

# TABLA DE CONTENIDO

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| PRESENTACIÓN .....                                                 | 1  |
| ECO-ETIQUETADO: UN INSTRUMENTO<br>DE CERTIFICACIÓN AMBIENTAL ..... | 4  |
| 1.1. PROGRAMAS DE CERTIFICACIÓN AMBIENTAL .                        | 4  |
| 1.1.1. Los Sistemas de Gestión Ambiental .....                     | 5  |
| 1.1.2. Los Sellos Verdes .....                                     | 5  |
| 1.2. ETAPAS DEL PROGRAMA<br>DE ECO-ETIQUETADO .....                | 5  |
| 1.2.1. Definición .....                                            | 5  |
| 1.2.2. Certificación Orgánica .....                                | 6  |
| 1.2.2.1. Definición .....                                          | 6  |
| 1.2.2.2. Características .....                                     | 6  |
| 1.2.3. Tipos de Etiquetas .....                                    | 7  |
| 1.2.4. Cobertura de las Eco-etiquetas .....                        | 9  |
| 1.2.4.1. El Análisis del Ciclo de Vida .....                       | 9  |
| 1.3. LAS AGENCIAS CERTIFICADORAS .....                             | 10 |
| 1.4. ORGANIZACIÓN DE CRITERIOS<br>INTERNACIONALES .....            | 10 |
| 1.4.1. Problemas con la Diversidad de Criterios                    | 10 |
| 1.4.1.1. Comercio Injusto .....                                    | 11 |
| 1.4.1.2. Conflictos Éticos .....                                   | 11 |
| 1.4.1.3. Pérdida de Calidad en los<br>Estándares Exigidos .....    | 11 |
| 1.5. BÚSQUEDA DE LA UNIFICACIÓN<br>DE CRITERIOS .....              | 12 |
| 1.5.1. Las Normas ISO .....                                        | 12 |
| 1.5.2. El Programa de Eco-etiquetado<br>Europeo .....              | 12 |
| 1.5.3. Las Normas IFOAM .....                                      | 13 |

|                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| 1.5. BÚSQUEDA DE LA UNIFICACIÓN DE CRITERIOS ..                            | 12 |
| 1.6. ETAPAS DEL PROCESO DE CERTIFICACIÓN<br>CON SELLOS VERDES .....        | 13 |
| 1.6.1. Solicitud .....                                                     | 14 |
| 1.6.2. Revisión .....                                                      | 14 |
| 1.6.3. Inspección .....                                                    | 14 |
| 1.6.4. Consideración del Comité Evaluador .....                            | 15 |
| 1.7. LA CERTIFICACIÓN DE LAS BUENAS<br>PRÁCTICAS AGRÍCOLAS .....           | 15 |
| 1.8. ANTECEDENTES .....                                                    | 16 |
| 1.8.1. Formación y Surgimiento .....                                       | 16 |
| 1.8.2. Desarrollo en la Década de los Noventa ...                          | 17 |
| 2. RELACIONES TEÓRICAS ENTRE EL AMBIENTE<br>Y EL ECO-ETIQUETADO.....       | 18 |
| 2.1. LA ELECCIÓN DEL CONSUMIDOR<br>Y EL ECO-ETIQUETADO .....               | 12 |
| 2.1.1. El Problema Ambiental .....                                         | 18 |
| 2.1.2. El Perspectiva del Consumidor .....                                 | 18 |
| 2.1.3. Modelo Ampliado .....                                               | 20 |
| 2.2. IMPACTOS DEL PROGRAMA<br>DE ECO-ETIQUETADO .....                      | 21 |
| 2.2.1. Efectos sobre la Demanda .....                                      | 22 |
| 2.2.2. Efectos sobre la Oferta .....                                       | 23 |
| 2.2.2.1. La Empresa Mejora su Rentabilidad...                              | 23 |
| 2.2.2.2. Aumentar la Calidad y Cantidad<br>Ofrecida de los Productos ..... | 24 |
| 2.2.2.3. Incremento en los Precios .....                                   | 24 |
| 2.2.3. Efectos sobre el Comercio .....                                     | 25 |
| 2.3. REQUISITOS DE LOS PROGRAMAS<br>DE ECO-ETIQUETADO .....                | 25 |
| 2.3.1. Perspectiva de la Demanda .....                                     | 25 |
| 2.3.1.1. Capacidad de compra<br>de los Consumidores .....                  | 26 |
| 2.3.1.2. Información al Consumidor .....                                   | 27 |
| 2.3.1.3. Escala del Mercado .....                                          | 27 |
| 2.3.2. Perspectiva de la Oferta .....                                      | 27 |

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.3.2.1. Costos Iniciales .....                                               | 28 |
| 2.3.2.2. Incertidumbre y Riesgo.....                                          | 28 |
| 2.3.2.3. Escala de Producción .....                                           | 28 |
| 2.3.3. El papel del Sector Público Agropecuario ..                            | 29 |
| 2.3.3.1. Ámbito Interno .....                                                 | 29 |
| 2.3.3.2. Ámbito Externo .....                                                 | 30 |
| 3. EL PROBLEMA AMBIENTAL Y EL MARCO<br>NORMATIVO NACIONAL .....               | 31 |
| 3.1. MARCO NORMATIVO CANADIENSE .....                                         | 32 |
| 3.1.1. Generalidades .....                                                    | 32 |
| 3.1.2. Planes de Cumplimiento .....                                           | 33 |
| 3.1.3. Nivel de Tolerancia y Responsabilidad .....                            | 34 |
| 3.1.4. Tolerancia del Gobierno .....                                          | 34 |
| 3.1.5. Responsabilidad de la Empresa .....                                    | 35 |
| 3.1.6. Directrices sobre los Programas<br>de Sellos Verdes .....              | 36 |
| 3.1.7. Comentario .....                                                       | 37 |
| 3.2. MARCO NORMATIVO EUROPEO .....                                            | 38 |
| 3.2.1. Inicios de la Legislación<br>Ambiental Europea .....                   | 38 |
| 3.2.2. Principios de la Legislación<br>Ambiental Europea .....                | 39 |
| 3.2.3. Quinto Programa de Acción<br>Medioambienta .....                       | 40 |
| 3.2.3.1. Instrumentos Normativos .....                                        | 40 |
| 3.2.3.2. Instrumentos Económicos y Fiscales<br>(Denominados de Mercado) ..... | 40 |
| 3.2.3.3. Instrumentos Horizontales<br>de Apoyo .....                          | 40 |
| 3.2.3.4. Instrumentos de Asistencia<br>Financiera .....                       | 41 |
| 3.2.4. El Programa de Eco-etiquetado .....                                    | 42 |
| 3.2.5. Comentario .....                                                       | 43 |
| 4. EJEMPLOS Y CASOS PRÁCTICOS DE<br>PROGRAMAS DE ECO-ETIQUETADO .....         | 43 |
| 4.1. ALGUNOS EJEMPLOS DE PROGRAMAS<br>DE ECO-ETIQUETADO .....                 | 43 |
| 4.1.1. Corporación Colombiana<br>Internacional - CCI - (Colombia) .....       | 43 |
| 4.1.2. Enviromental Choice (Canadá) .....                                     | 44 |
| 4.1.3. Green Seal (Estados Unidos) .....                                      | 44 |
| 4.1.4. Eco-O.K. (Estados Unidos) .....                                        | 45 |