



Ecología de marca

ALGUNAS ETIQUETAS NO SON LO QUE ASEGURAN,
POR LO QUE CONVIENE DISTINGUIRLAS PARA HACER
UNA COMPRA AUTÉNTICAMENTE ECOLÓGICA

Las ecoetiquetas, o etiquetas ecológicas, se encuentran en productos y servicios respetuosos con el medio ambiente. Los consumidores, con su decisión de adquirirlos, influyen en el mercado para que se guíe por criterios más ecológicos. Sin embargo, aunque cada vez más personas reconocen este tipo de distintivos, gran parte de la población aún no sabe si un producto es más correcto que otro desde un punto de vista ambiental, como recuerda un estudio de la Fundación Entorno. La proliferación de todo tipo de etiquetas en los últimos años, en algunos casos con criterios más publicitarios que ecológicos, dificulta la decisión de compra del consumidor, por lo que la información veraz y el control de estas ecoetiquetas se convierten en indispensables.

ÉXITO DESIGUAL

A pesar de sus potenciales ventajas para el medio ambiente, las ecoetiquetas no se han consolidado en el mercado español, especialmente si se compara la situación actual con el éxito que han tenido en otros países europeos, que llevan años apostando por algunas de ellas. Al desconocimiento de los consumidores se une el escaso valor que muchos empresarios españoles confieren a estas etiquetas. Según un informe de la consultora Novotec, parte del sector empresarial considera que solicitar una ecoetiqueta parece más una cuestión de prestigio y que los beneficios derivados de su uso son nulos o muy reducidos en términos comerciales.

Por ello, conviene modificar la estructura de costes asociados a la ecoetiqueta y promocionarla en la sociedad. Los expertos señalan también el bajo nivel de implantación de la "Flor Europea" en los países comunitarios, aunque auguran un optimista despegue para los próximos años, en línea con el crecimiento de la conciencia ecológica de los consumidores.

Otra queja común es que los criterios de etiquetado ecológico no suelen tener en cuenta la situación de los países en vías de desarrollo. En este sentido, un etiquetado que pretenda ser ecológico y solidario debería contar con la participación de estos países para elaborar las normas medioambientales. ◀

TRES GRANDES GRUPOS

A pesar de que la mayoría de los consumidores no están familiarizados con estas etiquetas, no es necesario ser un especialista para distinguir información y publicidad. La división de las marcas de calidad medioambiental establece tres grandes grupos:

Privadas y auto-declaraciones

Grupo formado por ecotiquetas no oficiales, designadas por entidades privadas nacionales e internacionales, basándose en la normativa ecológica. Los logotipos de este grupo son también diversos:

Productos y servicios: en España, AENOR (Asociación Española de Normalización y Certificación) ofrece su sello para productos tan dispares como pinturas y barnices, archivadores o módulos fotovoltaicos. En el terreno de la madera ecológica, hay varios sistemas nacionales (CSA, SFI, CIFOR, NTCC) y regionales (PEFC), aunque el FSC es el único que cuenta con el reconocimiento general de instituciones, empresas y organizaciones ecologistas y solidarias a nivel mundial. Por su parte, la Asociación Internacional de Investigación y Ensayo en Ecología Textil coloca en los productos textiles su sello "Öko-tex".

Alimentación: la ONG "Vida Sana" ofrece un aval para productos alimentarios naturales, biológicos y no manipulados genéticamente.

Envases y embalaje: las asociaciones de fabricantes de materiales como acero, aluminio o cartón acunán logotipos en sus productos que cumplen con su reglamentación interna, como "Ecoacero", "Tetra Pak", "Pro cartón" o "Alu".

Ecoetiquetas oficiales

Estas ecoetiquetas están certificadas por un organismo público o de prestigio reconocido, que acredita el cumplimiento de los criterios ecológicos. Por lo general, se aplican a todo el ciclo de vida del producto: uso de recursos y energía, emisiones contaminantes, eliminación de residuos y efecto sobre los ecosistemas. En este grupo se ubican los siguientes distintivos:

Productos y servicios: en este apartado entran etiquetas comunitarias, como la “Flor Europea” de la UE; nacionales como el “Ángel Azul” de Alemania, la “NF- Medioambiental” de Francia, el “Cisne Blanco” de los países escandinavos, o el “Árbol para la protección medioambiental” de Austria; y autonómicas, como el “Distintivo de garantía de calidad ambiental” de la Generalitat de Catalunya.

Alimentación ecológica: normalmente para productos vegetales y animales que cumplan la normativa europea. También hay etiquetas comunitarias (“Agricultura ecológica”); nacionales (“AB - Agricultura Ecológica” de Francia, el “Eko” de Holanda, o el “Bioagricert” de Italia) y autonómicas (“Ecoetiqueta del CCPAE, Consejo Catalán de Producción Agraria Ecológica”).

Envases y embalaje: el “punto verde” identifica en Europa a los envasadores y productores que pagan unas tasas para la recogida selectiva de envases y embalajes, ya sean de papel, cartón, plástico o vidrio, excepto en el caso de los retornables. El “triángulo de Moebius” es una etiqueta europea que indica el material del producto para facilitar su recogida y reciclaje. Por su parte, la industria farmacéutica española reutiliza y recicla sus productos gracias al “Sistema Integrado de Gestión y Recogida de Envases” (SIGRE), con puntos de recogida en todas las farmacias del país.

Peligrosidad: la industria química debe utilizar en Europa una serie de pictogramas que informan de la toxicidad y peligrosidad de sus productos, como pinturas, productos de limpieza, etc., a fin de hacer un buen uso de ellos.

Energía: los consumidores pueden frenar el gasto energético, principal causa de la contaminación atmosférica, comprando y utilizando racionalmente electrodomésticos con etiquetas de eficiencia energética lo más cercanas posible a la letra A. Los fabricantes están obligados a aportar esta información, por lo que se puede exigir si no aparece en el producto. Asimismo, la industria del automóvil en España tiene también que informar mediante una etiqueta del consumo de combustible y las emisiones de CO₂ de los turismos.

Productos y servicios



Alimentación ecológica



Energía



Envases y embalajes



Peligrosidad



Productos y servicios



Envases y embalajes



Auto-declaraciones ambientales

Se incluyen todo tipo de símbolos y leyendas como “papel ecológico”, “libre de cloro”, “no altera la capa de ozono”, “amigo del medio ambiente”, etc. Se encuentran en productos de limpieza, papel y plástico que el propio fabricante coloca, sin que dicha información pueda verificarse técnicamente. Para controlar la publicidad de los productos ecológicos, la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) ha desarrollado la norma ISO 14.021.