



Conferencia de las  
Naciones Unidas sobre  
Comercio y Desarrollo

Distr.  
GENERAL

TD/B/WG.6/5  
28 de marzo de 1995

ESPAÑOL  
Original: INGLÉS

JUNTA DE COMERCIO Y DESARROLLO  
Grupo Especial de Trabajo sobre el comercio,  
el medio ambiente y el desarrollo  
Segundo período de sesiones  
Ginebra, 6 de junio de 1995  
Tema 4 del programa provisional

ASPECTOS COMERCIALES, AMBIENTALES Y DE DESARROLLO  
DEL ESTABLECIMIENTO Y FUNCIONAMIENTO DE PROGRAMAS  
DE ECOETIQUETADO

Informe de la secretaría de la UNCTAD

INDICE

	<u>Párrafos</u>	<u>Página</u>
RESUMEN . . . . .	1 - 7	4
I. EFECTOS DEL ECOETIQUETADO EN EL COMERCIO . . . . .	8 - 15	6
A. Productos incluidos en los sistemas de ecoetiquetado . . . . .	11	7
B. Posibles efectos discriminatorios . . . . .	12	7
C. Costos de cumplimiento y competitividad de las exportaciones de los productores de países en desarrollo . . . . .	13	8
D. El ecoetiquetado y las normas del comercio internacional . . . . .	14 - 15	9

INDICE (continuación)

	<u>Párrafos</u>	<u>Página</u>
II. EFECTOS DEL ECOETIQUETADO EN EL MEDIO AMBIENTE . .	16 - 40	9
A. Introducción . . . . .	16 - 20	9
B. Determinación de los criterios del ecoetiquetado . . . . .	21 - 29	11
1. Los PMP, los productos importados y el consumidor . . . . .	24 - 26	12
2. Criterios de ecoetiquetado destinados a resolver los problemas ambientales globales . . . . .	27 - 29	12
C. Las cuotas de mercado de los productos ecoetiquetados . . . . .	30 - 35	13
1. Las preferencias del consumidor por los productos ecoetiquetados . . . . .	31	13
2. Compras del sector público . . . . .	32	14
3. La reacción de los productores al ecoetiquetado . . . . .	33 - 35	15
D. Efectos ambientales en los países en desarrollo	36 - 40	16
1. Efectos de los programas de ecoetiquetado en los países desarrollados . . . . .	36 - 38	16
2. El ecoetiquetado en los países en desarrollo . . . . .	39 - 40	16
III. ASPECTOS DE LA RELACION ENTRE EL ECOETIQUETADO Y EL DESARROLLO . . . . .	41 - 46	17
A. Los problemas de las pequeñas empresas . . . .	42	17
B. Los problemas de los países menos adelantados .	43 - 44	18
C. Función de los organismos prestatarios de ayuda	45 - 46	18

INDICE (continuación)

	<u>Párrafos</u>	<u>Página</u>
IV. PROBLEMAS SECTORIALES . . . . .	47 - 58	19
A. Pasta de madera y papel . . . . .	48 - 50	19
B. Productos textiles y prendas de vestir . . . . .	51 - 53	21
C. Calzados . . . . .	54 - 58	23
V. CONSIDERACION DE LOS INTERESES DE LOS PAISES EN DESARROLLO . . . . .	59 - 90	25
A. Transparencia . . . . .	60 - 77	25
1. Conceptos de transparencia . . . . .	60 - 62	25
2. La transparencia en las diferentes fases del proceso de ecoetiquetado . . . . .	63 - 69	26
3. Estudios de mercado y estudios complementarios . . . . .	70 - 72	27
4. Los parámetros de una mayor transparencia	73 - 77	28
B. Los principios rectores . . . . .	78 - 80	29
C. Determinación de los criterios relacionados con los PMP . . . . .	81 - 86	29
1. Exenciones . . . . .	82	30
2. Cumplimiento de los reglamentos ambientales del país . . . . .	83 - 84	30
3. La etapa "desde el principio hasta el punto de exportación" . . . . .	85 - 86	31
D. Equivalencia . . . . .	87	31
E. Reconocimiento mutuo . . . . .	88 - 90	31
VI. ASISTENCIA TECNICA . . . . .	91 - 96	32
VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES . . . . .	97 - 101	33

## RESUMEN

1. De conformidad con sus atribuciones, el Grupo Especial de Trabajo sobre el comercio, el medio ambiente y el desarrollo debe examinar, entre otras cuestiones, la cooperación internacional en materia de ecoetiquetado. El Grupo inició su labor sobre este tema en su primer período de sesiones, celebrado del 28 de noviembre al 2 de diciembre de 1994, y centró sus debates en: i) el análisis comparado de los programas existentes y previstos con miras a estudiar conceptos como el reconocimiento mutuo y las equivalencias; y ii) el examen de la posibilidad de tener en cuenta los intereses de los países en desarrollo en la elaboración de los criterios de ecoetiquetado. El informe de la secretaría TD/B/WG.6/2, sobre "ecoetiquetado y oportunidades de mercado para los productos no perjudiciales para el medio ambiente" facilitó las deliberaciones 1/. El Grupo de Trabajo decidió proseguir sus debates en el segundo período de sesiones con el examen del tema "Aspectos comerciales, ambientales y de desarrollo del establecimiento y funcionamiento de programas de ecoetiquetado".

2. A partir del análisis presentado en el informe TD/B/WG.6/2 y de los debates sostenidos en el primer período de sesiones, se examinan en el capítulo I los efectos del ecoetiquetado sobre el comercio. Se aduce el argumento de que cuando el ecoetiquetado constituye un factor importante en el punto de venta, sus repercusiones pueden ser similares a las de las medidas de regulación. Los efectos en el comercio dependen entonces de la gama de productos incluidos en los programas de ecoetiquetado, del coste del cumplimiento de las normas y de las posibles consecuencias discriminatorias para los productores extranjeros. En algunos casos el ecoetiquetado, si bien no afecta los productos objeto de comercio propiamente dichos, puede influir en el comercio de los insumos utilizados para esos productos.

3. Los efectos ambientales del ecoetiquetado (capítulo II) dependen de la pertinencia y la importancia de los criterios del ecoetiquetado, así como de la cantidad de productos ecoetiquetados. El ecoetiquetado sólo puede constituir un instrumento eficaz de comercialización a efectos ambientales cuando el público tiene conocimiento de los programas de ecoetiquetado y de la existencia de productos ecoetiquetados y cuando los productores se muestran interesados en poner en los puntos de venta un volumen apreciable de productos ecoetiquetados. La experiencia demuestra que esos programas pueden tener efectos contradictorios por lo que hace al número de productos ecoetiquetados y a la participación de esos productos en el mercado. En los países en desarrollo, comoquiera que el mercado interno de productos no perjudiciales para el medio ambiente suele ser pequeño, las ecoetiquetas sólo tendrán efectos apreciables si los ajustes que se hagan para cumplir los requisitos de la etiqueta contribuyen también a aumentar la competitividad en el mercado de exportación.

4. Por lo que respecta a los efectos del ecoetiquetado en el desarrollo (capítulo III), la preocupación principal es que los efectos contraproducentes del ecoetiquetado en las exportaciones de los países en desarrollo tengan alguna repercusión negativa en su proceso de desarrollo. La aplicación de los criterios del ecoetiquetado puede resultar costosa para

las empresas de los países en desarrollo, en particular para las de los países menos adelantados y para las empresas pequeñas y medianas. Por consiguiente, en la selección de las categorías de productos que hayan de ser objeto de ecoetiquetado y en la determinación de los criterios es importante considerar los efectos del ecoetiquetado en los países en desarrollo, en especial en los menos adelantados. El ecoetiquetado no tiene por objeto ni puede constituir primordialmente un instrumento de desarrollo de los países en desarrollo.

5. En el capítulo IV se examinan varios de los problemas planteados en el informe partiendo de unos cuantos estudios monográficos que abarcan tres sectores de exportación que interesan a los países en desarrollo. El papel, los textiles y las prendas de vestir y el calzado. En esos tres sectores, el que un producto reúna o no las condiciones para llevar una ecoetiqueta depende en gran medida de los materiales utilizados, y muchos de los criterios correspondientes guardan relación con los procesos y métodos de producción (PMP). Por ejemplo, en los criterios de ecoetiquetado del calzado entran otros criterios de proceso de producción que tienen que ver con el curtido del cuero. En casi todos los estudios sectoriales se señala que la observancia de los ecocriterios en el caso de determinados productos puede tener efectos importantes en la competitividad, en particular para las pequeñas empresas.

6. En el capítulo V se proponen medios para tener en cuenta los intereses de los países en desarrollo en el ecoetiquetado. En él se elaboran más a fondo las propuestas hechas en el informe TD/B/WG.6/2, en particular en lo que respecta a problemas tales como la transparencia y la aplicación de los criterios relacionados con los PMP a los productos importados, habida cuenta de los debates sostenidos en el primer período de sesiones del Grupo de Trabajo, así como de los nuevos análisis preparados por la secretaría. Se señala que el ecoetiquetado, si bien puede constituir un proceso bastante transparente en el ámbito interno, parece carecer de esa transparencia cuando abarca productos cuya exportación es de considerable interés para productores extranjeros. En la sección A del capítulo V se estudian los parámetros que pueden ayudar a los órganos encargados del ecoetiquetado a determinar las categorías de productos cuya exportación reviste especial interés para los países en desarrollo. Se argumenta que la transparencia total requeriría que, además de los fabricantes de los productos sujetos al ecoetiquetado, los proveedores de los materiales de fabricación interviniesen también en el proceso de determinación de los criterios.

7. La ISO ha avanzado en la elaboración de un proyecto de principios rectores destinado a asegurar la credibilidad y el carácter no discriminatorio del ecoetiquetado. Hay varias cuestiones, sin embargo, que siguen siendo motivo de preocupación, tales como la relación entre el ecoetiquetado y los preceptos del sistema de comercio multilateral, en particular, del Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio (cuestión ya incluida en las atribuciones del Comité de Comercio y Medio Ambiente de la OMC); los costos de transacción originados por la coexistencia de diferentes sistemas de ecoetiquetado; y la aplicación de criterios relacionados con los PMP a los productos importados. También se señala en el

informe que en el caso de los productos casi exclusivamente importados, como los textiles y el calzado, la determinación de ecoetiquetas debe abordarse con gran cautela. Hay que ser particularmente prudente cuando los criterios aplicables a esos productos se basan en los PMP. Es preciso, pues, analizar más a fondo conceptos tales como el reconocimiento mutuo y la "equivalencia".

#### I. EFECTOS DEL ECOETIQUETADO EN EL COMERCIO

8. En el momento de redactar el presente informe, no había ningún productor de país en desarrollo que utilizase el ecoetiquetado de "tipo I" (ecoetiquetas concedidas por un tercero a los productos que cumplen unos criterios ambientales predeterminados) 2/ para comercializar sus productos en cualquier país de la OCDE. No se dispone de datos sobre las solicitudes denegadas, pero es probable que los productores de países en desarrollo todavía no hayan solicitado tales etiquetas. Es posible, sin embargo, que dichos productores hayan sido afectados de dos maneras. En primer lugar, el ecoetiquetado puede haber reducido la competitividad de los productos no etiquetados en un mercado dado. Se ha señalado, por ejemplo, que las importaciones noruegas de papel fino de procedencia brasileña disminuyeron apreciablemente después de la introducción de una ecoetiqueta 3/. En segundo lugar, el etiquetado ambiental puede haber tenido efectos en los proveedores de los materiales utilizados para fabricar productos ecoetiquetados. Es difícil saber si tales efectos ya se han manifestado. Sin embargo, la gran preocupación mostrada por los exportadores brasileños de pasta de papel con motivo de una ecoetiqueta recientemente introducida por la Unión Europea para el papel de seda tenía que ver precisamente con esos efectos indirectos. Por otra parte, el ecoetiquetado del calzado podría tener efectos en las curtidurías de los países en desarrollo 4/.

9. Los posibles efectos del ecoetiquetado en el comercio se analizaron detalladamente en el documento TD/B/WG.6/2. El ecoetiquetado promueve la diferenciación de los productos en función de su calidad ambiental y, por ende, puede tener efectos en la competitividad. Como el ecoetiquetado es de carácter voluntario, las empresas exportadoras tienen que elegir entre solicitar la etiqueta (y basar su competitividad en factores distintos del precio) o seguir vendiendo productos no etiquetados (y basar su competitividad en factores de precios). Mas cuando el ecoetiquetado constituye un factor importante en el lugar de venta, sus efectos pueden ser similares a los de una reglamentación obligatoria. En tales casos el ecoetiquetado plantea cuestiones de acceso al mercado, en particular cuando se siente como una discriminación contra los productores extranjeros.

10. El ecoetiquetado practicado en los países desarrollados puede hacer que los productores de los países en desarrollo consigan ciertas ventajas de precio que pueden no existir en sus mercados. Una de las cuestiones decisivas que se plantean es saber si el hecho de proponerse la conquista de un sector del mercado para los productos ecoetiquetados permite a las empresas recuperar -gracias al precio o a la expansión de la cuota de mercado- los costos que entrañan la adaptación de sus procesos de producción y la utilización de materiales que cumplan los criterios del ecoetiquetado.

Como se señalará en el capítulo II, a veces los consumidores no reaccionan al ecoetiquetado y puede resultar difícil conseguir ventajas basadas en el precio. De ello se sigue que los costos suplementarios ocasionados por la obtención de ecoetiquetas puedan representar cierto riesgo económico.

A. Productos incluidos en los sistemas de ecoetiquetado

11. Los programas de ecoetiquetado abarcan diversas categorías de productos. Algunas de ellas, tales como los productos de papel, los detergentes, las pilas, las pinturas y ciertos aparatos domésticos, están incluidas en varios programas. Muchas categorías de productos se seleccionan en función de sus características en la fase de eliminación o en función de su posible contribución al reciclado. Existen otras razones por las cuales ciertas categorías de productos pueden figurar en varios programas. Por ejemplo, el éxito -por lo que hace a la reacción de los productores- del ecoetiquetado de determinadas categorías de productos puede dar lugar a que en otros programas se incluyan categorías similares. El análisis de las categorías de productos señaladas para el ecoetiquetado indica también que los países en desarrollo están cada vez más expuestos a los efectos de los programas de ecoetiquetado de los países desarrollados, en particular los de la Unión Europea. Como resultado, principalmente, de las ecoetiquetas propuestas para los textiles (camisetas de algodón y ropa de cama) y el calzado, casi el 45% del valor de las importaciones de productos de las categorías señaladas para el ecoetiquetado en la Unión Europea se origina de países en desarrollo y de China 5/.

B. Posibles efectos discriminatorios

12. Aunque los criterios de la concesión de etiquetas son los mismos para los proveedores nacionales que para los extranjeros, en la práctica el ecoetiquetado puede discriminar contra los extranjeros. Hasta cierto punto, las dificultades con que tropiezan los proveedores extranjeros para obtener una ecoetiqueta representan la desventaja normal del exportador frente al productor nacional. Sin embargo, ciertos aspectos del ecoetiquetado, tales como el planteamiento global, desde el principio hasta el fin, intensifican sus posibles efectos discriminatorios, en particular contra los productores de los países en desarrollo. Los efectos potencialmente discriminatorios son atribuibles a varios factores:

- a) El ecoetiquetado tiende a basarse en las prioridades ambientales internas y las tecnologías del país importador y puede pasar por alto productos y procesos de fabricación aceptables del país de producción. A menudo, los criterios del ecoetiquetado no tienen flexibilidad suficiente para reflejar las condiciones ambientales pertinentes y las prioridades del país de producción.
- b) La definición de las categorías de productos y la determinación de criterios y valores límite puede favorecer indebidamente a los productores nacionales frente a los extranjeros. Puede ocurrir que

los criterios del ecoetiquetado se especifiquen en función de tecnologías a las que las empresas nacionales tienen un más fácil acceso.

- c) El ecoetiquetado puede obligar a los productores extranjeros a cumplir criterios que carecen de pertinencia en el país de producción 6/. Así, la empresa que desee cumplir los requisitos de la ecoetiqueta, habrá de importar las tecnologías que se hayan diseñado para luchar contra contaminantes que plantean un problema en el país de importación pero no en el país de producción 7/.
- d) Las infraestructuras ambientales pueden variar muchísimo según los países (por ejemplo, las plantas de tratamiento de aguas residuales; las plantas de tratamiento de desechos sólidos; las estaciones de reciclado) 8/.
- e) El suministro de sustancias químicas y otras materias que sean de uso aceptable en los productos ecoetiquetados puede resultar difícil para los productores extranjeros, en particular en los países en desarrollo. También es posible que haya discriminación contra los proveedores extranjeros de insumos destinados a los productos ecoetiquetados.
- f) Puede ocurrir que ciertos parámetros utilizados para calcular los efectos ambientales de los productos a lo largo de todo su ciclo de vida se basen en datos reunidos en el país importador o en países que tienen condiciones ambientales comparables y, por consiguiente, exageren las repercusiones ambientales en el país de producción. Por ejemplo, los parámetros utilizados para estimar la energía gastada en la fabricación de los productos pueden no reflejar las condiciones del país de producción.

C. Costos de cumplimiento y competitividad de las exportaciones de los productores de países en desarrollo

13. Sólo recientemente se han empezado a incluir en los programas de ecoetiquetado de los países desarrollados productos cuya exportación interesa de manera apreciable a los países en desarrollo y los productos de estos últimos todavía no han utilizado las ecoetiquetas del tipo I. No se dispone, pues, de datos empíricos sobre los costos que supone para los productores de los países en desarrollo el cumplimiento de los criterios. Sin embargo, varios estudios monográficos llevados a cabo en los países en desarrollo por equipos de investigación, en el marco de un proyecto de cooperación técnica patrocinado por el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo indica que los costos del ajuste pueden ser importantes para las empresas que desean cumplir los criterios del ecoetiquetado. En particular, deben tenerse en cuenta los costos que entrañan el uso de sustancias químicas concretas y de otras materias primas, la inversión de capital y los procedimientos de prueba y verificación. El diseño y la fabricación de un producto que satisfaga los criterios ambientales pueden ser particularmente costosos para los pequeños productores (véase el capítulo III). Además, los criterios



relacionados con el proceso de producción, que suelen basarse en las condiciones ambientales y tecnológicas del país importador, pueden acarrear importantes desembolsos a los productores extranjeros. Otros factores de costo son los cánones de licencia (véase también el informe TD/B/WG.6/2, párrafos 34 a 41).

D. El ecoetiquetado y las normas del comercio internacional

14. El afianzamiento de la cooperación internacional y una mayor transparencia revisten importancia decisiva para evitar o mitigar los posibles efectos contraproducentes del ecoetiquetado en el comercio. A este respecto, es importante dilucidar la relación del ecoetiquetado con la OMC, en particular el Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC).

15. Contra lo que muchas veces se sostiene, el hecho de que el ecoetiquetado sea un instrumento voluntario o sea aplicado por organismos no gubernamentales no significa por sí mismo que quedaría fuera del alcance del acuerdo OTC. Las normas voluntarias aplicadas por la administración central, los gobiernos locales, los organismos no gubernamentales o regionales están incluidas, de hecho, en el Código de Buena Conducta para la Elaboración, Adopción y Aplicación de Normas (anexo 2 del Acuerdo OTC). La utilización de criterios de fabricación que no estén relacionados con el producto (ecoetiquetado) puede revestir importancia decisiva en el marco de la relación entre el ecoetiquetado y las normas de la OMC.

II. EFECTOS DEL ECOETIQUETADO EN EL MEDIO AMBIENTE

A. Introducción

16. Se ha intensificado en los últimos años, particularmente en los países desarrollados, la preocupación por los efectos de los productos en el medio ambiente. Tradicionalmente, las políticas ambientales elaboradas en función de los productos se centraban en una etapa del ciclo de vida del producto, en general la de utilización o de eliminación, y en un aspecto ambiental particular (el planteado por una sola sustancia contenida en el producto). Las normas y reglamentos técnicos eran con frecuencia los instrumentos preferidos para llevar a la práctica esas políticas.

17. Las políticas ambientales relacionadas con productos concretos están enderezadas, cada vez más, a promover patrones de consumo que reduzcan la presión sobre el entorno. En el Programa 21 se reconoció que "los países desarrollados deben ser los primeros en lograr modalidades de consumo sostenibles" 2/. Las políticas centradas en productos tienen por objeto alentar a los fabricantes, los minoristas y los consumidores a reducir continuamente las repercusiones ambientales de los productos 10/. El alcance de las decisiones políticas específicas de un producto relacionadas con el entorno se va ampliando y abarca cada vez más aspectos ambientales, en particular los relacionados con el "desarrollo sostenible", así como con las diversas etapas del ciclo de vida del producto. Por ejemplo, esas políticas tratan de aminorar la cantidad de energía y de

materiales contenida en los productos, reducir al mínimo los desperdicios, eliminar las sustancias peligrosas, promover la reutilización y el reciclado y prolongar el tiempo de utilización del producto. Recurren para ello a una amplia gama de instrumentos, en particular las medidas de regulación, los instrumentos basados en el mercado y otros medios basados en la información, muchos de los cuales son voluntarios, tales como el ecoetiquetado.

Las medidas que informan y educan al consumidor en cuanto a las ventajas ambientales de un producto pueden crear una presión de la demanda que dé lugar a innovaciones, complementando así la reglamentación o sustituyéndola. Los planteamientos basados en la información del consumidor fomentan la innovación tanto porque no limitan la flexibilidad de la reacción a las preocupaciones ambientales como porque dan a las empresas un incentivo para rebasar las normas vigentes 11/.

18. En varios países desarrollados se atribuye un alto grado de prioridad a las políticas reguladoras de los productos de consumo. La preferencia del consumidor por productos no perjudiciales para el medio ambiente, la existencia de una infraestructura ambiental y la utilización de las tecnologías más avanzadas pueden facilitar la aplicación eficaz de políticas centradas en un producto destinadas a reducir la presión sobre el entorno. En varios casos esas políticas han tenido mucho éxito. Por ejemplo, en los Países Bajos más del 95% de los detergentes están exentos de fosfatos desde 1990, en gran parte como resultado de un pacto 12/. Por lo que respecta al ecoetiquetado, se ha manifestado que, en el caso del Programa Angel Azul de Alemania, pocos años después de la introducción de ecoetiquetas para los calentadores de aceite y de gas, las emisiones de dióxido de azufre, monóxido de carbono y óxidos de nitrógeno disminuyeron en más de un 30% y que la eficiencia energética de esos aparatos había mejorado significativamente. Asimismo, después de la introducción de una ecoetiqueta, la cuota de mercado de las pinturas y barnices de bajo contenido de disolventes pasó del 1% al 50% y se calculó, al mismo tiempo, que la cantidad de disolventes liberada en el medio ambiente había disminuido en unas 40.000 toneladas 13/.

19. En los países en desarrollo las medidas centradas en productos pueden ser menos eficaces como instrumento de política ambiental. Ello se debe a que la demanda interna de productos inocuos para el medio ambiente es floja, a que la infraestructura ambiental suele ser deficiente y a que existe en la economía un importante sector subterráneo. Las condiciones y las prioridades ambientales de los países en desarrollo son distintas de las de los países desarrollados. Por ejemplo, es muy posible que haya de darse prioridad a la inversión en infraestructura básica.

20. Resulta difícil conocer el grado de eficacia que ha tenido el ecoetiquetado en cuanto a la reducción de las presiones sobre el medio ambiente. La secretaría de la UNCTAD no tiene noticia de ningún estudio en que se haya intentado hacer una evaluación sistemática de los efectos de los actuales programas de ecoetiquetado en el medio ambiente. Lo que sí puede decirse es que los efectos ambientales del ecoetiquetado dependen en gran parte de la pertinencia y la importancia de los criterios en que se basa, así como de la cuota de mercado correspondiente a los productos ecoetiquetados, la cual, a su vez, depende de las preferencias del consumidor por los

productos ecoetiquetados y la facilidad con que los productores y los proveedores responden a esas preferencias. Así, pues, para que el ecoetiquetado constituya un instrumento eficaz de comercialización, el público debe conocer la existencia de los programas de ecoetiquetado y los productos ecoetiquetados, y los productores deben estar interesados en poner a la venta un volumen importante de productos ecoetiquetados en el mercado.

#### B. Determinación de los criterios del ecoetiquetado

21. Los programas de ecoetiquetado difieren considerablemente entre sí por lo que respecta a la severidad y el alcance de los criterios, así como a la utilización del análisis del ciclo de vida (ACV). Es posible que la credibilidad de los programas de ecoetiquetado exija la determinación de criterios rigurosos. Sin embargo, también puede existir un mecanismo de compensación entre unos criterios rigurosos, que estimulan la innovación tecnológica, y otros que sean más fáciles de aplicar y contribuyan a hacer más visible el ecoetiquetado.

22. En principio, en el ecoetiquetado se sigue un planteamiento global, de criterios múltiples y referido al ciclo de vida de un producto, de manera que la ecoetiqueta ponga en conocimiento del consumidor una reducción real de las presiones sobre el medio ambiente y no una mera transferencia de efectos entre los diversos medios o las diversas fases del ciclo de vida del producto. En la práctica, sin embargo, puede ocurrir que los criterios se refieran solo a un aspecto o varios de los aspectos ambientales y sólo a una parte del ciclo de vida del producto. Por ejemplo, el Instituto del Medio Ambiente de Alemania sostiene que la evaluación de la mayoría de los grupos de productos demuestra que domina un aspecto concreto del medio ambiente 14/. Los programas japoneses de ecoetiquetado también se concentran en un sólo aspecto ambiental, que normalmente guarda relación con las fases de utilización y eliminación de un producto (véase TD/B/WG.6/2, recuadro 4).

23. El ACV puede plantear problemas conceptuales y prácticos, sobre todo cuando en el ciclo de vida del producto intervienen varios países que difieran considerablemente entre sí en cuanto a las condiciones y prioridades ambientales. Así ocurre, en particular, en el caso de los criterios relacionados con los efectos ambientales en las fases iniciales tales como la extracción de materias primas, así como a los procedimientos y métodos de producción (PMP). En el primer período de sesiones del Grupo de Trabajo se consideró que tal vez habría que aceptar en los sistemas de ecoetiquetado variaciones de los criterios basados en los PMP según los países, de conformidad con los niveles de tolerancia y las preferencias sociales. Además, se insistió en que el recurso a criterios de procesos de fabricación podría plantear problemas de aplicación extraterritorial de las prioridades ambientales del país importador 15/. En el capítulo V (sección C) se hacen algunas sugerencias para resolver el problema de los PMP.

1. Los PMP, los productos importados y el consumidor

24. En la medida en que los efectos ambientales son, por naturaleza, locales, el entorno del país importador no puede quedar afectado por los PMP utilizados en otros países, pues tales PMP sólo influyen en el entorno del país de producción. Los argumentos que con frecuencia se utilizan para aplicar criterios relacionados con los PMP a los productos importados son i) que sirven para dar información al consumidor preocupado por los efectos ambientales de los productos que consume, dondequiera que se produzcan esos efectos, y para salvaguardar la credibilidad del programa; ii) que con ello se evitan las distorsiones competitivas que, según se afirma, surgirían si se obligase a los productores nacionales a aplicar criterios más estrictos que sus competidores extranjeros a fin de conseguir la etiqueta.

25. Uno de los objetivos del ecoetiquetado consiste en dar información a los consumidores. Mas la ecoetiqueta, tal como se interpreta en la actualidad, sólo informa al consumidor de que un producto respeta los criterios y los umbrales fijados por el programa de ecoetiquetado del país importador. Cuando esos criterios pasan por alto los PMP aceptables desde el punto de vista ambiental en el país de fabricación o son inapropiados o carentes de pertinencia en el marco de las condiciones locales de ese país, las ecoetiquetas dejan de proporcionar al consumidor la información pertinente 16/.

26. Además, la información que puede interesar a un consumidor se refiere generalmente a la calidad ambiental. Se reconoce comúnmente que las normas de calidad ambiental pueden reflejar diferencias en la capacidad de absorción y las "cargas críticas". Ahora bien, los criterios del ecoetiquetado suelen basarse en normas de emisión o de tecnología que son bastante inflexibles y pasan por alto el hecho de que, aun cuando dos países tengan las mismas normas de calidad ambiental, es legítimo que los países que están relativamente mejor dotados en recursos ambientales o que registran presiones relativamente menores sobre el medio ambiente apliquen normas de emisión menos estrictas 17/. La utilización de criterios concretos relacionados con los PMP en el ecoetiquetado, tal como se interpreta en la actualidad, parece pasar por alto estos conceptos de amplia aceptación.

2. Criterios de ecoetiquetado destinados a resolver los problemas ambientales globales

27. En principio, varios de los problemas señalados en la sección anterior no se plantearían si los requisitos del ecoetiquetado comprendiesen criterios de PMP relacionados con los problemas globales del medio ambiente. Cabe observar, sin embargo, que la inclusión de tales criterios en el ecoetiquetado puede acarrear ciertas desventajas. Los criterios establecidos unilateralmente en el programa de ecoetiquetado del país importador pueden no tener en cuenta ciertos objetivos de aceptación internacional fijados para grupos diferentes de países en el marco de los acuerdos multilaterales sobre el medio ambiente (AMMA). Esos objetivos son negociados por los gobiernos y

pueden variar según los grupos de países, habida cuenta de las responsabilidades comunes, pero diferenciadas, de todos los países ante los problemas globales del medio ambiente.

28. Si bien los AMMA suelen definir derechos y obligaciones a nivel de los países, las ecoetiquetas se otorgan a productos. En un estudio monográfico se observa que podría resultar inapropiado denegar a una empresa determinada el derecho a utilizar una ecoetiqueta sobre la base de los criterios uniformes de ecoetiquetado del programa del país importador, cuando el país de producción cumple los objetivos de aceptación internacional 18/.

29. Sin embargo, en otros casos el ecoetiquetado puede contribuir a alcanzar los objetivos internacionalmente aceptados, siempre que los criterios se basen en un proceso internacional. Un caso que puede traerse a colación es el del ecoetiquetado en el sector de la madera. En un estudio se llega a la conclusión de que el ecoetiquetado en este sector puede contribuir a restablecer los mercados muy erosionados de las maderas tropicales y los productos de maderas tropicales 19/.

### C. Las cuotas de mercado de los productos ecoetiquetados

30. Por sí misma, la fijación de criterios de ecoetiquetado no garantiza la mejora del medio ambiente. El ecoetiquetado sólo puede tener efectos ambientales en la medida en que los productos ecoetiquetados logran ocupar una porción apreciable del mercado. También debe tenerse en cuenta que, a veces, el establecimiento de estrictos criterios de ecoetiquetado no producen más que efectos menores en el medio ambiente a causa de las limitaciones de la oferta. Por ejemplo, puede resultar difícil técnicamente producir cantidades apreciables de "prendas de vestir ecológicas" en vista del reducido abastecimiento de algodón cultivado por medios orgánicos y de tintes inocuos para el medio ambiente.

#### 1. Las preferencias del consumidor por los productos ecoetiquetados

31. El conocimiento de los programas de ecoetiquetado se está difundiendo cada vez más entre los consumidores. Unas encuestas llevadas a cabo en 1993 indican que el 53% de los consumidores del Japón conocían la Ecomarca, mientras que sólo eran un 22% en 1990. Otra encuesta realizada en Singapur en marzo de 1994 demostró que más de la mitad de la población reconocía la marca Etiqueta Verde. En el Canadá, la difusión del Ecologotipo nacional alcanzó al 51% de la población en 1993, mientras que sólo era conocida por el 19% en 1990; en Noruega el conocimiento del Cisne Blanco entre el público aumentó del 12% en 1992 al 66% en 1994 20/. Con todo, las preferencias del consumidor por los productos ecoetiquetados, así como su disposición a pagar un precio más alto suelen variar muchísimo según los productos. Las encuestas entre los consumidores indican que muchos de ellos están dispuestos a pagar más por los productos inocuos para el medio ambiente. Sin embargo, puede haber diferencias entre la voluntad que se expresa y el comportamiento efectivo a la hora de comprar.

Recuadro 1Número de categorías de productos y de productos en los distintos programas de ecoetiquetado

Febrero/marzo de 1995

Categorías de productos para los cuales se establecen criterios		Ecoetiquetas concedidas			
		Categorías de productos	Fabricantes	De los cuales extranjeros	Productos
Canadá	31	15	116	17	1 500
Unión Europea	5	1	1	-	8
Alemania <u>1/</u>	81	61	1 058	175	4 353
Japón	65	63	1 039	22	2 322
Países Bajos <u>2/</u>	20	4	10	3	40
Países nórdicos	31	15	182	19	

Fuente: UNCTAD.

1/ Alemania: al 2 de marzo de 1995 se habían fijado criterios de ecoetiquetado para 81 categorías de productos. Se estaban elaborando criterios para otras 34 categorías.

2/ Países Bajos: al 20 de febrero de 1995 se habían concedido ecoetiquetas a cuatro categorías de productos. Se espera que éstas lleguen a siete para el mes de junio de 1995.

2. Compras del sector público

32. Aparte de los consumidores, los compradores institucionales, en particular los gobiernos, constituyen un mercado potencial para los productos ecoetiquetados. En varios países de la OCDE se fomenta la inclusión de consideraciones ambientales en las compras del sector público 21/, aunque en general no se formula explícitamente ninguna preferencia por los productos ecoetiquetados 22/. Por ejemplo, en el Canadá, el Código de Buena Gestión Ambiental tiene por objeto ayudar a los organismos federales a incorporar a sus prácticas y operaciones consideraciones ambientales, incluso en lo que se refiere a la compra de bienes y servicios, pero el Código no formula explícitamente su apoyo al Programa de Selección Ambiental del Canadá (PSA). La Dirección de Abastecimientos y Servicios del Canadá (ASC), que es la dependencia del Gobierno Federal encargada de las compras, adquiere productos inocuos para el medio ambiente, pero basa sus decisiones en consideraciones

comerciales. A veces, los municipios son más explícitos en su preferencia por los productos ecoetiquetados. En 1990 la Asociación de Ciudades Canadienses pro Estrategias Ambientalmente Inocuas, en la que están representados ayuntamientos de todo el Canadá, reconoció que el PSA era el único mecanismo disponible para lograr que los productos cumplieren las normas ambientales. En consecuencia, los encargados municipales de las adquisiciones intentan, hasta donde les es posible, conseguir productos que lleven el Ecologotipo del PSA (en función de la disponibilidad y del precio) 23/. En Suecia varios ayuntamientos han decidido por su cuenta que los aspectos sanitarios y ambientales de los productos desempeñarán un papel fundamental en sus decisiones de compra.

### 3. La reacción de los productores al ecoetiquetado

33. La experiencia demuestra que a veces resulta difícil llevar a la práctica programas de ecoetiquetado que logren movilizar la adhesión de los productores. Por ejemplo, el Programa de Selección Ambiental del Canadá (PSA) ha elaborado criterios para 31 categorías de productos, pero sólo se utilizan ecoetiquetas para 15 de esas categorías (véase el recuadro 1). Además, una gran parte de los ingresos del PSA por concesión de licencias proceden sólo de dos categorías de productos: las pinturas y el papel fino. En la actualidad, el PSA ya ha iniciado un plan de acción destinado a aumentar la presencia de productos ecoetiquetados en los puntos de venta 24/.

34. Los programas que más éxito han tenido en lo que respecta al número de productos que utilizan ecoetiquetas son el Angel Azul alemán y la Ecomarca del Japón 25/. Ahora bien, las ecoetiquetas se utilizan con más frecuencia en algunas categorías de productos que en otras. Alrededor de la mitad de los productos ecoetiquetados en Alemania corresponden a unas pocas categorías, en particular los productos de revestimiento poco contaminantes, los productos de papel reciclado y los productos de cartón reciclado.

35. Los fabricantes consiguen ventajas económicas directas del ecoetiquetado si la utilización de ecoetiquetas da lugar a un aumento de los ingresos de las ventas (por incremento de la cuota del mercado o por aumento del precio) superior a los costos de la obtención de la ecoetiqueta (costo de las modificaciones necesarias para fabricar productos que reúnan las condiciones de la ecoetiqueta, además de los costos de prueba y de los cánones por la utilización de la etiqueta). Las encuestas que se han llevado a cabo entre los titulares de licencias sobre los efectos del ecoetiquetado no dan resultados concluyentes. En el Canadá un estudio realizado en 1993 reveló que el 62% de los titulares de licencia no atribuían ningún cambio en las ventas a la utilización del Ecologotipo, mientras que un 33% atribuyó un aumento de las ventas a la utilización de dicho Ecologotipo 26/. En cambio, parecía que las compañías que no habían utilizado la ecoetiqueta no habían perdido participación en el mercado. En una encuesta realizada en Singapur el 15% de las compañías entrevistadas comunicaron un aumento de las ventas de productos ecoetiquetados 27/. Puede ocurrir que las ecoetiquetas se utilicen con otros fines, tales como el de establecer una reputación de "producto verde". Según el PSA, casi todos los titulares de licencia han renovado sus

licencias al final del plazo de tres años. Sin embargo, también hay ejemplos de empresas que han dejado de utilizar ecoetiquetas 28/.

D. Efectos ambientales en los países en desarrollo

1. Efectos de los programas de ecoetiquetado en los países desarrollados

36. Hasta ahora las empresas de los países en desarrollo no han utilizado las ecoetiquetas de tipo I de los programas de ecoetiquetado de los países desarrollados. Por ello, estos programas no han tenido efectos ambientales positivos directos en los países en desarrollo.

37. En teoría el ecoetiquetado en los países de la OCDE puede tener efectos positivos en el medio ambiente de los países en desarrollo, pero esos efectos, con toda probabilidad, serán modestos. Las grandes empresas de los países en desarrollo que tienen medios financieros y tecnológicos suficientes para invertir en mejoras ambientales quizás puedan satisfacer las condiciones de una ecoetiqueta y vender sus productos en los mercados más interesantes, pero las empresas pequeñas y medianas suelen tropezar con más dificultades para obtener información y ajustar sus productos a los criterios del ecoetiquetado.

38. Cuestión decisiva es la de saber si los cambios necesarios para poder utilizar una ecoetiqueta en los mercados de exportación también son apropiados en el contexto de las condiciones económicas, tecnológicas y ambientales del país de producción. Unos criterios de ecoetiquetado que sean objetivos y comprensibles y reflejen la realidad serán probablemente más aptos para incentivar a los productores de países en desarrollo a diseñar y fabricar productos que se ajusten a esos criterios.

2. El ecoetiquetado en los países en desarrollo

39. Varios países en desarrollo y países que se hallan en una fase de transición han instaurado programas nacionales de ecoetiquetado (por ejemplo, la India, la República de Corea y Singapur) o están en vías de hacerlo. Como en el caso de los países desarrollados, esos programas tienen por objeto contribuir a mejorar las condiciones ambientales proporcionando información a los consumidores y alentando a los fabricantes a adoptar procesos de producción menos nocivos para el medio ambiente. El ecoetiquetado y el consiguiente proceso de educación que supone pueden contribuir a mejorar la sensibilidad del consumidor a los problemas ambientales. Sin embargo, como el mercado interno de los productos ecoetiquetados suele ser pequeño, el mantenimiento de los mercados de exportación y la mejora de la competitividad de las exportaciones suelen figurar con frecuencia entre los objetivos importantes. Para tener éxito, los programas de ecoetiquetado buscan alguna forma de reconocimiento mutuo con programas similares de los países de la OCDE.

40. La experiencia demuestra que la instauración de programas de ecoetiquetado en los países en desarrollo puede resultar particularmente difícil. El problema estriba en establecer criterios que tengan sentido y



sean pertinentes en el marco de las condiciones ambientales y de desarrollo del país de producción, habida cuenta de la base de materias primas y tecnología y, al mismo tiempo, cumplir las elevadas normas de aceptación vigentes en los mercados de los países desarrollados. Normalmente, el ecoetiquetado también exige una financiación oficial, por lo menos en la fase inicial, para contribuir a la selección de las categorías de productos y al establecimiento de criterios de ecoetiquetado, y también con fines educativos y publicitarios. Todo ello significa que se necesita asistencia técnica para reforzar la capacidad en estas esferas.

### III. ASPECTOS DE LA RELACION ENTRE EL ECOETIQUETADO Y EL DESARROLLO

41. En la relación entre el ecoetiquetado y el desarrollo son motivo de especial preocupación los posibles efectos del ecoetiquetado en las exportaciones de los países en desarrollo con una influencia negativa sobre la marcha de su economía.

#### A. Los problemas de las pequeñas empresas

42. En estudios realizados de conformidad con el Programa de cooperación técnica de la UNCTAD se indica que las empresas pequeñas y medianas (PYME) suelen tropezar con ciertas dificultades en la aplicación de las normas y reglamentos ambientales, en particular los relativos al ecoetiquetado. A continuación se enumeran algunos de los motivos:

- a) Algunas PYME no tienen acceso a las informaciones, las tecnologías y el capital.
- b) Realizar inversiones quizá no sea rentable para las PYME a causa de factores relacionados con las economías de escala.
- c) A causa de la pequeñez de los locales industriales se carece de espacio para ciertas instalaciones de protección ambiental, por ejemplo para la depuración de las aguas residuales.
- d) Algunas PYME no pueden garantizar que la producción de materias primas se hace de conformidad con los criterios del ecoetiquetado.
- e) Las PYME carecen de la potencia económica necesaria para transferir a sus abastecedores (parte de) los costos de ajuste derivados de la exigencia de aplicar dichos criterios. Por ejemplo, para las PYME puede ser difícil adquirir a precios competitivos los productos químicos y demás materiales necesarios.
- f) Para las PYME pueden ser extremadamente elevados los costos relativos de las operaciones de prueba y verificación, entre ellos los de inspección de las instalaciones.

En consecuencia, es más probable que exijan una atención especial las ecoetiquetas en los productos suministrados en cantidades considerables por

las PYME de los países en desarrollo que las ecoetiquetas utilizadas en otros productos, a causa de las dificultades que han de vencer los productores de los países en desarrollo.

B. Los problemas de los países menos adelantados

43. Al definir las clases de productos y al determinar los criterios del ecoetiquetado, conviene prestar especial atención a los posibles efectos del ecoetiquetado para los PMA, en particular en el utilizado en las clases de productos que dan a los PMA la posibilidad de obtener una parte importante de sus ingresos de exportación (por ejemplo, las camisetas denominadas "T-shirts", que han de ser objeto de ecoetiquetado en la Unión Europea, representan una proporción importante de las exportaciones totales de Bangladesh, las Maldivas y Laos a la UE).

44. En algunos casos, el ecoetiquetado, junto con la asistencia técnica y otras medidas de apoyo, puede contribuir a crear clientelas definidas para productos, por ejemplo el yute, que son básicamente inocuos desde el punto de vista ambiental y que son suministrados en gran parte por PMA. Además, cuando los aspectos relacionados con el desarrollo sirven junto con los factores ambientales como base para definir los criterios de ecoetiquetado, conviene prestar especial atención a la posibilidad de facilitar las exportaciones de los PMA.

C. Función de los organismos prestatarios de ayuda

45. La función de los organismos prestatarios de ayuda en la esfera del comercio y el medio ambiente, en particular del ecoetiquetado, se examinó en una reunión técnica sobre cooperación para el comercio, el medio ambiente y el desarrollo organizada por la OCDE por conducto de su Dirección de Cooperación para el Desarrollo (París, 28 de octubre de 1994). En el informe recapitulativo de la reunión se pone de relieve la función de los organismos prestatarios de ayuda que suministran asistencia técnica y formación a fin de aumentar la capacidad de los países en desarrollo para establecer normas propias, programas de ecoetiquetado, sistemas de certificación e instalaciones de embalaje, reciclaje y experimentación 29/.

46. En el informe se indica también que los organismos prestatarios de ayuda deben estudiar la posibilidad de impulsar el reconocimiento mutuo. En un informe del Comité de Asistencia para el Desarrollo de la OCDE (CAD) se recomienda confiar a dichos organismos la importante función de ayudar a los países en desarrollo a explotar los mercados de productos ambientalmente inocuos, entre otros métodos, "desenvolviendo y promoviendo sistemas de ecoetiquetado, estimulando las consultas entre productores, exportadores, importadores y consumidores sobre normas y criterios e impulsando el reconocimiento mutuo mediante una mejor verificación, certificación y otras medidas de control de la calidad" 30/.

IV. PROBLEMAS SECTORIALES

47. En el primer período de sesiones del Grupo de Trabajo muchos delegados manifestaron que les interesaba examinar sobre la base de estudios monográficos los resultados prácticos obtenidos gracias al ecoetiquetado. En el presente capítulo se hace un breve análisis de tres grupos de productos cuya exportación interesa a países en desarrollo. Los tres grupos quedarán comprendidos en el programa de ecoetiquetado de la Unión Europea.

#### A. Pasta de madera y papel

48. En casi todos los programas de ecoetiquetado se enuncian criterios aplicables a diversas clases de papel y derivados de papel. Esos criterios definen, por ejemplo, el contenido de materia reciclada en el papel. Exportadores de papel y de pasta de madera tanto de países en desarrollo como de países desarrollados han expresado su preocupación en lo que se refiere al contenido de materia reciclada y a los criterios relacionados con los PMP. Por ejemplo, algunos productores de pasta de madera del Brasil, el Canadá y los Estados Unidos han formulado quejas contra algunos criterios propuestos por la Unión Europea para la ecoetiqueta prevista en el papel de seda.

49. Los criterios propuestos por la Unión Europea para la ecoetiqueta del papel de seda están relacionados casi exclusivamente con los PMP. Los exportadores brasileños han afirmado que la importancia atribuida a las materias recicladas para determinar si se cumplen los criterios relativos al consumo de recursos renovables discrimina contra los productores brasileños que utilizan como material de fabricación madera de plantaciones forestales 31/. Afirmaron también que los criterios relacionados con las emisiones de SO<sub>2</sub> en el proceso de producción tenían poca o nula importancia porque la lluvia ácida no era motivo de preocupación en el lugar de producción. Afirmaron además que los cálculos realizados para determinar si se cumplían los criterios relativos al consumo de recursos energéticos no renovables discriminaban de facto contra los productores brasileños que utilizan mucha energía hidroeléctrica 32/. Además, el sistema de "puntos de descalificación" 33/ (para poder ostentar un distintivo los productos no han de tener un máximo de puntos de descalificación superior a un máximo preestablecido) puede dar a los fabricantes de papel la posibilidad de transferir a los suministradores de pasta parte de los costos del ajuste ambiental 34/.

50. En 1992 sólo procedía de países en desarrollo alrededor de un 2% de las importaciones de papel de seda de la UE originarias de países no miembros de la Unión. En el caso de la pasta de madera y del papel, el 4,9 y el 3,3% de las importaciones originarias de países no miembros de la Unión provinieron del Brasil y Chile, respectivamente.

Recuadro 2El ecoetiquetado de los productos de papel: cuestiones que se plantean a los países en desarrollo

A causa de las condiciones favorables del clima y del suelo, en la Argentina y Chile la productividad de las explotaciones forestales es muy elevada, tanto la de madera de pino (fibras largas) como la de eucalipto (fibras cortas).

El principal exportador argentino de papel compite internacionalmente sobre la base de economías de escala y de una tecnología avanzada y, según un estudio monográfico sobre la Argentina, aplica excelentes prácticas ambientales. Por ejemplo, la empresa ha reducido los efectos ambientales de su emisor y ha mejorado su gestión forestal en respuesta a preocupaciones expresadas por clientes extranjeros. Utilizando una técnica perfeccionada en el seno de la empresa, se ha modificado el proceso de blanqueamiento y la empresa produce actualmente papel totalmente exento de cloro.

Según un estudio realizado por el Instituto Alemán de Desarrollo, la industria chilena de la pasta de madera se ajusta a rigurosas normas internacionales y va más allá de los reglamentos internos, en particular en lo que se refiere al blanqueamiento sin cloro, la depuración de las sustancias emitidas, el consumo de agua, la utilización de energía y la gestión duradera de los recursos forestales. Sin embargo, en el estudio del IAD se señala que la industria chilena de la pasta de madera ha preferido adoptar en sus relaciones públicas una política de poco relieve, en lugar de hacer ostentación de los éxitos conseguidos en su gestión ambiental, y que la ecoetiqueta de la UE plantea algunos problemas que en parte no están justificados.

En la industria brasileña de la pasta de madera se ha conseguido un nivel elevado de integración vertical y las empresas más importantes poseen plantaciones propias de eucaliptos. Las plantaciones de eucaliptos de crecimiento rápido y el dominio de las técnicas de gestión forestal proporcionan a la industria brasileña una importante ventaja comparativa. Brindan también ventajas comparativas la existencia de recursos energéticos renovables y las economías de escala.

Los efectos ambientales de las plantaciones forestales dependen, por ejemplo, de su localización en un espacio ocupado antes por un bosque natural o bien en un terreno degradado y de la utilización de una especie nativa o de una especie exótica. En la Argentina los expertos han recomendado también el establecimiento de las plantaciones forestales en terrenos agrícolas marginales por consideraciones económicas, en particular teniendo en cuenta la posibilidad de disponer de dichos terrenos y los menores costos de los trabajos en dichas zonas. Alrededor del 90% de la madera transformada o exportada por Chile proviene de plantaciones forestales.

B. Productos textiles y prendas de vestir

Recuadro 3

Ecoetiquetas para camisetas y ropa de cama

Los principales exportadores brasileños de camisetas y ropa de cama a la Unión Europea son grandes empresas del Estado de Santa Catarina. Se desprende de las entrevistas con representantes de las cinco empresas más importantes que todas ellas están realizando ya ajustes para adaptarse a las normas ambientales de los importadores europeos. Por ejemplo, una empresa exportadora de ropa de cama manifestó que la mitad de sus inversiones recientes obedecía al cumplimiento de las normas ambientales.

Cuatro de las cinco empresas entrevistadas habían recibido de sus clientes europeos informaciones sobre las ecoetiquetas de la Unión Europea. Estas grandes empresas manifestaron que aplicaban ya cierto número de los criterios propuestos por la UE para las etiquetas de las camisetas y de la ropa de cama. Sin embargo, la mayoría de las empresas consideraba que sería difícil ajustarse a otros criterios, en particular los que limitan la utilización de plaguicidas y productos químicos en el cultivo del algodón y los parámetros en materia de aguas residuales. En el Brasil la utilización de plaguicidas en el cultivo del algodón es reducida y casi todo el algodón se recolecta a mano. Ahora bien, las importaciones brasileñas de algodón están aumentando con rapidez y es difícil que los productores de textiles puedan certificar que el algodón que compran está exento de plaguicidas.

La industria textil brasileña es muy heterogénea en lo que se refiere a tamaño de las empresas, tecnología y gestión. Si bien las grandes empresas que exportan a los mercados europeos quizá reúnan las condiciones para la obtención de la ecoetiqueta, ello será mucho más difícil para las empresas pequeñas, en especial cuando los ajustes exijan la realización de inversiones y la renovación de la maquinaria. Además, la capacidad de negociación de las grandes empresas y sus relaciones con sus abastecedores de productos químicos les dan la posibilidad de comprar los elementos necesarios sin un aumento considerable de los costos; en cambio, las empresas pequeñas se resentirán de aumentos importantes de los costos si deben adquirir nuevos materiales.

Los principales exportadores indios de camisetas y de ropa de cama son empresas pequeñas. En un estudio monográfico sobre la India se indica que la producción y la transformación del algodón corre principalmente a cargo de pequeños agricultores y de cooperativas que no están al corriente de las normas ecológicas. Las grandes empresas quizá manifiesten renuencia a asumir el riesgo de una integración regresiva pues el mercado del algodón en rama está intervenido por la administración

pública. Los exportadores de prendas de vestir no pueden exigir de los fabricantes de tejidos el cumplimiento de las normas ecológicas porque una gran proporción de estos fabricantes opera en el sector no estructurado que coloca una gran parte de su producción en el mercado interno.

Se señala también en el estudio que, según estimaciones, la clientela que compra ecotextiles indios sólo representa del 20 al 25% de la clientela europea dispuesta a pagar precios más elevados que podrían cubrir los costos del ajuste. En los demás sectores del mercado, que reciben aproximadamente el 70% de las exportaciones indias a Europa, los mayores costos del ajuste tendrían que ser asumidos sobre todo por los productores.

51. Estos últimos años ha surgido en el sector de los productos textiles y las prendas de vestir cierto número de ecoetiquetas "privadas" que sirven de distintivo a una gama de artículos. Cabe citar como ejemplos el distintivo alemán MUT (Markenzeichen Umweltschönenden Textilien, que es un distintivo utilizado por el fabricante en los textiles ambientalmente inocuos, o sea, que se trata de una etiqueta relacionada con un proceso), el distintivo MST (Marke schadstoffgeprüfte Textilien, distintivo utilizado por el fabricante para indicar que el producto textil ha sido objeto de pruebas reveladoras de sustancias peligrosas, o sea, que se trata de una etiqueta relacionada con el producto) y las etiquetas ECO-TEX 100.

52. Se han formulado recientemente los criterios propuestos para las ecoetiquetas correspondientes a las camisetas y a la ropa de cama según el programa europeo de ecoetiquetado 35/. Los criterios propuestos se refieren a los efectos ambientales en distintas fases del ciclo de vida del producto, en particular los relativos al cultivo de algodón y a la fabricación de tejidos. En consecuencia, casi todos los criterios están relacionados con los PMP y se refieren, por ejemplo, a la utilización eficiente de la energía y el agua, a la depuración de las aguas residuales, al polvo de algodón y al ruido. Algunos criterios concretos se refieren a la utilización de plaguicidas y productos químicos en el cultivo del algodón o a la utilización de sustancias tintóreas o de productos químicos en el proceso de fabricación, en la mayoría de los casos con relación a los efectos ambientales que se hacen sentir en el lugar de producción (se ha elaborado otro grupo de criterios en relación con los residuos químicos persistentes en los productos finales). No son muchos los criterios que guardan una relación clara con los productos.

53. Una gran parte del consumo de productos textiles y prendas de vestir en la Unión Europea se cubre con importaciones. En una proporción que se acerca al 80% de su valor, las importaciones de camisetas y ropa de cama realizadas por la UE (con exclusión del comercio realizado fuera de la UE) son originarias de países en desarrollo. Por consiguiente, muchos de los efectos ambientales que se han de regir por los criterios relacionados con los PMP elaborados según el programa de ecoetiquetado de la Unión Europea tienen lugar fuera de la Unión Europea, principalmente en países en desarrollo.

### C. Calzados

54. En los Países Bajos la Fundación Neerlandesa para el Ecoetiquetado (Stichting Milieukeur-SMK) ha elaborado para los calzados una ecoetiqueta nacional, que se puso en práctica el 1º de marzo de 1994. Se ha designado también a la SMK como el principal organismo encargado de determinar los criterios definidores de una ecoetiqueta de la Unión Europea (la Flor europea) que se utilizará en los calzados. Sin embargo, está todavía pendiente la determinación de los criterios eventuales 36/.

#### Recuadro 4

##### El ecoetiquetado de los calzados: posibles efectos para los países en desarrollo

El Brasil, que es el cuarto productor mundial de calzados, exporta casi dos tercios de su producción de zapatos de cuero. Los productores brasileños de calzados saben que aplicar los criterios de ecoetiquetado exigirá establecer nuevas formas de relación con el sector de los curtidos. Los grandes fabricantes de calzados han tratado ya de asegurarse su abastecimiento de cuero (sin relación con los factores ambientales) por medio de la integración vertical (compra de fábricas y de instalaciones de transformación de cuero) y por medio de un aumento de las importaciones procedentes de países vecinos, en particular la Argentina y el Uruguay. Muchas fábricas poseen instalaciones de depuración del agua, pero no las utilizan. Uno de los motivos es el hecho de que los costos de funcionamiento son relativamente elevados, en particular para las empresas pequeñas y medianas. Se plantean también problemas en relación con la eliminación adecuada de los desechos líquidos y los fangos.

Los países en desarrollo están desplegando esfuerzos considerables para reducir las consecuencias ambientales del curtido de pieles. Por ejemplo, el Gobierno de la India ha dispuesto que la depuración de las sustancias emitidas es condición para la obtención de licencias de apertura de nuevas fábricas. Los curtidores de la Argentina y la India comienzan a asociarse para emprender la gestión conjunta de las instalaciones de depuración de las sustancias emitidas, pero no saben con seguridad si la norma que exige tratar las aguas residuales con un producto de purificación biológica hará que sus cueros sean aceptables en el contexto de la ecoetiqueta de la SMK.

Las entrevistas ponen de manifiesto que, a juicio de los productores de algunos países en desarrollo, los gastos suplementarios en que se incurrirá a causa de las ecoetiquetas reducirán la competitividad de sus productos con relación a los de otros abastecedores que pueden ofrecer precios más bajos y que son abastecedores que operan en otros países en desarrollo. Consideran también que las condiciones de los mercados no les darán la posibilidad de recuperar los gastos suplementarios resultantes de los ajustes exigidos.

55. Solamente algunos de los criterios elaborados por la SMK están relacionados con los productos 37/. Estos criterios forman una extensa lista de normas en materia de calidad y rendimiento ("normas funcionales"), que tienen sobre todo por fin aumentar las posibilidades de remiendo y el carácter duradero de los zapatos. Un criterio se refiere al "contenido en energía" de los zapatos y tiene por finalidad reducir el consumo de energía y de materias primas 38/. Otros criterios, que se refieren a los materiales, están claramente relacionados con los PMP. En el caso del cuero estos criterios se refieren a las emisiones de cromo en el agua, a la emisión de solventes orgánicos, a la depuración de las aguas residuales (en una instalación de purificación biológica individual o conjunta) y al transporte o reutilización "racionales" de los desechos de cuero. Análogamente, se han establecido criterios relacionados con los PMP para los materiales de algodón y los productos sintéticos utilizados en las suelas. Se sigue de ello que la cuestión de saber si los zapatos se ajustan o no a los criterios de ecoetiquetado depende básicamente de la calidad ambiental de los materiales utilizados, y que muchos de los criterios correspondientes están relacionados con los PMP.

56. En los Países Bajos la producción nacional de calzados ha disminuido a medida que aumentaban las importaciones. Casi todos los calzados vendidos en los Países Bajos, así como en la Unión Europea, se fabrican en terceros países. En 1991 se importó el 91% como mínimo de todos los zapatos vendidos en los Países Bajos (el 84% como mínimo de los zapatos de cuero y el 97% del calzado fabricado con otros materiales). En 1993 los países en desarrollo suministraron el 35% de todas las importaciones y el 82% de las importaciones procedentes de países no miembros de la UE; en el grupo de los países en desarrollo los principales abastecedores fueron China, Hong Kong, el Brasil, la República de Corea e Indonesia. Además, los productores nacionales obtienen de productos importados una gran parte de los materiales utilizados. De algunos materiales para los que se han establecido criterios de ecoetiquetado, entre ellos el algodón, no hay producción en los Países Bajos ni en ningún otro país de la Unión Europea (salvo Grecia). Así, casi todos los efectos ambientales que son objeto de los criterios de ecoetiquetado elaborados por la SMK son causados por factores de producción que operan fuera de los Países Bajos y, en un grado considerable, fuera de la Unión Europea.

57. Se ha tomado en consideración el hecho de que las condiciones reinantes en terceros países quizás sean distintas de las existentes en los Países Bajos. Por ejemplo, se ha decidido eximir a los fabricantes extranjeros del cumplimiento de la norma que exige transformar los desechos sólidos que contengan cromo (por medio del reciclaje, el depósito en un vertedero que ofrezca garantías o la incineración que permite recuperar el cromo) si estos desechos no se consideran como desechos químicos en el país de producción 39/.

58. Un factor de preocupación, en particular para los fabricantes de países en desarrollo, es el costo de las operaciones de prueba y certificación. Estos costos pueden ser relativamente elevados por dos motivos. Primero,



como muchos exportadores son PYME, los costos de las operaciones de prueba y verificación tienden a ser elevados en relación con las ventas. Segundo, como cierto número de los criterios se refieren a los materiales utilizados para fabricar calzados, es necesario certificar tanto los zapatos como los materiales. La SMK prescribe métodos diferentes para apreciar el cumplimiento de cada uno de estos criterios. La SMK exige la realización de pruebas del producto para apreciar el cumplimiento de los criterios relacionados con el producto (criterios funcionales). La apreciación del cumplimiento de los criterios relacionados con los PMP se basa normalmente en las declaraciones de los fabricantes y además en las declaraciones de los proveedores de materiales 40/.

## V. CONSIDERACION DE LOS INTERESES DE LOS PAISES EN DESARROLLO

59. En su primer período de sesiones, el Grupo de Trabajo reconoció que la transparencia era una condición básica para la toma en consideración del interés de los países en desarrollo en la elaboración de los criterios de ecoetiquetado. Con todo, varias delegaciones pusieron de relieve que una mejor transparencia no bastaría por sí sola para reducir los posibles efectos perjudiciales del ecoetiquetado.

### A. Transparencia

#### 1. Conceptos de transparencia

60. Hay diferentes conceptos de transparencia. Por ejemplo, una notificación ex ante da por supuesto un proceso "interactivo" en el que la parte que prevé aplicar la medida ambiental y las partes interesadas mantienen un diálogo durante la elaboración de la medida; en cambio, una notificación ex post crea condiciones "pasivas" que permiten disponer de informaciones en forma de publicación después de la puesta en vigor de la medida.

61. Han demostrado ser útiles las disposiciones en materia de transparencia previstas por la OMC y en virtud del Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio, entre ellas la publicación, la notificación, el derecho a formular observaciones y la obligación de tenerlas en cuenta (en el contexto de normas y reglamentos técnicos). De conformidad con el artículo 4.1. del Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio, los gobiernos tomarán todas las medidas que sean razonables para conseguir que, en materia de normalización, las instituciones de la administración local y las instituciones no gubernamentales, así como las instituciones regionales, acepten y cumplan el "Código de buena conducta para la elaboración, adopción y aplicación de normas". En el Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio se recomienda también el establecimiento de "servicios para responder a las peticiones de información" (art. 10).

62. Se extiende cada vez más la opinión de que el ecoetiquetado exige adoptar un concepto más amplio de la transparencia. Por ejemplo, el proyecto de principios rectores de la ISO (véase más adelante) refleja un concepto amplio de transparencia, que da por supuesto la posibilidad, para las partes interesadas, de proceder a inspecciones y formular observaciones basadas en informaciones sobre los criterios, los procedimientos de certificación y concesión y la revisión periódica de los criterios. La transparencia

comprende también la participación de las partes interesadas, entre ellas los fabricantes extranjeros, en la elaboración de criterios y la certificación, así como la pronta notificación a los fabricantes nacionales y extranjeros interesados de los grupos de productos y los criterios aplicables.

2. La transparencia en las diferentes fases del proceso de ecoetiquetado

Selección de nuevos grupos de productos

63. La transparencia debe abarcar todo el proceso del ecoetiquetado, en particular la selección de nuevos grupos de productos. La transparencia comprenderá las consultas a realizar lo antes posible con los clientes potencialmente interesados. En el caso de que las importaciones sean considerables, la transparencia puede exigir la celebración de consultas para determinar si el ecoetiquetado de cierto grupo de productos puede contribuir o no a reducir la tensión ambiental.

64. La transparencia exige también la publicación de listas de los grupos de productos que pueden ser objeto de ecoetiquetado ulteriormente. Por ejemplo, en la Unión Europea la Comisión "publicará periódicamente una lista de grupos de productos con respecto a los cuales vaya a empezarse a trabajar" 41/.

Preparación de proyectos de criterios

65. En los sistemas de ecoetiquetado existentes la selección de los grupos de productos, así como la determinación de los criterios propuestos y de los valores límite, corre a cargo de un órgano colegiado o de una institución análoga. Los fabricantes extranjeros no participan actualmente en la labor de estos órganos. Se reconoce cada vez más que, cuando proceda, conviene invitar a los fabricantes extranjeros y darles la posibilidad de participar, con los fabricantes nacionales, en la elaboración de criterios para los productos cuya exportación les interesa. Esta cuestión se ha examinado también en la ISO.

Consultas

66. A lo largo del proceso de ecoetiquetado es posible aumentar la transparencia mediante consultas. En el documento de trabajo sobre los principios rectores de la ISO se recomienda el establecimiento de un mecanismo formal de consulta lo antes posible (también se recomienda hacer público el resultado de la consulta). En este contexto, la Unión Europea ha establecido un foro de consulta.

El proceso de revisión pública

67. En casi todos los programas de ecoetiquetado se prevé un proceso de revisión pública de los criterios propuestos antes de la publicación de los criterios definitivos. Cualquier parte interesada, incluso los fabricantes extranjeros, puede acogerse a este proceso. Así, la transparencia de los programas de ecoetiquetado existentes quizá no difiera sustancialmente de las disposiciones sobre transparencia previstas en el Acuerdo sobre Obstáculos

Técnicos al Comercio. Sin embargo, la capacidad de los fabricantes extranjeros para participar en el proceso de revisión depende de muchos factores, entre ellos la oportuna difusión de informaciones sobre los nuevos grupos de productos que están siendo seleccionados a efectos de ecoetiquetado, la duración del proceso de revisión y la capacidad para estar materialmente presente y dedicar tiempo al proceso.

68. Al respecto es de señalar que en el Código de buena conducta para la elaboración, adopción y aplicación de normas, se recomienda la publicación de un programa de trabajo (una vez cada seis meses como mínimo) sobre las normas que se estén preparando (y las que se hayan aprobado durante el período precedente).

#### Publicación y difusión de informaciones

69. La transparencia comprende también la difusión activa de informaciones sobre los grupos de productos que hayan sido objeto de ecoetiquetado, así como los criterios aplicables a los productos. En el plano multilateral, el CCI proyecta suministrar a los países en desarrollo informaciones sobre las posibilidades de comercializar productos ambientalmente inocuos, los sistemas de ecoetiquetado, los criterios y los procedimientos.

### 3. Estudios de mercado y estudios complementarios

70. Es importante realizar estudios de mercado para conseguir un ecoetiquetado eficaz. Los estudios de mercado pueden tener como objetivo suplementario identificar a los abastecedores extranjeros que será necesario consultar o invitar a participar en la determinación de los criterios a fin de evitar la discriminación y hacer más eficaz el ecoetiquetado. Los resultados de los estudios de mercado podrán así dar orientaciones para la aplicación efectiva de las medidas destinadas a aumentar la transparencia del ecoetiquetado.

71. Analizar los principales efectos ambientales de un producto en fases diferentes de su ciclo de vida y evaluar la conveniencia y la viabilidad de definir criterios en cada caso exige realizar estudios complementarios. En estos estudios se evalúa si el ecoetiquetado de cierto grupo de productos puede contribuir o no a reducir la tensión ambiental al promover la fabricación y el consumo de productos en los que concurren ciertos criterios. Habida cuenta de la complejidad resultante de la multiplicidad de los criterios y del análisis del ciclo de vida del ecoetiquetado, los estudios complementarios suelen tener un efecto considerable sobre la determinación de los criterios propuestos.

72. En muchos casos, los estudios complementarios se realizan a partir de bases de datos y de otras informaciones disponibles en el país importador o en países con condiciones ambientales y tecnológicas análogas, así como a partir de encuestas en los ministerios y en la industria nacional. Cuando el ecoetiquetado pueda tener efectos en los países en desarrollo, los estudios complementarios habrán de comprender un análisis cuidadoso de estos efectos para conseguir que el ecoetiquetado sea más objetivo y más eficaz para

reducir la tensión ambiental. Los estudios de mercado son también importantes a este respecto. En algunos casos los estudios complementarios se pueden realizar en cooperación con institutos de investigación en el país productor.

#### 4. Los parámetros de una mayor transparencia

73. En su primer período de sesiones, el Grupo de Trabajo consideró que podía ser útil determinar los grupos de productos cuya exportación interesa particularmente a países en desarrollo a fin de estimular su participación activa en la determinación de criterios para dichos grupos. El Grupo de Trabajo quizá desee examinar la posibilidad de establecer parámetros que ayuden a las instituciones encargadas del ecoetiquetado a identificar estos grupos de productos, por ejemplo, sobre la base de la participación en el mercado o de la participación en las importaciones.

74. Probablemente, los parámetros preferidos serán las participaciones efectivas o potenciales en un mercado. No es fácil obtener datos sistemáticos sobre la participación en un mercado; por ello, corresponderá a los estudios de mercado realizados como parte del proceso de ecoetiquetado (véase más arriba) una función particularmente importante. Resulta más fácil obtener datos sobre la participación en las importaciones.

75. De un análisis sobre la Unión Europea basado en datos de 1992 se desprende que, en el caso de 445 grupos de un total de 734 grupos de productos industriales de consumo pertenecientes a partidas de seis cifras del SA, más de la mitad de las importaciones (teniendo en cuenta su valor y con exclusión del comercio interior de la UE) provinieron de países en desarrollo y de China 42/.

76. Los parámetros basados en las participaciones en las importaciones suelen pasar por alto los intereses de los pequeños comerciantes en el sector de la exportación. Por consiguiente, las participaciones en las exportaciones pueden ser más apropiadas como base para identificar los grupos de productos cuyo comercio interesa a los pequeños exportadores, en particular a los PMA. Una fórmula propuesta en Marraquech, en el contexto de las negociaciones arancelarias, identifica a los pequeños comerciantes con intereses sustanciales en el comercio de un determinado producto mediante el cálculo, para cada partida del arancel, de las importaciones provenientes de un país consideradas como porcentaje de todas las importaciones provenientes de ese país 43/. Esta fórmula permite identificar a los comerciantes que obtienen ingresos considerables de la exportación de un producto 44/.

77. Los parámetros basados en las partes correspondientes en los mercados o en las importaciones de los grupos de productos escogidos para el ecoetiquetado quizás no basten para identificar a los comerciantes con la precisión debida. Como se ha indicado en el capítulo III, cuando se utiliza el análisis del ciclo de vida, la cuestión de saber si un producto puede ostentar una etiqueta depende en un grado considerable de los materiales utilizados, por ejemplo, la pasta de madera (en el caso del papel de seda), el algodón (en el caso de las camisetas y la ropa de cama) y el cuero

(en el caso de los zapatos). Por consiguiente, se plantea la cuestión de saber si, además de los fabricantes de los grupos de productos objeto de ecoetiquetado, deben también participar en el proceso de establecimiento de criterios los principales abastecedores de materiales.

#### B. Los principios rectores

78. Por conducto del Subcomité 3 del Comité Técnico 207 (207/SC3), la ISO está preparando tres normas internacionales sobre el etiquetado ambiental, una de las cuales versa específicamente sobre el ecoetiquetado del tipo I. La norma relativa al tipo I -que enuncia los principios rectores- tiene por objeto suministrar a los profesionales y a las partes interesadas un documento de referencia que les ayude a garantizar el crédito y el carácter no discriminatorio de los programas de ecoetiquetado. En su versión de febrero de 1995, el proyecto consta de tres secciones principales:

1) Principios rectores y prácticas; 2) Procedimiento para la elaboración de criterios, y 3) Guía para el procedimiento de certificación. Otro grupo de trabajo está preparando un documento titulado "Objetivos y principios del etiquetado ambiental", que enuncia cierto número de principios aplicables a todos los tipos del etiquetado ambiental.

79. En el proyecto se reconoce que el ecoetiquetado puede oponer un obstáculo al comercio. Se hacen diversas recomendaciones destinadas a prevenir las restricciones comerciales, por ejemplo, mediante la definición de los grupos de productos, la determinación de los criterios -que han de evitar la exclusión del producto y de los procesos considerados como ambientalmente aceptables en el país productor-, los procedimientos de certificación y la transparencia, con inclusión de la participación de productores extranjeros en la elaboración de los criterios. Se hace también referencia a la cuestión de los PMP.

80. En el momento de redactarse el presente informe (marzo de 1995), la norma ISO sobre ecoetiquetado (CD 14024) está siendo objeto de votación en el seno del subcomité y se prevé que la fase de elaboración en el Comité quedará concluida a fines de junio de 1995. El proyecto se habrá de someter a votación en el plazo de seis meses por todos los miembros de la ISO antes de su aprobación como norma internacional. Es difícil prever cuánto tiempo durará la realización de estas votaciones, pero la publicación no se hará antes del primer semestre de 1996. Los países miembros decidirán entonces si procede o no dar cabida a la norma en su legislación respectiva 45/.

#### C. Determinación de los criterios relacionados con los PMP

81. La aplicación a productos importados de los criterios relacionados con los PMP suele plantear diversos problemas, en particular cuando dichos productos provienen de países cuyas condiciones ambientales y económicas son muy distintas de las existentes en el país importador. No todos los programas de ecoetiquetado aplican criterios relacionados con los PMP. Si se aplican criterios de esta clase, se pueden tomar en consideración diversas opciones a fin de evitar o mitigar los efectos perjudiciales para los proveedores.

## 1. Exenciones

82. En algunos casos, cuando los criterios de ecoetiquetado tratan de problemas ambientales intrínsecamente locales, puede ser conveniente eximir a los productores extranjeros del cumplimiento de criterios concretos relacionados con los procesos (véase el ejemplo del tratamiento de los desechos de cromo en el caso de los calzados en los Países Bajos). Establecer exenciones puede ser conveniente cuando los problemas ambientales planteados son insignificantes en el contexto de las condiciones reinantes en el país productor. Por ejemplo, las normas de ecoetiquetado relativas a las emisiones de SO<sub>2</sub> supondrían gastos suplementarios para los productores de los países en los que dichas emisiones no son motivo de preocupación. Establecer exenciones generales puede presentar otros inconvenientes en el sentido de que el crédito del ecoetiquetado puede ser puesto en duda por los consumidores y por las agrupaciones ecológicas y porque los productores del país importador pueden alegar que se da a los productores extranjeros una ventaja en el plano de la competencia. Sin embargo, estos inconvenientes no son merecedores de mayor atención que la discriminación inversa, cuando se imponen al exportador los criterios del país importador 46/.

## 2. Cumplimiento de los reglamentos ambientales del país

83. Una norma general 47/ de casi todos los programas de ecoetiquetado es la de que un producto ha de ajustarse a todos los reglamentos ambientales aplicables. En algunos programas de ecoetiquetado se reconoce que no se debe exigir de los productores extranjeros que cumplan los reglamentos relacionados con los PMP que están vigentes en el país importador. Por ejemplo, en el Programa de selección ambiental del Canadá se exige el cumplimiento de "todas las normas gubernamentales e industriales aplicables en materia de seguridad y funcionamiento" (entre ellas las normas ambientales) de conformidad con las disposiciones generales, pero queda entendido que los productos importados deben ajustarse a las normas relacionadas con los PMP vigentes en el país productor y no a las normas canadienses reguladoras del proceso.

84. Sin embargo, en lo que se refiere a los criterios concretos aplicados a ciertos grupos de productos, los criterios relacionados con los PMP (que se utilizan en algunos programas) se suelen aplicar de modo uniforme a los productos fabricados en el país y a los productos importados. En muchos casos, estos criterios se fijan según valores límite que van más allá de las normas reglamentarias vigentes en el país importador. Con todo, existe la posibilidad de limitar el alcance de las normas a los productos originarios de países en desarrollo para cumplir con los reglamentos vigentes en el país productor. Es de señalar que en los países en desarrollo los reglamentos ambientales se basan en muchos casos en normas que son análogas a las aplicadas en los países desarrollados, aunque su aplicación puede ser más difícil. La realidad no justifica exigir de las empresas de los países en desarrollo, en particular las PYME, que vayan más allá de las normas reglamentarias para tener derecho a ostentar una ecoetiqueta en un mercado

exterior. Sin embargo, el ecoetiquetado podría desempeñar una útil función si proporciona estímulos para el cumplimiento de las normas ambientales en vigor.

3. La etapa "desde el principio hasta el punto de exportación"

85. En el informe TD/B/WG.6/2 se sugirió que el análisis del ciclo de vida de un producto se podía dividir en dos etapas: "desde el principio hasta el punto de exportación" y "desde el punto de importación hasta el fin". Los criterios de ecoetiquetado para la etapa que va desde el punto de importación hasta el fin estarían basados en las prioridades del país importador; en cambio, los criterios elaborados para la etapa que va desde el principio hasta el punto de exportación podrían fijarse con arreglo a las condiciones y prioridades ambientales del país productor/exportador.

86. Otra posibilidad consistiría en tener especial cuidado en la designación de las normas relacionadas con los PMP en las esferas en las que predominan las importaciones 48/. De este modo las exigencias relacionadas con los PMP y los valores límites para los grupos de productos que comprendieran importaciones apreciables, en particular de países en desarrollo, se evitarían o se designarían de manera que soslayara los efectos perjudiciales para los países productores.

D. Equivalencia

87. El concepto de equivalencia se enuncia en el informe TD/B/WG.6/2 (párrs. 58 a 64). En el presente informe se ha subrayado que, para que las ecoetiquetas proporcionen a los consumidores informaciones de interés y tengan la posibilidad de contribuir a la reducción de la tensión ambiental, los criterios relacionados con los PMP han de ser apropiados habida cuenta de las condiciones ambientales existentes en el país de producción. En el concepto de equivalencia se podrán tomar en consideración objetivos ambientales comparables, métodos diferentes para conseguirlos y diferencias en las condiciones ambientales y económicas de un país a otro 49/. En el marco del Grupo de Trabajo de la ISO que está preparando el proyecto de "Objetivos y principios del etiquetado ambiental" (véase más arriba), se ha examinado también el reconocimiento de las mejoras ambientales introducidas en diferentes países como mejoras potencialmente equivalentes, teniendo en cuenta sus objetivos y su importancia globales.

E. Reconocimiento mutuo

88. En su primer período de sesiones, el Grupo convino en que se debía examinar de cerca la cuestión del reconocimiento mutuo. El reconocimiento mutuo de las ecoetiquetas era un objetivo que convenía alcanzar para hacer compatibles los intereses comercial y ambiental. El Grupo de Trabajo de la ISO mencionado en el párrafo 87 se ha ocupado también del reconocimiento mutuo en los programas de etiquetado ambiental basados en procedimientos y objetivos equivalentes.

89. La argumentación en favor del reconocimiento mutuo se expone en el informe TD/B/WG.6/2 (párrs. 65 a 73). En el contexto del ecoetiquetado, el reconocimiento mutuo supone en general que, si se cumplen determinadas condiciones, se acepta el criterio del país exportador como base para conceder la ecoetiqueta utilizada en el país importador (el reconocimiento mutuo se aplicará normalmente a grupos de productos idénticos o grupos de productos similares). En el primer período de sesiones del Grupo de Trabajo abundaron las referencias a una propuesta en virtud de la cual, en su programa de ecoetiquetado, el país importador aceptaría conceder su ecoetiqueta a los productos que se ajustaran a los criterios del país exportador relacionados con los procesos, así como a los criterios sobre utilización y eliminación del país importador.

90. El reconocimiento mutuo es de un interés capital para los países en desarrollo y en algunos de esos países es un importante objetivo que se persigue a largo plazo con la elaboración de programas de ecoetiquetado. Ahora bien, el reconocimiento mutuo no defiende únicamente intereses comerciales. El análisis expuesto en el capítulo II indica que el reconocimiento mutuo parece ser una condición básica para que el ecoetiquetado tenga apreciables efectos positivos en los países en desarrollo.

## VI. ASISTENCIA TECNICA

91. Las actividades de asistencia técnica y de aumento de la capacidad en la esfera del ecoetiquetado y la certificación pueden contribuir a reducir los posibles efectos negativos del ecoetiquetado en los países en desarrollo y ayudar a los productores a aprovecharse de las posibilidades de comercio que existan para los productos ambientalmente inocuos. La asistencia técnica para el aumento de la capacidad puede ser también útil como ayuda a los países en desarrollo deseosos de establecer programas propios de ecoetiquetado y de promover el reconocimiento mutuo de los programas de ecoetiquetado. Se necesita además asistencia técnica para facilitar la participación efectiva de los países en desarrollo en las futuras deliberaciones internacionales sobre el ecoetiquetado, particularmente en la ISO. Además, el establecimiento en los países en desarrollo y en los países en transición de entidades de normalización -o la capacitación de las existentes- para realizar actividades de prueba y certificación en el país productor podría reducir los gastos conexos.

92. Además, los países en desarrollo quizá necesiten asistencia técnica y aumentar la capacidad para aprovecharse de las disposiciones vigentes sobre transparencia en los programas de ecoetiquetado en sus mercados de exportación, así como para beneficiarse de la transparencia que se deba a los principios rectores de la ISO en curso de elaboración y de las propuestas formuladas en el presente informe (en particular acerca de la intervención de los países en desarrollo en el proceso de determinación de los criterios aplicables a los productos cuya exportación les interesa).



93. Las actividades de asistencia técnica de la ISO benefician a los países en desarrollo de distintas maneras, sobre todo al promover su participación efectiva en la elaboración de las normas a cargo de la ISO 50/.

94. Como parte de su programa global de actividades de promoción comercial relacionada con el medio ambiente en los países en desarrollo, el Centro de Comercio Internacional (CCI) ha puesto en práctica un programa de trabajo en materia de ecoetiquetado, con especial referencia a las actividades de promoción e impulsión, que tiene por finalidad ayudar a los productores de países en desarrollo a sacar provecho de las posibilidades de comercio abiertas por el ecoetiquetado en sus respectivos mercados. El CCI está estudiando también la posibilidad de prestar asistencia a instituciones, asociaciones y empresas de países en desarrollo para el diseño de las ecoetiquetas utilizables como distintivo de los productos de una empresa o de un país.

95. Las actividades de cooperación técnica de la UNCTAD han consistido en investigaciones de carácter general sobre los posibles efectos del ecoetiquetado en los países en desarrollo, así como en trabajos teóricos sobre la posibilidad de hacer compatibles los objetivos ambientales del ecoetiquetado con los intereses comerciales y económicos permanentes de los países en desarrollo. Se ha dado cima recientemente a un proyecto de cooperación técnica sobre "el ecoetiquetado y el comercio internacional", financiado por el CCID 51/. La UNCTAD sigue cooperando con otras organizaciones internacionales, entre ellas el PNUMA y el CCI.

96. Muchos profesionales que trabajan en países de la OCDE prestan a los países en desarrollo y a los países en transición asistencia técnica destinada a facilitar el establecimiento de programas de ecoetiquetado.

## VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

97. El ecoetiquetado persigue primordialmente objetivos ambientales, pero puede discriminar en perjuicio de productores extranjeros, en particular cuando se aplica a productos importados de países cuyas condiciones ambientales y económicas difieren sustancialmente de las existentes en el país importador. Preocupa sobre todo que los países importadores determinen unilateralmente los criterios aplicables a los procesos de producción de mercancías que se obtienen principalmente en países en desarrollo. Además, cabe afirmar que, si el objetivo es proporcionar información al consumidor, éste saldrá beneficiado si la información relacionada con los PMP tiene el nexo más estrecho posible con las mejoras ambientales en el país productor.

98. La ISO ha realizado avances considerables en la preparación del proyecto de principios rectores para el ecoetiquetado, cuyo objetivo es aumentar el crédito de los programas de ecoetiquetado y contribuir a evitar la discriminación. Se prevé que estos principios rectores aporten mejoras apreciables, particularmente en materia de transparencia. Sin embargo, el ecoetiquetado sigue causando preocupación, en particular a los países en desarrollo. Quedan pendientes de solución diversas cuestiones, a saber:

- la relación entre el ecoetiquetado y las disposiciones del sistema de comercio multilateral, en particular en el Acuerdo sobre los Obstáculos Técnicos al Comercio (esta cuestión queda comprendida en el mandato del Comité de Comercio y Medio Ambiente de la OMC);
- los costos de transacción que se deban a la proliferación de diferentes programas de ecoetiquetado;
- la cuestión de los PMP;
- el necesario reconocimiento mutuo, para que el ecoetiquetado sea más efectivo, en particular para los países en desarrollo.

99. A pesar del acuerdo cada vez más generalizado, según el cual los programas de ecoetiquetado que se basen en la utilización de criterios relacionados con los PMP tendrán que dar cabida a diferencias en estos criterios en armonía con las condiciones ambientales y económicas existentes en el país productor, poco o nada es lo que se ha hecho para encontrar soluciones a los problemas que se planteen cuando se apliquen criterios relacionados con los PMP a los productos importados. Es dudoso que por sí sola la transparencia permita evitar la discriminación que se deba a la utilización de criterios relacionados con los PMP que son incompatibles con las condiciones y los problemas ambientales y económicos de terceros países.

100. Los organismos encargados del ecoetiquetado desearán analizar cuidadosamente el mercado efectivo y potencial y las partes correspondientes a los países en desarrollo en el comercio de los grupos de productos que se tomen en consideración para el ecoetiquetado. Cuando estas participaciones sean importantes, cabe la posibilidad de celebrar consultas con los países productores para evaluar los posibles efectos comerciales, ambientales y económicos en los países en desarrollo. Esta evaluación podrá contribuir útilmente a hacer un análisis del costo y los beneficios del ecoetiquetado en grupos concretos de productos. Quizá sea preferible evitar la utilización de criterios relacionados con los PMP, en particular en el caso de los grupos de productos suministrados mayoritariamente por países en desarrollo. Por otra parte, queda la posibilidad de fijar criterios relacionados con los PMP en armonía con las condiciones ambientales y económicas del país productor.

101. Varios países en desarrollo están poniendo en práctica programas de ecoetiquetado. En los países en desarrollo la demanda de productos con ecoetiqueta suele ser reducida; por este motivo, el ecoetiquetado en estos países tendrá por lo general efectos ambientales apreciables únicamente si da a las empresas que pueden ostentar la etiqueta la posibilidad de aumentar sus ventas en los mercados exteriores. El reconocimiento mutuo es de capital importancia para los países en desarrollo. La aportación que el ecoetiquetado haga para reducir la tensión ambiental en los países en desarrollo dependerá de la posibilidad de crear o no un mercado importante para los productos con ecoetiqueta en beneficio de los productores de los países en desarrollo. El comercio tiene una importante función que desempeñar al respecto. Los esfuerzos que se desplieguen en adelante para intensificar la cooperación internacional en la esfera del ecoetiquetado deberán favorecer la creación de perspectivas razonables de reconocimiento mutuo de los programas de ecoetiquetado.

Notas

1/ UNCTAD, "Ecoetiquetado y oportunidades de mercado para los productos no perjudiciales para el medio ambiente", TD/B/WG.2, Ginebra, 6 de octubre de 1994. Además, la secretaría presentó los dos informes siguientes: "UNCTAD's technical co-operation programme on trade and development" (El programa de cooperación técnica de la UNCTAD en materia de comercio y medio ambiente), TD/B/WG.6/Misc.1, Ginebra, 21 de noviembre de 1994, y "Report on the workshop on eco-labelling and international trade" (Informe de la reunión técnica sobre ecoetiquetado y comercio internacional), TD/B/WG.6/Misc.2, Ginebra, 21 de noviembre de 1994.

2/ Véase TD/B/WG.6/2, recuadro 1. En la actualidad hay unos 20 programas de ecoetiquetado de tipo I (TD/B/WG.6/2, recuadro 2).

3/ TD/B/40(1)/6.

4/ Chudnovsky, D., G. Lugones y M. Chidiak, 1995, Comercio Internacional y Medio Ambiente: el Caso Argentino, estudio preparado en el marco del proyecto conjunto UNCTAD/PNUMA sobre creación de capacidad en materia de comercio y medio ambiente. El estudio fue financiado también con fondos del proyecto ARG/90/014, Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto.

5/ El anexo estadístico e informativo se distribuirá con la signatura TD/B/WG.6/Misc.3 (en inglés solamente).

6/ Un ejemplo de este tipo de situación consistiría en fijar un requisito para las emisiones de SO<sub>2</sub> en el proceso de fabricación. En un país en que tales emisiones no sean motivo de preocupación (donde los niveles sean muy bajos en relación con la capacidad de asimilación) ese requisito del ecoetiquetado impondría gastos suplementarios.

7/ Por ejemplo, puede ocurrir que los requisitos de la Unión Europea hagan referencia al dióxido de azufre y a los óxidos de nitrógeno. Como esos contaminantes son importantes en la Unión Europea, existen las tecnologías pertinentes. En los países en desarrollo en que esos contaminantes son menos importantes, no hay tales tecnologías. Por consiguiente, la concesión de una ecoetiqueta les obligaría a importarlas. A. Markandy, op. cit.

8/ Las diferencias de infraestructura ambiental entre los países tienen grandes repercusiones en la valoración de lo que es un "producto limpio". Por ejemplo, si las plantas de tratamiento de aguas residuales ya tienen un sistema de limpieza al fósforo, como en Dinamarca, se preferirá el uso del fósforo al de otras sustancias que fijan el calcio. Otro ejemplo se refiere a las cenizas volátiles. Varios países han instalado una infraestructura que permite la utilización de las cenizas volátiles como materia prima en la industria del cemento (en Dinamarca, prácticamente todas las cenizas volátiles se utilizan en la producción de cemento). Por consiguiente, ciertas actividades que producen cenizas volátiles, tales como la combustión del carbón, se valoran de manera diferente a la de otros países. Véase

Helle Petersen, A possible (international) implementation strategy for product oriented environmental policy measures, en International Workshop on Product Oriented Environmental Policy (Reunión técnica internacional para una política ambiental orientada a los productos), Workshop Proceedings, La Haya, Países Bajos, 30 de septiembre y 1º de octubre de 1993.

9/ Apartado b) del párrafo 4.8.

10/ Ministerio de la Vivienda, la Planificación Física y el Medio Ambiente de los Países Bajos (VROM), Nota Product and Milieu, La Haya, diciembre de 1993.

11/ Porter, M. E., y van der Linde, C. 1994. Towards a New Conception of the Environment-Competitiveness Relationship.

12/ Oosterhuis, F. H., y van Scheppingen, Y. T. M., Inventory of product policy instruments. Case study: the Netherlands. Instituto de Estudios Ambientales, Universidad Libre de Amsterdam, noviembre de 1993.

13/ Véase Hartwell, R. V., y Bergkamp, L., "Eco-labelling in Europe: New Market-Related Environmental Risks?", BNA International Environmental Daily, 20 de octubre de 1992, en Porter, E., y van der Linde, C., Towards a New Conception of the Environment-Competitiveness Relationship, marzo de 1994.

14/ Frieder Rubik, Product policy in support of environmental policy. Case study Germany. Institut für ökologische Wirtschaftsforschung, septiembre de 1993.

15/ La determinación de criterios de ecoetiquetado, en particular en lo que respecta a los PMP, que sean incompatibles con las condiciones y los problemas ambientales y de desarrollo de terceros países puede dar lugar a discriminaciones. Véase Imme Scholz et. al., op. cit.

16/ Además, aunque los consumidores estén preocupados por los efectos ambientales que se producen en otras partes del mundo, de ello no se sigue necesariamente que traten las repercusiones ambientales en el país en que residen de la misma manera que los efectos causados en otros países. Por consiguiente, sería inapropiado exigir a los productores extranjeros las mismas normas de emisión o los mismos coeficientes que a los productores nacionales si se trata simplemente de informar a los consumidores nacionales de las consecuencias ambientales de un producto. Véase: A. Markandya, "Eco-Labeling: An introduction and a review", febrero de 1995.

17/ Verbruggen, H., 1994, Changing North-South Comparative Advantages and the Role of Development Co-operation, documento presentado en la reunión técnica de la OCDE sobre comercio, medio ambiente y cooperación para el desarrollo, París, 28 de octubre de 1994.

18/ De Motta Veiga, P., Reis Castilho, M., y Ferraz Filho, G., 1994, Relationships between Trade and the Environment: the Brazilian Case, estudio realizado en el marco del proyecto conjunto UNCTAD/PNUD sobre Compatibilidad entre las políticas ambientales y las políticas comerciales.

19/ Rachel Crossley, C. A. Primo Braga y P. N. Varangis, Is there a commercial Case for tropical timber certification?, documento presentado en la Reunión Técnica de la UNCTAD sobre Ecoetiquetado y Comercio Internacional, Ginebra, 28 y 29 de junio de 1994.

20/ Anniken Enger, Randi Lavik, Pal Strandbakken y Eivind Sto, "The White Swan in Norway: Knowledge of and Trust in Eco-labelling", documento presentado en la Conferencia Internacional sobre Consumo Sostenible, Lillehammer, Noruega, 12 a 14 de febrero de 1995.

21/ Según una de las fuentes, el Gobierno de Alemania exige, al parecer, que en muchos programas de compras del sector público y de compras institucionales se tengan en cuenta únicamente los productos a los que se ha concedido la etiqueta Angel Azul. Véase Hartwell y Bergkamp, op. cit., citado en Porter, E. y van der Linde, C., op. cit.

22/ En la reciente mesa redonda de Oslo sobre producción y consumo sostenibles (6 a 10 de febrero de 1995), se incluyó entre las seis "esferas prioritarias" el empleo, por el sector público y los medios económicos, de estrategias ambientales en materia de adquisiciones.

23/ María Isolda Guevara, Ramesh Chaitoo, Murray Smith, Canada's Environmental Choice Programme and its Impact on Developing Country Trade, documento presentado en la Reunión Técnica de la UNCTAD sobre Ecoetiquetado y Comercio Internacional, Ginebra, 28 y 29 de junio de 1994.

24/ En el marco del PSA se esperan aumentos en 60 categorías al número de categorías de productos respecto de las cuales las ecoetiquetas son operacionales. Como parte de su plan, el PSA acentúa la orientación hacia el mercado, la promoción de la sensibilización del público (por ejemplo, mediante la colaboración con los titulares de licencias en las esferas de la publicidad y la comercialización) y la elaboración de nuevos planteamientos en materia de ecoetiquetado. Se ha encargado un estudio para determinar las posibles categorías de productos y servicios susceptibles de ecoetiquetado y establecer un orden de prioridad entre ellas, en función de las presuntas ventajas ambientales de su inclusión en el programa, de su volumen de ventas (habida cuenta, a un tiempo, de los gastos de las familias y de las compras del sector público) y de la posible reacción de la industria considerada.

25/ En ambos programas, los criterios de la concesión de ecoetiquetas a productos concretos suelen centrarse en las etapas de utilización y eliminación del producto (véase TD/B/WG.6/2, recuadro 4).

26/ Guevara, Chaitoo, Smith, op. cit.

27/ The Singapore Green Labelling Scheme, 1994.

28/ Por ejemplo, en Alemania la compañía Coca Cola dejó de utilizar la etiqueta Angel Azul para las botellas rellenables PET porque parecía haber perdido su eficacia en cuanto a comercialización. Véase IOW, op. cit.

29/ OCDE, Reunión Técnica sobre cooperación para el comercio, el medio ambiente y el desarrollo, 28 de octubre de 1994. Summary Report. OECD/GD(95)10, pág. 10.

30/ OCDE, Comité de Asistencia para el Desarrollo, Trade, Environment and Development Co-operation, OCDE/GD(95)7, París, 1995.

31/ Fundação Centro de Estudos do Comercio Exterior, "Eco-labelling schemes in the European Union and their impacts on Brazilian exports". Ponencia presentada en el cursillo de la UNCTAD sobre ecoetiquetado y comercio internacional, Ginebra, 28 y 29 de junio de 1994.

32/ Véase el párrafo 33 del documento TD/B/WG.2.

33/ Para merecer la ecoetiqueta, los productos no han de ser penalizados con un número de puntos que exceda del máximo preestablecido de puntos de descalificación, o puntos negativos, que se atribuyen sobre la base de parámetros concretos.

34/ Imme Scholz, Karola Block, Karen Feil, Martin Krause, Karolin Nakonz y Christoph Oberle, "Medio ambiente y competitividad: El caso del sector exportador chileno". Instituto Alemán de Desarrollo, Berlín, 1994.

35/ En febrero de 1995 el estudio relativo a los textiles había alcanzado la fase V prevista en las "Directrices de procedimiento para el establecimiento de grupos de productos y criterios ecológicos", es decir, que el proyecto propuesto no se ha enviado todavía a la DG XI de la Comisión Europea.

36/ La SMK ha transmitido a la Unión Europea su propuesta para que sea objeto de examen por los órganos competentes.

37/ Los criterios propuestos para el contenido de pentaclorofenol en el cuero, que limitarían el contenido de este fenol en el cuero a 100 ppm como máximo, han sido abandonados pues se han introducido normas obligatorias más rigurosas que establecen un contenido máximo de 5 ppm solamente.

38/ El "contenido en energía" de los calzados se calcula teniendo en cuenta el volumen de los distintos materiales utilizados para fabricar un par de zapatos y una lista de coeficientes que expresan en relación con cada material "la energía de las materias primas más la energía utilizada para la fabricación". En este método no se tiene en cuenta la cantidad efectiva de la energía consumida en distintos países. Así, pues, no se tienen en cuenta las ventajas comparativas que se derivan del empleo de la energía solar en el proceso de secado (como se hace en la India) o la energía hidroeléctrica (como se hace en el Brasil).

39/ Ahora bien, la norma según la cual las aguas residuales se han de tratar mediante un método de purificación biológica puede ser de difícil cumplimiento para los fabricantes extranjeros que utilizan otros sistemas. En relación con el criterio aplicado a las emisiones de cromo (Cr) (concentración de cromo en las aguas residuales), el correspondiente valor límite es el fijado en la legislación en vigor en los Países Bajos.

40/ Estas declaraciones figuran en un expediente técnico que contiene las informaciones que el fabricante presenta para demostrar a una institución de certificación que ha cumplido con las exigencias establecidas, entre ellas la especificación de los materiales, las investigaciones en laboratorio (realizadas preferentemente por un tercero) y los certificados expedidos por los proveedores. Determinar si es o no necesario realizar una inspección sobre el terreno se deja a la apreciación discrecional de la institución certificadora. Si se exige efectuar una inspección de la instalación, podrá ser necesario visitar como mínimo dos empresas: la fábrica de zapatos y la fábrica de curtidos.

41/ Comisión Europea, Comisión de información sobre el ecoetiquetado: Directrices de procedimiento para el establecimiento de grupos de productos y criterios ecológicos (párr. v) 8).

42/ Como los productos agrícolas, al igual que las materias primas, los productos intermedios y los bienes de equipo no son normalmente objeto de ecoetiquetado, el análisis realizado por la secretaría de la UNCTAD se basa exclusivamente en los bienes de consumo no agrícolas (es decir, los productos industriales). Se clasificaron como productos de consumo 734 grupos de productos en total, pertenecientes a las partidas de seis cifras del SA (algunos países en desarrollo y China suministraron el 50,1% de todas las importaciones de productos industriales de consumo provenientes del exterior de la UE). En el caso de 445 productos, el 50% o más de las exportaciones procedentes del exterior de la UE, teniendo en cuenta su valor, provinieron de países en desarrollo o de China. He aquí algunos ejemplos (se indican entre paréntesis los principales abastecedores de productos clasificados en partidas de seis cifras del SA): artículos de cuero (China), alfombras (Irán e India), vajilla de mesa y vajilla de cocina (República de Corea, China e India), textiles y prendas de vestir (Turquía, Indonesia, Tailandia, Hong Kong, provincia china de Taiwán, Marruecos, China, República de Corea, Egipto, Chipre, Pakistán y Malasia), calzados (China y República de Corea), joyas (Tailandia y Hong Kong), accesorios de cocina (provincia china de Taiwán), cuchillos de mesa (República de Corea), hojas de afeitar (Argentina), máquinas de coser (provincia china de Taiwán), accesorios electromecánicos y electrotérmicos de uso doméstico (China), secadores de cabello (China), planchas para la ropa (Singapur), hornos microondas (República de Corea), reproductores de sonido en casete (China), radios (China), receptores de televisión (Tailandia y provincia china de Taiwán), relojes de diversos tipos (China y provincia china de Taiwán), sacos de dormir (China), juguetes (China y provincia china de Taiwán), pelotas de tenis y de otros deportes (Indonesia o Pakistán), patines sobre hielo y patines de ruedas (China), cañas y carretes de pescar (República de Corea),

encendedores de cigarrillo y otros encendedores (México) y peines (provincia china de Taiwán).

43/ Entendimiento acerca de la interpretación del artículo XXVIII del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio, 1994.

44/ Una aplicación de esta fórmula a las importaciones procedentes del exterior de la UE (pero con exclusión de las corrientes comerciales de un valor inferior a 500.000 dólares de los EE.UU.) indica que ciertos grupos de textiles presentan para los PMA un importante interés en el plano de la exportación. Por ejemplo, las alfombras de lana forman el 27 y el 32% de las exportaciones de Nepal y del Afganistán a la Unión Europea, respectivamente. Las exportaciones de camisetas denominadas "T-shirt" presentan un interés considerable para las Maldivas (el 18,7%), Laos (el 14,5%) y Bangladesh (el 11,7%, o sea, 113,6 millones de dólares de los EE.UU.).

45/ Han solicitado participar en la labor del Subcomité de la ISO sobre ecoetiquetado los países siguientes: Alemania, Australia, Austria, Bélgica, Brasil, Canadá, Colombia, Dinamarca, España, Estados Unidos, Federación de Rusia, Finlandia, Francia, India, Irlanda, Japón, Malasia, Nueva Zelandia, Países Bajos, Reino Unido, República Checa, República de Corea, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Tailandia, Tanzania, Trinidad y Tabago, Turquía y Uruguay. Sin embargo, de los países en desarrollo solamente Malasia, la República de Corea y Sudáfrica han designado a expertos para que participen en las deliberaciones. La secretaría de la UNCTAD ha participado en la labor del Subcomité 207/SC 3 en calidad de organización de enlace y ha aportado interesantes contribuciones, por ejemplo, sobre los aspectos del etiquetado ambiental relacionados con el comercio internacional.

46/ A. Markandya, op. cit.

47/ Normalmente, las disposiciones para la concesión de una ecoetiqueta se dividen en:

- disposiciones generales, que se aplican a todos los productos y establecen condiciones generales para la concesión de la etiqueta, y
- criterios particulares para un producto, que definen las exigencias técnicas aplicables a un grupo concreto de productos.

48/ Programa de Selección Ambiental, Environment Canada, "Eco-labelling and PPMs - The International Context". Ponencia presentada en la reunión técnica de la OCDE sobre ecoetiquetado y comercio. Londres, 6 y 7 de octubre de 1994.

49/ En el primer período de sesiones del Grupo de Trabajo, algunas delegaciones insistieron en que el PNUMA debía realizar estudios para determinar una base que permitiera establecer la equivalencia ambiental.



50/ La participación efectiva de los países en desarrollo en las reuniones de los comités y subcomités técnicos de la ISO se ha acrecentado lentamente a lo largo de los años, pero no ha alcanzado todavía la intensidad prevista. La ISO otorga subsidios de viaje y subsistencia a algunos países para que puedan participar en una o dos reuniones, con la esperanza de que esta ayuda sirva de catalizador para generar una participación más amplia de los países en desarrollo en las actividades de la ISO.

51/ Las ponencias leídas en el cursillo de la UNCTAD sobre ecoetiquetado y comercio quedarán recogidas en un libro de próxima aparición.

-----