

Cómo conocer si un producto cuida o no el medioambiente sólo con verlo

¿Qué es un ecoetiqueta?

A lo largo de las últimas décadas, las sociedades de consumo evolucionaron hacia modelos de producción, distribución de productos y servicios a gran escala para poder abastecer a una población mundial en constante crecimiento y cada vez más concentrada en grandes ciudades. Lo que ha originado un creciente desconocimiento del consumidor sobre los procesos de producción y distribución de los productos que adquiere, un escenario que ha llevado a las autoridades a exigir una mayor transparencia para la propia identificación. Así nace el etiquetado de productos, para que el consumidor pueda acceder de forma visual y directa a la identificación de un producto a través de su nombre comercial, marca, diseño y características del producto.

“

La creciente concienciación ambiental de los consumidores en algunos países desarrollados ha dado lugar a un fenómeno más reciente: las etiquetas ecológicas. Denominadas coloquialmente como ecoetiquetas, cumplen la función de brindarle al cliente información de índole ambiental y/o ecológica

”

De forma paralela, la creciente concienciación ambiental de los consumidores en algunos países desarrollados ha dado lugar a un fenómeno más reciente: las etiquetas ecológicas. Denominadas coloquialmente como ecoetiquetas, cumplen la función de brindarle al cliente información de índole ambiental y/o ecológica. Surgieron como propuestas de diferentes compañías con un doble propósito: ofrecer al consumidor una serie de valoraciones de carácter ambiental a través de las cuales conozca las ventajas de adquirir el producto y fortalecer la imagen de la compañía a través de un factor de diferenciación con respecto a otros competidores gracias a este supuesto mejor desempeño ambiental en la producción

Posteriormente, surgieron las certificaciones ambientales a través de consultoras y otros organismos especializados. Con este nuevo panorama, las compañías buscaban una certificación verde en base a estándares comunes para empresas de un mismo perfil y poder usar la ecoetiqueta derivada del proceso de certificación. Lo cual otorgaba mayor legitimidad a las ecoetiquetas, ya que un agente externo iniciaba un proceso de evaluación en bases a criterios ecológicos determinados. Por ejemplo, a finales de los años 80 surgió la iniciativa Dolphin Safe, la cual certificaba

Autor:

Ian Vázquez Rowe PhD.

Graduado en Biología por la Universidad de Texas en Arlington, Estados Unidos, en 2006 obtuvo su título de Ph.D. en Ingeniería Química y Ambiental por la Universidad de Santiago de Compostela en España en 2012.

productos de atún por haber sido pescados sin poner en peligro el bienestar de comunidades de delfines y otros mamíferos marinos. Sin embargo, este tipo de ecoetiquetas también han sido criticadas por diversos motivos. El proceso de certificación, por ejemplo, está basado en impactos ambientales determinados, sin tener en cuenta otros aspectos que podrían poner en entredicho la sostenibilidad ambiental del producto evaluado. Greenpeace criticó duramente este método de certificación debido a que los consumidores consideraban que compraban productos sostenibles, cuando en realidad solo se estaba informando al cliente de que se habían evitado ciertas prácticas poco sostenibles [1-2].

¿Qué vuelve a una etiqueta una ecoetiqueta?

Una tercera fase en la evolución de las ecoetiquetas se inició a mediados de los años 90 cuando la legislación ambiental reguló el ecoetiquetado y se crearon procesos de certificación ambiental tutelados por organismos nacionales o supranacionales, como es el caso de la Unión Europea. En este contexto, a lo largo de los años 90 surge en la normativa ISO la serie 14020, que regula las ecoetiquetas en base a una clasificación determinada



Así, las Tipo I son aquellas que son emitidas por un órgano certificador independiente en base a una serie de criterios ecológicos y técnicos (ISO 14024). Las Tipo II son autoproclamadas por las propias empresas para persuadir al consumidor de que su producto tiene una determinada característica ambiental que merece ser promocionada (ISO 14021). Por último, las Tipo III son las más complejas y precisas, siguiendo una perspectiva de ciclo de vida en base a la norma ISO 14040 (ISO 14025).

Las ecoetiquetas de Tipo I y III son las que poseen una mayor legitimidad en el presente, por el hecho de que son concedidas por agentes externos, que se supone son independientes [3]. Sin embargo, existe todavía un debate bastante encendido sobre que opción es más adecuada para el ecoetiquetado de productos.



Figura 2: Representación gráfica de un mecanismo de certificación (ecoetiquetas tipo I y III). Fuente: elaboración propia.

Por un lado, las Tipo III ofrecen un estándar público y accesible que ha sido elaborado por consenso entre distintos actores del sector bajo estudio. Lo cual permite que las ecoetiquetas evidencien los aspectos ambientales más relevantes elegidos por consenso conformado por autoridades, la comunidad científica, empresarios u organizaciones no gubernamentales. Por otro lado, sin embargo, dichas ecoetiquetas han sido criticadas por su complejidad en algunos casos, lo que limita la capacidad de comprensión por parte de los consumidores [4].

El mercado de las ecoetiquetas en el Perú

Al contrario que en otros países latinoamericanos, el Perú carece de una legislación específica para ecoetiquetas y un ente legal que se encargue de regular el ecoetiquetado o de implementar iniciativas a nivel nacional. Las ecoetiquetas que se utilizan en productos comercializables dentro del país no están catalogadas como tales, sino como marcas registradas, lo que dificulta en algunos casos su identificación y control. Sin embargo, un reciente estudio conducido por estudiantes de la PUCP demuestra que numerosos productos de distintos sectores están promocionando sus productos a través de una variada gama de certificaciones ambientales. Al analizar este conjunto de ecoetiquetas, se observan en una serie de tendencias básicas.

- La gran mayoría de las ecoetiquetas usadas por productos comercializados en el Perú son de Tipo I, que ante la falta de certificadoras nacionales, demuestra que la mayoría de empresas abogan por certificarse con ecoetiquetas prestigiosas o emblemáticas internacionales
- Otro aspecto a tener en cuenta es que dentro de los productos producidos dentro del Perú, son aquellos productos destinados a la exportación, sobre todo aquellos relacionados con la minería o la agricultura, los que hacen un mayor uso de estas marcas.



Sello verde peruano TIPO 1

Evalúa la reducción de impactos negativos en el ambiente. Se otorga, entre otros, al acero.



Sello de producto ahorrador TIPO 1

Otorgado por Sedapal. Incentiva el ahorro de agua

En el sector de construcción, existe una proliferación de iniciativas para homologar la vivienda nueva a la certificación LEED, la principal ecoetiqueta estadounidense ligada al sector constructivo. Mientras el uso de esta certificación presenta un avance para incentivar la ecoeficiencia en las edificaciones, así como un desarrollo urbano de mayor planificación y sostenibilidad, también presenta la desventaja de ser una certificación adaptada a las características del sector en Estados Unidos, mucho más uniforme que el peruano.

El sector agrícola y forestal, que posee numerosas empresas dedicadas al sector exportador, también posee un amplio abanico de empresas que han optado por una certificación ambiental. En concreto, ciertas explotaciones cafeteras, frutícolas o madereras han consumado el proceso de certificación de prestigiosas ecoetiquetas, fundamentalmente Forest Stewardship Council (FSC) o Rainforest Alliance.

Un caso muy llamativo es la ecoetiqueta que otorga el Marine Stewardship Council (MSC) a los productos del sector pesquero. Son numerosos productos de importación que usan dicha marca en el mercado peruano. Sin embargo, a pesar de que la MSC ha sido otorgada a más de 120 pesquerías a lo largo del planeta, ninguna de estas es peruana, lo que implica que ningún producto pesquero peruano posee la ecoetiqueta más emblemática del sector.

En lo referente a turismo, sector con un importante peso en la economía del país, llama la atención la escasa implementación de ecoetiquetas en hoteles, restaurantes o agencias de viaje. De hecho, es interesante observar cómo ciertas cadenas hoteleras internacionales poseen certificaciones ambientales en muchas sedes a lo largo del planeta, pero carece de esas mismas certificaciones para sus sedes en el Perú. Sucede lo mismo con paquetes turísticos en la selva amazónica u otros parajes de alto valor ecológico, lo que pone al sector del turismo ecológico peruano en clara inferioridad con respecto a otros países como Costa Rica o Colombia.

La implementación de ecoetiquetas en el Perú es desigual entre sectores y en la mayoría de los casos, las existentes son usadas por las empresas como factor de distinción en el mercado exterior. Es indispensable una mayor promoción de políticas de venta y compra verde en el Perú, con el objetivo de generar una mayor concienciación social entre el sector empresarial y los consumidores.

Perspectivas futuras

A pesar de que las numerosas críticas que puedan recibir las ecoetiquetas debido a su falta de una perspectiva integral de impactos ambientales, es justo recalcar que son el único elemento que poseen los consumidores para poder valorar el perfil ambiental de los productos que compran de forma rápida y eficaz. Por lo tanto, parece verosímil afirmar que en los próximos años continuará la expansión del mercado de las ecoetiquetas. De hecho, la creciente demanda de que los bienes de consumo posean algún tipo de distinción ambiental que demuestren que han sido producidos bajo una perspectiva sostenible, hace que sea imperativo para las empresas que apuestan por la externalización y la competitividad estar preparadas para la evolución del sector de las ecoetiquetas en los próximos años.

Sin embargo, desde una perspectiva global, este creciente mercado corre el riesgo de saturar al consumidor con una amplia gama de ecoetiquetas diversas, que pese a aportar datos sobre impactos ambientales diversos, compiten entre sí. Es de esperar que en los países con una mayor implementación de estas etiquetas surja un mayor control de las autoridades con el fin de regular el mercado y de acercar posturas entre diferentes actores de los distintos sectores para pactar estrategias de certificación de mayor homogeneidad y rigor científico, por un lado, pero sin añadir mayor complejidad para el consumidor, por otro.

A nivel nacional, es importante tener en cuenta que numerosas ecoetiquetas que se usan en el Perú, si bien son coherentes con el sector aplicado, muchas veces carecen de una adaptación a las características peruanas, ya que se trata de certificaciones ambientales extranjeras, lo que les resta precisión. A pesar de que es previsible que cada vez un mayor número de empresas peruanas busquen este tipo de certificaciones de certificadoras prestigiosas a nivel internacional, sobre todo para competir en el sector de exportaciones, es también probable y deseable que surjan las primeras ecoetiquetas nacionales, sobre todo en aquellos sectores cuyas ventas se centran en la demanda interna.

“

Greenpeace criticó duramente este método de certificación al considerar que los consumidores consideraban que estaban comprando productos sostenibles, cuando en realidad solo se estaba informando al cliente de que se habían evitado ciertas prácticas poco sostenibles

”

En este sentido, un paso importante ha sido efectuado por el Ministerio del Ambiente a través de la Resolución Ministerial No. 74-2014 [5]. La resolución busca una mayor involucración del Estado peruano en materia de compras verdes, comprometiéndose, en la medida de lo posible, en efectuar un mayor volumen de compra de equipos, herramientas o productos que posean algún tipo de ecoetiqueta. Esta medida, si bien no viene acompañada de medidas que incentiven la proliferación de un marco legal para las ecoetiquetas en el país, constituye un importante punto de partida para una mayor actividad legislativa en el sector.

Por último, es importante recalcar el papel determinante que tendrán las instituciones académicas y las organizaciones no gubernamentales, en muchos casos en cooperación con las autoridades o con el sector privado, en lograr una mayor concienciación social a lo largo del país en materia de medio ambiente, protección del territorio o consumo sostenible. De hecho, sin una estrategia clara en estos ámbitos, será muy difícil que se incrementen de forma sustancial las certificaciones ambientales destinadas a informar al consumidor doméstico, haciendo que las empresas se limiten a usar las ecoetiquetas, para hacerle frente a la competencia, sólo en productos exportables.

Referencias

- [1] Brécard, D., 2014. Consumer confusion over the profusion of eco-labels: Lessons from a double differentiation model. *Resour. Energy Econ.* 37, 64-84.
- [2] Omondi Ochieng, B., Hugheya, K.F.D., Bigsby, H., 2013. Rainforest Alliance Certification of Kenyan tea farms: a contribution to sustainability or tokenism? *J. Clean. Prod.* 39, 285-293.
- [3] Bratt, C., Hallstedt, S., Robert, K.H., Broman, G., Oldmark, J., 2011. Assessment of ecolabelling criteria development from a strategic sustainability perspective. *J. Clean. Prod.* 19, 1631-1638.
- [4] Frankl, P., Pietroni, L., Scheer, D., Rubik, F, Stø, E., Montcada, E., 2005. Recommendations. In: Rubik, F., Frankl, P. (eds.), *The future of Eco-labelling: Making Environmental Product Information Systems Effective*. Greenleaf Publ, Sheffield, pp. 291-324.
- [5] Ministerio del Ambiente, 2014. Resolución Ministerial No. 074-2014. Ministerio del Ambiente, Perú.