands are greater, as for as one of its environmental dimensions are concerned. Therefore, this essay is aimed at analysing the behavior of the exporting companies of olive oil in Andalusia regarding the adoption of the various environmental certifications, especially ISO 14001, wich is the most accepted one worldwide. On the other hand the main motivations and barriers for its adoption as business strategy will be analysed. The results reveal that companies is less active regarding the use of certifications, in spite of their exporting activities.

1. INTRODUCCIÓN

Desde que aparece a finales de los 80' el concepto de sostenibilidad fruto de los trabajos de la Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas ha sido ampliamente estudiado y analizado llegando a su conceptualización bajo tres dimensiones: social, económico y medio ambiental (Strong, 1997; Bansal, 2005).

La sostenibilidad se puede considerar como un factor clave de éxito tanto para organizaciones públicas como privadas (Kuosmanen y Kuosmanen, 2009), la sostenibilidad reduce el riesgo del negocio y aumenta las oportunidades del mercado (Kiewiet y Vos, 2007) y puede ser un buen objetivo estratégico (Siegel, 2009). Sin embargo, actualmente las empresas no presentan un enfoque proactivo en la gestión de la sostenibilidad (Sheht, Sethia y Srinivas, 2011). Por otro lado y con respecto a las tres dimensiones de la sostenibilidad (económica, social y medioambiental), varios autores ponen de manifiesto que tanto los aspectos sociales como los ambientales son activos importantes del marketing (Christmann y Taylor, 2006; Chabowski, Mena y Gonzalez-Padrón, 2011) si bien, se puede considerar que los activos ambientales son de mayor influencia en las acciones comerciales de las empresas que los aspectos sociales (Chabowski et al., 2011) y, que las iniciativas ambientales son cruciales para el futuro de la competitividad de las organizaciones (Sharma, Iyer, Mehrotra y Krishnan, 2010).

Son cada vez más los autores que abogan por el verde como una perspectiva de sostenibilidad (Cronin, Smith, Gleim, Ramirez y Martínez, 2011) y los profesionales del marketing están tratando de identificar y entender a los consumidores “verdes” y sus necesidades a la vez, que desarrollar ofertas al mercado que satisfagan dichas necesidades (Peattie, 2001). De esta forma, son numerosos los estudios que han investigado cómo las empresas responden a los temas ecológicos, mientras que otras han tratado de identificar los motivos de orientación verde a nivel corporativo (Bansal y Roth, 2000) y como las empresas señalan los beneficios positivos que pueden derivarse a través de estrategias de marketing verde (Luo y Bhattacharya, 2006) así como, los peligros potenciales asociados a su no adecuada ejecución.

Junto a los académicos, hay que considerar que el verde está comenzando a ocupar un lugar central en las salas de juntas de todo el mundo con un alto crecimiento por el interés entre los altos directivos y las diversas partes interesadas (stakeholders). Aspectos como sus estrategias y el impacto potencial sobre las dimensiones económicas

y sociales de la sostenibilidad (Cronin et al., 2011) están ganando relevancia para ellos. Además, la mejora del medio ambiente ha sido vinculada a un mayor rendimiento económico, la competitividad y beneficios de innovación (Kassinis y Vafeas, 2006; Klassen y Whybark, 1999; Majumdar y Marcus, 2001). Pero hay que considerar, que los costos de estrategias ambientales son a menudo visibles a corto plazo mientras que los beneficios son difusos y largo plazo (Pederse, Neergaard, Pedersen y Gwozdz, 2013).

Como consecuencia de la importancia de las estrategias verdes para la organización, a lo largo del tiempo se ha ido estudiando el comportamiento de empresas y su actitud ante los certificados ambientales. Por ello, este estudio se centra en el comportamiento de las empresas con respecto las estrategias ambientales y su certificación voluntaria como estrategia comercial y se realiza un análisis de diversos certificados ambientales (ISO 14001, EMAS, ISO 14006, ISO 50001, ISO 14064, Gestión forestas ISO 162002, Luchas biológica de plagas ISO 155000, Leaf Marque, Tesco Nature y GLOBAL EPD) destacando entre ellos, el comportamiento de las empresas y la ISO 14001, al tratarse del certificado más ampliamente aceptado a nivel mundial.

ISO 14001

Desde que aparece la norma ISO 14001 en 1996, ha ido generando un interés creciente tanto en las empresas como en la literatura académica, creándose dos grandes bloques de estudio uno centrado en las razones para su adopción y otro en los efectos financieros de la adopción (Ivanova, Gray y Sinha, 2014). Por otro lado, otro aspecto analizado ha sido el comportamiento de las empresas con respecto la ISO 14001 y sus estrategias comerciales, donde se ha podido observar que, en ocasiones se utiliza como una herramienta de marketing más que con el objetivo de una modificación o mejora del entorno ambiental (Le, Vu, Hens y Van Heur, 2014).

No obstante, se puede considerar que la norma ISO 14001 ha sido ampliamente estudiada tanto en economías desarrolladas, como en emergentes y en vías de desarrollo a la vez, que en diversos sectores de actividad como el sector industrial, el manufacturero, el químico, el farmacéutico, el financiero, la industria hotelera, las refinerías portuarias y, en menor medida el sector agroalimentario. Por otro lado,

también son diversos los factores analizados como antecedentes motivacionales para la adopción de la ISO 14001 destacando, la competitividad (Su, Dhanorkar y Linderman, 2015), el rendimiento económico (Amores, Martin y Navas, 2015), la presión normativa (McGuire, 2014), la presión de los clientes (Fruxell, Lo y Chung, 2004), razones de mercado (globalización/exportación) (Massoud, Makarem, Ramadan y Nakkash, 2015), los proveedores (Gavronski, Ferrer y Paiva, 2008), razones ambientales y desempeño ambiental (Alt, Díez de Castro y Lloréns-Montes, 2015), la reputación de la marca (Fruxell et al., 2004), las ventas, las cuotas de mercado y ahorro de costes (Fruxell et al., 2004). Y como barreras para la adopción se pueden destacar los factores organizacionales y la cultura organizacional (Antal y Sobczak, 2014) y la presión de directivos y empleados (Alt et al., 2015).

Con la finalidad de profundizar en el comportamiento voluntario de las empresas y su certificación en este trabajo se analiza la conducta de las empresas exportadoras de aceites de oliva de Andalucía. Se ha elegido las empresas exportadoras porque se trata de un sector de actividad de obligada exportación como consecuencia de los grandes excedentes de producción que existen y por otro lado, la revisión de la literatura manifiesta que la variable exportación es una de las variables más ampliamente estudiada y donde se concluye que uno de los motivos para implantar la ISO 14001 es la presión de los grupos de interés de mercados externos (Montiel, Husted y Christmann, 2012). De esta forma, este trabajo se estructura en cuatro bloques, en el primero se hace una breve justificación de la importancia del comportamiento verde de las empresas y su certificación voluntaria especialmente, la norma más aceptada a nivel mundial como es la ISO 14001). En el segundo y tercer bloque, se hace mención a los dos órganos principales reguladores de las normas la International Organization of Standardization (ISO) y en el ámbito nacional Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR). Y por último, en el cuarto bloque se expone el estudio empírico que recoge los objetivos de estudio y metodología, principales resultados, conclusiones y futuras líneas de investigación.

2. INTERNATIONAL ORGANIZATION OF STANDARDIZATION (ISO)

2.1. ¿QUÉ ES LA INTERNATIONAL ORGANIZATION OF STANDARDIZATION?

La Organización Internacional de Normalización (ISO) es un órgano cuyo principal objetivo es la creación de estándares internacionales¹. Se trata de un órgano independiente no gubernamental compuesto por 161 país y cuya finalidad a través de expertos es compartir conocimientos y desarrollar estrategias basadas en el dialogo, la voluntariedad y apoyo a la innovación a la vez, que aporta soluciones a retos globales.

ISO tiene la Secretaría Central en Ginebra (Suiza) y funciona a través de normas, una norma es un documento que proporciona los requisitos, especificaciones, directrices o características que se pueden utilizar constantemente para asegurar que los materiales, productos, procesos y servicios son adecuados para su propósito. ISO ha publicado más de 21000 Normas Internacionales que se pueden adquirir en la tienda ISO o a través de sus miembros.

2.2. BENEFICIOS DE LAS NORMAS INTERNACIONALES

Estas Normas internacionales aportan beneficios² tecnológicos, económicos y sociales. Ayudan a enlazar las especificaciones técnicas de los productos y servicios que hacen las industrias más eficientes y a eliminar los obstáculos al comercio internacional. La conformidad existente con las Normas Internacionales ayuda a tranquilizar a los consumidores, aportándoles tranquilidad en lo que respecta a la seguridad, eficacia y comportamiento con el medioambiente de los productos.

ISO ha desarrollado datos que describen los beneficios económicos y sociales de las normas ISO. Están diseñados para ser compartidos con los tomadores de decisiones y directivos como ejemplos concretos del valor de las normas.

Beneficios para la empresa:

Las normas internacionales son herramientas estratégicas y directrices para ayudar a las empresas a hacer frente a algunos de los retos más exigentes de las empresas modernas. Se aseguran que las operaciones comerciales son tan eficientes como sea posible, con el fin de aumentar la productividad y ayudar a las empresas a acceder a nuevos mercados.

¹ International Organization of Standardization (ISO) www.iso.org

² International Organization of Standardization (ISO) www.iso.org

Beneficios destacables:

- Un ahorro en costes. Las Normas Internacionales ayudan a optimizar las operaciones y por lo tanto mejorar la línea de costes (Fruxell et al., 2004)
- Aumenta la satisfacción del cliente. Las Normas Internacionales propician un aumento de la calidad, de la satisfacción del cliente y un destacable aumento en el nivel de ventas.
- Facilita el acceso a nuevos mercados, en ocasiones estas normas, son imprescindibles para poder acceder a ellos. Estas normas ayudan a evitar obstáculos al comercio y facilitan la apertura de los mercados mundiales.
- Las Normas ISO provocan un aumento de la cuota de mercado, aumentando la productividad y la diferenciación (Su et al., 2015)
- En cuanto a los beneficios ambientales, las Normas ISO son cruciales para la reducción de los impactos negativos sobre el medio ambiente (Alt et al., 2015)

Beneficios para la sociedad:

ISO cuenta con más de 21000 normas relacionadas con casi todos los aspectos de la vida diaria.

Cuando los productos y servicios se ajustan a las Normas Internacionales, los consumidores pueden tener la tranquilidad de que son seguros, fiables y de buena calidad.

Para asegurar que los beneficios de las Normas Internacionales ISO son lo más amplio posible, ISO apoya la participación de los consumidores en el trabajo de desarrollar un estándar con su Comisión de Política de Consumo (COPOLCO).

Normas internacionales sobre el aire, el agua y la calidad del suelo, sobre las emisiones de gases y la radiación y los aspectos ambientales de los productos, contribuyen a la preservación del medio ambiente y la salud de los ciudadanos.

Beneficios para el gobierno:

Las normas ISO se basan en la experiencia internacional y por lo tanto son un recurso vital para los gobiernos en el desarrollo de la política pública.

Los gobiernos nacionales pueden utilizar las normas ISO para apoyar la política pública, por ejemplo, haciendo referencia a las normas ISO en los reglamentos. Esto tiene una serie de beneficios entre los cuales destacamos:

- La opinión de expertos. Las normas ISO son desarrollados por expertos. A través de la integración de una norma ISO en la regulación nacional, los gobiernos pueden beneficiarse de la opinión de expertos, sin tener que recurrir a sus servicios directamente.
- La apertura del comercio mundial. Las normas ISO son internacionales y adoptadas por muchos gobiernos. A través de la integración de las normas ISO en la regulación nacional, los gobiernos ayudan a asegurar que los requisitos para la importación y exportación son los mismos en todo el mundo, por lo tanto, facilitan la circulación de bienes, servicios y tecnologías de país a país.

2.3. PROCESO DE CERTIFICACIÓN

La certificación puede ser una herramienta útil para añadir credibilidad, demostrando que su producto o servicio cumple con las expectativas requeridas por los clientes. Para algunas industrias, la certificación es un requisito legal o contractual atendiendo a necesidades del mercado.

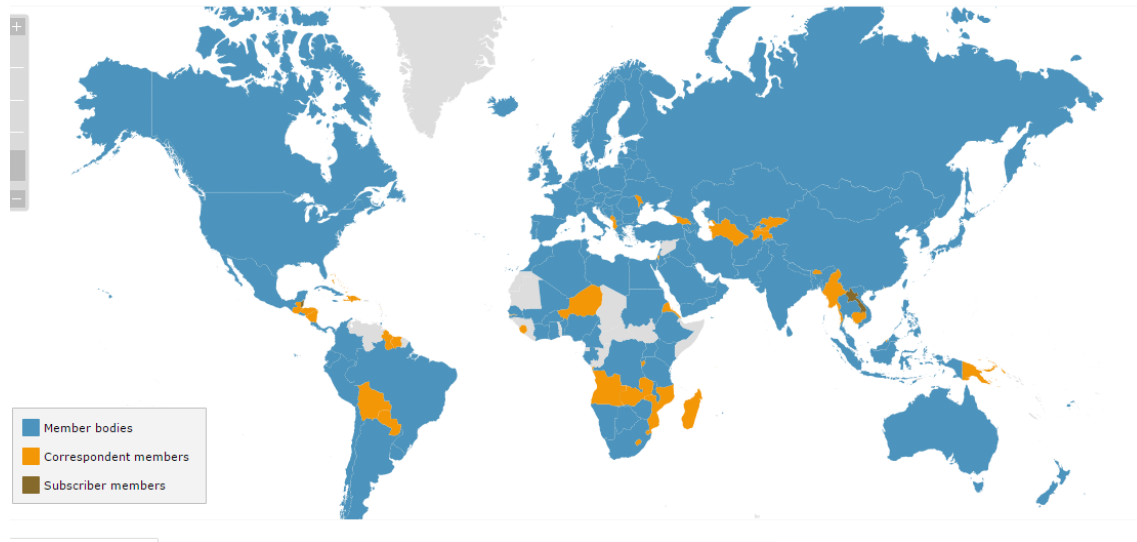
La International Organization of Standardization (ISO) no realiza la certificación sino que desarrolla normas internacionales y no está involucrada en su certificación, por lo que no emite dichos documentos. Esto se lleva a cabo por *organismos de certificación externos*, que se trata de empresas u organizaciones homologadas con capacidad para la certificación. Sin embargo, el Comité de ISO sobre la evaluación de la conformidad (CASCO) ha elaborado una serie de normas relacionadas con el proceso de certificación, que son utilizados por estos organismos homologados de ámbito nacional para cada uno de los países miembros y que para el caso de España se trata de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR).

2.4. MIEMBROS DE LA ISO

Cada uno de los países miembros cuenta con un órgano autorizado para su regulación y que como ya se ha comentado para el caso de España es (AENOR), de tal forma que cualquier persona física o empresa no puede convertirse en miembro de la International

Organization of Standardization. En la siguiente imagen podemos ver los países miembros de ISO según su nivel de implicación:

PAÍSES MIEMBROS DE ISO SEGÚN SU IMPLICACIÓN



Fuente: www.iso.org

Hay tres categorías de miembros. Cada uno goza de un nivel diferente de acceso e influencia sobre el sistema ISO.

- Miembros de pleno derecho: tienen influencia en la elaboración de normas ISO y en las estrategias, participan y votan en las reuniones técnicas y normativas ISO. Los miembros de pleno derecho adoptan las normas internacionales ISO a nivel nacional.
- Miembros observadores: tienen posibilidad de observar el desarrollo de las normas ISO y la estrategia de asistencia a las reuniones técnicas y normativas ISO en calidad de observadores, estos pueden adoptar las Normas Internacionales ISO a nivel nacional.
- Miembros socios sin capacidad de participación. No pueden adoptar las normas internacionales ISO a nivel nacional.

3. ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN. AENOR

3.1 ¿QUÉ ES AENOR?

La Asociación Española de Normalización y Certificación es una entidad privada sin fines lucrativos que se creó en 1986³. Su actividad contribuye a mejorar la calidad y competitividad de las empresas, sus productos y servicios.

AENOR, a través del desarrollo de normas técnicas y certificaciones, contribuye a mejorar la calidad y competitividad de las empresas, sus productos y servicios, de esta forma ayuda a las organizaciones a generar uno de los valores más apreciados en la economía actual: la confianza.

AENOR es el organismo legalmente responsable del desarrollo y difusión de las normas técnicas en España. Las normas indican cómo debe ser un producto o cómo debe funcionar un servicio para que sea seguro y responda a lo que el consumidor espera de él.

El trabajo realizado por la entidad desde su creación, posibilita que los certificados de AENOR sean los más valorados, no sólo a nivel nacional, sino también en el ámbito internacional, habiendo emitido certificados en más de 60 países. AENOR se sitúa entre las 10 certificadoras más importantes del mundo.

AENOR tiene en España presencia en todas las Comunidades Autónomas, a través de 20 sedes, así como presencia permanente en 12 países principalmente de Iberoamérica y Europa.

3.2 TIPOLOGÍA DE CERTIFICADOS

Cuando hablamos de certificación nos referimos a la acción realizada por una entidad independiente de las partes interesadas, a través de la cual se pone de manifiesto que una empresa, producto, proceso o servicio, reúne los requisitos definidos en unas normas o especificaciones técnicas.

De esta manera, las marcas AENOR constituyen un elemento para la diferenciación en el mercado, mejorando la percepción de productos y servicios ofrecidos y aumentando la confianza de los clientes y consumidores. Esta confianza se genera para la propia

³ Asociación española de Normalización y Certificación (AENOR) www.aenor.es

empresa y hacia los clientes, los accionistas, las administraciones públicas, los empleados y el entorno social de la empresa. Confirmando una calidad y una seguridad de sus productos, una eficacia en su gestión, su compromiso con el medio ambiente y la seguridad de sus trabajadores, apostando por la innovación.

A continuación procedemos a mostrar las tipologías generales de certificación que muestra la página oficial de AENOR:

CALIDAD

Estas certificaciones son un factor estratégico clave, ya que el mercado se encuentra cada vez más globalizado. AENOR ha sido clave para que España hoy en día sea el segundo país de Europa y cuarto del mundo en Gestión de la Calidad ISO 9001. A parte de esta norma general, hay certificaciones que cubren las necesidades específicas de los sectores.

I+D+i

La investigación, el desarrollo y la innovación son factores claves en un país para la determinación de su crecimiento económico, el nivel de bienestar y su competitividad. Son también de elevada importancia para la supervivencia de las empresas, debido a que posibilita ubicarlas en una posición ventajosa para afrontar los nuevos desafíos que surgen en un mercado cada vez más globalizado. Las certificaciones realizadas por AENOR, posibilitan la sistematización de las actividades de investigación, desarrollo e innovación, permiten beneficiarse de relevantes deducciones fiscales, reducir la incertidumbre y el aumento de la eficiencia en la gestión.

MEDIO AMBIENTE

AENOR ofrece el mayor catálogo de certificados, validaciones y verificaciones ambientales, los cuales posibilitan que una empresa pueda acreditar su compromiso medioambiental, reduciendo los impactos y favoreciendo la mejor gestión de los recursos. AENOR emite reconocimientos medioambientales que ayudan a las empresas a diferenciarse competitivamente.

El respaldo ofrecido por AENOR a las buenas prácticas en materia ambiental va desde sistemas generales de gestión ambiental, como el ISO 14001 o más específicos como el por ejemplo el forestal. AENOR se adelantó en el apoyo a las organizaciones en sus

compromisos relacionados con el Protocolo de Kioto, siendo la primera entidad española acreditada ante la ONU.

RIESGOS Y SEGURIDAD

Las empresas comprometidas con la gestión de riesgos están al tanto de que la implantación de normas les posibilita el llevar a cabo esta gestión de forma más eficaz, maximizando oportunidades y minimizando pérdidas.

La gestión de los distintos riesgos ha de incluirse en los planes estratégicos y de gestión de las empresas como un elemento imprescindible para alcanzar el éxito. AENOR ofrece sus servicios de certificación basados en los estándares, normas y referencias legales más exigentes, en los ámbitos de la seguridad y salud laboral, seguridad de productos e instalaciones, seguridad de información, seguridad alimentaria y seguridad en la cadena de suministro.

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Cada día y en mayor medida las organizaciones contemplan la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) como un criterio a considerar a la hora de tomar decisiones y demandan una evaluación independiente, ya sea de su sistema global de gestión de Responsabilidad Social, como de elementos específicos de la misma.

AENOR ha iniciado la certificación según el referencial IQNet SR10, documento técnico que fija las exigencias mínimas para implantar un Sistema de Gestión de la Responsabilidad Social en las empresas apostando por la mejora continua y teniendo en cuenta de forma sistemática y eficaz la relación con todos los grupos de interés de una empresa.

SERVICIOS DE INSPECCIÓN

Otras de las acciones realizadas por AENOR por cuenta de sus clientes, son las actividades de inspección en la cadena de valor, con el fin de proporcionarles información sobre la conformidad en aspectos legales, normas, o especificaciones que sean de aplicación en su ámbito de actividad.

La actual globalización de los mercados motiva a las empresas a salir al exterior para comprar y vender sus productos, motivando a los exportadores e importadores nuevas necesidades de servicios, como la inspección de mercancías con el objetivo de

comprobar la adecuación de los productos con los requisitos del cliente o el cumplimiento con la legislación del país destino.

El alcance de la inspección puede incluir verificación de proveedores, la fabricación, cantidad, calidad, embalaje, etiquetado y marcas de la mercancía así como, la supervisión de carga del contenedor. Con el servicio de inspección, AENOR transmite con total seguridad que las mercancías llegadas al lugar de destino son conformes con las exigencias requeridas (requisitos legales, normas o exigencias contractuales).

CERTIFICACIÓN POR SECTORES

AENOR ofrece la posibilidad de obtener certificaciones específicas de cada uno de los sectores de actividad entre las que podemos destacar la siguiente tipología ofrecida en su página web:



Fuente: www.aenor.es

3.3 CERTIFICADOS AENOR MEDIAMBIENTALES DE INTERÉS PARA NUESTRO ESTUDIO

Como se ha expuesto anteriormente y dada la importancia que las acciones medioambientales tienen actualmente en las organizaciones, en este apartado se hace referencia a los principales certificados que acredita AENOR y que son objeto de estudio en este trabajo

3.3.1 CERTIFICACIÓN ISO 14001

La finalidad de un Certificado ISO 14001 es demostrar que la empresa realiza sus actividades de forma adecuada con respecto la norma de buenas prácticas ambientales

obteniendo de esta forma, un certificado de conformidad. Este certificado es emitido por un organismo con capacidad de certificación independiente tal y como se ha explicado anteriormente, gracias al cual los clientes pueden saber que el producto que consumen ha sido elaborado de forma respetuosa en lo que a aspectos ambientales se refiere.

Este Sistema fue publicado en 1996, revisado en el 2004 y en 2015, se trata del sistema más reconocido y utilizado a nivel mundial con respecto la certificación ambiental. Es de carácter genérico, por lo que puede ser aplicado por cualquier organización independientemente de su alcance, dimensión o sector de actividad. Las empresas que adoptan esta iniciativa lo realizan de forma totalmente voluntaria y se comprometen a cumplir los objetivos ambientales siendo los requisitos diversos en función del ámbito de aplicación de la misma y sus condiciones particulares.

Más recientemente en Septiembre del 2015 esta norma ha sido revisada y publicada con fecha 15 de Septiembre de 2015, y entre las principales novedades de la misma se puede destacar aspectos como ciclo de vida, la gestión de riesgos o la mejora del desempeño ambiental.

Cada vez más, las organizaciones tienen que cumplir con mayores exigencias ambientales impuestas tanto por las Administraciones como clientes o la sociedad en general y con independencia del tamaño, ubicación geográfica o ámbito de actividad de la misma. Como consecuencia es imprescindible hoy en día, el uso de herramientas integradoras del medio ambiente en la gestión global de la organización.

Gracias a la implantación de este Sistema basado en la norma ISO 14001, la empresa podrá posicionarse como socialmente responsable, sirviendo esto como base de diferenciación respecto la competencia y reforzando positivamente la imagen de la empresa ante los clientes y consumidores.

Podemos resaltar entre las ventajas medioambientales que ofrece la implantación de este sistema las siguientes:

- Optimización de la gestión de residuos y recursos.
- Reducción de los impactos sobre el medio ambiente provocados por la actividad de la empresa.
- Reducción de riesgos vinculados a situaciones accidentales.

En el ámbito económico, además de provocar la potenciación de la innovación y la productividad, la empresa que implanta el sistema obtendrá:

- Reducción de costes de la gestión de residuos o primas de seguros.
- Eliminación de barreras de entrada a mercados internacionales
- Reducción del riesgo de sanciones o litigios.
- Mayor accesibilidad a subvenciones y otras posibilidades de financiación.
- Decremento de riesgos laborales gracias a la motivación del personal.

La implantación de un sistema de gestión ambiental basado en la norma ISO 14001 supone una puerta de enlace a través de la cual la empresa avanza hacia otros esquemas ambientales (EMAS, Ecodiseño, Protocolo de Kioto...), ISO 14001 establece una estructura parecida a los Sistemas de Gestión de Calidad ISO 9001 y Seguridad y Salud Laboral OHSAS 18001, además proporciona la posibilidad de integración de los tres sistemas en uno solo, consiguiendo así optimizar el proceso y la posibilidad de reducir tiempos de auditoría y costes.

Sobre esta certificación medioambiental basaremos uno de los objetivos de estudio.

3.3.2 VERIFICACIÓN DEL ESQUEMA EUROPEO DE ECOGESTIÓN Y ECOAUDITORIA (EMAS)

Para poder conseguir una Verificación EMAS se requiere cumplir con todos y cada uno de los requisitos de la norma ISO 14001 junto otros aspectos como, el abastecimiento regular de información ambiental a la organización mediante una Declaración Ambiental. Se trata de un documento público redactado de forma concisa y clara que debe incorporar información fiable y contrastada sobre las actuaciones de la organización respecto al medioambiente incluyendo, los resultados de estas actuaciones. Este documento constituye una herramienta de comunicación y transmisión de información ambiental tanto para la organización como sus diversos clientes y mercados.

Las empresas que implantan este Sistema de gestión y auditoría ambiental EMAS están promoviéndose para la mejora del comportamiento medioambiental. Existe un Registro Público de las empresas europeas adheridas a EMAS gestionado en el seno de la Comisión Europea.

Este certificado (EMAS) ofrece a las empresas aumentar las posibilidades de negocio en la comunidad europea, dado que cada vez son más los clientes y proveedores que exigen una producción respetuosa con el medio ambiente y requieren una garantía fiable y reconocida de la buena gestión ambiental.

Podemos destacar una serie de ventajas y de beneficios a nivel interno como externo para las empresas que se adhieran a este esquema europeo, EMAS incluye los beneficios de la implantación de un sistema de gestión ambiental ISO 14001 y además:

Beneficios Ambientales:

- Reducción de los impactos medio ambientales gracias a la mejora de la gestión ambiental.
- Impulsa la innovación ecológica en los procesos de producción.

Beneficios de liderazgo e imagen empresarial para la empresa:

- Fortalecimiento y mejora de la imagen empresarial.
- Aumenta la credibilidad y confianza de autoridades públicas, ciudadanos, accionistas, empleados, otros clientes...
- Refuerzo de las relaciones la comunidad local debido a que la Declaración Ambiental es pública.
- Posibilita el obtener en un proceso único e integrado un Certificado de sistemas de Gestión Ambiental.

Beneficios económicos y sociales:

- Aumento del volumen de negocio en el ámbito europeo.
- Gracias a la optimización en la gestión de los aspectos ambientales, se producen unos beneficios económicos a medio y largo plazo.
- Se abren nuevas posibilidades de negocio en los mercados con procesos de compra verde.
- Incentiva la participación de los empleados en la gestión ambiental de la organización, lo que conlleva a estimular e incentivar el trabajo en equipo.

- Esta certificación genera una comunicación del compromiso medioambiental y prevención de riesgos es un sector estratégico como es el sector del aceite de oliva.

Al igual que la ISO 14001 este sistema de gestión y auditoría ambiental (EMAS) está enfocado a cualquier organización independientemente de su actividad, tamaño y ubicación. Este sistema está promulgado por la Unión Europea desde el año 1993 y revisado en 2001 y 2009 y ofrece compatibilidades con otros sistemas de gestión ambiental similares a los ofrecidos en la norma ISO 14001.

Una vez que una empresa externa acreditada para esta certificación verifica la implantación de este sistema, la organización puede solicitar su ingreso en el Registro EMAS de la Unión Europea, obteniendo de esta manera la licencia de uso del logotipo EMAS.

3.3.3 GESTIÓN AMBIENTAL A TRAVÉS DEL PROCESO DE DISEÑO Y DESARROLLO (ECODISEÑO: ISO 14006)

La certificación de ECODISEÑO ofrece a la organización la posibilidad de demostrar que se ha adoptado un sistema de gestión para la identificación, control y mejora continua de los aspectos ambientales de sus productos y/o servicios, esclareciendo la información a sus clientes sobre los productos que incorporan mejoras ambientales mediante el diseño, de acuerdo con lo establecido en la norma UNE-EN ISO 14006.

Cuando hablamos de eco-diseñar, estamos hablando de identificar en la proyección de un producto o servicio, la totalidad de los impactos ambientales que pueden llegar a producirse en las fases de su ciclo de vida, con la finalidad de intentar disminuir estos impactos al mínimo, sin dejar a un lado la calidad y aplicaciones del servicio o producto.

Beneficios internos para su organización:

- Ofrece la garantía de que la empresa está cumpliendo la legislación ambiental, incluyendo una serie de requisitos ambientales legales referentes a sus productos y/o servicios.
- Ofrece la garantía de que la organización es responsable con la gestión del diseño y desarrollo de sus productos/servicios, de forma que todos sus

productos/ servicios irán mejorando ambientalmente continuamente en el tiempo.

- Garantiza una reducción de costes (referente al consumo de materiales, mejoras en los envases, embalajes ...)

Beneficios ante los clientes de la empresa:

- Permite innovar en producto y así diferenciarse en el mercado.
- Responde a las necesidades y expectativas de los clientes.
- Permite una percepción mejor de la imagen del producto por parte del cliente y de la empresa en su conjunto.

La certificación de eco-diseño se puede aplicar a todos los sectores que diseñen o rediseñen productos y/o servicios, actualmente los sectores a los que le puede resultar más interesante son aquellos vinculados con la Política Integrada de Producto de la Unión Europea o aquellos que están obligados a responder consideración ambientales mediante cláusulas para participar en concursos públicos.

Cuando se implanta un sistema de gestión de eco-diseño existe la posibilidad de auditarlo conjuntamente con el sistema de gestión de la calidad UNE-EN ISO 9001 y/o de gestión ambiental UNE-EN ISO 14001, gracias a que la norma UNE-EN ISO 14006 es complementaria a ellas.

3.3.4 CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN ENERGÉTICA ISO 50001

Cuando hablamos de Sistema de Gestión Energética nos referimos a la parte del sistema de gestión de una empresa que tiene como objetivo el desarrollo y la implantación de la política energética de la empresa, así como la gestión de los elementos de las actividades, productos o servicios que tienen relación con el uso de energía.

La norma UNE- EN ISO 5001:2011 fija los requisitos que un Sistema de Gestión Energética debe poseer, con el objetivo de posibilitar el avance continuo y sistemático del rendimiento energético de las empresas.

Cuando una empresa presume de la certificación de un sistema de gestión energética, está asegurando un control regular y un seguimiento sistemático de los aspectos de la empresa relacionados con la energía y la mejora continua del desempeño energético.

Todo esto dirige a la empresa a utilizar la energía de forma eficiente y sostenible, generando confianza en el sistema de gestión.

3.3.5 VERIFICACIÓN REGLAMENTARIA DE EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI)

Tras los compromisos que se adquirieron en el Protocolo de Kioto, las organizaciones ubicadas en España que estén incluidas en el Plan Nacional de Asignación de emisiones tienen la responsabilidad y la obligación de ratificar que sus emisiones tienen un control eficiente y que cumplen con las obligaciones adquiridas en la legislación vigente. Para esto, las organizaciones españolas deben facilitar información acerca de sus emisiones de Gases de Efecto Invernadero validadas por un organismo independiente con capacidad de acreditación.

Con este fin, AENOR lleva a cabo una comprobación absoluta de emisiones declarada por la instalación, estudiando la exactitud de los sistemas de seguimiento aplicados y los datos de las emisiones consideradas. Por otro lado, también facilita a través de un informe y dictamen de verificación la información de emisiones llevada a cabo por la empresa.

A la vez que la certificación reglamentaria, AENOR ofrece este servicio de verificación ofreciendo la posibilidad de que sea integrado en una verificación de carácter voluntario por parte de las empresas, que se corresponde con la norma UNE-EN-ISO 14064. También, esta verificación se puede hacer coincidir con la auditoria de Sistemas de Gestión Ambiental ISO 14001 o Sistemas de Gestión de la Calidad ISO 9001.

3.3.6 VERIFICACIÓN VOLUNTARIA INVENTARIO DE EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI) SEGÚN ISO 14064

Como se ha adelantado en el apartado anterior además de la verificación reglamentaria las organizaciones pueden llevar a cabo una verificación voluntaria también acreditada por AENOR, la norma ISO 14064. La finalidad de esta verificación es afirmar que de manera independiente la declaración realizada en relación a las emisiones de gases de efecto invernadero por parte de las empresas mediante el informe de emisiones AENOR se lleva a cabo de forma completa.

Para ello, la norma 14064 diferencia dos grandes puntos: a) Por un lado, 14064-1 que incorpora los requisitos para la determinación de los límites de las emisiones y

remociones de Gases de Efecto Invernadero de una empresa y establece las actividades o acciones específicas de la organización con el fin de favorecer la gestión de los gases. Además, incluye las exigencias y orientaciones para la gestión de la calidad del inventario, el informe, la auditoria interna y las obligaciones mínimas de la empresa en las actividades de la verificación. b) La norma 14064-2 que incorpora los principios y los requisitos para establecer escenarios de línea base de los proyectos y para realizar el seguimiento, cuantificar e informar de la evolución del proyecto en relación al escenario de la línea base y genera una base para los proyectos de Gases de Efecto Invernadero a validar o verificar.

Podemos encontrar los siguientes beneficios internos para la empresa:

- Control de riesgos de Gases de Efecto Invernadero e identificar oportunidades para su reducción.
- Sirve como reporte público y para ser partícipes en Programas Voluntarios de Gases de Efecto Invernadero.
- Ser partícipes en programas obligatorios de reporte.
- Ser partícipes en Mercados de Gases de Efecto Invernadero.

Podemos encontrar beneficios para los clientes de la empresa:

- Acrecentar la credibilidad, la coherencia y la transparencia de la cuantificación, el seguimiento y el informe de Gases Efecto Invernadero.
- Es bien reconocido por lo clientes debido a la actuación temprana de la empresa.
- Sirve para reforzar la percepción de los clientes, colocando la empresa como socialmente responsable.

La norma ISO 14064 se puede aplicar a empresas que pertenecen a todos tipos de sectores desde organizaciones, que están sujetas al comercio de los derechos de emisión hasta organizaciones que utilizan esta norma para informar y cuantificar las emisiones de su empresa o de un determinado proyecto.

La empresa externa con capacidad de certificación de esta norma ISO (AENOR), ofrece este servicio de verificación dando la posibilidad de que si la empresa se encuentra sometida según el Plan Nacional de Asignación de emisiones (certificación reglamentaria) puede realizar a la vez, la verificación voluntaria de Gases de Efecto Invernadero (ISO 14064).

Una vez que AENOR da conformidad de que la empresa ha superado el proceso de verificación le certifica:

- Informe de Verificación.
- Declaración de Verificación AENOR.
- El Certificado de Conformidad de Verificación del Inventario de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero según norma UNE-ISO 14064.

3.3.7 GESTIÓN FORESTAL SOSTENIBLE (ISO 162002)

La Gestión Forestal Sostenible a diferencia de la gestión tradicional (basada en aspectos económicos y productividad) considera criterios ambientales y sociales, tanto desde la perspectiva de la planificación y prevención, como desde la perspectiva del control y una coherente gestión.

La Gestión Forestal Sostenible fomenta un uso de los bosques acorde con la conservación de su biodiversidad, productividad, capacidad de volver a regenerarse y su vitalidad.

Para ello, AENOR acredita la certificación de La Gestión Forestal Sostenible que garantiza que un monte que presuma de este certificado, se gestiona acorde a los criterios e indicadores de Sostenibilidad Forestal UNE 162002. Este certificado engloba aspectos de carácter ecológico, social y económico.

Beneficios de esta acreditación para la empresa:

- Mayor eficacia en el aprovechamiento de los recursos.
- Produce una optimización de la administración de los residuos forestales.
- Reduce costes.
- Provoca un mayor valor añadido de los productos forestales.
- Ayuda a mejor control del gasto.
- Reduce la posibilidad de infracciones.

Beneficios para clientes:

- Cubrir la demanda de productos forestales certificados, siendo estos cada vez más reconocidos y demandados en el mercado.
- Incrementar el carácter competitivo de la madera en el sector forestal.

- Diferenciarse de los competidores, reforzando la percepción que tienen los clientes y los consumidores.

La Certificación de la Gestión Forestal Sostenible está enfocada a cualquier gestor forestal público o privado, con deseo de dar a conocer su compromiso en la gestión forestal mediante los criterios e indicadores de sostenibilidad. Esta certificación abarca cualquier tipo de monte o masa forestal, tanto de uso productivo, protector o social.

Una vez superado el proceso de auditoría por parte del organismo externo (AENOR) la empresa obtiene:

- Certificado AENOR de Gestión Forestal Sostenible
- Licencia de uso de la marca PEFC.

3.3.8 PRODUCCIÓN CONTROLADA DE FRUTAS Y HORTALIZAS INCORPORANDO LUCHA BIOLÓGICA CONTRA PLAGAS. (UNE 155000)

Otro aspecto considerado desde una perspectiva ambiental, es el control de plagas que consiste en producir de forma controlada las frutas y hortalizas aplicando para ello, un uso mínimo de fitosanitarios y aplicando en mayor medida de lo posible el uso de fauna auxiliar contra plagas.

La norma que certifica este comportamiento por parte de las empresas a través de AENOR es la UNE 155000 que aplicada junto a las normas específicas de producto, fijan un sistema adaptado a las necesidades de los productores españoles y a la demanda de los mercados, otorgando la máxima credibilidad a la distribución, máxima tranquilidad a los consumidores, y comprometiéndose con el medioambiente, a la vez, que garantiza la seguridad y bienestar de los trabajadores. Para esto se fijan una serie de estándares que cubren los aspectos agronómicos y de manipulado de los productos hortofrutícolas para su consumo fresco.

El control biológico es un método alternativo a la tradicional forma de combatir plagas mediante fitosanitarios químicos, este control se basa en el uso de insectos depredadores contra plagas. Con este nuevo método, los productores se encuentran más cerca de las nuevas tendencias de los mercados, los cuales tenderán a exigir la no aplicación de fitosanitarios químicos.

La norma UNE 155000 tiene como requisitos la implantación de un sistema de gestión de la calidad y un sistema de autocontrol de la salubridad fundamentado en el APPCC

por lo tiene compatibilidad con las certificaciones de sistemas de gestión de seguridad alimentaria ISO 22000, BRC, IFS.

Al implantar estas certificaciones también se obtiene la certificación GLOBAL GAP y la certificación Producción Integrada de Andalucía sin controles adicionales.

Las organizaciones certificadas con AENOR, obtienen:

- El certificado AENOR de Producción Controlada.
- Derecho de uso de la marca AENOR Lucha biológica contra plagas para frutas y hortalizas.
- Certificación GLOBALGAP sin controles adicionales.
- Certificación Producción Integrada de Andalucía, sólo para las empresas pertenecientes en dicha comunidad autónoma.

3.3.9 LEAF MARQUE – PRODUCCIÓN HORTOFRUTÍCOLA

El protocolo LEAF Marque tiene como finalidad suministrar a los consumidores la confianza de que los productores han llevado a cabo la producción de alimentos y productos de forma cuidadosa. Con el protocolo LEAF Marque el consumidor percibe que el producto se ha elaborado de manera responsable con el medio ambiente, por lo que los productores bajo el nombre LEAF Marque se comprometen a favorecer el futuro del medio ambiente, fauna, flora y medio rural. Está dirigida a organizaciones productoras de frutas y hortalizas.

Principalmente esta certificación es demandada en algunos supermercados de Gran Bretaña y sirve como filtro para la selección de sus proveedores.

El protocolo LEAF Marque requiere que los productores solicitantes, tengan en vigencia o estén integrados en una organización certificado GLOBAL GAP o marca AENOR para frutas y hortalizas frescas. Por lo que se puede aplicar integradamente en cualquiera de las certificaciones mencionadas.

Las organizaciones certificadas bajo LEAF Marque, obtienen:

- El certificado AENOR de conformidad con LEAF MARQUE.
- Registro en la base de datos de la organización LEAF.

3.3.10 TESCO NURTURE – PRODUCCIÓN HORTOFRUTÍCOLA

NURTURE hace referencia a un esquema independiente de la cadena minorista internacional TESCO (tercer detallista más grande del mundo con sede en UK). La principal finalidad de este esquema es transmitir de forma segura al consumidor que las frutas y hortalizas de los proveedores de TESCO, son sembradas y tratadas de forma responsable con respecto al medioambiente, por lo tanto esta certificación está dirigida a organizaciones productoras de fruta y hortaliza

Para poder ser cliente de TESCO, es obligatorio llevar a cabo auditorias regulares con la finalidad de que se asegure una verificación independiente de los criterios del esquema.

Los principios medioambientales del protocolo NURTURE están basados en los siguientes aspectos:

- Empleo de forma racional de productos fitosanitarios, fertilizantes y abonos.
- Prevenir la contaminación.
- Proteger la salud humana.
- Uso de energía, agua y otros recursos naturales.
- Reciclaje y reutilización de material.
- Conservar y favorecer el paisaje, fauna y flora.

La certificación TESCO NURTURE se puede conseguir a través de productores o fincas individuales o a través de grupos de productores.

Las auditorias del esquema TESCO NURTURE se pueden llevar a cabo de forma integrada junto a otras normas de producción hortofrutícola como GLOBAL GAP, LEAF MARQUE, UNE 155000 entre otras. También es complementaria con auditorias de seguridad alimentaria en las centrales hortofrutícolas como ISO 22000, BRC o IFS con la finalidad de minimizar tiempos y costes. La norma UNE 155000 incluye entre sus exigencias la implantación de un sistema de gestión de la calidad y un sistema de autocontrol de la salubridad basado en el APPCC, por tanto es totalmente compatible con certificaciones de sistemas de gestión de seguridad alimentaria.

3.3.11 GLOBAL EPD: UNA DECLARACIÓN AMBIENTAL VERIFICADA

Hoy en día, la labor de las organizaciones con respecto el medio ambiente es cada vez más importante para la compra pública, privada y la elección de los consumidores.

Existe variedad de mecanismos para la acreditación y la comunicación del respeto con el medio ambiente, entre estos, destacan las declaraciones ambientales.

Las Declaraciones Ambientales de Producto suministran información ambiental fiable, importante, transparente, con capacidad para la comparación y verificación que posibilita destacar un producto respetuoso con el medio ambiente. La información queda estructurada en diferentes categorías de impacto, junto con otra información adicional como los residuos generados. Las Declaraciones Ambientales de Producto están basadas en analizar el ciclo de vida con principios establecidos en normas europeas e internacionales.

Para ello, AENOR ha desarrollado el programa Global EPD, en el cual proporciona a las empresas la posibilidad de verificación de la información sobre el desempeño ambiental de sus productos. Con dicha verificación AENOR asegura un extenso reconocimiento a nivel nacional e internacional de la comunicación ambiental de las organizaciones.

Con respecto esta acreditación, actualmente AENOR tiene acuerdos con otras empresas con capacidad de acreditación con la finalidad, de la búsqueda de un reconocimiento mutuo:

- EPD Internacional AB, Administrador del Programa Internacional EPD System (Suecia).
- Institut Bauen und Umwelt e.V (Alemania).

AENOR busca aumentar este tipo de acuerdos para facilitar la internacionalización de las organizaciones.

El programa Global EPD suministra a la industria la capacidad de anticipación a los cambios legislativos y a los requisitos de ejecutores de proyectos (inversores) que usan la información de las Declaraciones en Compra Pública Verde, criterios privados de compra o esquemas de certificación y obras de construcción. Este certificado está enfocado a todos los sectores de actividad.

Las empresas que deseen esta verificación por parte de AENOR, presumen de:

- Una Declaración Ambiental verificado y publicada por AENOR con un código de Registro Global EPD.

- El derecho a usar la Marca Global EPD en documentación comercial, embalajes primarios, fichas técnicas, catálogos, paneles comerciales etc., en general en cualquier documentación que vincule al producto objeto de Declaración Ambiental de Producto. Según los requisitos de uso de la marca AENOR.
- AENOR posibilita para el sector de la construcción la opción de incorporar la Marca Europea ECO Plaform, con correspondiente código de registro europeo.

4. OBJETIVOS DE ESTUDIO Y METODOLOGÍA

Como se ha expuesto en el bloque I, II y especialmente en el bloque III, hay que reconocer que son muchos los certificados ambientales con los que las empresas pueden acreditar sus buenas prácticas en los procesos productivos con respecto al medio ambiente y ser usados como estrategia comercial en el seno de su actividad.

Por ello en este trabajo se realiza un estudio exploratorio, mediante el uso del teléfono y revisión de página web oficial de las empresas, con la finalidad de esclarecer del comportamiento de las empresas con respecto a dichas certificaciones, centrándonos en un sector importante para Andalucía y particularmente para la provincia de Jaén, como es el sector exportador de los aceites de oliva.

Para ello, se han fijado cuatro objetivos de estudio:

- En primer lugar identificar cual es el comportamiento de las empresas exportadoras de aceites de oliva con respecto el uso de los certificados voluntarios medio ambientales (EMAS, Eco-diseño 14006, ISO 50001, ISO 14064, ISO 162002, ISO 155000, Leaf marque, Tesco Nurture y Global EPD).
- En segundo lugar, identificar el comportamiento de las empresas respecto la norma ISO 14001 al tratarse, de la norma más ampliamente aceptada a nivel mundial.
- En tercer lugar, detectar aquellas motivaciones y barreras a las que se enfrentan las empresas exportadoras de aceites de oliva para la implantación de la norma ISO 14001.
- En cuarto lugar, identificar los certificados ambientales emergentes para el sector.

Para la consecución de dichos objetivos se ha utilizado como base de datos la población de empresas exportadoras de Andalucía de aceites de oliva, extraída de la Agencia

Estatal Tributaria (AET), contando con una base total de 1029 empresas exportadoras. Del total de la población, se ha utilizado como muestra para el estudio las cuatro provincias más activas exportadoras según datos EXTENDA⁴ (Sevilla, Córdoba, Málaga y Jaén) con un total de 832 empresas.

Para llevar a cabo el estudio exploratorio se ha elaborado como ya se ha comentado anteriormente, una base de datos de las empresas exportadoras de aceites de oliva de Andalucía a partir de los publicados en la Agencia Estatal Tributaria (AET), centrándonos en las cuatro provincias más activas (Sevilla, Córdoba, Málaga y Jaén). A continuación se muestra el resultado final del encabezado de esta base de datos:

Nº	RAZÓN SOCIAL	TELÉFONO	CP	MUNICIPIO	PROVINCIA	FORMA JURÍDICA	SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL ISO 14001	VERIFICACIÓN EMAS	GESTIÓN AMBIENTAL A TRAVÉS DEL ECODISEÑO ISO 14006	CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN ENERGÉTICA ISO 50001	VERIFICACIÓN VOLUNTARIA INVENTARIO DE EMISIONES DE GASES EFECTO INVERNADERO (GEI) ISO 14064
1	MC EL CARRASCAL SIERRA SEGURA, S. A.	953494311	23391	Torres de Albánchez	6	3	NO	NO	NO	NO	NO
2	ACEITE DE OLIVA VALDEPRAMA, S.L.	679434002	14550	Montilla	3	2					

GESTIÓN FORESTAL SOSTENIBLE ISO 162002	LUCHA BIOLÓGICA CONTRA PLAGAS: ISO 155000	LEAF MARQUE	TESCO NURTURE	GLOBAL EPD	OTROS	OBSERVACIONES
NO	NO	NO	NO	NO	NO	ASOCIADOS CON OLIVAR DE SEGURA, NO TIENEN EXIGENCIAS DIRECTAS A LA EMPRESA

Fuente: Elaboración propia

Los datos que nos facilita la base de datos elaborada son los siguientes:

- Provincia
- Razón Social
- Teléfono
- Código Postal
- Municipio
- Forma Jurídica

5. RESULTADOS DEL ESTUDIO

La base de nuestro estudio centrado en las cuatro provincias ha sido de 832 empresas de las cuales se han podido analizar hasta el presente momento (Mayo 2016) un total de 458 empresas distribuidas de la siguiente forma:

⁴ Agencia Andaluza de Promoción exterior de la Junta de Andalucía (EXTENDA) www.extenda.es

- 3. Córdoba 139 empresas.
- 6. Jaén 134 empresas.
- 8. Sevilla 77 empresas.
- 7. Málaga 48 empresas.

La numeración que podemos ver, nos sirve para simplificar los datos en nuestra base de datos.

Por otro lado nuestra base de datos también refleja la forma jurídica de las empresas, están numeradas y corresponden de la siguiente manera:

- 1. Sociedad Cooperativa (S. Coop.)
- 2. Sociedad Limitada (S.L.)
- 3. Sociedad Anónima (S.A)
- 4. Sociedad Anónima Labora (S.A.L)
- 5. Sociedad Anónima Unipersonal (S.A.U)
- 6. Sociedad Agrícola de Transformación (S.A.T)
- 7. Comunidad de Bienes (C.B.)
- 8. Empresa Individual
- 9. S.L.L
- 10. Sociedad Civil
- 11. Fundación

Para catalogar en un primer lugar las respuestas que nos facilitan o no las empresas, hemos clasificado las respuestas rellenando la razón social de la siguiente manera:

ENTREVISTA REALIZADA
OPOSICIÓN A DAR DATOS POR PARTE DE LA
NO RESPONDE
LLAMAR EN OTRO MOMENTO

- VERDE: implica que la empresa **si** ha respondido la entrevista al completo.
- ROJO: indica que la empresa entrevistada se niega a darnos información por teléfono, debido a la ley de protección de datos de las empresas, o simplemente la desconfianza. A estas empresas se les he mandado una entrevista por correo electrónico, ya que todas las empresas que no nos facilitaban información de forma telefónica, nos indicaban que se les mandara por escrito. Por lo general no hemos recibido respuesta de ninguna de las empresas a las que les hemos mandado la entrevista.

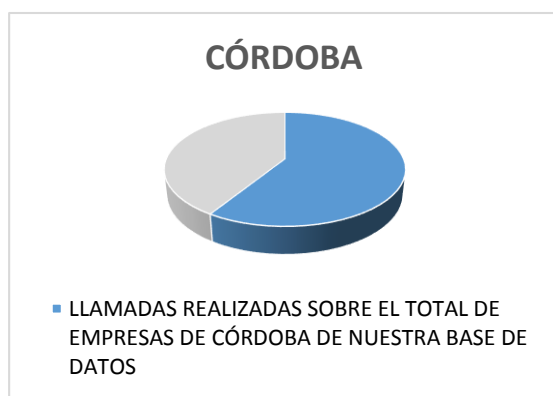
- **AMARILLO:** no recibimos respuesta al llamar al teléfono reflejado en nuestra base de datos.
- **NARANJA:** este color corresponde a empresas que nos comunican que la persona que puede darnos esta información no se encuentra en la empresa en el momento de la llamada, por lo general hemos llamado en otro momento, repetidamente, de forma que las empresas que continúan con este color, se han llamado mínimamente 3 veces, por lo que nos lleva a pensar que las empresas de este color no tienen intención de darnos información.

Las anotaciones de las entrevistas realizadas a cerca de las certificaciones medioambientales han sido SI/NO, y en la casilla de otros, hemos anotado si tienen alguna otra certificación medioambiental que no contemplamos al inicio del estudio.

La última columna del encabezado muestra “OBSERVACIONES”; en esta columna hemos redactado brevemente los comentarios facilitados por las entrevistas realizadas, con la finalidad de identificar de manera incipiente ya que no teníamos tiempo suficiente para realizar un estudio cualitativo con entrevista en profundidad, las motivaciones y/o barreras para la adopción de los certificados.

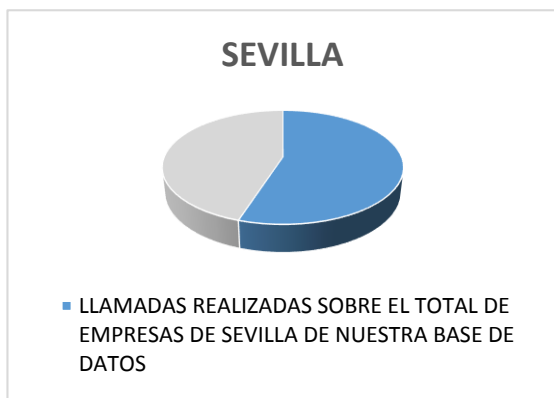
Los resultados extraídos del total de empresas analizadas son:

Del total de empresas de las cuatro provincias (832) como ya se ha comentado anteriormente, para la investigación se han analizado 458. Lo cual supone un 55 % de las empresas que figuran en la base de datos (832) y se ha realizado por tanto 458 llamadas que se estructura de la siguiente forma:



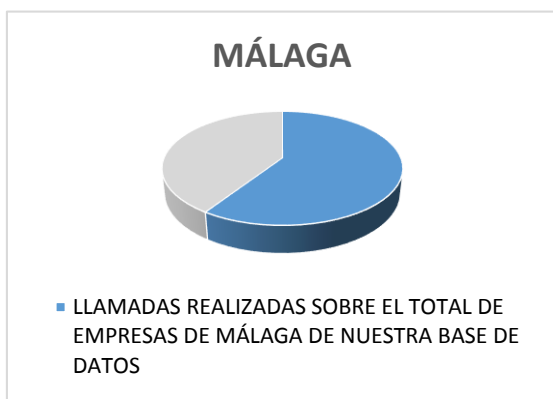
Fuente: Elaboración propia

- **Córdoba:** La base de datos muestra 236 empresas de la provincia de Córdoba, de las cuales hemos llamado **139**, lo que supone haber llamado a un **59 %** del total de la base de datos.



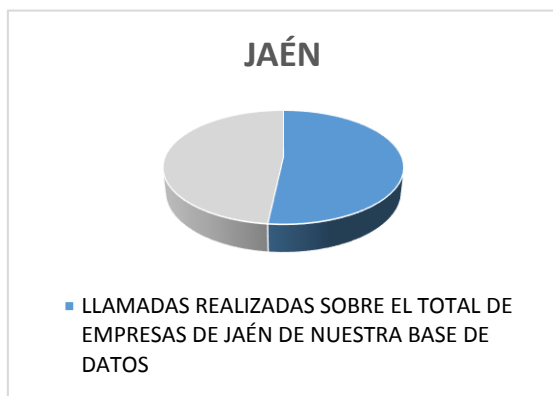
Fuente: Elaboración propia

- **Sevilla:** La base de datos muestra 140 empresas de la provincia de Sevilla, de las cuales hemos llamado 77, lo que supone haber llamado a un **55 %** del total de la base de datos.



Fuente: Elaboración propia

- **Málaga:** La base de datos muestra 81 empresas de la provincia de Málaga, de las cuales hemos llamado 48, lo que supone haber llamado a un **60 %** del total de la base de datos.



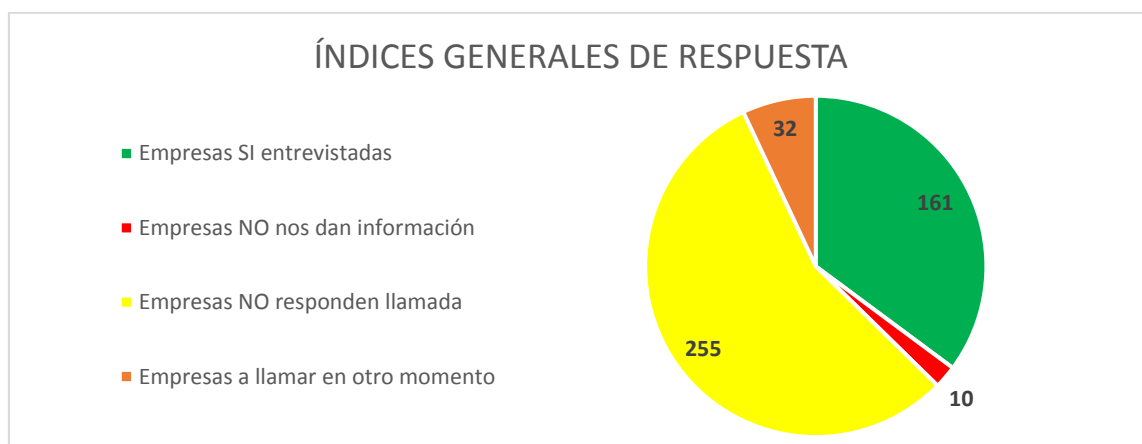
Fuente: Elaboración propia

- **Jaén:** La base de datos muestra 375 empresas de la provincia de Málaga, de las cuales hemos llamado 194, lo que supone haber llamado a un **52 %** del total de la base de datos.

El índice de respuesta obtenido ha sido:

- Empresas que se ha podido realizar la entrevista completa: 161 empresas, un **35'2 %** sobre las llamadas realizadas (161/458).
- Empresas que no aportan información: 10 empresas, un **2,2%** sobre las llamadas realizadas (10/458).
- Empresas que no han respondido las llamadas. 255 empresas. un **55,6%** sobre las llamadas realizadas (255/458)

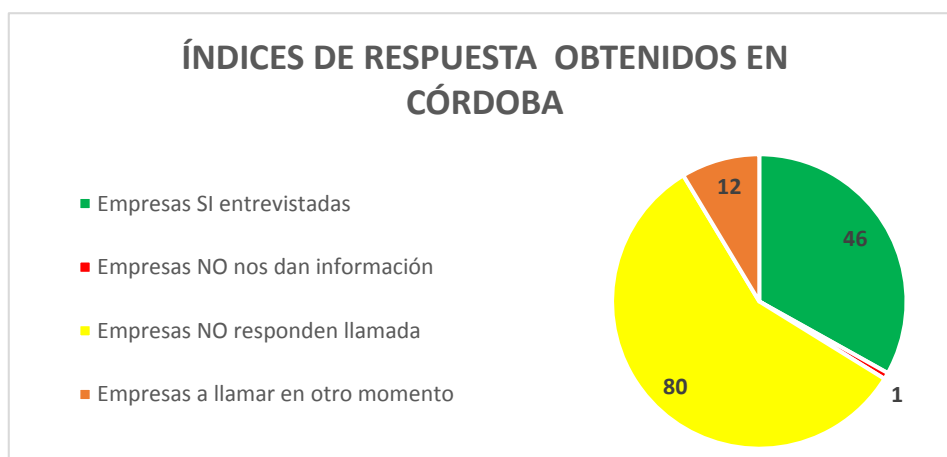
- Empresas que sugieren que se llame en otro momento, como indicamos anteriormente, estas empresas se han llamado repetidamente, sin obtener respuesta al no encontrarse la persona indicada: 32 empresas, un 7 % sobre las llamadas realizadas (32/458), véase en el siguiente gráfico.



Fuente: Elaboración propia

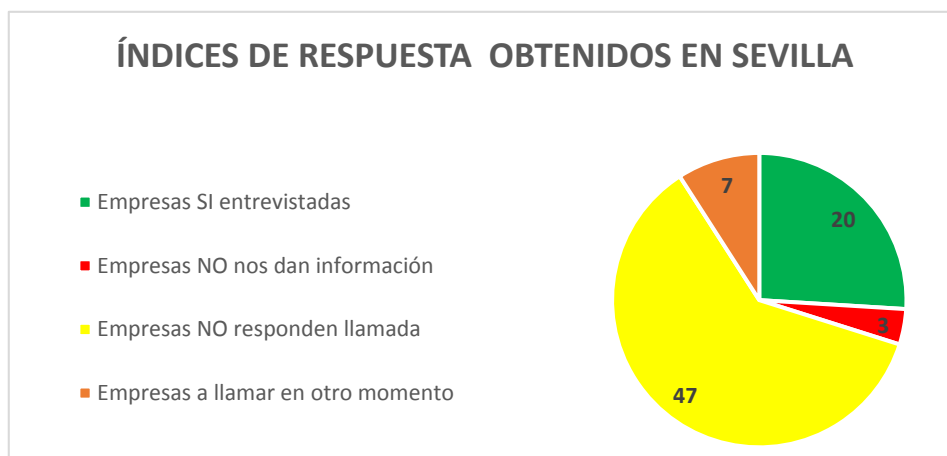
Índice de repuesta por provincias:

- **Córdoba:** se han realizado 139 llamadas de las cuales, se han obtenido los siguientes índices de respuesta:



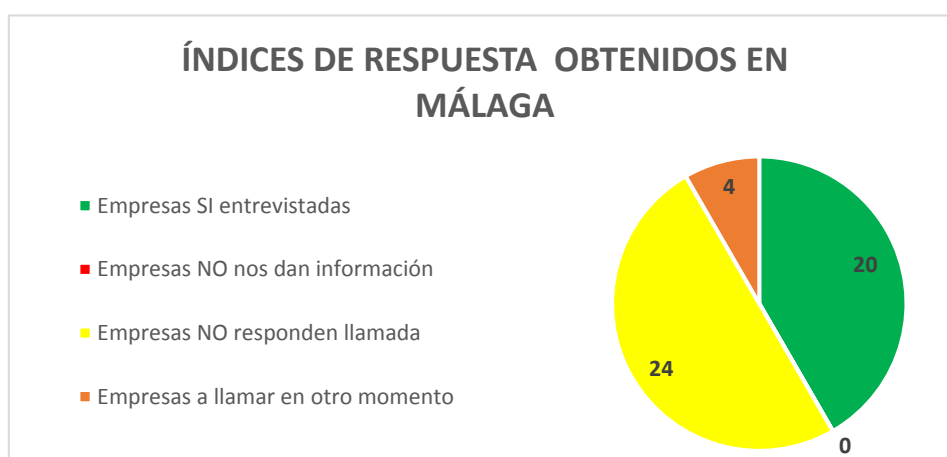
Fuente: Elaboración propia

- **Sevilla:** se han realizado 77 llamadas de las cuales, se ha obtenido los siguientes índices de respuesta:



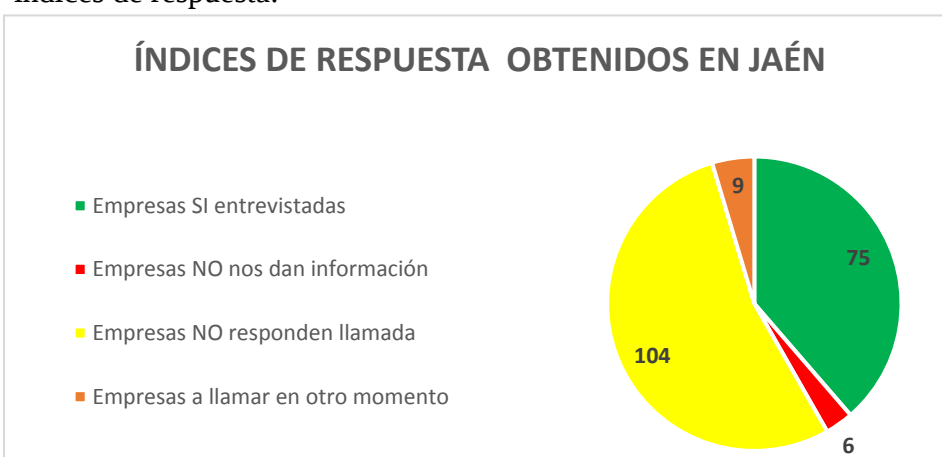
Fuente: Elaboración propia

- **Málaga:** se han realizado 48 llamadas de las cuales, se han obtenido los siguientes índices de respuesta:



Fuente: Elaboración propia

- **Jaén:** se han realizado 194 llamadas de las cuales, se han obtenido los siguientes índices de respuesta:

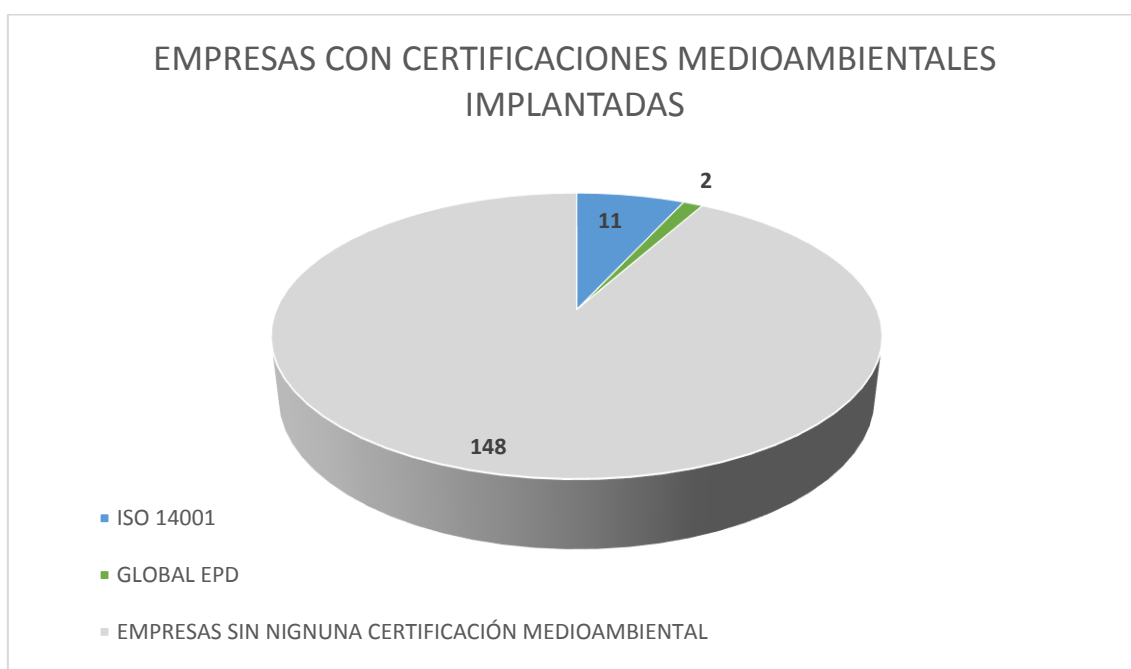


Fuente: Elaboración propia

Resultados obtenidos por objetivos de estudio.

Se muestra el comportamiento de las empresas productoras y/o exportadoras de aceites de oliva con respecto al uso de los certificados voluntarios medioambientales, al mismo tiempo se identifica el comportamiento de las empresas respecto la norma ISO 14001 e identificaremos los certificados emergentes en el sector (Objetivos 1, 2 y 4)

En la siguiente imagen se muestra los resultados obtenidos del total de empresas que si han respondido (161).



Fuente: Elaboración propia

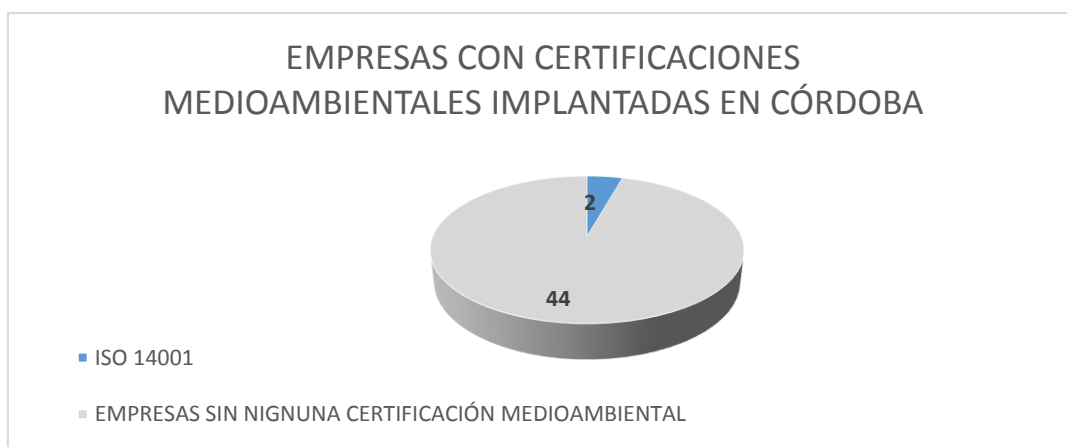
Los resultados que se muestran en la gráfica arriba indicada muestran que de las 161 empresas de las cuales hemos obtenido respuesta, tan sólo tienen implantado alguna certificación medioambiental 13 empresas, de las cuales 11 empresas tienen implantado el sistema de gestión ambiental ISO 14001, y 2 empresas tienen implantado el sistema GLOBAL EPD. No existe ninguna empresa que tenga implantado ambas certificaciones, por lo que este gráfico es válido para mostrar los resultados indicados. Resumimos en:

- El 8% de las empresas que si han respondido la entrevista, si tienen implantado alguna certificación medioambiental.
- El 6'84 % de las empresas que si han respondido la entrevista, si tienen implantado el sistema de gestión ambiental ISO 14001.

- El 1'26 % de las empresas que si han respondido la entrevista, si tienen implantado la certificación medioambiental GLOBAL EPD.
- Del total de la muestra no poseen ninguno del resto de certificados estudiados (EMAS, ISO 14006, ISO 50001, ISO 14064, ISO 162002, ISO 155000, LEAF MARQUE, TESCO NURTURE).

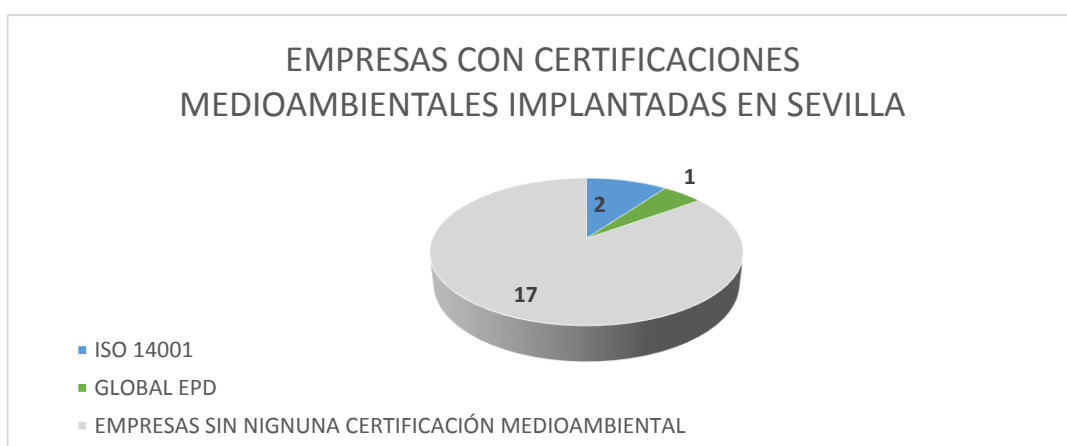
Resultados obtenidos por Provincia:

Córdoba: de las 46 empresas que hemos obtenido respuesta, 2 empresas tienen implantado el Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001



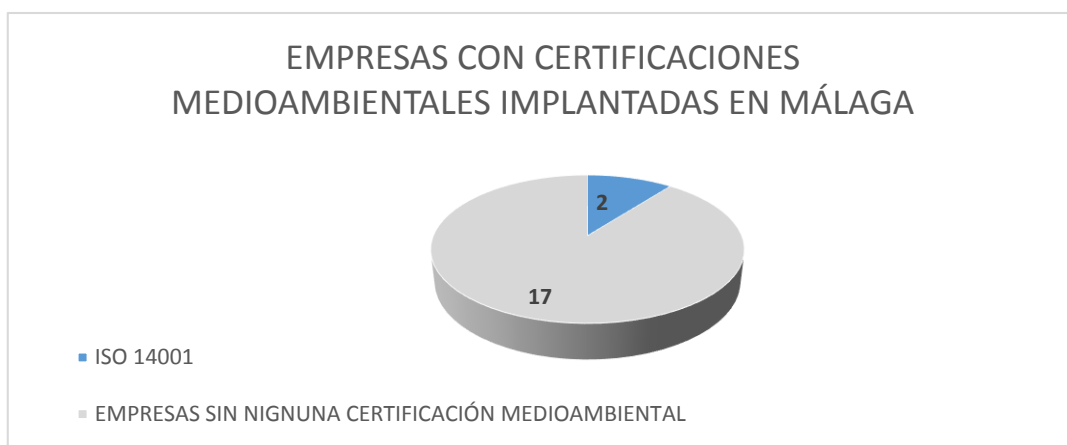
Fuente: Elaboración propia

Sevilla: de las 20 empresas que hemos obtenido respuesta, 2 empresas tienen implantado el Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001, y 1 empresa tiene implantado el Sistema Global EPD.



Fuente: Elaboración propia

- **Málaga:** de las 20 empresas que hemos obtenido respuesta, 2 empresas tienen implantado el Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001.



Fuente: Elaboración propia

- **Jaén:** de las 75 empresas que hemos obtenido respuesta, 5 empresas tienen implantado el Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001 y 1 empresa tiene implantado el Sistema Global EPD.



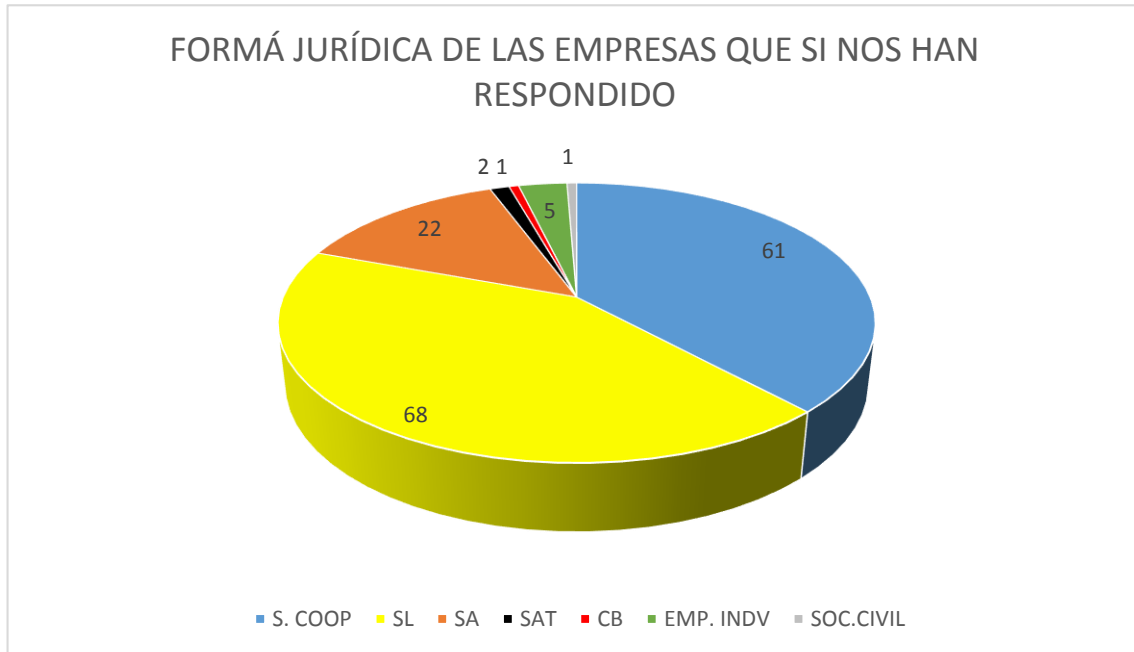
Fuente: Elaboración propia

Los resultados a nivel provincial de las empresas que si han respondido la entrevista, ser resumen en:

- El 4'35 % si tiene implantado alguna certificación ambiental en Córdoba.
- El 15 % si tiene implantado alguna certificación ambiental en Sevilla.
- El 10 % si tienen implantado alguna certificación ambiental en Málaga.
- El 8 % si tienen implantado alguna certificación ambiental en Jaén.

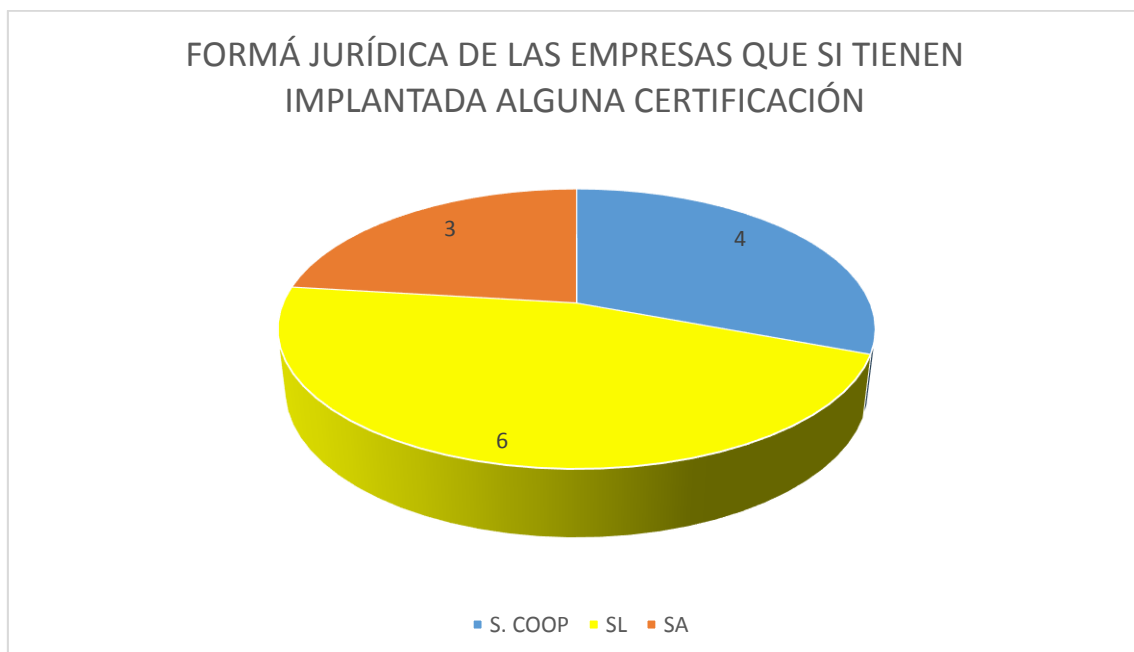
Resultados según la forma jurídica:

De las 161 empresas que se ha obtenido respuesta según forma jurídica se estructura de la siguiente forma:



Fuente: Elaboración propia

A continuación se muestra la forma jurídica de las 13 empresas que si tienen implantado alguna certificación ambiental voluntaria:



Fuente: Elaboración propia

Se puede observar del total de empresas con respuesta a la entrevista (161), sólo poseen alguna certificación ambiental (13), distribuidas según forma jurídica de la siguiente forma:

- Sociedad Limitada (SL). de 13 empresas que si tienen implantado alguna certificación ambiental, 6 son SL (46%).
- Sociedad Cooperativa (S. Coop). de 13 empresas que si tienen implantado alguna certificación ambiental, 4 son SL (30'8%).
- Sociedad Anónima (S.A). de 13 empresas que si tienen implantado alguna certificación ambiental, 3 son SL (23'2%).

6. CONCLUSIONES

Con respecto al **primer objetivo** y una vez analizados los resultados se puede concluir que las empresas exportadoras de aceite de oliva no son pro-activas con respecto el uso de las certificaciones. De la muestra analizadas (458) solo 13 poseían certificación ambiental, de los cuales 11 eran ISO 14001 un (6,8%) y 2 Global EPD un (1,6%). Es decir, solo un (8%) sobre la tasa de participación poseen un certificado ambiental. Datos muy negativos dada la importancia de la exportación para este sector, cuyos mercados destino poseen una concienciación ambiental como es el caso de EEUU, Japón, Norte y centro de Europa (Alemania o Suiza) entre otros.

Esto puede dar lugar a pensar que a pesar de existir una mayor preocupación tanto por parte de empresas como consumidores con respecto los aspectos ambientales y que se trata de un tema creciente en las salas de junta de las empresas, motivado principalmente por la presión de los diversos grupos de presión (Stakeholders), las empresas exportadoras tienen una posición muy poco activa al respecto. Se puede considerar que están dejando de ser competitivas y que pueden estar perdiendo oportunidades de mercado, ahorro de costes y rentabilidad al no considerarlo dentro de sus objetivos estratégicos comerciales tal y como refleja la literatura.

Otro aspecto a considerar con respecto el primer objetivo, es que la provincia más activa es Sevilla, coincidiendo a la vez con la que posee mayor actividad exportadora. Esto puede hacer pensar que existe al igual que en otros sectores de actividad, una relación entre la exportación (intensidad y alcance de los mercados) con el comportamiento ambiental de las organizaciones.

Con respecto la forma jurídica, la más activa con respecto el medio ambiente son las sociedades limitadas, esto nos puede llevar de nuevo a reflexionar con respecto el comportamiento de las cooperativas y su actividad productora y comercializadora, siendo la figura jurídica más adoptada en la provincia de Jaén, máxima productora mundial y sin embargo la cuarta exportadora.

Con respecto el **segundo objetivo**, el comportamiento coincide con el resto de sectores de actividad analizados en la literatura, en este sector también es la norma más adoptada por las empresas exportadoras (11 empresas), coincidiendo con diversos autores que manifiestan que las exportación y el alcance de los mercados es uno de los factores motivacionales importantes para la adopción de la ISO 14001.

En cuanto el **tercer objetivo**, el identificar de forma incipiente algunas de las motivaciones y/o barreras para la adopción de los certificados y coincidiendo con la revisión de la literatura, los factores motivacionales detectados en las respuestas de las personas entrevistadas son principalmente razones de competitividad en los mercados, estrategias de diferenciación con respecto al competencia, exigencias de los clientes (distribuidores) si bien dan a entender que prevalecen las exigencias de calidad sobre las ambientales y presión normativa como es el caso de la GEI reglamentaria. Y como barreras, el desconocimiento en directivos y empleados de los aspectos ambientales y su certificación.

Por último y **cuarto objetivo**, se puede concluir que este sector actualmente está más centrado en aspectos de calidad y su certificación (ISO 22000, ISO 9000, IFS, GLOBAL GAP o BRC) que en aspectos ambientales si bien, se puede detectar un certificado ambiental emergente como es la GLOBAL EPD.

7. LIMITACIONES Y NUEVAS LINEAS DE INVESTIGACIÓN

Una de las limitaciones ha sido de carácter temporal que ha permitido solamente el análisis de 458 empresas es decir, un (55%) de la muestra total (832) y por otro lado, la baja tasa de respuesta obtenida pero que a pesar de ello, se puede considerar que los resultados pueden ser indicadores positivos de análisis de la orientación del sector exportador de aceites de oliva de Andalucía y su comportamiento con respecto el medio ambiental y su certificación como estrategia comercial.

Con respecto al tercer objetivo, no se ha podido realizar el estudio cualitativo para poder profundizar en las motivaciones y barreras de adopción. Por ello, se puede plantear como una posible línea futura de investigación ampliar la información con respecto las motivaciones y barreras que presenta este sector mediante entrevistas en profundidad a directivos y responsables del departamento ambiental. Por otro lado, otra línea futura que se puede plantear, es el análisis de la relación que existe entre las empresas exportadoras y el rendimiento obtenido como consecuencia de su adopción, ya que existe una intensa relación entre la adopción y el alcance (exportación) de los diversos mercados en los que opera la organización.

8. BIBLIOGRAFÍA

AENOR (s.f). *Asociación Española de Normalización y Certificación*. Recuperado el 09 de Enero de 2016. <http://www.aenor.es>

Alt, E. Díez-de-Castro, E. P. Lloréns-Montes, F.J. (2015), "Linking Employee Stakeholders to environmental performance: the role of proactive environmental strategies and shared vision", *Journal Business Ethics*, Vol. 128, pp 167-181.

Amores, J. Martin, G. Navas, J.E. (2015), "The importance of the complementarity between environmental management systems and environmental innovation capabilities: a firm level approach to environmental and business performance benefits", *Technological Forecasting & Social Change*, Vol. 96, pp 288-297.

Antal, A. B. Sobczak, A. (2014), "Culturally embedded organizational learning for global responsibility", *Business and Society*, Vol. 53, nº 5, pp 652-683.

Bansal, P. (2005), "Evolving sustainably: a longitudinal study of corporate sustainable development", *Strategic Management Journal*, Vol. 26, nº 3, pp 197-218.

Bansal, P. Roth, K. (2000), "Why companies go green: a model of ecological responsiveness", *Academy of Management Journal*, Vol. 43, nº4, pp 717-736.

Cronin, J. J. Smith, J. S. Gleim, M. R. Ramirez, E. Martinez, J. D. (2011), "Green marketing strategies: an examination of stakeholders and the opportunities they present", *Journal of the Academy Marketing of Science*, Vol. 39, pp 158-174.

Christmann, P. Taylor, G. (2006), "Firm self-regulation through international certifiable standards: determinant of symbolic versus substantive implementation", *Journal of International Business Studies*, Vol. 37, nº16, pp 863-878.

Fryxell, G.E. Lo, C. Chung, S. (2004), Influence of motivations for seeking ISO 14001 certification on perceptions of EMS effectiveness in China”, *Environmental Management*, Vol. 33, n° 2, pp 239-251.

Gavronski, I. Ferrer, G. Paiva, E.L. (2008), “ISO 14001 certification in Brazil: motivations and benefits”, *Journal of Cleaner Production*, Vol. 16, pp 87-94.

ISO (s.f). *International Organization for Standardization of*. Recuperado el 28 de Enero de 2016. <http://www.iso.org>

Ivanova, A. Gray, J. Sinha, K. (2014), “Towards a unifying theory of management standard implementation: The case of ISO 9001/ISO 14001”, *International journal of operations and production management*, Vol. 34, n° 10, pp 1260-1306.

Kiewiet, D. J. Vos, J. F. (2007), “Organizational sustainability: a case for formulation a tailor-made definition”, *Journal of Environmental Assessment Policy and Management*, Vol. 9, n° 1, pp 1-18.

Kuosmanen, T. Kuosmanen, N. (2009), “How not to measure sustainable value (and how one might)”, *Ecological Economics*, Vol. 69, n°2, pp 235-243.

Le, X.Q. Vu, V.H. Hens, L. Van Heur, B. (2014): “Stakeholders perceptions and involvement in the implementation of EMS in ports in Vietnam and Cambodia”, *Journal of Cleaner Production*, Vol. 64, pp 173-193.

Luo, X. Bhattacharya, C. B. (2006), “Corporate social responsibility, customer satisfaction, and market value”, *Journal of Marketing*, Vol. 70, pp 1-8.

Majumdar, S. Marcus, M. A. (2001), “Rules vs. discretion: the productivity consequences of flexible regulation”, *Academy of Management Journal*, Vol. 44, n° 1, pp 170-179.

Massoud, M.A. Makarem, N. Ramadan, W. Nakkash, R. (2015), Environmental management practices in the Lebanese pharmaceutical industries: implementation strategies and challenges”, *Environmental Monitoring and Assessment*, pp 187-107

McGuire, W. (2014), “The effect of ISO 14001 on environmental regulatory compliance in China”, *Ecological Economics*, Vol. 105, pp 254-264.

Montiel, I. Husted, B. Christmann, P. (2012), “Using private management certification to reduce information asymmetries in corrupt environments”, *Strategic Management Journal*, Vol. 3, pp 1103-1113.

- Peattie, K. (2001), "Golden goose or wild goose? The hunt for the green consumer", *Business Strategy and the Environment*, Vol. 10, pp 187-199
- Pedersen, E.R. Neergaard, P. Pedersen, J.T. Gwozdz, W. (2013), "Conformance and deviance: company responses to institutional pressures for corporate social responsibility reporting", *Business Strategy and the Environment*, Vol. 22, n° 6, September, pp 357-373.
- Sharma, A. Iyer, G. R. Mehrotra, A. Krishnan, R. (2010), "Sustainability and business-to-business marketing: a framework and implications", *Industrial Marketing Management*, Vol. 39, n°2, pp 330-341.
- Sheth, J. N. Sethia, N. K. Srinivas, S. (2011), "Mindful consumption: a customer-centric approach to sustainability", *Journal of Academy Marketing of Science*, Vol. 39, pp 21-39.
- Siegel, D. S. (2009), "Green management matters only if it yields more green: an economic/strategic perspective", *Academy of Management Perspectives*, pp 5-16.
- Strong, C. (1997), "The problems of translating fair trade principles into consumer purchase behavior", *Marketing Intelligence & Planning* Vol. 15, n°1, pp 32-37.
- Su, H. C. Dhanorkar, S. Linderman, K. (2015), "A competitive advantage from the implementation timing of ISO management standards", *Journal of Operations Management*, Vol. 37, pp 31-44.