

LA ETIQUETA AMBIENTAL EN EL DERECHO AMBIENTAL ECUATORIANO. TRATAMIENTO JURÍDICO E IMPLEMENTACIÓN COMO POLÍTICA PÚBLICA DENTRO DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

*The environmental label in Ecuadorian Environmental Law.
Legal treatment and implementation as public policy within consumer rights*

Alcides Antúnez Sánchez¹
Ana Elisa Gorgoso Vázquez²
Eduardo Díaz Ocampo³

Sumario: 1. Análisis teórico, doctrinal y legislativo de los instrumentos de mercado vinculados a la tutela del ambiente, con especial referencia a la etiqueta ambiental en el ámbito de los derechos del consumidor 2. La etiqueta ambiental en Ecuador. Régimen jurídico y organismo de certificación ambiental que la otorga. Vínculo con los derechos del consumidor 3. Conclusiones 4. Referencias bibliográficas

Resumen: El artículo caracteriza la etiqueta ambiental dentro de los instrumentos de mercado a partir de su reconocimiento en el ordenamiento jurídico ecuatoriano como parte de las políticas públicas de fomento, dirigidas a los sujetos de gestión, vinculadas a la protección de los derechos del consumidor en la red de comercio y servicios, tal como lo mandata el texto constitucional de 2008 en pos de alcanzar los objetivos del milenio para el 2030. Los llamados instrumentos de mercado vinculados a la tutela ambiental, entre estos la etiqueta ambiental; en Ecuador se implementan los del tipo I. Al no existir una cultura ambiental adecuada dentro de las medianas y pequeñas empresas que la ponderen no protegen al ambiente. Contrario a las grandes empresas que, si la han implementado, lo que hace que sus producciones sean más competitivas y tengan en cuenta el vínculo con los derechos del consumidor a través de una gestión ambiental adecuada.

Palabras claves: derechos, consumo, políticas, gestión, instrumentos

Abstrac: The article characterizes the environmental label within the market instruments based on its recognition in the Ecuadorian legal system as part of the public promotion policies aimed at management subjects, linked to the protection of consumer rights in the network of commerce and services as mandated by the 2008 constitutional text in order to achieve the millennium goals for 2030. The so-called market instruments linked to environmental protection, including the environmental label, in Ecuador are implemented those of type I. There is not an adequate environmental culture within small and medium-sized companies that ponder it does not protect the environment. Contrary to large companies that have implemented it, which makes their

¹Máster en Asesoría Jurídica mención administrativo ambiental. Profesor Auxiliar Derecho Ambiental e Internacional Público en la Disciplina Derecho de la Economía. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad de Granma. República de Cuba. Email: aantunez@udg.co.cu ORCID No. 0000-0002-8561-6837

²Máster en Desarrollo Cultural Comunitario. Profesora Auxiliar en la carrera gestión sociocultural para el desarrollo. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad de Granma. República de Cuba. Email: agorgosov@udg.co.cu ORCID No. 0000-0001-8207-2902

³Dr.C. Pedagógicas. Rector de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Profesor de Derecho Laboral y Constitucional. Abogado de los Tribunales de la República del Ecuador. Doctor en Jurisprudencia. Magister en Desarrollo Curricular. República e Ecuador. Email: ediaz@uteq.edu.ec, edu66diaz@hotmail.com ORCID No.

productions more competitive and takes into account the link with consumer rights through proper environmental management.

Key Words: rights, consumption, policies, management, instruments

Introducción

La preocupación por la protección del ambiente por parte de los gobiernos, de los empresarios en las formas de gestión y de los ciudadanos como consumidores de los bienes y servicios ha ido en aumento en la primera década del siglo XXI a consecuencia del cambio climático y de las adversidades que este trae consigo, lo que ha hecho necesario el desarrollo de herramientas que permitan a la Administración Pública ejecutar el control ambiental a través de la auditoría y la inspección.

En consecuencia, a través la Red de Etiquetado Ecológico Mundial (GEN), asociación no lucrativa de organizaciones de etiquetado ambiental, creada en 1994 para mejorar, promover y desarrollar el ecoetiquetado de los productos y servicios. En la actualidad es la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) quien preside la red mundial del etiquetado ecológico. Ha contribuido a certificar las formas de gestión al crear mecanismos de respuestas a través de instrumentos que permiten la tutela ambiental a la Administración Pública con la implementación de las herramientas de gestión, en particular la auditoría ambiental como parte del control público. Su fin es velar por la protección ambiental.

Al concluir la evaluación por el órgano de control se entrega la etiqueta-certificación ambiental, reconocida como el instrumento voluntario, factible económicamente con la participación de un equipo multidisciplinario. Es concebido como un instrumento administrativo de naturaleza reglada. El objetivo básico del sistema de etiqueta ambiental en un país es proteger a los consumidores, es denominada en la doctrina como certificación ambiental o ecoetiquetado de forma indistinta como se le conoce; persigue sensibilizar a los consumidores en la adquisición de productos cuya repercusión ambiental sea mínima. Es a la vez un estímulo para que las formas de gestión dirijan su producción y distribución en la red de comercio de bienes y servicios al implementar tecnologías limpias, y obtener con ello ventajas competitivas.

Material y métodos: El artículo tiene como objetivo, caracterizar la etiqueta ambiental dentro de los instrumentos de mercado a partir de su reconocimiento en el ordenamiento jurídico ecuatoriano como parte de las políticas públicas de fomento dirigidas a los sujetos de gestión, vinculadas a la protección de los derechos del consumidor en la red de comercio y servicios como lo mandata el texto constitucional en pos de alcanzar los objetivos del milenio para el 2030. Para ello, fueron utilizados como métodos de las ciencias sociales la revisión bibliográfica, el inductivo deductivo, el de análisis síntesis, y el de comparación jurídica.

1. Análisis teórico, doctrinal y legislativo de los instrumentos de mercado vinculados a la tutela del ambiente, con especial referencia a la etiqueta ambiental en el ámbito de los derechos del consumidor

Los llamados instrumentos de mercado vinculados a la tutela ambiental, aparecen a partir de la década de los 60' del siglo XX, cuando los empresarios en las formas de gestión comienzan a sentir la necesidad de enfrentar un segmento en el mercado que reclamaba una tipología de productos y servicios más respetuosos con la naturaleza; y contar a su vez con una legislación más estricta en la materia ambiental a la que estaban obligados a cumplir dentro de los ordenamientos jurídicos.

Entre estos instrumentos de mercado, está la etiqueta ambiental, su génesis la doctrina estudiada señala que ocurre en Alemania en 1977, se le identificó con el Ángel Azul como logotipo; por ello, le corresponde el mérito de ser la primera nación que la implementó por parte de la Administración Pública dentro de las políticas públicas en materia de protección ambiental asociada a los derechos del consumo, hoy dentro de la Unión Europea.

Esta política pública en materia ambiental fue seguida en el 1989 por Canadá y Japón. El sistema canadiense similar al alemán, aunque se aprecia cómo pone un mayor énfasis en la necesidad de evaluar el impacto ambiental de un producto a lo largo de todo su ciclo de vida. El distintivo que le distingue consiste en la hoja del símbolo nacional de esta nación integrada por varias aves son productos fabricados en papel y plástico reciclados.

Este sistema de protección a los derechos del consumidor desde la dimensión ambiental se justiprecia como continua en su implementación en países como Noruega, Suecia, Finlandia, Austria, Francia, Portugal y Nueva Zelanda; la han insertado en la consumación de este ecoetiquetado como también se le denomina, para ello han elaborado sus propios sistemas de etiquetado ecológico para aplicarlo a partir de 1989 identificado con el logotipo del Cisne Blanco. La autora del artículo analiza como es reconocido como un sistema en la mayoría de las Administraciones Públicas por parte de los Estados, las mismas lo han ido implementando de forma paulatina, este ha tenido como soporte legal para la protección ambiental a partir de los textos constitucionales, y su desarrollo en los ordenamientos jurídicos ha sido a través de una Ley de etiquetado, Ley de protección al consumidor, Ley de Contralorías, Ley de auditoría ambiental, Ley ambiental, Ley de fomento ambiental y en la Ley de gestión ambiental.

1.1 Desarrollo en la Unión Europea de la etiqueta ambiental como política pública. Regulación legal en los ordenamientos jurídicos

Retomando su desarrollo en la Unión Europea, en sus Estados ante la preocupación por el equilibrio que debe existir entre el crecimiento económico y la protección al ambiente, sus normativas jurídicas que han ponderado la producción de bienes y servicios, tienen que tener en cuenta el impacto ambiental que generarán a la naturaleza desde la arista económica para garantizar el desarrollo sostenible.

Por lo que, se aprecia como el uso de la etiqueta ambiental es obligatoria, coexistiendo desde 1991 en un distintivo de carácter comunitario para la agricultura ecológica y para la producción pre envasado y voluntario para los productos no producidos en la Unión, identificados con el logotipo de la Flor Europea. Vinculada al principio de legalidad, de aquí la aplicación del Derecho Administrativo sancionador como característica que le distingue.

También, existe otro distintivo otorgado por AENOR, la que otorga la certificación ambiental dirigida a los envases del sistema integrado de gestión de residuos y su adecuado reciclaje, los de consumo de energía y recursos esenciales, y el de garantía de la calidad ambiental. Estos tienen su soporte legal en el ordenamiento a través del Decreto N^o. 316 de 1994, en el Decreto N^o. 296 de 1998, en el Real Decreto 1309 de 2011 y en el BOE N^o. 249 de 2011.

Se constata que, dentro de los recursos más importantes para reducir la brecha entre el interés público y el comportamiento del consumidor se incluyen las políticas de etiquetado, la certificación y la adquisición de productos ecológicos por parte de los consumidores, la que ha ido en crecimiento. Es por ello, que las Administraciones Públicas en los Estados prestan interés en su regulación dentro de los ordenamientos jurídicos, para esto realizaremos un análisis de los instrumentos de mercado vinculados a la tutela ambiental.

A partir de los años 90', etapa denominada como “la Década de la Tierra” (Drumwright, 1994) es cuando este movimiento pro ambiental comienza a tener una mayor relevancia dentro de la sociedad, se evidencia como provocó cambios en la conducta de los principales agentes del mercado y la aparición de diversos frentes de presión, los que promovieron la defensa del ambiente con poder de negociación. Han sido clasificados en tres grupos: el social, el político-legislativo y el económico.

En el entorno actual la evolución de los valores de la sociedad, reconocida dentro del comportamiento de compra de numerosos individuos interesados por el impacto ambiental derivado de sus actos de consumo, ha impulsado lo que se ha denominado por estudiosos del tema desde diversos saberes como la transformación “verde” del ámbito empresarial, con mayor relevancia en los países desarrollados.

Los autores del artículo consideran que, la preocupación por la degradación ecológica a escala mundial es una tendencia creciente entre los consumidores, demuestra la relación entre la compra de un producto ecológico y la posibilidad de pagar un precio más elevado que por el del producto tradicional. De esta forma, se considera que los consumidores cada vez poseen una mayor conciencia ambiental y están dispuestos a adquirir productos y servicios amigables con la naturaleza en pos de su beneficio personal de su salud, y con evitar el fraude.

Como consecuencia, se discurre que las etiquetas ecológicas, los programas ambientales, los programas de certificación y de adquisición de productos ecológicos tienen como objetivo fortalecer los mercados con “orientación ecológica”. Otros ejemplos de instrumentos basados en el mercado que se analiza en este artículo incluye las tarifas ambientales, las cuotas de usuario, los subsidios, los sistemas de reembolso de depósitos y otros mecanismos, todos se constata que están orientados a alentar o desalentar a los responsables de tomar decisiones con respecto a las características ecológicas de los bienes y los servicios en su desarrollo evolutivo, tal y como se ha ponderado por Audiverti Arau (1996).

Queda claro que, hoy el ciudadano confía en la capacidad de los gobiernos para formular y poner en práctica reglamentos ambientales y, por lo tanto, no relacionan sus hábitos de compra personales con la protección ambiental. En pocas palabras, la gente confía en que su gobierno está haciendo lo necesario para proteger el ambiente. El segundo aspecto, se refiere a la preocupación en torno al cumplimiento de la normatividad. La mayoría de los programas de etiquetado y certificación tienden a excluir los riesgos tóxicos o los relacionados con la salud humana.

Para los articulistas, la concesión de la etiqueta ecológica tiene como fin reducir el impacto negativo de la producción y el consumo sobre el ambiente, a la salud, y al clima; promoviendo productos que tengan un nivel elevado de comportamiento ambiental mediante la utilización de la etiqueta que así lo identifique en el mercado, con ello es más competitiva la forma de gestión y más caro en su nivel adquisitivo por los consumidores, en fin que contribuya a disminuir el fraude en los productos que se promueven y comercializan en el mercado.

Es concebida por los estudiosos como la tarjeta de presentación del producto y su garantía de calidad ambiental. Por ello, la doctrina jurídica en la Unión Europea estudiada, considera que deba ser entendida desde una doble perspectiva, de consecución del mercado interior y de mejora de la información de los consumidores. El etiquetado ecológico consiste en etiquetas que informan al consumidor que los productos que las ostentan poseen ventajas ambientales en comparación con otros productos de la misma categoría, por ello su nivel adquisitivo es superior.

La postura de autores como De Camino y Alfaro (1994) consideran otra arista, ante la relevancia que posee la certificación ambiental para los bosques en cada nación y en su cadena de custodia,

que permita lograr con ello la sostenibilidad para su manejo ambiental, la protección de la biodiversidad, para mejorar la ruta de acceso a nuevos mercados en pos de obtener mejores prácticas forestales. Ello permitirá un mejor manejo del paisaje, de la contaminación, la protección a las cuencas hidrográficas y a la erosión, protección a la fauna y a la caza, diversificación de las especies maderables y no maderables, controlar la reforestación aplicando la ciencia, un mejor control de los límites boscosos.

Permite aseverar que, un sistema de etiquetado ecológico de productos consiste en la concesión por parte de un evaluador independiente, mediante un proceso controlado en cuanto a la neutralidad por los poderes públicos, del logotipo de aprobación de un producto basándose en sus cualidades ambientales, logotipo que puede ser utilizado públicamente por el producto (Alonso García, 1993).

Al analizar autores que desde el estudio doctrinal del Derecho Administrativo Ambiental en España han abordado el tema del artículo, como Martín Mateo (1994), Betancort Rodríguez (2004), Ortega Álvarez (2013), Fernández Ramos (2014), Sanz Rubiales (2014) y Lozano Cutanda (2014) son del criterio consensuado que, la etiqueta ambiental está vinculada al derecho del consumidor, para ello fue creado un programa para una política de protección e información de los consumidores, a partir de la premisa de que el consumidor ya no podía ser considerado «únicamente como un comprador y usuario de bienes y servicios, para uso personal, familiar o colectivo, sino como una persona interesada en los diferentes aspectos de la vida social que, como consumidor puedan afectarle directa o indirectamente».

Continúan estos autores consultados al señalar que se ha operado una cierta universalización de los intereses del consumidor que escapan a los meros elementos contractuales que regulan la adquisición final de bienes y servicios. Coinciden que la ecoetiqueta surge como un instrumento para poder integrar productos beneficiosos para el medio ambiente dentro del circuito del mercado. Su objetivo es doble, de una parte, propicia el diseño, la producción y comercialización de productos con repercusiones reducidas en el medio ambiente durante todo su ciclo de vida. De otra, proporciona al consumidor la posibilidad de identificar determinados productos, que por lo general tienen un precio algo más elevado que los integrantes de su gama, con una garantía específica acreditadora de las cualidades del beneficio ecológico del producto.

Consideran estos estudiosos que también constituye una declaración técnica de que un producto reúne determinadas cualidades ambientales y una autorización para poder ostentar en su comercialización un determinado distintivo. Esta vía se inscribe dentro de las medidas de integración del ambiente en el mercado, que no son las tradicionales medidas administrativas de reglamentación, inspección, autorización y sanción. Constituyen, al mismo tiempo, una garantía tanto para el fabricante como para el consumidor, ya que, con relación al primero impide la defraudación de la libre competencia que estaba dañando la rentabilidad de las inversiones en procesos productivos ecológicos por culpa de la publicidad engañosa, igualmente, con relación al consumidor, soluciona su incapacidad para comprobar por sí mismo las virtudes ecológicas del producto y le garantiza unas determinadas cualidades del mismo.

En el siglo XXI se valora que, la demanda de productos y servicios ecológicos parece haber establecido un nicho o segmento de mercado especializado. Sí bien los mercados con etiquetado ecológico parecen haberse estabilizado o nivelado, tanto la certificación ambiental como la adquisición de productos ecológicos están en plena expansión. Con ello se permite proteger la salud humana y a la naturaleza de su depredación.

Se arguye que, tanto las etiquetas, las certificaciones y las adquisiciones como categorías únicas, están vinculadas entre ellas. En el etiquetado y la certificación con frecuencia se aplican criterios e índices similares, si no es que se puede significar que sean idénticos. En términos generales, difieren en que las etiquetas se aplican a productos específicos (y a menor número de servicios), mientras que las certificaciones están orientadas a un público diferente: otras empresas importantes o compradores minoristas, más que a consumidores individuales.

El uso por las formas de gestión de las etiquetas ambientales se aprecia cómo se ha convertido en una herramienta de gestión de importancia en el sector empresarial con el fin de categorizar mejor su producto, dando información exacta y verídica hacia el consumidor sobre la calidad y el impacto ambiental. Se convierte en una herramienta de gestión ambiental para la protección del ambiente mediante cambios tecnológicos con el uso de tecnologías limpias que logran hacer de los materiales menos contaminantes, permite informar al consumidor que el producto fue fabricado cumpliendo ciertas exigencias ambientales, reduciendo impactos negativos para el entorno.

La certificación ambiental en este sentido, toma en consideración los sistemas de manejo ambiental subyacentes, en lugar de criterios específicos y técnicos para productos desde una perspectiva para toda la vida. Por ello, el paso de muchas empresas del control de la contaminación a la prevención de la misma podrá ayudar a explicar el acento creciente en la certificación y la adquisición institucional como instrumento económico que permita cumplir las metas ambientales para conformar la empresa amigable con el ambiente dentro de la fórmula estímulo/recompensa.

El alcance del control ambiental vinculado a la entrega de la etiqueta a las formas de gestión se aprecia que está dirigida en esencia a los productos alimenticios, a los textiles, al calzado, los cosméticos, las sustancias peligrosas y los detergentes, aunque ya se visualiza su uso en productos electrónicos, otorgada tanto por la inspección o la auditoría. Por ello, se pondera el vínculo que posee con la Ley para la Defensa de los consumidores y Usuarios, tras su regulación en el mercado europeo y en otras naciones que de esta manera la ponderan.

Existe un porque, los avances de la industria, el comercio, la ciencia y la tecnología en el siglo XXI han traído consigo enormes riesgos que amenazan no solo la salud y la estabilidad económica de los individuos o las sociedades, sino también la supervivencia de la especie humana y de la vida misma sobre el planeta tierra. Por consiguiente, lo que hace unos años en el pasado siglo se consideró de manera optimista como “sociedad del conocimiento”, y se ha denominado por Ulrich Beck (1998) como “sociedad del riesgo”, a causa de la coyuntura que vive la aldea global posmoderna y posindustrial, al enfrentar los riesgos que la modernidad misma ha engendrado, riesgos que a su vez no pueden ser calculados ni controlados por la ausencia de regulación jurídica y técnica de los sistemas políticos.

Jaquenod de Zogón (2005) expresa al señalar “...el hombre contemporáneo se enfrenta como depredados de la naturaleza, sin tomar conciencia que, en más o menos medida, forma parte de ella, esta acogida por ella, y al desnaturalizarla y alterarla, el mismo se desnaturaliza, altera y traiciona su propia esencia...”

No hay que dejar de significar que, el problema del cambio climático, por sus resultados adversos en el siglo XXI no ha afectado aún los hábitos de compra del público en general, es factible que el Protocolo de Kioto impulsara a un primer plano el uso eficiente y la conservación de la energía en los próximos años. El mismo generó la creación de una serie de programas e iniciativas auspiciados por la Administración Pública para promover la conservación y el uso eficiente de la energía, así como proyectos de construcción más ecológicos vinculados al ambiente construido.

Un ejemplo de lo señalado, se visualiza en el programa “Environmental Choice”, el que refiere una fuerte demanda de energía ecológica certificada, y se espera que esa demanda aumente a medida que las compañías se empeñen en reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero y compren contrapartidas de los créditos de emisiones, tal y como se implementa en la Unión Europea.

Son identificados en estos resultados que se muestran los elementos de contenido obligatorio que se distinguen en la etiqueta para su producción y comercialización desde la doctrina y la legislación, ellos son: denominación de la venta, lista de ingredientes, cantidad porcentual del ingrediente, cantidad neta, fecha de duración mínima, condiciones especiales de conservación o utilización, nombre o razón social y dirección del fabricante y embalador, modo de empleo, lugar de origen, marca registrada, número de registro industrial del comerciante, fecha de caducidad del producto, precauciones del empleo, lote de fabricación, riesgos del producto, grado alcohólico, y el símbolo de peligro o precaución. Su lugar de ubicación en el producto a comercializar es en la parte horizontal, la lengua a utilizarse por el fabricante es la del país de origen del producto y las lenguas oficiales del país de comercialización. La solicitud se presentará ante el organismo competente designado por cada Estado miembro para su concesión o no.

Los autores ponderan que dentro de los recursos más importantes para reducir la brecha que existe entre el interés público y el comportamiento del consumidor se incluyen las políticas de etiquetado ambiental, la certificación ambiental y la adquisición de productos ecológicos por los consumidores como destino final. Para ello, es pertinente distinguir que en el mercado ambiental por un lado está la publicidad ambiental dirigida a los productos y a las empresas, y por otro lado los programas de etiquetado ambiental, que tienen una naturaleza obligatoria y son de carácter voluntario.

Los elementos analizados sobre la etiqueta ambiental, permiten confirmar que es concebida como el distintivo voluntario adoptado por las formas de gestión estatal o privada, se otorga a determinados productos o servicios como símbolo de acreditación y respeto al ambiente que se mantiene durante el proceso de fabricación, comercialización o de su vida posterior al tratar de reducir su impacto al entorno. Certifica ciertos bienes y servicios posean unas determinadas características ecológicas con respecto a otros bienes y servicios equivalentes dentro de una misma categoría. Es de carácter voluntario, se concede a través de un evaluador independiente y se gestiona conforme a un estándar reconocido por la Administración Pública establecido previamente y regulado en la norma jurídica.

Las normas técnicas ISO la han estructurado en tres categorías: las de tipo I se acogen a la norma ISO 14 024 para las ventajas ambientales del producto, las del tipo II se acogen a la norma ISO 14 021 las características medio ambientales del producto, las del tipo III se acogen a la norma ISO 14 025, señala los impactos ambientales que los productos generan al entorno. Su finalidad al obtener la certificación con la etiqueta, se aprecia en el estímulo de los consumidores a realizar compras ambientales responsables, el incremento de las ventas y de los servicios, la mejora la imagen de las formas de gestión, la mejora la competitividad, aporta información detallada y veraz, hay una adecuada responsabilidad ambiental de los productos y servicios para un desarrollo sostenible y se incentiva la protección ambiental.

Se considera que la etiqueta ambiental es un instrumento de fomento que utiliza la Administración Pública como resultado de la política para proteger el ambiente en una nación; los empresarios dentro de las formas de gestión hacen estudios de mercado para conocer si sus productos tendrán la aceptación esperada por parte de los consumidores, y está vinculada con la certificación de la

empresa amigable con el ambiente. Tiene dos objetivos, uno proteger el ambiente y otro orientar a las formas de gestión a ser menos agresivas con el entorno. Que en sí no debe ser utilizado no solo en su aplicación, pues posee vínculo con la auditoría ambiental para tras la evaluación concederla o no. A nivel internacional, y dada la complejidad de la realización del Análisis del Ciclo de Vida completo, se ha creado la norma ISO 14 040 que resulta un primer intento de establecer esta evaluación, aunque únicamente a nivel de fabricación de los productos, quedando fuera las fases de uso y residuos de estos.

En este particular que se desarrolla en el artículo, Calomarde (2000) valora en su análisis que no existe un producto ecológico por sí mismo, sino en función de su comportamiento ambiental durante todo su ciclo de vida, desde el análisis de las materias primas que lo componen, sus procesos productivos en conjunto, su uso, los residuos generados por su distribución y transporte y, finalmente, su reutilización o eliminación. Criterio a la que la autora se afilia, claro ha ido evolucionando con el tiempo.

La postura de Álvarez Hincapié (2007) quien señala “...la certificación ambiental es una garantía a través de una agencia certificadora independiente, que asegura que el proceso de producción o el producto cumplen con ciertos requisitos. Esto puede ser útil para promocionar un producto en distintos mercados, para mejorar sus posibilidades de ingreso a estos y (en algunos casos) para hacer que el productor reciba un mejor precio...”

Por ello, se discute que hay clientes (especialmente a nivel internacional) que exigen ciertas certificaciones ambientales, que en caso de no ser cumplidas pueden llevar a la exclusión de la empresa productora en los procesos de contratación. Para lograr este cumplimiento deben desarrollarse actividades de extensión a los productores, técnicos y otros agentes asociados a la cadena productiva. Sean voluntarios y privados, los sistemas de certificación deben estar subordinados a los marcos regulatorios vigentes, así como la representación de los intereses nacionales en cuanto a la protección ambiental local. Deben además ser complementados con una visión clara acerca de las implicaciones comerciales y las condiciones ambientales para los productores locales.

Queda claro lo ponderado por Sanz Larruga (2002) al señalar “...la empresa estaba acostumbrada al conflicto intraempresario -es decir, al conflicto entre patrón, empleador y trabajador, conflicto de derecho del trabajo- y al conflicto inter-empresario -de derecho comercial, conflicto con el cliente y con el proveedor-. De pronto se ve inmersa en otro tipo de conflicto, de base social, porque el Derecho Ambiental es un derecho de grupo, de clase, de categoría, ligado a una pluralidad de sujetos integrantes de un grupo, vinculados en virtud de una pretensión de goce de una misma prerrogativa, al ser un derecho de goce, disfrute y afectación solidaria...”

Este autor consultado, en sus análisis sobre el tema, en el 2011 consideró “...paralelamente al extraordinario progreso científico y tecnológico que ha permitido un alto nivel de vida en las sociedades desarrolladas hoy, más que nunca, se advierten los innumerables riesgos originados por el propio desarrollo tecnológico y sobre los que, pese a dicho progreso, sigue existiendo una considerable incertidumbre científica sobre sus efectos sobre el medio ambiente y la salud humana. De aquí que se coliga la pertinencia del uso obligatorio de la ecoetiqueta como un derecho de los consumidores al ponderar el principio de información...”

Otros autores identificados que han abordado el tema analizado, son Lozano Cutanda (2010), Sanz Rubiales (2014), Embid Irujo (2015), Parejo Alfonso (2015), quienes desde el Derecho Administrativo Ambiental, destacan cómo las normas jurídicas incidirán en acciones positivas ante

el cambio climático, con la implementación de los impuestos ambientales, de la fiscalidad ambiental, de los instrumentos de carácter cooperador, y las acciones para su mitigación por parte de Estados contaminadores a escala global, donde desde la Unión Europea ha sido un paso de avance para dar respuesta con políticas públicas trazadas en los ordenamientos jurídicos adoptados por los Estados que componen esta región.

Los articulistas ponderan que en las formas de gestión la toma de decisiones tiene que considerar y valorar los recursos naturales que utiliza y las implicaciones de este uso para el medio natural. Entre los factores que van a influir en esta toma de decisiones estarán: los precios de las materias primas y energía, las tecnologías existentes y el coste de las mismas, la legislación ambiental existente, las restricciones, tributos y sanciones que van a afectar a los costes de los productos a ofertar. Con ello, se tratará de internalizar los costes ambientales dentro de la cuenta de resultados, aunque esto va a tener sin duda una repercusión negativa a corto plazo en los beneficios generados. Desventaja que se puede eliminar, bien mediante una mejora de la productividad total aplicando o desarrollando tecnologías limpias o bien mediante una diferenciación y cualificación de sus productos al participar en la oferta con nuevos productos o servicios que minimicen su impacto ambiental.

Se considera que, la certificación ambiental de productos (ecoetiquetado) es un instrumento basado en el mercado, permite a los consumidores pagar una prima por productos elaborados según las normas de manejo sostenible. La adopción de tecnologías sostenibles depende de la existencia de instituciones adecuadas y de cierto nivel de acción colectiva. Sin embargo, está claro que otros factores pueden ser altamente influyentes, como la estabilidad social y las posibilidades efectivas de acceso a recursos económicos y financieros para los productores. Así mismo, la capacidad económica de los consumidores puede ser una de las limitantes para el desarrollo de los mercados de productos certificados.

Se visualiza como dentro de los países que forman la Unión Europea (UE) encontramos la Estrategia 2020, y su reafirmación en la Hoja de Ruta para 2050, donde el objetivo es conseguir una economía hipocarbónica. Como se aprecia, se apuesta por la economía verde y por implementar la economía circular para lograr alcanzar con ello un modelo económico sostenible. En correspondencia con lo que dispone la Organización de Naciones Unidas, al definió la economía verde caracterizada por un substancial aumento de las inversiones en sectores verdes, apoyadas por reformas políticas que sean instrumentales para esto. Estas inversiones ofrecen un mecanismo para la reingeniería de los negocios, de la infraestructura, de las instituciones y la adopción de procesos de producción y consumo sostenible. Dicha reingeniería conduce a una mayor participación de los sectores verdes en el PIB, más y decentes empleos verdes, menor uso de energía y materiales en la producción, menor generación de desechos y contaminación y emisiones de gases de efecto invernadero muchas más bajas, de la XVII Reunión del Foro de Ministros de Medio Ambiente de América Latina y el Caribe (PNUMA, 2010)

En sus estudios, Antúnez Sánchez (2015) señala que en la relación jurídica que aparece entre el sujeto auditor y el auditado tras la sistematización realizada a la auditoría ambiental como institución jurídica, entre sus elementos objetivos se reconoce a la certificación ambiental con la ecoetiqueta a los bienes y servicios producidos por las formas de gestión. En ella aparecen instituciones jurídicas como el fomento, los servicios públicos, la potestad inspectora y la auditora. Desde la perspectiva de la producción forestal, la FAO (1997) ha señalado que los planes de certificación son instrumentos relacionados con el mercado, dirigidos a la ordenación sostenible. La lógica de la certificación es simple: si los consumidores prefieren productos certificados, o si

están dispuestos a pagar un precio más elevado por ellos, los productores tendrán entonces un incentivo para adoptar prácticas sostenibles. Es por ello que en algunos países se certifican los bosques. Por ello, se aprecia como algunos países han reconocido que la competitividad en las exportaciones puede asociarse a factores de protección del ambiente, a la conservación de los recursos naturales y a la protección de las personas. Será posible agregar valor a los productos o servicios a través de la gestión ambiental, la gestión en salud y en seguridad ocupacional, así como en la responsabilidad social entre los objetivos del milenio para el 2030, donde la etiqueta ambiental tiene su impronta en la protección ambiental.

Los autores del artículo hacen la valoración que los principios aplicables a la certificación-etiquetado ambiental, incluyen el principio de sostenibilidad, de empoderamiento del consumidor, de prevención, de soberanía, de apertura de mercado, de internalización de costos, de voluntariedad, de viabilidad, de transparencia, de participación ciudadana informada, de objetividad, de incentivo a la innovación científica, de manejo social integral y de temporalidad técnica. Vinculados al principio de quien contamina desde el Derecho Ambiental. Se justiprecia como la globalización la competitividad es un factor esencial para alcanzar objetivos como el desarrollo económico y social de un país, o bien el crecimiento de una rama de la economía o un conjunto de empresas. Existe un doble desafío, por un lado, el de la empresa privada de ser cada vez más competitiva y, por otro, el del Estado, que debe asegurarse de que, mientras se fomenta que la empresa privada sea competitiva y que también esta contribuya al desarrollo sostenible. Son elementos que permitirán analizar como concurre el ecoetiquetado en otras regiones geográficas.

1.2 El ecoetiquetado en la región de América del Norte. Regulación jurídica y uso como política pública por los Estados

En el análisis realizado, en la región de América del Norte, los Estados Unidos de América y Canadá ponderan los Principios y Directrices para el Etiquetado y la Publicidad Ecológicos. En Canadá el gobierno federal para abordar el problema de la veracidad en la publicidad y garantizar la credibilidad de las leyendas ecológicas de la mercadotecnia. Estos principios y directrices se formularon en 1993 en el contexto de la Ley de Etiquetado y Empacado para el Consumidor y la Ley de la Competencia, las cuales contemplan una serie de prohibiciones en contra de las declaraciones falsas y de las que inducen al error.

El Ministerio de Recursos Naturales del gobierno federal de Canadá expide la etiqueta EnerGuide para indicar a los consumidores el consumo de energía de un aparato doméstico. Los aparatos eléctricos más importantes que se venden en Canadá deben llevar la etiqueta EnerGuide (tipo III). El programa de etiquetado ecológico más importante en Canadá es el denominado Environmental Choice (Opción Ecológica) establecido en 1988, ha otorgado etiquetas a cerca de 200 compañías que comprenden 2,000 productos y servicios, agrupados en sólo 100 categorías.

El etiquetado ambiental en los Estados Unidos de América abarca más de 25 programas distintos, que en total incluyen 156 categorías de productos. Hay 307 productos con etiquetas ambientales en diferentes programas. Estas actividades de etiqueta. La falta de un mandato federal único para consolidar actividades diversas explica la ausencia en Estados Unidos de América, de un programa de etiquetado único, centralizado y que otorgue un sello comparable a los que funcionan en otros países, como el programa Ángel Azul de Alemania o el Nordic Swan. Un resultado práctico es que los países con programas nacionales de etiquetado tienen también grandes mercados establecidos

para productos con ventaja ambiental. Es decir, los consumidores conocen una etiqueta ambiental importante y ese conocimiento redundante en una demanda constante.

En cambio, no hay un reconocimiento amplio de las etiquetas ambientales entre los consumidores estadounidenses, en parte por la falta de un programa único que los consumidores puedan reconocer y en el que puedan confiar. Como consecuencia, uno de los programas de etiquetado conocidos en Estados Unidos, Green Seal, concentra sus esfuerzos en las compras institucionales, en vez de hacer entre los consumidores grandes campañas publicitarias y de concientización.

La Agencia de Protección Ambiental y el Departamento de Energía establecen los criterios y luego autorizan a los fabricantes siempre que demuestran cumplir con los criterios el uso en productos y publicidad del logotipo de Energy Star, que es un sello de aprobación de un solo atributo. Como parte de la Ley de Política y Conservación de Energía (Energy Policy and Conservation Act, EPCA), inició el programa Guía de Energía: Etiquetado de Uso Eficiente de Energía de Aparatos Electrodomésticos.

La etiqueta-certificado ambiental es un tipo de etiqueta de divulgación de información. En este tipo de etiquetas se usa un formato estandarizado para clasificar y cuantificar los efectos o perjuicios que un producto causa en el medio ambiente. Una de las etiquetas de divulgación de información más conocidas en Estados Unidos de América es la etiqueta nutricional de la FDA, que contiene información estandarizada sobre alimentos procesados. También se aprecia que varias organizaciones privadas y públicas otorgan premios de liderazgo ambiental como reconocimiento a los logros ambientales dentro de compañías. Por ejemplo, los Premios de Liderazgo Ambiental de la Agencia de Protección Ambiental, que no se limitan al reconocimiento de productos con ventaja ambiental, se entregan a las compañías que utilizan estrategias innovadoras en materia de manejo ambiental.

Por todo lo señalado, se valora que el etiquetado y la certificación ambiental tienen mucho en común por cuanto a criterios aplicados, resultados esperados y categorías de productos. Al mismo tiempo, mientras que las etiquetas ambientales se aplican a productos específicos (lavavajillas o productos de papel), la certificación ambiental se aplica cada vez más a los sistemas de gestión ambiental subyacentes que sirven de base para la elaboración de productos específicos.

Se puede afirmar entonces, que las normas y lineamientos de la ISO 14 000 pretenden estandarizar las metodologías y de esta manera, conducir a la armonización y reconocimiento mutuo de programas entre países. Estas normas voluntarias de gestión ambiental pretenden promover un mejor manejo de los recursos ambientales y proporcionar una serie exhaustiva de normas que puedan aplicarse internacionalmente. La instrumentación de una serie de estándares normalizados a través de las fronteras nacionales augura el impulso del comercio y la mejora del desempeño ambiental en el mundo a las formas de gestión.

Se analizan las ventajas de los bienes y servicios certificados, toda vez que su adquisición de productos con ventaja ambiental ha observado un aumento constante durante los últimos años. Las empresas públicas empiezan a tomar en cuenta los atributos ecológicos de los productos en sus procedimientos de compra debido a que se apegan a una disposición o consigna específica sobre las adquisiciones verdes.

En el caso de las formas de gestión privadas las empresas incorporan atributos ecológicos, esto las beneficia de manera directa (mediante costos más bajos durante la vida de los bienes adquiridos), indirectamente (al hacerse de un prestigio ante sus accionistas o clientes) o, con mayor frecuencia, al generarles ahorros en costos de largo plazo.

Las asociaciones civiles suelen inclinarse a comprar productos con ventaja ambiental cuando su misión incluye la administración de la calidad ambiental. Asimismo, algunos negocios de venta al menudeo incluyen productos con ventaja ambiental en el surtido de bienes y servicios que ofrecen a sus clientes como consumidores ecológicos.

Desde el Derecho del Consumo, por la transdisciplinariedad del tema del artículo, Balderjahn (1986) define el consumidor ecológico como una persona consciente de los costes externos generados por la producción, distribución, uso y desecho de productos, que evalúa negativamente tales costes externos y que intenta minimizarlos a través de sus propias elecciones.

Autores como Ottman (1993) quien refiere a él como aquél que busca activamente productos que tienen un impacto relativamente mínimo sobre el medio ambiente. Shrum, Mccarty y Lowrey (1995) consideran que el consumidor ecológico es aquel cuyo comportamiento está influido por sus preocupaciones ambientales. Por otra parte, Baena y Recio (1998) lo definen como aquél que es consciente de su responsabilidad ecológica como consumidor y que lo demuestra activamente en sus hábitos de compra.

Por ello, se valora que la socialización de la información ambiental no es solo una demanda o una aspiración de los científicos, los técnicos y de los especialistas dedicados a este temática, constituye en sí una necesidad y una contribución a los procesos de mejora que desarrollan las organizaciones empresariales en las formas de gestión para conocer su posicionamiento respecto a la competencia y a las tendencias más reconocidas en el escenario en el cual se desenvuelven, no concebido de manera adecuada por su transdisciplinariedad. Los elementos abordados en este epígrafe permiten analizar cómo se caracteriza la etiqueta ambiental en Ecuador.

2. La etiqueta ambiental en Ecuador. Régimen jurídico y organismo de certificación ambiental que la otorga. Vínculo con los derechos del consumidor

El sistema de certificación ambiental en América Latina, se aprecia en el estudio cómo se ha desarrollado en la mayoría de los países a partir de la regulación dentro de los ordenamientos jurídicos que han pondera la ejecución de la auditoría ambiental por su vínculo con las Entidades Fiscalizadoras Superiores (EFS), como el órgano de control que la ejecuta. Aunque, también existen otros organismos que se ocupan de la entrega de la ecoetiqueta en cada nación a partir del distintivo aprobado como elementos a ponderar desde la prudencia ambiental.

Los estudios ejecutados sobre el tema que se abordan en el contenido del artículo, se identifican a partir de las posturas de Gordillo (2006), Caferrata (2008), Leff (2010) De Besa Antunes (2010), Bellorio Clabot (2013), Lorenzetti (2014), Peña Chacón (2014) coinciden que, la etiqueta-certificación ambiental como parte de los instrumentos de tutela ambiental de la Administración Pública aún no está presente en la mayoría de los países de la región, hay retos pendientes por materializar como continuar el desarrollo de la sostenibilidad de los productos que permitan desde el Derecho Administrativo Ambiental armonizar los criterios de certificación y la participación de los agentes interesados; no obstante se aprecia la experiencia obtenida en países como Brasil, México, Chile, Colombia, Venezuela, Ecuador, Uruguay, Panamá dan respuesta a lo acordado en Río+20 en implementar en la región el etiquetado ambiental tipo I como la herramienta clave de información sobre la sostenibilidad del producto, permitiría la definición de un marco de acción y el apoyo en la implementación y en la capacitación técnica para una gestión ambiental adecuada, con respeto a los derechos del consumo.

Los articulistas parten de consignar que, a partir de la entrada en vigencia de la Constitución de 2008, se generó un cambio de paradigma en la regulación constitucional ambiental en Ecuador en

su ordenamiento jurídico, la misma se inscribe en la concepción actual del nuevo constitucionalismo latinoamericano que defiende la consagración de la protección ambiental como un eje medular de las políticas del Estado.

Se valora que, el otorgar personalidad jurídica a la naturaleza, convirtiéndola en sujeto de derecho y por tanto titular de los mismos, carácter que únicamente había sido reconocidos a los seres humanos y personas jurídicas, excluyéndose a otros entes, tales como la naturaleza es un concepto jurídico en construcción desde la teoría del Derecho, tal y como lo ha señalado Bedón (2017) en sus estudios. Este rasgo lo distingue del Derecho Ambiental occidental.

El estudio desde la Constitución de la República del Ecuador de 2008, la que en su Título I: De los Elementos Constitutivos del Estado, Capítulo I, Principios Fundamentales, su Artículo 3, entre otros establece: “Son deberes primordiales del Estado: ...

5. Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir.

En particular en el estudio realizado, permite consignar que las políticas ambientales del Ecuador se encuentran dispuestas en el ordenamiento jurídico a través del Decreto Ejecutivo que aborda La preservación del Ambiente Objetivo Nacional Permanente del Estado Ecuatoriano (Decreto Ejecutivo No 764-Registro Oficial No. 193, de 19 de mayo de 1993) y en las Políticas Básicas Ambientales del Ecuador (Decreto No. 1802 de 1 de junio de 1994, Registro Oficial No. 456, de 7 de junio de 1994).

Su interpretación se contextualiza desde las políticas ambientales transversales, consagrada en el numeral 2 del artículo constitucional 395, las políticas generales aplicadas en materia ambiental, además de ser obligatorias por parte del Estado, abarcan a todos los niveles del poder público, así como a todas las personas naturales o jurídicas, aplicadas atendiendo al aspecto transversal, lo cual significa que se procura dar respuesta a las políticas bajo un enfoque de integrar la organización de disciplinas, de aquí que nuevamente señalemos su carácter transdisciplinario.

Por otra parte, se consagra la obligación del Estado de establecer mecanismos de protección, que radiquen en aspectos preventivos y de control, de contaminación ambiental en general, particularmente promoviendo un manejo sustentable de los recursos. Igualmente, se deberán establecer controles relativos al manejo de materiales tóxicos o peligrosos, incluyendo su importación, distribución, producción, uso y disposición, a partir del artículo constitucional 397.

El estudio del ordenamiento jurídico ecuatoriano sobre la gestión ambiental, como se señaló tiene su génesis en texto constitucional de 2008, se desarrolla a través de la Ley de Gestión Ambiental, Ley Forestal y de Conservación de Áreas Naturales y de Vida Silvestre, Código Civil, Código Orgánico Integral Penal, de la Salud, Ley de Hidrocarburos, Ley Régimen Provincial, Ley de Régimen Municipal, Ley de Aguas y otros instrumentos jurídicos.

Se contextualiza a través de los instrumentos de la gestión ambiental en la Ley de Gestión Ambiental (Ley de Gestión Ambiental. Registro Oficial No. 245, de 30 de julio de 1999), entre los que insertan la planificación, la evaluación del impacto ambiental y de control a través de la inspección ambiental, los mecanismos de participación social, los instrumentos de aplicación de las normas técnicas ambientales, control ambiental a través de la auditoría ambiental, las medidas preventivas, represivas, la sanción y jurisdicción para ponderar el principio de legalidad.

Su basamento legal se aprecia toda vez que la protección del ambiente como un derecho de las personas y un deber primordial del Estado cuenta con una instancia de control normada en la Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado, en su artículo 22, llamada a realizar la auditoría

sobre temas ambientales en los términos establecidos en la Ley de Gestión Ambiental. Con este propósito, el máximo órgano resolvió expedir las normas técnicas de control externo ambiental. En este sentido, se valora que la problemática de la gestión ambiental debe centrarse en el ejercicio de la potestad estatal para alcanzar las políticas gubernamentales vinculadas a alcanzar la meta del desarrollo sostenible, aun sin un despegue adecuado ante la falta de una cultura ambiental adecuada por los empresarios en Ecuador.

En este plano jurídico, se aprecia como el legislador ecuatoriano en pos del mejoramiento ambiental ha fomentado el uso de tecnologías limpias para disminuir los niveles de contaminación. En ello, tiene relevancia la implementación de incentivos tributarios dirigidos a los sujetos de gestión. En cuanto a salud y la seguridad ambiental, asume esta competencia el Ministerio de Salud en coordinación con el Ministerio del Ambiente como autoridad ambiental para ponderar dentro de sus estrategias públicas la calidad ambiental (Ley de Gestión Ambiental. Registro Oficial N° 245, de 30 de julio de 1999).

Asqueta (2002) en sus estudios valora, las medidas vinculadas a la gestión ambiental deben fundamentarse en la provisión de información, tanto a las empresas como a los consumidores, sobre las posibilidades tecnológicas, insumos alternativos, sustituibilidad en el consumo, y la persuasión, campo en el que se incluiría la sugerencia a los sectores afectados para que analicen la posibilidad de alcanzar acuerdos voluntarios con respecto a la consecución de determinados objetivos ambientales así como la invitación a cambiar determinados estilos de vida y consumo.

También, son apreciados los estudios realizados a los instrumentos para la gestión ambiental en la empresa, por Bustos Ayoví (2016), señala las auditorías o diagnósticos ambientales, análisis del ciclo de vida de los productos, etiquetado ecológico, sistema de gestión ambiental, declaraciones ambientales, la calidad total, la innovación tecnológica, subvenciones y ayudas, seguros y bancos. Son aspectos fundamentales que deben ser considerados si queremos el mejoramiento de la calidad de vida y del ambiente.

Son elementos que permiten analizar de cómo ha sido el comportamiento de las industrias ecuatorianas que han adoptado las normas técnicas ISO 14000 para la gestión ambiental de los procesos productivos, y como esta ha tenido un efecto motivador en las grandes empresas. Se aprecia su implementación en las compañías hidrocarburíferas, industrias madereras, de ensamblaje, industria química, de lacas y pinturas, las han adoptado las normas ISO 9000, para abrirse el camino a la ponderación de la ISO 14000, algo no comprendido de manera adecuada por los empresarios de la mediana y pequeña empresa.

Algunos ejemplos de productos que han obtenido la certificación ambiental en los sujetos de gestión ecuatorianos (ISO 14 001) ha sido en la empresa Green Agua, con el primer camarón orgánico del mundo certificado por Naturland en mérito a la aplicación de una tecnología propia destinada a los Estados Unidos de América y a la Unión Europea. El cultivo y procesamiento de hongos que ha recibido la certificación de BCS de Alemania de la provincia de Bolívar. El banano, quinua, lenteja, café, zanahoria, lechuga y hierbas por la certificadora “Organic Crop Improvement Association” (OCIA), cuyos estándares incluyen la producción orgánica en las provincias de Gabo y Oro.

Aquí se visualiza a consideración de los autores del artículo la relación directa entre competitividad y la adecuada implementación de la gestión ambiental por los sujetos de gestión para potenciar el desarrollo económico de la nación ecuatoriana, con una incidencia aún muy débil en las empresas familiares, las que no ponderan este valor agregado a sus productos o al servicio que prestan, al no contar con una cultura ambiental adecuada.

En la búsqueda epistemológica que se realiza se constata que la ecoetiqueta que se implementa en Ecuador es la de tipo I (norma técnica ISO 14025). Además, existen tres certificaciones extras que las empresas ecuatorianas pueden obtener: una de carácter internacional, la certificación ISO 14001 y dos de carácter nacional, la certificación Punto Verde y la certificación Carbono Neutro. Por tanto, la certificación ecológica es la nueva meta a la que se deberá llegar tanto por la exigencia de los mercados internacionales como por la propia conciencia ético-ambiental de los ecuatorianos, tanto para los productores y los consumidores, en suma, de toda la sociedad. Permitirá establecer y consolidar la certificación ambiental en el Ecuador, está demostrado que es una herramienta de mercado con un costo-beneficio positivo en un espectro amplio de la producción, comercialización y competitividad.

Desde el sector gubernamental ecuatoriano, se evidencian varias iniciativas para promover la certificación que permita traspasar las barreras comerciales que impone el comercio exterior al sector productivo a través de políticas de fomento. El Ministerio del Ambiente viene apoyando la formulación de Normas o Estándares Nacionales para la certificación de bosques naturales. El Ministerio de Industrias, Comercio Exterior y Pesca a través de su proyecto Metrología. Normalización. Acreditación y Certificación (MNAC) promueve el establecimiento de procesos normativos dirigidos a institucionalizar la certificación en varias líneas de productos con lo cual se busca consolidar nichos de mercado para la producción exportable. Permite a la autora del artículo resumir en que exista sinergia entre empresa-calidad y medio ambiente a través de la responsabilidad social empresarial (ISO 26000)

Desde estos enfoques, se justiprecia que el éxito empresarial de las formas de gestión no se deberá tener en cuenta solo por cifras de los productos finales y la satisfacción de las necesidades del país, sino en la calidad del proceso productivo en el que la dimensión ambiental esté presente y deba ser altamente considerada al momento de entregar la certificación ambiental al concluir la actividad de control, ello es un valor agregado en materia de competencia empresarial.

Antúñez Sánchez (2015) considera sobre este particular que le corresponderá definir la política tecnológica para reorientar el desarrollo industrial, el control de las tecnologías en uso en el país y las nuevas que sean adquiridas, a fin de promover su modernización sistemática con atención a los análisis de la eficiencia energética, la eficacia productiva y el impacto ambiental que estas puedan generar, factores estos que contribuirán a elevar la soberanía tecnológica con competencias.

En este mismo plano, en la materia ambiental es fundamental la Defensoría del Pueblo, representa los intereses colectivos, tutela la protección del equilibrio ecológico y podrá iniciar acciones judiciales sumarias para resolver los agravios ambientales, en razón de que el Derecho Ambiental es predominantemente público porque el Estado regula las relaciones del hombre con la naturaleza. Concomitante con los derechos de los consumidores, del que el Ombudsman también tiene competencias.

En el momento que el consumidor adquiere sus productos, estos deben ser de calidad, para que no afecten su salud y seguridad al adquirir el mismo. Este se materializa con la ecoetiqueta. El consumidor está expuesto a aquellos productos que muchas de las veces no han pasado por procesos adecuados, tanto en la producción como en la comercialización, los mismos que pueden generar un riesgo o peligro en la salud o seguridad física de los consumidores. Aquí se pondera el derecho a la información, derecho que permite obtener datos muy necesarios antes de realizar una compra, lo cual, permite ejercer plenamente otros derechos como consumidor. Se tiene el derecho de conocer los datos importantes que ayude al consumidor a decidir sobre su futura compra,

quedando satisfecho en la información recibida. Pero necesita alcanzar una cultura y solo se logrará con acciones formativas.

3. Conclusiones

El sistema de referencia mundial ha sido la etiqueta del Ángel Azul, su origen fue en Alemania. Los Estados lo han tomado como referente dentro de sus sistemas de gestión. Ello permite establecer el crecimiento económico en correspondencia con el nivel de calidad de vida del ser humano y la preservación del medio ambiente.

El interés creciente de los consumidores para adquirir productos respetuosos con el ambiente, permite la oportunidad de su presencia en los mercados para que las formas de gestión ponderen su certificación como empresa amigable con el ambiente para ser más competitiva. Su objetivo primordial es obtener beneficios económicos, con regulación y control que permita reforzar la imagen de la marca dentro del marketing ecológico.

Las formas de gestión en el mercado tienen en cuenta que las Administraciones Públicas participan en la entrega de la concesión de la etiqueta ecológica, otorgando su reconocimiento oficial a través del distintivo aprobado por cada país. Le permite posicionarse de forma ventajosa en la contratación pública en la lucha por proteger al ambiente.

La etiqueta-certificación ambiental en el ordenamiento jurídico ecuatoriano es un acto administrativo cuya potestad recae en el Ministerio del Ambiente, organismo de la Administración Pública quien al amparo de la potestad inspectora hace la entrega a las formas de gestión del país para el desarrollo del comercio internacional. Su naturaleza jurídica es reglada. Se sustenta en la Ley de Gestión Ambiental como en las normas complementarias ISO 14000 (tipo I).

El empresario ecuatoriano en general aún no tiene aún una cultura ambiental adecuada, que pondere el uso de la etiqueta-certificación ambiental dentro de las formas de gestión, que les permita el acceso a mercados más exigentes. Los derechos del consumidor se vinculan a la calidad ambiental del producto, reflejada en la información que se aporte con la implementación del ecoetiquetado en los bienes y servicios ambientales.

4. Referencias bibliográficas

- AA. VV. (2010) *El etiquetado de productos en la Unión Europea*, Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias, España.
- AA. VV. (2012) *Relación existente a nivel de procedimiento entre el Registro EMAS y la Ecoetiqueta en la Comunidad Valenciana*, Fundación Eco Label, España.
- AA.VV. (2013) *El mercado de emisiones después del 2013, un mercado más amplio con menor intervención estatal y más reglada*, Editorial Thomson Aranzadi, España.
- AA. VV. (2014) *Manual sobre Derecho Ambiental ecuatoriano*, Editorial Nación, Quito.
- Abellán Tolosa, L. (2002) *Derecho de consumo*. Editorial Tirant Lo Blanch. España.
- Antúnez Sánchez, A. (2015) *La auditoría ambiental: Una revisión y propuestas en clave de su función pública y dimensión empresarial*, Revista Iberoamericana de Contabilidad de Gestión, No 26, España, pp.3-27
- Antúnez Sánchez, A. (2016) *La gestión ambiental. Incidencia en el comercio*. Revista Veredas Do Direito Ambiental e Desenvolvimento Sustentavel. No. 26. Brasil

- Antúnez Sánchez, A. (2016) *La etiqueta ambiental. Regulación en el Derecho cubano*. Revista Apuntes de Ciencia & Sociedad. No. 1. Perú.
- Antúnez Sánchez, A. (2018) *La fórmula estimulación/recompensa en el Derecho Administrativo Ambiental. Visión desde la Administración Estratégica por los sujetos de gestión*. Derecho Ambiental Revista Dos Tribunais. No. 992. Brasil.
- Audivert Arau, R. (2001) *Régimen jurídico de la etiqueta ecológica*, Editorial CEDECS, Barcelona.
- Ayuso, S. (2002) *La etiqueta ecológica europea*, Revista Fórum Ambiental, España.
- Arias Mendoza, J. (2010) *Bienes y servicios ambientales*, Revista de Estudios de Economía aplicada, España.
- Araque Arellano, M. et al. (2018) *Gestión Ambiental en la empresa mediante la Norma ISO 14001-2015*. Editorial Abya Yala. Ecuador.
- Álvarez Hincapié, C. (2008) *Sistemas de certificación ambiental para la extensión tecnológica, la competitividad empresarial*, Revista P+L, Colombia.
- Alexy, R. (2002) *Teoría de los Derechos Fundamentales*, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, Madrid.
- Acquatella, J. (2001) *Aplicación de instrumentos económicos en la gestión ambiental en América Latina y el Caribe: desafíos y factores condicionantes*, CEPAL, Santiago de Chile.
- Agenda 2030. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (2018) *Una oportunidad para América Latina y el Caribe*, CEPAL, Chile.
- Azqueta, D. (2002) *Introducción a la Economía Ambiental*. Editorial McGraw-Hill. España.
- Báez, O. (2009) *La certificación ambiental: Nuevo reto y oportunidad*. Universidad Central del Ecuador. Quito.
- Balderjahn, I. (1986) *Personality Variables and Environmental Attitudes as Predictors of Ecologically Responsible Consumption Patterns*, Journal of Bussines Research, volume 17, United State American.
- Baldwin, C. (2010) *Gestión Empresarial*. Editorial Firma Press, Estados Unidos de America.
- Barros, C. (2009) *Productos ecológicos*. Editorial Visión Libros, España.
- Baena Kuhfus, M. y Recio Menendez, M. (1998) *Cómo afecta el argumento verde en el marketing de productos de consumo no duradero*, Harvard Deusto Businnes Review, Estados Unidos de América
- Bellorio Clabot, D. (2004) *Tratado de Derecho Ambiental*, 1^{ra} edición, Editorial Astrea, Buenos Aires.
- Bello, A. (2010) *Agroecología y producción ecológica*. Consejo Superior de Investigaciones Científicas. España.
- Bedón, R. (2017) *Aplicación de los Derechos de la Naturaleza en Ecuador*. Revista Veredas do Direito: Direito Ambiental e Desenvolvimento Sustentável, No 28, Brasil.
- Betancor Rodríguez, A. (2001) *Instituciones de Derecho Ambiental*, Editorial La Ley, Madrid.
- Betancor Rodríguez, A. (2014) *Derecho Ambiental*, Editorial Las Rosas, España.
- Botana García, G. y Ruiz Muñoz, M. (1999) *Curso de protección jurídica del consumidor*. Editorial jurídica. Madrid.
- Botassi, C. (1997) *Derecho Administrativo Ambiental*, Editorial Platense. Argentina.
- Bustos Ayoví, F. (2016) *Manual de Gestión y Control Ambiental*. Editorial Acierto Gráfico. Ecuador.

- Briz, J. (2004) *Agricultura ecológica y alimentación análisis y funcionamiento de la cadena comercial de productos ecológicos*. Editorial Fundación Alfonso Martín Escudero, España.
- Caferrata, N. (2013) *Análisis del marco regulatorio en los países de América Latina y el Caribe. Economía verde en el contexto del desarrollo sostenible y erradicación de la pobreza*, PNUMA, Argentina.
- Carballo Penela, A. (2010) *Ecoetiquetado de bienes y servicios para un desarrollo sostenible*, Editorial AENOR, España.
- Calomarde, J. (2000) *Marketing ecológico*, Editorial Pirámide, Madrid.
- Conesa Fernández, V. (2003) *Instrumentos de la gestión ambiental en la empresa*, 1^{ra} edición, Editorial Mundi-Prensa, España.
- Cutini, A. (2014) *El derecho de información del consumidor ecologista. Etiquetas ecológicas y procedimiento EMAS III*, Revista de Derecho de la Unión Europea, No 26, España, pp. 289-312
- CEDA (2001) *La Certificación Ambiental: Un Reto para los Productos Ecuatorianos de Exportación. El caso del banano, camarón y flores*. Ecuador.
- Chamorro Mera, A. (2003) Tesis doctoral: *El etiquetado ecológico: un análisis de su utilización como instrumento de marketing*. Universidad de Extremadura. España.
- Dopazo Fragio, P. (2001) *El régimen jurídico de las marcas de calidad ambiental. Etiqueta ecológica y tutela ambiental*, Editorial Exlibris, Madrid.
- D Rumwright, M. (1994) *Socially Responsible Organizational Buying: Environmental Concern as a Non-economic Buying Criterion*, Journal of Marketing, volumen 58, Estados Unidos de América, pp.1-19.
- De Camino, R. y Alfaro, M. (1998) *La certificación en América Latina: experiencias hasta la fecha*, Red forestal para el desarrollo rural, Costa Rica.
- De Besa Antunes, P. (2011) *Derecho Ambiental*, Editorial Lumen Juris, Brasil.
- Duran Carrion, J. (2007) *Tratado de Derecho del Consumidor en Perú*. Universidad de San Martín de Porres. Perú.
- Fernández Ramos, S. (2013) *El sistema comunitario de etiquetado ecológico*, Universidad de Cádiz, España.
- Garrigues, J. (2002) *El etiquetado ecológico. Verde por dentro, verde por fuera*, Editorial La Ley, España, pp.17-33
- Gordillo, A. (2006) *Tratado de Derecho Administrativo*, 8^{va} edición, Editorial Macchi, Argentina.
- Gómez Calero, J. (1994) *Los Derechos de los Consumidores y Usuarios*. Editorial Dykinson. Madrid.
- Gudynas, E. (2011) *Los derechos de la naturaleza en serio. Respuestas y aportes desde la ecología política*, La Naturaleza con Derechos. De la filosofía a la política. Editorial Abya-Yala, Quito.
- Serrano Gómez, A. (1995) *El etiquetado ecológico*, Secretaria General Técnica, Madrid.
- Lorenzetti, R. (2008) *Teoría del Derecho Ambiental*, 1ra edición, Editorial Porrúa, México.
- Lozano Cutanda, B. (2010) *El futuro de la flor europea: la nueva etiqueta ecológica de la Unión Europea*, Revista Catalana de Dret Ambiental, No 1, España, pp.1-21
- Lozano Cutanda, B. (2010) *Derecho Administrativo Ambiental*, Editorial La Ley, Madrid.
- Ludevid, M. (2004) *La gestión ambiental de la empresa*. Editorial Ariel, España.
- Martín Mateo, R. (1994) *El etiquetado ecológico, nuevo instrumento para la tutela ambiental*, Editorial Trivium, España, pp.430-435
- Martínez, A. y Colin, S. (2003) *La certificación ambiental de los bosques en México: reporte preliminar*, Revista Gaceta Ecológica, No 67, México.

- Massolo, L. (2015) *Introducción a las herramientas de gestión ambiental*. Editorial Universidad de la Plata.
- Mora Ruíz, M. et al. (2012) *La gestión ambiental compartida: función pública y mercado*, Editorial Lex Nova, 1^{ra} edición, España.
- Mora Ruiz, M. (2008) *Derecho Administrativo Ambiental*. Editorial Dikynson. España.
- Morena, J. & Plaza, C. et al. (2013) *El Etiquetado Ecológico: Verde por Dentro, Vende por Fuera*, Editorial Medio Ambiente, Madrid.
- Mellado Ruiz, L. (2002) *Derecho de la Biotecnología Vegetal*. INAP. España.
- Navarrete Ligarte, P. (1997) *La empresa y la certificación ambiental*, Revista Ambiente y Desarrollo, No 4, España, pp.8-34
- Narváez, I. (2004) *Derecho Ambiental y Temas de Sociología Ambiental*, 1^{ra} edición, Editorial Jurídica Cevallos, Quito.
- Nogueira López, A. (2000) *Ecoauditorías, intervención pública ambiental y autocontrol empresarial*, Revista Indret, España, pp.5-47
- Ortega Alvarez, L. (2013) *El control jurídico del medio ambiente a través del ejercicio de los derechos de los consumidores y usuarios*, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad de Toledo, España, pp.11-43
- Ottman, J. (1993) *Green Marketing*, Ntc Business Books, Estados Unidos de América.
- ONU (2001) *Directrices para la protección del consumidor*. A/C.2/54/L.24, Nueva York.
- Rivera, L. (2010) *Marketing de los productos ecológicos*, Revista de la Empresa, España.
- Recuerda Girela, M. (2011) *Tratado de Derecho Alimentario*, Editorial Thomson-Aranzadi, España.
- Parejo Alfonso, A., Krämer, L. et al. (1996) *Derecho Medioambiental de la Unión Europea*, Editorial McGraw Hill, España.
- Pérez Moreno, A. (2011) *Instrumentos de la tutela ambiental*, Universidad de Sevilla, España.
- Pérez Gallardo, L. y Tabares Neyra, L. (2009) *Orígenes y Desarrollo de la Protección al Consumidor*, Editorial Universidad de Castilla la Mancha, España.
- Pereira, M. (2019) *Instrumentos de regulación ambiental*. ECLAC- ONU. Costa Rica.
- Peña Chacón, M. (2004) *El régimen económico y jurídico de los servicios ambientales*, Revista Electrónica de Derecho Ambiental Medio Ambiente & Derecho, No 10, España.
- Sanz Rubiales, I. (2000) *Sobre la naturaleza jurídica de la etiqueta ecológica*, Editorial Marcial Pons, España, pp.7-19
- Sanz Rubiales, I. (2012) *El mercado de los derechos a contaminar*, Editorial Lex Nova, España.
- Sanz Larruga, F. (2002) *El principio de precaución en la jurisprudencia comunitaria*, Revista Aranzadi de Derecho Ambiental, No 1, España.
- Serrano Gómez, C. (1995) *El etiquetado ecológico*, Editorial Mapa, Madrid.
- Shrum, L. , Mccarty, J. y Lowrey, T. (1995) *Buyer Characteristics of green Consumer and their Implications for advertising Strategy*, Journal of advertising, No 2, Estados Unidos de America, pp. 71-82.
- Lozano Cutanda, B. (2014) *Tratado de Derecho Ambiental*, Editorial CEF, España.
- Lozano Cutanda, B. (2009) *Derecho ambiental administrativo*, Editorial Dykinson, Madrid.
- Jaquenod de Zsogon, S. (2004) *Derecho Ambiental, información, investigación*, 2^a edición, Editorial Dykinson, Madrid.
- Jaquenod De Zsogon, S. (2005) *Asunto pendiente: la formación jurídica ambiental*, Revista de Derecho Ambiental, Lexis - Nexis, España.



Verdes Cabarcos, Y. (2014) Tesis de Maestría: *Las etiquetas ambientales*, Universidad La Coruña, España.

Zaffaroni, E. (2011) *La naturaleza con derechos. De la filosofía a la política*, Editorial Abya-Yala, Quito.