

Distr.  
RESTRINGIDA

LC/R.1286  
18 de junio de 1993

ORIGINAL: ESPAÑOL

---

**CEPAL**

**Comisión Económica para América Latina y el Caribe**

## **EL SELLO DE RECONOCIMIENTO AMBIENTAL EN CHILE**

Este documento fue preparado por la Unidad Conjunta CEPAL/PNUMA de Desarrollo y Medio Ambiente de la División de Medio Ambiente y Asentamientos Humanos, en el marco del proyecto "Políticas para la gestión ambientalmente adecuada de los residuos", que realiza la CEPAL con el apoyo de la Sociedad Alemana de Cooperación Técnica (GTZ). Las opiniones expresadas en este trabajo, el cual no ha sido sometido a revisión editorial, son de exclusiva responsabilidad de quienes las emitieron y pueden no coincidir con las de la Organización.

## INDICE

	<u>Página</u>
Introducción . . . . .	v
I. OBJETIVOS Y UTILIDAD DEL SELLO AMBIENTAL . . . . .	1
A. ESENCIA Y SIGNIFICADO DEL SELLO AMBIENTAL. SERGIO VERGARA (INSTITUTO CHILENO DE RECONOCIMIENTO AMBIENTAL) . . . . .	1
B. EL SELLO AMBIENTAL COMO INSTRUMENTO ECONOMICO PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE. HERNAN DURAN DE LA FUENTE (CEPAL) . . . . .	12
II. EXPERIENCIAS NACIONALES DE SELLO AMBIENTAL . . . . .	20
A. EL CASO DE ALEMANIA: OBJETIVOS, IMPACTO ECONOMICO Y EFECTOS AMBIENTALES DEL SELLO ALEMAN. CARL-HEINZ MORITZ (FUNDACION STIFTUNG WARENTST) . . . . .	20
B. EL CASO DE CANADA. GRAHAM HARDMAN ('ENVIRONMENTAL CHOICE PROGRAM' DE CANADA) . . . . .	31
III. EL SELLO AMBIENTAL EN CHILE . . . . .	49
A. EL PROYECTO DE UN SELLO AMBIENTAL EN EL CONTEXTO DE LA POLITICA CHILENA SOBRE MEDIO AMBIENTE. RAFAEL ASENJO (COMISION NACIONAL DEL MEDIO AMBIENTE) . . . . .	49
B. EL SELLO AMBIENTAL Y EL COMERCIO INTERNACIONAL. MAURICIO BORDACHAR (PROCHILE) . . . . .	53
C. EL SELLO AMBIENTAL EN CHILE: DESAFIO Y FACTIBILIDAD DE SU APLICACION. HERNAN PAVEZ (INSTITUTO NACIONAL DE NORMALIZACION) . . . . .	59
D. EL SELLO AMBIENTAL Y LA CERTIFICACION DE CALIDAD. PEDRO VERGARA (CENTRO DE ESTUDIOS DE MEDICION Y CERTIFICACION DE LA CALIDAD) . . . . .	65
IV. PANEL: CONTRIBUCION DEL SELLO AMBIENTAL A UNA POLITICA SOBRE EL MEDIO AMBIENTE. PERSPECTIVAS DE LA EMPRESA PRIVADA, LA ADMINISTRACION PUBLICA Y LAS ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES . . . . .	71
V. CONCLUSIONES DEL TRABAJO DE LAS COMISIONES DEL SEMINARIO "EL SELLO DE RECONOCIMIENTO AMBIENTAL EN CHILE" . . . . .	90
Anexo:	
DISCURSOS DE APERTURA . . . . .	99

## Introducción

Esta publicación contiene las ideas fundamentales vertidas en el seminario "El Sello de Reconocimiento Ambiental en Chile", realizado en la sede de la CEPAL en Santiago de Chile los días 27 y 28 de abril de 1992. El seminario fue organizado por la Casa de la Paz y la CEPAL, en el marco del proyecto "Políticas para la gestión ambientalmente adecuada de residuos", que realiza la CEPAL con el apoyo de la Sociedad Alemana de Cooperación Técnica (GTZ). La Embajada de Canadá y la Fundación Friedrich Ebert dieron su patrocinio al evento.

En el proyecto CEPAL/GTZ mencionado se ha llegado a la convicción de que los graves problemas de contaminación ambiental que generan todas las formas de residuos propias de la modernidad deben ser enfocadas con criterio integrador y sistémico. Se requieren acciones en múltiples ámbitos, como el jurídico e institucional, político, económico, empresarial, científico y tecnológico, educativo e informativo. Se requieren también enfoques multi y transdisciplinarios, que comuniquen los diversos ámbitos de acción y permitan coordinar múltiples actividades en la búsqueda de un mismo objetivo.

En el terreno económico dicho proyecto está investigando y fomentando la aplicación en la región de una amplia gama de instrumentos de política ambiental. El sello de reconocimiento ambiental es uno de ellos y conjuga aspectos económicos, políticos —en un sentido amplio— técnicos y educativos. La realización del seminario tuvo como una de sus metas más significativas iniciar las acciones para introducir en Chile el sello de reconocimiento ambiental. Sus informes, ponencias y debates fueron de alta calidad. De ahí que creemos que la presentación de la documentación originada en el seminario contribuye —de una manera concreta y específica— a enriquecer el debate acerca de qué hacer para mejorar nuestro medio ambiente.

No cabe duda que el sello genera polémica, encuentros y desencuentros. Unos sostienen que es un elemento de discriminación que altera las señales que permiten el libre funcionamiento del mercado; por ello sería dañina su introducción. Otros lo visualizan positivamente como elemento que ayuda a una buena elección del producto deseado. Los agentes involucrados por el lado de la oferta evolucionan: comienzan enfrentando el tema con

una gran resistencia y rápidamente, cuando constatan su dinámica, se adaptan al nuevo instrumento y no pocos consiguen sacarle partido. El sello ambiental, el menos en Latinoamérica, es un instrumento nuevo, no utilizado y, por ende, poco conocido. Como tal su introducción es un factor de cambio. También genera dudas a nivel de la teoría. Pero aun así su aplicación es una realidad creciente en todos los mercados internacionales.

El sello ambiental es un instrumento de mercado y en cuanto tal es un instrumento económico. Sin embargo, es también una herramienta para la educación del consumidor, que le señala dentro de una gama de productos similares cuál de ellos es más "amigable" con el medio ambiente. El sello ambiental abre una especie de ventana sobre las cualidades ambientales de los productos y, en este sentido, es un medio que hace más transparente el mercado y ofrece al consumidor más y mejor información para su toma de decisiones. El sello ambiental puede ser un instrumento adecuado para ofrecer información sobre el impacto ambiental del producto.

Para que cumpla estos objetivos es esencial que la institución que otorgue el sello ofrezca, por una parte, plenas garantías de acuciosidad en lo relativo a los complejos procedimientos para escrutar la calidad de los productos y otorgar el sello. Por otra parte, se debe asegurar completa independencia tanto de los productores como de cualquier instancia que pudiera sesgar la asignación del sello. La calidad y credibilidad del sello ambiental depende de la institución que lo otorga y respalda.

Aparte de lo ya señalado, nuestro interés en este instrumento se funda también en que es un medio para aumentar y dar mayor calidad a la participación ciudadana, a través de mecanismos no tradicionales. Tenemos la convicción que los objetivos ambientales son favorecidos cuando se administran los medios adecuados para una mayor participación ciudadana, mejor informada, con canales expeditos, con resultados tangibles.

Existe la sospecha de que esta sociedad demasiado marcada por el consumo privilegia lo superfluo y no es compatible con un desarrollo ambientalmente sustentable. La protección del medio ambiente requiere cambios profundos en el estilo de vida y en los patrones de consumo y producción actuales. Los productos de escaparate encandilan e hipnotizan al consumidor. La Conferencia sobre Medio Ambiente y Desarrollo realizada en 1992 en Rio de Janeiro hizo un llamado a cambiar los actuales patrones de producción y consumo. Pensamos que en alguna medida el sello ambiental puede contribuir a estos esfuerzos.

Los políticos y científicos sociales insisten en que para abrir espacios de participación es indispensable contar con una población informada que pueda tomar sus decisiones conscientemente. También la prensa y los otros medios de comunicación se han encargado de generar un mayor nivel de conciencia sobre los peligros ambientales que están presentes en la escala local, regional y planetaria.

En una línea de mayor y mejor calidad de la información de mercado y de una mayor participación de la comunidad, el sello ambiental se está aplicando con éxito en varios países industrializados. Introducirlo en nuestros países puede que no sea fácil. Existen importantes diferencias —relevantes para el tema de este documento— entre los mercados domésticos de los países desarrollados frente a los de países en desarrollo. Se trata de mercados grandes, donde la competencia entre los distintos tipos de productos es de mayor intensidad que en nuestros países. En los países desarrollados los consumidores tienen un mayor poder adquisitivo, lo que les permite ser más exigentes en la calidad. En ellos existe mayor cantidad de información independiente —por ejemplo, en revistas de consumidores— acerca de las características técnicas de los productos. Además, la normativa sobre calidad de los productos así como sus sistemas de control son más rigurosos y eficaces. Por otra parte, la responsabilidad legal del productor sobre la calidad del producto es mayor e impone sanciones más altas. Finalmente, los países desarrollados tienen un mayor nivel de cultura "consumista" que dispone de mejores criterios para la toma de decisiones en la adquisición de productos en el mercado.

No obstante las diferencias, que indican que la implementación de un sello ambiental en Chile tiene que ser muy creativa y sensible a nuestras diferencias nacionales, la experiencia de los países que ya han implantado este sistema tiene un gran valor para lo que se inicia a nivel local. Existen muchos puntos de contacto en cuestiones económicas y técnicas, así como en los ámbitos informativo y educativo, y también en el área de la publicidad y del marketing. La asistencia y participación de los expertos alemán y canadiense fueron de una gran ayuda en el seminario, sobre todo porque Alemania y Canadá son en estas materias países pioneros y han acumulado una larga y rica experiencia.

Es claro que el sello ambiental no constituye una herramienta que por sí sola pueda ser lo suficientemente eficaz para detener el deterioro ambiental. Por tratarse de un problema multifacético y multidisciplinario no existen formas unilaterales eficaces para resolverlo. Se requiere inventar distintas formas de acción y ésta, creemos, es una de las que se requiere impulsar en nuestros países. Por eso hemos ofrecido y seguiremos ofreciendo, desde el ámbito y posibilidades de nuestro proyecto, la cooperación a esta valiosa iniciativa ambiental.

Para finalizar esta introducción diremos que el orden que se ha seguido en el documento no corresponde al itinerario del seminario que dio origen a estas presentaciones. Se ha establecido un primer capítulo con las ponencias que abordan el sello de reconocimiento ambiental como parte de una política de medio ambiente, y por ello tienen un enfoque más global. Luego se incluyen en un segundo capítulo las presentaciones de los expertos extranjeros invitados, los cuales abordan las experiencias de Alemania y Canadá. En tercer lugar se recogen las ponencias que tratan de la introducción del sello ambiental en Chile. En el cuarto capítulo se presenta el panel de expertos realizado sobre el

tema y, en el quinto, las conclusiones de las comisiones de trabajo que se formaron para discutir la aplicación del sello ambiental en Chile. En el anexo se incluyen las intervenciones de saludo y apertura del seminario.

## I. OBJETIVOS Y UTILIDAD DEL SELLO AMBIENTAL

### A. ESENCIA Y SIGNIFICADO DEL SELLO AMBIENTAL. SERGIO VERGARA\*

El Día de la Tierra marcó un hito en la toma de conciencia de los ciudadanos, al señalar que la solución de los problemas globales del medio ambiente globales pasa por la acción local e individual de cada persona.

El 22 de abril de 1970, Dennis Hayes, estudiante de derecho de California, lanzó el primer Día de la Tierra. Los norteamericanos salieron a las plazas, hicieron desfiles, pronunciaron discursos y publicaron muchos artículos en la prensa. A partir de entonces comenzó a tomarse en serio que el planeta estaba enfermo y que, a menos que gobiernos, empresarios y ciudadanos cambiásemos nuestra actitud hacia la naturaleza, el daño se haría irreversible y quedaría amenazada la supervivencia de la raza humana. Los científicos, los medios de prensa y los grupos ecologistas se encargaron de comunicar que las cosas no estaban tan mal como decían, sino peores.

Dennis Hayes, ahora un próspero abogado de cuarenta años, al constatar que, a pesar de los discursos, manifestaciones y difusión de prensa, las cosas no mejoraban, decidió convocar a un segundo Día de la Tierra para el 22 de abril de 1990. A diferencia del anterior, éste tuvo repercusión mundial y contó con la participación de 200 millones de ciudadanos de 146 países. La pregunta que se planteó fue qué podía hacer cada individuo para defender el medio ambiente.

En nuestro país, el evento involucró a cerca de un millón de personas, desde Arica a Punta Arenas, consolidándose así un poderoso movimiento ciudadano consciente de que al no tener un planeta de recambio, no hay otra alternativa que cuidarlo y conservarlo.

La Casa de la Paz, junto a otras instituciones, participó en el grupo que coordinó el Día de la Tierra en Chile, y al constatar que en muchos chilenos ya existía el deseo de hacer lo correcto para defender al medio ambiente, decidió explorar la posibilidad de iniciar un sistema de eco-etiquetado. Por una notable coincidencia, Dennis Hayes, al concluir el Día de la Tierra, también se avocó a la tarea de establecer en los Estados Unidos otro sistema de eco-etiquetado, conocido hoy como 'Green Seal'.

---

\* *Presidente del Instituto Chileno de Reconocimiento Ambiental.*

Existe cada día mayor conciencia de que el hombre está dañando el medio ambiente a todo nivel, con efectos que van desde el calentamiento global, conocido como 'efecto invernadero', hasta el smog urbano; desde el adelgazamiento de la capa de ozono en la estratósfera, hasta la contaminación por desechos en los barrios.

Esta mayor conciencia pública también ha ido produciendo una evolución gradual en las estrategias para proteger el medio ambiente. En el pasado, éstas se concentraban fundamentalmente en las causas inmediatas de los problemas y las soluciones consistían en acciones también inmediatas, como colocar filtros en las chimeneas industriales para reducir las emisiones tóxicas. Estas estrategias eran reactivas y caras: reactivas, porque el daño al medio ambiente ya se había producido y, caras, porque la solución requería modificar instalaciones ya existentes.

Hoy se tiende a identificar y evitar los problemas del medio ambiente. Esta filosofía de anticipación y prevención constituye un cambio importante de actitud, ya que obliga a conocer y solucionar las causas más profundas del problema. Requiere, por ejemplo, que los fabricantes reexaminen el ciclo de vida completo de sus productos, con miras a minimizar el impacto ambiental en cada una de sus etapas, desde la producción hasta el desecho.

El enfoque tradicional de las políticas ambientales se basó en el supuesto de que las fuerzas del mercado no consideraban los intereses del medio ambiente y que, por el contrario, iban muchas veces en su contra. Proteger al medio ambiente desde esa perspectiva no mostraba otro camino que promover un ordenamiento jurídico riguroso, capaz de obligar a todo fabricante a destacar y detallar la composición, características, forma de uso y daños ambientales derivados de sus productos.

Sin embargo, el creciente interés por productos ambientalmente adecuados lleva a pensar que ese enfoque riguroso se hace cada vez menos necesario, y cede el paso a sistemas que sin ser incompatibles con una legislación ambiental, operan con las reglas del mercado, usando el 'poder del bolsillo', que consiste en la facultad que tiene el consumidor de elegir lo que va a comprar y de esa forma premiar o castigar a su fabricante.

En esta búsqueda de sistemas capaces de entregar información fidedigna a los consumidores, muchos gobiernos y organizaciones privadas han encontrado en el etiquetado eco-comercial un instrumento eficaz para guiar al mercado hacia la protección del entorno, ya que si bien al comprador le es fácil juzgar por sí mismo los atributos prácticos o funcionales de un producto, no le resulta nada sencillo determinar la veracidad de lo que dice el productor sobre el impacto ambiental del mismo.

En síntesis, sin que ello implique prescindencia ni menos aún oposición a las herramientas de carácter legal, se puede avanzar con mucha mayor facilidad y rapidez si se utilizan sistemas voluntarios, que promuevan la producción de bienes y servicios



favorables para el medio ambiente mediante la utilización de las fuerzas del mercado.

Los sistemas de etiquetado eco-comercial son característicos de este nuevo proceso, porque constituyen instrumentos económicos de carácter voluntario, capaces de incentivar en el público la compra de productos más favorables para el medio ambiente y, en los productores, una postura de anticipación y prevención frente al daño ambiental.

A pesar de que informar a los consumidores sobre el impacto ambiental de un determinado producto parece algo obvio, el etiquetado ecológico es un proceso muy reciente. Es cierto que podemos encontrar algunos ejemplos en el decenio del 70, tales como la información sobre el consumo de energía de los electrodomésticos, o el carácter 'orgánico' de ciertos alimentos. Sin embargo, el énfasis todavía estaba puesto en el efecto directo del producto en el consumidor, dejando en un segundo plano el tema de cómo el consumidor se beneficiaba con un medio ambiente más limpio. Es cierto que el consumo eléctrico de una plancha refleja su demanda de recursos naturales, pero la importancia de este dato reside en el costo directo que su uso representa para el usuario.

Hoy el consumidor quiere actuar para proteger el medio ambiente, y es cada día mayor el número de personas que, deseando hacer lo correcto para no dañar más el entorno, cuentan con suficiente capacidad para elegir y convertir así el acto de comprar en una herramienta para defender su salud y la del planeta. Como el sistema económico ha permitido la presencia en el mercado de diversas alternativas de elección en prácticamente todos los rubros, el elemento clave para que el consumidor pueda ejercer el 'poder de su bolsillo' --aparte de la calidad y el precio--, es la correcta y objetiva información sobre las características 'ambientales' de los artículos que componen la oferta nacional.

Los productores están tan conscientes de esta tendencia que varios han optado por etiquetar sus productos como 'ecológicos', 'biodegradables', 'libres de fosfatos', o 'no dañinos para la capa de ozono', siendo este etiquetado un aspecto importante de sus estrategias de marketing.

Las últimas encuestas realizadas en los países de la Comunidad Económica Europea han demostrado que los consumidores aceptan incluso pagar un sobreprecio por productos 'favorables para el medio ambiente'. En una encuesta realizada en Canadá a nivel nacional, el 80% de los encuestados manifestó estar dispuesto a pagar un 10% más por productos menos dañinos para el medio ambiente.

El etiquetado ambiental parte del supuesto que, dentro de una determinada clase de productos, no todos representan igual daño para el medio ambiente. Esta disparidad obliga a evaluar el costo ambiental de su producción, distribución, uso y desecho. Si de esta evaluación surge la posibilidad de identificar productos

relativamente más benignos (ambientalmente menos 'costosos') entonces es legítimo otorgar un reconocimiento a quien los produce, dándole ventajas para competir en el mercado. Este reconocimiento y estas ventajas comerciales operan entregándole al consumidor un nuevo elemento para elegir, aparte del precio del producto y de sus demás atributos funcionales o de presentación. Es por esto que decimos que los sellos ambientales operan como instrumentos de mercado, de carácter informativo y voluntario.

### 1. En qué consiste el etiquetado eco-comercial

El sistema de etiquetado eco-comercial, también llamado Sello Ambiental, consiste en el otorgamiento voluntario de etiquetas o sellos, por parte de un organismo que puede ser público o privado, para informar a los consumidores y promover el uso de aquellos bienes de consumo que se caractericen por ser más 'amistosos' para el medio ambiente, que otros similares en el mercado, entendiéndose por 'similares' aquellos que cumplen funciones iguales o parecidas, y tienen un mismo rango de precio.

El sello o etiqueta representa un juicio global, que da un testimonio general sobre la calidad ambiental de un producto en comparación con otros de su misma categoría, y excluye las llamadas 'etiquetas específicas', que explicitan determinadas características de un producto, como sería el carácter de 'reciclable' o 'biodegradable'; excluye también las que podrían llamarse 'etiquetas negativas', que señalan el peligro de un determinado producto, como la advertencia sobre los riesgos del cigarrillo, o el aviso de 'inflamable' o 'venenoso' en los envases de productos químicos.

Los principales objetivos del etiquetado ambiental son:

i) Mejorar las ventas o la imagen de un producto. Esto constituye un verdadero requisito del sistema. En efecto, si el uso del Sello Ambiental no incrementa la imagen pública de un producto, está condenado al fracaso. Como un instrumento de mercado de carácter voluntario, el etiquetado eco-comercial sólo tiene efectividad si es aceptado y usado por los productores como una herramienta de marketing, lo que sólo es posible si los consumidores valorizan y respetan la objetividad y los propósitos del sello.

ii) Acrecentar la conciencia de los consumidores. El sello, acompañado de un adecuado apoyo publicitario, estimula la conciencia de los consumidores en el sentido de que algunos productos son ambientalmente mejores que otros y, lo que es más importante, que su decisión de compra no está desligada del medio ambiente.

iii) Proporcionar información exacta. La falsa apariencia y la seducción publicitaria de muchos productos a los que se atribuyen beneficios ambientales que no tienen, constituye un grave

problema. Muchos países desarrollados están poniendo en práctica sistemas legales para que los anuncios sobre los beneficios ambientales de un producto sean rigurosos y exactos.

La sola existencia del Sello Ambiental no impide que un artículo que contiene clorofluorocarbonos se proclame como 'inofensivo para la capa de ozono', o que otro se autodenomine 'biodegradable', aunque demore cientos de años en descomponerse. El sello sólo puede proporcionar al consumidor una evaluación profesional, fácilmente reconocible, sobre los méritos ambientales de un determinado producto.

iv) Estimular a los productores para que tomen en cuenta el impacto ambiental de sus productos. Como el otorgamiento del Sello Ambiental considera el ciclo de vida completo de un producto, los fabricantes que se interesen por obtenerlo se verán incentivados a impedir el agotamiento de los recursos naturales, reducir el volumen de sus desperdicios y evitar la acumulación de sustancias contaminantes. El criterio fundamental para otorgar el Sello Ambiental consiste en lograr el más alto nivel posible de protección ambiental durante todo el proceso de un determinado producto, por lo que es razonable suponer que los productores pondrán atención en cada una de sus etapas, generándose también procesos y productos intermedios menos contaminantes. Más aún, aunque muchos productos no lleguen jamás a cumplir los requerimientos necesarios para obtener el sello, siempre deberán elevar sus características ambientales aunque sea tan sólo para poder mantener su presencia en el mercado. Finalmente, los programas de etiquetado fomentarán en los productores la preocupación por el impacto ambiental de los productos en desarrollo, y no podrán perder de vista su calidad ecológica, que ha pasado a ser un elemento clave en la toma de decisiones por parte del consumidor final.

v) Proteger el medio ambiente. La orientación de los consumidores hacia productos menos dañinos para el medio ambiente trae aparejada una reducción del impacto ambiental neto. Este es, en última instancia, el objetivo final del sistema.

## 2. El sello ambiental en el mundo

Los programas de eco-etiquetado se han ido haciendo cada vez más populares. La República Federal de Alemania creó su primer sello en 1978 y, a la fecha, más de 3 600 productos han sido distinguidos con él, en 64 categorías. Canadá y Japón comenzaron sus programas en 1988; Austria, Finlandia, Francia, Noruega, Portugal y Suecia iniciaron sus programas en 1991; la Comunidad Económica Europea, Holanda, Australia y Nueva Zelanda están también poniendo en marcha el sistema, y se espera que en 1993 22 países europeos estén ya otorgando sellos. El sistema está en la etapa de estudio preliminar en Argentina, Ecuador, Brasil, Colombia, Costa Rica y en algunos países del Asia y Africa.

Aunque el público al que se dirigen los programas no es igual en todos los países, las distintas instancias de toma de decisiones son interdisciplinarias y de amplio espectro, y siempre incluyen los intereses de los productores, consumidores, sectores ambientalistas y otros grupos ciudadanos.

En la práctica, la operación de los programas de etiquetado eco-comercial ha probado ser más difícil de lo que se había previsto. Al tratar de comprender el ciclo de vida completo de los productos, al procurar autofinanciarse, o tratar de establecer categorías, han debido sortear una gran cantidad de problemas. A pesar de estas dificultades, tales programas han crecido, se han diseminado y constituyen una expectativa como medio efectivo de protección ambiental.

En otras palabras, el etiquetado eco-comercial como sistema para incorporar la variable ambiental en las decisiones de compra, ha pasado a constituir un importante instrumento de mercado para la protección del medio ambiente, pero su función debe ser vista como un aporte parcial al conjunto de políticas ambientales, tanto a nivel local como en el ámbito global.

### 3. El sello ambiental en Chile

El proyecto chileno fue impulsado por la 'Casa de la Paz', organismo sin fines de lucro dedicado a la divulgación de la paz y el medio ambiente, y fue distinguida por el Secretario General de las Naciones Unidas como una 'Institución mensajera de la paz' en 1989. Desde sus inicios ha contado con el permanente patrocinio y la más amplia colaboración del Ministro Presidente de la Comisión Nacional del Medio Ambiente, hoy Presidente del Instituto Chileno de Reconocimiento Ambiental.

Alguien podría pensar que nuestra realidad socioeconómica no permite aún introducir distinciones ambientales en los productos de consumo. Sin embargo, la existencia de un sistema de etiquetado ambiental constituye un signo de modernidad que no puede ser considerado perjudicial para nadie, cualquiera sea el tamaño o grado de desarrollo del mercado en que opere. En efecto, el sistema se basa en el supuesto de que todo productor podrá acceder al sello para sus productos, si es que libremente así lo desea, y para ello introducirá mejoras en la calidad ambiental de sus procesos. Esto no significa necesariamente un encarecimiento del producto y sí constituye, a la larga, una evidente ventaja económica.

### 4. Proceso tentativo para el otorgamiento del sello ambiental en Chile

El primer paso consistirá en la petición formulada por cualquier persona interesada (un productor, en la mayoría de los casos, un grupo ecológico, el gobierno, etc.) para que se 'determine una categoría' de productos elegibles para ser etiquetados (por

ejemplo, bolsas de compras reutilizables, pinturas en base a agua). Entenderemos como 'categoría' a un grupo de productos que satisfacen las mismas demandas básicas, es decir, que son funcionalmente equivalentes y competitivos a los ojos del consumidor. Los productos deberán, además, cumplir con los requerimientos gubernamentales relativos a seguridad, confiabilidad y aptitud para cumplir su objeto específico.

El área administrativa del Instituto Chileno de Reconocimiento Ambiental revisará las propuestas y, ya sea en forma directa o luego de un informe técnico emitido por expertos independientes, las presentará al Directorio.

El Directorio aprobará o rechazará la categoría propuesta, pudiendo solicitar información adicional a los organismos técnicos para tomar su decisión. Se preparará una ficha de carácter técnico de las categorías aprobadas, en la que deberán aparecer y ponderarse las consideraciones ambientales, técnicas y de mercado relativas al producto. (Los beneficios ambientales, como decíamos antes, deberán considerar el ciclo de vida completo del producto).

En base a la ficha técnica, el Directorio dispondrá la determinación del 'criterio' que deberá cumplir la respectiva categoría de productos, entendiendo por tal el conjunto de características y requisitos mínimos que deberán reunir los productos de la respectiva categoría para postular al sello. La elaboración del 'criterio' será supervisada por el Jurado, organización técnica independiente que contará con el apoyo de las industrias afectadas e interesadas, y de grupos ambientalistas y de consumidores. Una vez determinado el 'criterio', el Jurado remitirá los antecedentes al Directorio para su aprobación.

El Directorio podrá aprobar, rechazar o modificar el 'criterio' propuesto. Si el Directorio aprueba el 'criterio', éste se someterá durante 60 días al análisis de productores, usuarios y demás partes interesadas, para que en dicho lapso formulen comentarios al mismo.

Transcurridos los 60 días, el grupo técnico que integra el Jurado analizará los comentarios recibidos y, basándose en ellos, podrá introducir cambios al criterio inicial; ya sea que el criterio inicial sea modificado o no, el Jurado lo remitirá nuevamente al Directorio.

El Directorio revisará una vez más el proyecto que contiene el criterio y los comentarios del Jurado, productores, consumidores y demás partes interesadas y, en base a estos antecedentes, lo aprobará, rechazará o modificará.

Si el Directorio aprueba el criterio, así lo declarará y ordenará publicar la resolución respectiva.

Una vez publicados la categoría y el criterio para otorgar el reconocimiento, los productores que crean cumplir con los

requisitos, estarán en condiciones de someter, en forma voluntaria, sus productos al trámite de autorización para usar el sello, procedimiento que se llevará a cabo con el apoyo del INN u otros organismos certificadores idóneos, que con cargo al interesado, calificarán el cumplimiento del criterio establecido para la respectiva categoría. Los productos debidamente verificados y considerados ambientalmente más adecuados, serán autorizados por el Directorio para usar el sello, para lo cual el productor deberá previamente suscribir con el Instituto el contrato de uso temporal respectivo.

El 'criterio' podrá ser modificado periódicamente, aumentando los requisitos para el uso de la etiqueta, en especial cuando la categoría de productos a que él se refiere haya mejorado su efecto ambiental.

### 5. Orientaciones generales

Para que un producto pueda usar el Sello Ambiental deberá cumplir, por lo menos, con los siguientes requisitos, sin perjuicio de los criterios que se fijan para las respectivas categorías:

- i) No poner en peligro la salud de los consumidores.
- ii) No dañar significativamente al medio ambiente en su proceso de producción, transporte, uso o desecho.
- iii) No consumir una cantidad desproporcionada de energía en dichos procesos.
- iv) No producir basura innecesaria (por un excesivo embalaje en relación a las necesidades de su manipulación, a su vida útil, etc.).
- v) No utilizar materiales derivados de especies o ambientes amenazados.

La etiqueta del producto autorizado para usar el sello deberá indicar las razones específicas que justificaron el otorgamiento; deberán explicarse cuáles de sus características ambientales motivaron la distinción.

Como el sello se otorga sólo al producto, el productor no puede valerse de esta circunstancia para promover su industria, o resaltar otros productos de la línea --o de su producción-- que no estén autorizados para usar el sello.

En resumen el Sello Ambiental chileno tendrá las siguientes características:

i) Será VOLUNTARIO, ya que en él sólo participarán las empresas interesadas en promover productos con efectivos beneficios ambientales;

ii) Será POSITIVO, porque a través de él los consumidores adquirirán conciencia del aporte que un producto específico hace al cuidado del medio ambiente;

iii) Será TEMPORAL, pues se otorgará por períodos (renovables o no) de 1 a 3 años, para promover el mejoramiento constante de la calidad ambiental de los productos reconocidos y de los que aspiran a serlo. Además, el derecho a usar el sello podrá ser suspendido, en cualquier momento, si el producto favorecido no mantiene el nivel de calidad ambiental en base al cual se otorgó;

iv) Será EDUCATIVO, porque no sólo identificará productos con un símbolo, sino que señalará con precisión las razones por las cuales se otorgó el reconocimiento, educando así al consumidor sobre los problemas ambientales y sobre sus efectos en el diario vivir de toda la población;

v) Será RELATIVO, porque reconocerá a aquellos productos que hagan menor daño al ambiente, asumiéndose que todos los procesos productivos causan algún tipo de daño, y se premiará el esfuerzo por minimizar ese daño;

vi) Será AUTOFINANCIADO, ya que las industrias que postulen al sello tendrán que solventar los exámenes de laboratorio requeridos para estudiar si sus productos reúnen la calidad mínima necesaria para optar a él, y cuando éste se les otorgue pagarán, además, una cuota o tarifa (como porcentaje de sus ventas) para financiar tanto los gastos administrativos del sistema como los gastos que demande el seguimiento y control de la calidad ambiental de los artículos autorizados para usarlo. En los principales países en que existe el sistema esta tarifa oscila entre 0.5 y 3% de las ventas netas del producto autorizado.

vii) Será de aplicación GRADUAL, porque el proceso de etiquetado se iniciará con artículos cuyo beneficio ambiental pueda determinarse sin mayores dificultades, y poco a poco se irán incorporando productos de más compleja diferenciación. Esta gradualidad aleja la posibilidad de que algún productor quede sin acceso al etiquetado por falta de suficiente información.

## 6. Aplicación

El sello de calidad ambiental consistirá en un símbolo y un nombre que serán inscritos en el Registro de Marcas del Ministerio de Economía, y cuya propiedad será exclusiva de la institución encargada de regular su uso. A los productos seleccionados se les otorgará un derecho temporal para usar ese símbolo y ese nombre, en base a un contrato amparado por las leyes y reglamentos vigentes sobre propiedad industrial.

Su administración estará a cargo de una Fundación privada sin fines de lucro, denominada 'Instituto Chileno de Reconocimiento Ambiental' (ICRA), la que a su vez será administrada por un Directorio.

Como la 'credibilidad' es un atributo necesario del Sello Ambiental, se procuró que quienes deberán decidir sobre los

productos que podrán usarlo sean personas de indiscutible idoneidad, transparencia y prestigio. Esta calidad técnica y moral de los directores se aseguró encomendando su nombramiento a personalidades gubernamentales, empresariales, científicas e institucionales de la más alta jerarquía.

#### 7. El Instituto Chileno de Reconocimiento Ambiental (ICRA)

El Directorio del Instituto Chileno de Reconocimiento Ambiental está compuesto de la siguiente manera:

Presidente:	Luis Alvarado Constela, Ministro Presidente de la Comisión Nacional del Medio Ambiente.
Vice Presidente:	Sergio Vergara Larraín, Fundador del Instituto Chileno de Reconocimiento Ambiental (ICRA)
Secretario Ejecutivo:	Aníbal Mege Thierry, Gerente del Departamento de Medio Ambiente de la Sociedad de Fomento Fabril
Tesorera:	Magdalena del Valle Vergara, de la corporación de consumidores 'Campaña Compartiendo La Mesa'
Directores:	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Armando Becerra Alvarez, Presidente de la Asociación Chilena de Defensa del Consumidor - ACHICO</li> <li>▸ Carolus Brown Barroilhet, Presidente de la Comisión de Medio Ambiente y Agricultura de la Sociedad Nacional de Agricultura</li> <li>▸ Juan Carlos Délano Ortúzar, Presidente de la Cámara Nacional de Comercio</li> <li>▸ Pedro Fernández Bitterlich, Presidente del Comité Nacional Pro Defensa de la Fauna y Flora - CODEFF</li> <li>▸ Eduardo Fuentes Quezada, Miembro de Número de la Academia Chilena de Ciencias</li> <li>▸ Alfredo Gastal, Director de la División de Medio Ambiente y Asentamientos Humanos de la CEPAL</li> <li>▸ Guillermo Geisse Grove, Presidente del Centro de Investigación y Planificación del Medio Ambiente - CIPMA</li> <li>▸ Augo Knoke, Coordinador del Programa Integrado del Medio Ambiente CONAMA-GTZ</li> <li>▸ Luis Sánchez Castellón, Director del Servicio Nacional del Consumidor SERNAC</li> </ul>

Del Directorio dependerán dos órganos, uno ejecutivo (el Gerente y la Administración) y otro propositivo y de consulta (el Jurado).



Corresponderá al Directorio:

- i) Determinar las categorías, los criterios y los productos que tendrán derecho a usar el sello y el plazo por el cual podrán hacerlo.
- ii) Aprobar y actualizar el Reglamento sobre el otorgamiento, renovación y suspensión del derecho a usar el sello.
- iii) Mantener en un alto nivel de recordación y presencia en el público la existencia del sello.
- iv) Seleccionar a las personas y empresas que respaldarán técnicamente la selección de categorías, criterios y productos a distinguir, y que controlen el mantenimiento de las características que dieron origen al reconocimiento.
- v) Designar al Jurado y al Gerente.

a) Financiamiento inicial

Si bien el sistema de etiquetado eco-comercial debe tender al autofinanciamiento, ello no parece factible en la primera etapa, en la que será indispensable contar con algún tipo de subsidio para lanzar el sistema. Es posible --según lo demuestra la experiencia de otros países-- llegar a un razonable nivel de autofinanciamiento alrededor del quinto año de operación.

El sistema de autofinanciamiento supone, como decíamos antes, la participación de los usuarios del sello en solventar los gastos directos que genere la postulación y control de su uso, y también los gastos generales del Instituto, a prorrata de sus ventas. Estos gastos generales deben considerar el costo de las campañas necesarias para mantenerlo el sello en un adecuado nivel de recordación y presencia.

b) Requisitos institucionales

La actual legislación es suficiente para la operación en Chile del Sello de Calidad Ambiental. En efecto, tal como lo explicábamos antes, el sistema opera mediante la cesión temporal de un derecho de propiedad industrial que pertenecerá al Instituto. Al ser éste un organismo privado, podrá actuar con bastante libertad y discrecionalidad.

En otros países el sistema se ha establecido a partir de leyes u otros actos de autoridad, como decretos supremos o resoluciones de los ministerios a cargo del medio ambiente; aquí hemos seguido el camino de utilizar normas legales existentes del derecho privado, lo que representa ventajas e inconvenientes.

Entre las primeras cabe mencionar el hecho de que nadie podrá exigir el otorgamiento de un Sello de Calidad Ambiental si el Instituto no lo considera apropiado, y ningún productor tendrá derecho a reclamar reparación de daños por haberse otorgado el Sello a un competidor. Entre los inconvenientes está que la falta de protección legal para una actividad seria y responsablemente

organizada la expone frente a productos que pueden desprestigiarla mediante el simple expediente de autoproclamarse 'amigos' del medio ambiente, y auto-otorgarse sellos, calidades o distinciones. Vale la pena recordar que en ciertos países se han montado organizaciones cuyo giro comercial consiste precisamente en conceder 'sellos de calidad'. Por no existir regulaciones sobre la materia, vemos a diario en nuestros televisores, periódicos y revistas, y escuchamos en nuestras radios, cómo muchos productores introducen en su publicidad imágenes e ideas vinculadas a la protección ecológica, para revestir sus productos con un halo de pureza y naturalidad que no siempre poseen.

Para superar estos inconvenientes el Sello deberá mantener un elevado prestigio y rodearse de la más alta credibilidad y transparencia. Como destacará una o más características favorables para el medio ambiente de ciertos productos, le será imperativo convencer al consumidor que el producto distinguido cumple con tales características, y que ellas son realmente positivas, o al menos neutrales, pero nunca dañinas para el entorno.

Sólo así el Sello constituirá la forma de cerrar el paso a aquellos productores que indebidamente pretendan introducir en su publicidad imágenes e ideas vinculadas a la ecología y a quienes pretendan lucrar con este importante instrumento de protección ambiental.

#### **B. EL SELLO AMBIENTAL COMO INSTRUMENTO ECONOMICO PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE. HERNAN DURAN DE LA FUENTE\***

Para comenzar, deseo señalar cuál será el contexto en que haré mi exposición: voy a hablar del sello ambiental como instrumento económico para el desarrollo sustentable. Cabe aclarar que la óptica con la cual se está trabajando en la CEPAL es la de un organismo de las Naciones Unidas que tiene como tarea ayudar y apoyar a los gobiernos, en la medida en que éstos lo solicitan, para formular determinadas políticas. En este caso en particular, los gobiernos de América Latina han solicitado a la CEPAL cooperación técnica para la formulación e implementación de políticas de protección ambiental. En este marco, la actividad de la CEPAL se realiza fundamentalmente con los funcionarios de gobierno, a quienes se intenta orientar para cumplir dicha tarea.

Desarrollaré mi presentación a partir de algunos interrogantes que nos hemos planteado, a saber:

- ¿Cómo obtener productos que sean ambientalmente limpios o inocuos?
- ¿Cuáles son las políticas e instrumentos disponibles?
- ¿Qué enseñanzas nos proporciona la experiencia internacional en la materia?

---

\* *Experto Principal del proyecto CEPAL/GTZ "Políticas para la gestión ambientalmente adecuada de residuos".*

- ¿Qué papel puede desempeñar un instrumento como el sello de protección ambiental?

Para estos efectos, abordaré básicamente dos aspectos: el ciclo de vida del producto y la formulación de una política para cambiar el producto y sus procesos. Comenzaré refiriéndome a los principios más generales para establecer cuál es el problema, y después desarrollaré algunas ideas acerca de cómo vemos las posibilidades de que se pongan en práctica políticas como la del sello ambiental. Mi exposición se centrará en la unidad productiva, en particular en la industria.

### 1. Ciclo de vida del producto

Como es sabido, la industria establece relaciones hacia atrás y hacia adelante para los efectos de su desarrollo y su evolución económica. Son las relaciones que en el campo de la economía se ven en la matriz 'insumo-producto'. Para comenzar, intentaré hacer un paralelo entre lo que son estas relaciones hacia atrás y hacia adelante, y los posibles impactos ambientales que podría tener la industria en esta acción hacia atrás y adelante.

Para producir la industria necesita abastecerse de materias primas, materias auxiliares y energía; esto es mirando 'hacia atrás' desde la unidad productiva y sus procesos. Cuando consideramos el impacto ambiental de la industria no solamente nos interesa el impacto que va a tener el producto final, sino también las posibles alteraciones que la industria pueda ocasionar en el medio ambiente como resultado de su demanda de materia prima y materias auxiliares, que debe satisfacer para obtener su producto final. Normalmente es en este punto que se detectan los productos que tienen una mayor posibilidad de alterar el medio, seguido de su función contaminante y del tipo de energía (no da lo mismo el uso de una energía renovable que el de una no renovable). Desde el punto de vista de las materias primas, las alteraciones son por todos conocidas. Cuando analizamos el caso de la celulosa no solamente nos interesa el impacto contaminante de su proceso productivo, sino también saber qué impacto tienen estos procesos en función de la demanda de materia prima y la transformación del ecosistema forestal del cual se tiene que abastecer.

Interesan también las relaciones que el sector industrial tiene 'hacia adelante'; las relaciones que tienen que ver con los productos que van hacia el mercado de consumo, y con los residuos que van a ir generando en los lugares en que serán depositados, por ejemplo.

De igual forma, interesa el impacto directo del proceso productivo, es decir, el problema de la contaminación atmosférica, hídrica, acústica y del suelo. Dado que en virtud de los niveles de contaminación que tenemos en América Latina, preocuparse del problema del ruido en este momento es casi un lujo, la preocupación se centra en los otros aspectos.

La relación hacia el consumo y la generación de residuos sólidos, es decir, el impacto de la industria hacia adelante no termina ahí sino que continúa en su relación con el resto de la economía nacional. Se puede visualizar esta situación de la siguiente manera: se puede decir que de la industria salen los productos que van al mercado donde son consumidos, quedando una parte de residuos que va ya sea hacia los rellenos sanitarios o es incinerada (en nuestro país, por distintas razones, no se usa la incineración); otros residuos entran en el circuito del reciclaje.

Ahora bien, es en todo este ciclo de vida del producto que queremos actuar para aminorar el impacto ambiental negativo que pueda tener sobre su entorno.

En este contexto, abordaré ahora el tema de la calidad, y me referiré a los elementos que están en juego y a los cambios que han tenido lugar. Para entender la forma en que se está dando este proceso es fundamental conocer cómo han evolucionado los actores políticos. Estimo importante señalar que el problema ambiental surgió como una preocupación política a raíz de la presión ejercida por la población mediante distintos mecanismos como las organizaciones no gubernamentales; la participación en procesos electorales, que dan a la población la opción de elegir a aquellas personas que muestran preocupación por el medio ambiente; y las juntas de vecinos.

Si analizamos el origen de esta 'presión ambientalista', allá en el decenio del 50, veremos que surgió como una reivindicación política por parte de distintos sectores de la población, que influyeron en el gobierno en un proceso dinámico, en una interrelación en la cual los gobiernos, en su conjunto, se fueron ganando para la causa de la producción de bienes ambientalmente limpios.

El Estado, representado por el gobierno, establece una serie de normas y mecanismos para regir el funcionamiento de la industria. Los industriales, ya sean públicos o privados, en función de esa normativa ven que se puede obtener un determinado producto de una calidad determinada. Se establece así una relación entre la población y la industria, con la participación del gobierno. Se reúnen tres actores, como aquí, en esta reunión.

Pero la idea central es que los productos serán más o menos limpios en la medida en que haya mayor o menor presión política por parte de la población; ésta es la primera enseñanza que se obtiene de la experiencia mundial. Cabe preguntarse qué es lo que ha ido pasando en el mundo --desde el punto de vista del impacto tecnológico-- en las distintas entidades productivas, como resultado de esa presión. Si nos situamos a comienzos del decenio del 50 y consideramos la curva del porcentaje de reducción de emisiones o de residuos, en general, por parte del proceso productivo, observaremos que la generación de residuos en el tiempo por parte de los procesos más importantes tiende a disminuir en

términos de unidades productivas, y no del conjunto del proceso de la economía.

En ese entonces se observaba una gran indiferencia de la ciudadanía con respecto a esta problemática. Había 'interés' por los procesos contaminantes en términos de que cuando se instalaba una empresa que producía mucha contaminación, por ejemplo en Ventanas, para la población era un motivo de orgullo tener la cantidad de humo que se generaba en el lugar. Esta era la situación unas décadas atrás; hoy día es distinta.

Después aparecieron las primeras soluciones de la ingeniería sanitaria propiamente tal. A raíz de los problemas de salud, empezaron a surgir las soluciones llamadas 'plantas de tratamiento', para disminuir los niveles de contaminación sin tocar, todavía, los procesos productivos.

Actualmente estamos entrando en la etapa del reciclaje, que aparece como una fórmula que puede evitar el aumento de los niveles de contaminación, para pasar posteriormente a la política de minimización de los residuos o la reducción de la generación de residuos. Finalmente nos planteamos como una perspectiva hacia el principio del 2000 el objetivo de la cero contaminación.

Pero hay que tomar en cuenta que estos ciclos y la curva de progresiva reducción de emisiones que se observa, dependen de la presión que ejerzan sobre los gobiernos y los industriales los afectados --es decir, la población--, para disminuir los niveles de contaminación.

## 2. Formulación de una política para cambiar el producto y sus procesos

Estoy en la CEPAL a cargo del proyecto "Políticas para la gestión ambientalmente adecuada de los residuos", que estamos llevando a cabo con el apoyo del gobierno alemán a través de la GTZ, y que tiene como objetivo ayudar a que los gobiernos diseñen y pongan en práctica políticas que conduzcan a menores niveles de contaminación y a productos y procesos ambientalmente limpios.

La idea que hemos estado analizando es cuáles son los elementos centrales que debieran constituir una política de residuos, y de qué manera tendríamos que actuar frente a los gobiernos y la población latinoamericana para contribuir a su proceso de cambio. De ello surgen, como líneas de trabajo, las siguientes cuestiones fundamentales:

i) Política tecnológica, que se refiere básicamente a lo que acabo de señalar con la curva que marca la lucha contra la contaminación por residuos. Se trata de ir provocando el cambio. En lenguaje de la CEPAL, se trata de ir provocando la transformación productiva, de modernizar los procesos productivos para obtener menores niveles de contaminación y un impacto

ambiental menos negativo que el que se está produciendo actualmente. Esta es la vinculación entre el proceso de transformación productiva y el desarrollo sustentable.

ii) Ambito de la educación. Aquí se ha dicho, como lo han mostrado los colegas alemanes y canadienses, que la educación ciudadana es fundamental por dos razones: porque son necesarios nuevos y mejores hábitos de conducta respecto al medio ambiente, y porque a través de la acción en el campo de la educación es posible inducir el cambio de los agentes políticos, del gobierno y de la población en su conjunto. Esperamos llegar a las masas a través de una acción en el campo de la educación.

iii) Asentamientos humanos. Es importante abordar este campo y su vinculación con el medio ambiente, desde el punto de vista de la localización de las industrias y el uso del espacio.

iv) Legislación e institucionalidad.

v) Instrumentos económicos y financieros.

Me referiré con mayor detenimiento a los dos últimos puntos. En el problema de la legislación e institucionalidad hay dos que me parece importante destacar, a saber:

- Hay principios que rigen el funcionamiento de las políticas de control de la contaminación y de los procesos productivos, para disminuir sus niveles de contaminación.
- Existen algunos instrumentos de regulación que me parece importante tener presentes en la elaboración de una política específica y la puesta en práctica de un instrumento como el sello ambiental.

Hay varios tipos de principios. En general, el área en la que se han elaborado más principios para ordenar el funcionamiento de la industria es la del manejo de los residuos tóxicos. Pero, a partir de esta realidad, se los ha ido aplicando a los demás los residuos. Cabe destacar los siguientes:

i) 'El que contamina, paga', llamado también el principio de la responsabilidad del causante. La experiencia internacional respalda esta propuesta de la OECD que data de hace varias décadas y establece que si no hay un elemento ordenador que señale que quien debe responder por el impacto ambiental es el productor, no es posible formular una política de control de la contaminación; es decir, hay que establecer claramente la responsabilidad.

ii) 'De la cuna a la tumba' (traducción literal del inglés), que quiere decir que el industrial es responsable del producto desde que sale de la industria hasta que es transformado en algo inocuo, sin efectos adversos sobre el ambiente. En los países desarrollados hay preocupación por el residuo no sólo en el momento

en que el producto está en el mercado, sino que también preocupa la manera en que es depositado y sus posibles efectos posteriores.

iii) 'Desarrollo sustentable', que introduce la idea de futuro. Tenemos que asegurar una humanidad en la cual los efectos de hoy no tengan consecuencias en el futuro.

iv) 'Principio precautorio', que se refiere a que la persona que controla el impacto ambiental no tiene que demostrar los efectos nocivos de esa acción; el que tiene que demostrar su neutralidad es el productor y no el fiscalizador.

v) 'Principio del menor costo de disposición'.

Estos son los cinco principios básicos de lo que podría ser un ordenamiento ambiental. También hay otros principios como, por ejemplo, los que se han derivado de la discusión que se ha hecho en torno al Convenio de Basilea, del cual Chile es signatario, que se refiere al transporte transfronterizo de residuos tóxicos.

Por otro lado, tenemos algunos instrumentos que son fundamentales para la regulación, como los siguientes:

i) Normas o estándares de la calidad ambiental. Estos se refieren principalmente tanto a la calidad ambiental como a la forma en que sale el producto de la industria. Si se habla de la contaminación atmosférica, por ejemplo, lo primero que se determina es la norma de emisión y la norma de inmisión, o la norma de calidad ambiental. Es lo que ocurre en el ambiente: qué es lo que pasa cuando estas partículas caen en el medio ambiente y qué impacto tienen sobre él; si es sobre la salud de la población, se habla de normas primarias, y si es sobre el ecosistema se las llama normas secundarias.

Considero que uno de los problemas que tenemos en Chile es que en este punto estamos extraordinariamente débiles, y recién ahora estamos empezando a contar con un primer instrumental normativo. No tenemos, a diferencia de lo que ocurre, por ejemplo, en Alemania, un abanico de normas completas que regulen no sólo todas las emisiones, sino también la calidad de la producción. En Alemania existen normas de emisión para cada uno de los factores y normas de trabajo y operación. Cabe señalar que si bien, por un lado, esto facilita la acción del contralor porque le proporciona elementos específicos a los que referirse, por el otro, se la dificulta porque son más las tareas que tiene que cumplir.

ii) Evaluaciones del impacto ambiental (EIA). Estas consisten en observar cuál es el posible impacto sobre el medio ambiente que puede tener un proceso productivo, un proyecto, o una inversión nueva. Para ello se evalúan todos los elementos señalados al comienzo de esta exposición: la relación hacia atrás, la relación hacia adelante, y los impactos de la contaminación en los distintos medios --siempre y cuando existan las normas que he mencionado. De no darse esta condición, la evaluación del impacto

ambiental será tan sólo una generalidad que tendrá cierto grado de vaguedad, como ocurre hoy en Chile.

De hecho, en Chile se han realizado varios estudios de impacto ambiental importantes. Uno de ellos es el de la mina La Escondida, que no se basó en normas específicas y es una mera declaración de intenciones de la empresa. Obviamente cuando se promulgue la legislación sobre el impacto ambiental va a ser necesario trabajar en base a las normas o estándares.

iii) Auditorías ambientales (que esta mañana fue traducida como 'auditoría ecológica'). Estas consisten en que, a partir de la EIA, se observe una vez al año --o en el lapso que se estime conveniente-- lo que sucede al interior, y por efecto, de los procesos productivos. Sirven, por lo tanto, para verificar las predicciones que se hicieron en la EIA, y su función es similar a la de las auditorías contables.

Si bien los anteriores son los instrumentos de regulación que consideramos fundamentales, y sin los cuales nos parece muy difícil que un gobierno pueda actuar eficientemente, hay también otros instrumentos que no son de regulación, sino que podrían llamarse 'instrumentos económicos y financieros'. Dentro de éstos están las tarifas, subsidios, multas, cargos y todo lo que tiene que ver con el sistema de incentivos (tanto positivos como negativos), así como los sistemas de reembolso a los depósitos, los que consisten en que un industrial determinado debe entregar una cierta cantidad de dinero, sobre la base de la posible responsabilidad que pueda tener un en un momento dado, el que le es devuelto una vez que se demuestra que su actividad es inocua.

Hay también un conjunto de elementos de mercado que nos parecen interesantes, y cuya inclusión puede dinamizar el proceso de regulación y control de la contaminación y el impacto negativo sobre el medio ambiente.

Lo que más se conoce son los derechos de emisión transables. Se ha producido una discusión en torno a la posibilidad de que la contaminación atmosférica se pueda transar: se venderían determinados derechos a las industrias para emitir ciertos niveles de contaminación. Se han dado experiencias de este tipo en otros lugares del mundo, principalmente con respecto a los residuos líquidos. Las experiencias sobre la contaminación atmosférica a nivel mundial son bastante pobres aún y sus resultados son bastante discutibles. Sin embargo los derechos de emisión transables surgen como un instrumento interesante de estudiar a fin de fortalecer más el proceso de cambio del que hablamos.

Otro asunto de extraordinaria importancia porque otorga al producto mayor garantía, es el de los estándares de calidad, que ya fue abordado esta mañana, especialmente en la intervención del colega alemán.



El sello ambiental también forma parte de estos instrumentos. Estimamos que el uso de un instrumento tan importante como éste es un elemento cuya utilidad no ofrece dudas, y cuya difusión en los países en los que estamos trabajando estamos prestos a apoyar. Creemos, no obstante que por sí sólo no será suficiente y que no se podrá emplear aisladamente. Como bien lo han señalado nuestros colegas alemán y canadiense, no se puede esperar que este instrumento modifique en su totalidad un comportamiento histórico que es adverso al medio ambiente, pero será un importante elemento de apoyo. El sello ambiental podrá desempeñar, sin lugar a dudas, una función muy importante si va acompañado, como parece ser el caso, de gran creatividad y decisión política.

## II. EXPERIENCIAS NACIONALES DE SELLO AMBIENTAL

### A. EL CASO DE ALEMANIA: OBJETIVOS, IMPACTO ECONOMICO Y EFECTOS AMBIENTALES DEL SELLO ALEMAN. CARL-HEINZ MORITZ\*

En verdad ha habido suficientes advertencias: tanto el público como los políticos están informados. Entonces, ¿por qué se hace tan poco para cuidar los recursos que ya sufren merma? ¿Se debe culpar al mecanismo del mercado? ¿O, por el contrario, la economía de mercado cumple un papel de menor importancia en el caso de los llamados bienes ambientales, es decir, el aire, el agua y el suelo?

En primer lugar, está la cuestión de los precios. Los bienes cuya oferta es cada vez menor aumentan de precio en la economía de mercado; ello indica que hay escasez. ¿Tenemos precios correctos desde el punto de vista ecológico? Absolutamente no y de ninguna manera podemos tenerlos. Los precios son un medio excelente de equilibrar las fluctuaciones de corto plazo de la oferta y la demanda, pero no pueden, sin embargo, tener en cuenta las circunstancias a largo plazo del mercado. Eso le corresponde a la política. Puesto que muchos problemas ambientales ya no pueden resolverse a nivel nacional, la política significa, en su mayor parte aquí, política internacional, por medio de la cual, por ejemplo, debe regularse, y así se ha hecho, la limpieza de los grandes ríos europeos. Sin embargo, con respecto a un número creciente de problemas, la política en ese contexto significa política intercontinental, cuasiuniversal o mundial. Ejemplos son los CFC (clorofluorocarbonos) y el hoyo en la capa de ozono, el CO<sub>2</sub> y el efecto de invernadero.

Por esas razones los problemas ambientales más importantes sólo pueden resolverse mediante acuerdos mundiales. En dos meses habrá en Río de Janeiro la mayor conferencia de la historia; nuestros estadistas, como de costumbre, harán sus declaraciones expresando profunda preocupación y gran sentido de la responsabilidad, volverán a sus países a sus actividades habituales y seguirán haciendo lo que hacían antes.

En las reuniones preparatorias y declaraciones ha quedado muy de manifiesto que los intereses creados determinan la forma en que

---

\* Experto de la Fundación Stiftung Warentest.

se definen los problemas y las prioridades dadas a las soluciones. El Norte habla más que nada del control de la natalidad y la destrucción del bosque húmedo, y así distraen la atención de su propio problema: el derroche en los países industriales es la causa principal de los problemas mundiales. El Sur habla sobre todo del déficit social y la necesidad de desarrollo. De ese modo, se apela a los países del Norte para que se comprometan a renunciar al crecimiento en favor del Sur, y ello no nos lleva absolutamente a ninguna parte. Si las relaciones entre el Norte y el Sur se reducen a una lucha por el poder, entonces la naturaleza asimétrica de la relación determinará el resultado, pero ¿puede el otro modo de abordarlo, el método universal, lograr éxito? En la Conferencia de Río de Janeiro el planteamiento que postula un solo mundo se someterá a una rigurosa prueba. Si de esa manera no se logra producir más que enfrentamientos o lugares comunes bien intencionados, y eso es exactamente lo que prevén muchos expertos en Alemania, entonces la credibilidad de las negociaciones mundiales sufrirá un serio deterioro. ¿Será ésta la oportunidad para la cooperación entre las organizaciones no gubernamentales internacionales (ONG)? No soy experto en esta materia, pero al final de cuentas sólo lograremos mantener la Tierra habitable para nuestros nietos si tomamos conciencia de que todos tenemos una responsabilidad personal con respecto a dónde se encuentra cada uno de nosotros y con respecto a nuestras funciones individuales. Ello nos lleva a citar el bien conocido objetivo del movimiento por el medio ambiente: "pensar a nivel mundial, actuar a nivel nacional", y un campo para actuar a nivel nacional es la información a los consumidores y el rotulado ecológico.

¿Cuál es la situación en Alemania? Quisiera agradecerles su amable invitación a que yo les informe acerca de algunas de nuestras experiencias. Para comparar las diferentes ideas que desarrollamos estos últimos años en nuestro país, simplemente definiré tres criterios para crear un sistema eficaz de información al consumidor. En mi opinión, deben cumplirse tres requisitos para que el consumidor realmente pueda usarlo:

- i) La información al consumidor tiene que estar disponible y se debe tener fácil acceso a ella
- ii) La información al consumidor tiene que ser inteligible para todos los segmentos de la población
- iii) La información al consumidor tiene que ser fidedigna

Estas exigencias deben reconocerse independientemente de si la información la dan las instituciones de consumidores, el Estado o la economía, e independientemente de si la información se entrega voluntaria u obligatoriamente. Volveré a referirme a estas exigencias después de presentar mis cuatro ejemplos de rotulado ecológico o ambiental en Alemania.

El primer ejemplo es el rotulado ambiental llamado, no oficialmente pero por la mayoría de la gente, el 'ángel azul'. El rotulado ambiental fue adoptado en la República Federal de Alemania en 1977, por iniciativa del Gobierno. Desde 1986 la

responsabilidad del rótulo corresponde al Ministerio Federal del Medio Ambiente, la Conservación de la Naturaleza y la Seguridad Nuclear. El rótulo es una identificación relacionada con el medio ambiente que se da a los productos; se trata de una identificación positiva que se adopta en forma totalmente voluntaria.

¿Qué aspecto tiene el rótulo ambiental? Algunos de ustedes recordarán este rótulo. Ven lo que se llama umweltfreundlich, que significa 'favorable al medio ambiente'. En 1988, por varias razones, entre ellas algunas jurídicas, la palabra se substituyó por un término neutral, Umweltzeichen, que significa 'rótulo ecológico' o 'rótulo ambiental', de modo que el rótulo válido se ve así:

**'EL ANGEL AZUL'**



Este rótulo ambiental tiene los siguientes componentes: el logotipo ambiental de las Naciones Unidas en forma de un ala azul con una corona de laureles y en el centro una figura azul con los brazos extendidos. Esa es la razón por la que la gente lo llama el 'ángel azul'. Una inscripción marginal consistente en la palabra Umweltzeichen (rótulo ambiental) en la parte superior, que nunca cambia, y la segunda inscripción determinada individualmente para cada grupo de productos en la parte inferior, que indica la razón del otorgamiento del rótulo, comenzando en muchos casos con la palabra weil (porque). Por ejemplo, porque tiene un bajo nivel de contaminación, o bajo nivel de ruido, o porque recicla el 100% del papel, etc. Hay una referencia al jurado de Umweltzeichen, es decir, un jurado de rótulos ambientales, que decide acerca del otorgamiento del rótulo ambiental a grupos de productos específicos y acerca de la formulación de la parte inferior de la inscripción.

Les daré ahora alguna información básica sobre los antecedentes de este mecanismo de información a los consumidores. El procedimiento que tiene como resultado el otorgamiento del rótulo ambiental a productos favorables al medio ambiente se basa en los 'criterios básicos para el otorgamiento de los rótulos ambientales', que se establecieron en la época que se adoptó el sistema de rótulos 15 años atrás. Dichos criterios forman la base jurídica del procedimiento que rige el otorgamiento de rótulos ambientales y describen en términos generales su alcance. Contienen ya una cantidad de requisitos esenciales:

i) El rótulo ambiental puede otorgarse sólo a productos, no a servicios, métodos de fabricación y de eliminación de los desechos, etc.;

ii) Los productos deben estar destinados al consumidor; por lo tanto, los productos intermedios no se toman en cuenta;

iii) Además, debe haber un mercado para esos productos; deben practicar la libre competencia entre unos y otros. El material de publicidad, los obsequios comerciales y otros productos similares quedan en consecuencia excluidos del sistema de rótulos ambientales; y

iv) Los criterios básicos estipulan la restricción clara del número de rótulos ecológicos otorgados: más o menos cinco nuevos rótulos al año. El objetivo del sistema es por ende no otorgar tantos rótulos ambientales como sea posible en muchos grupos de productos e incluso en todos ellos. El propósito más bien es otorgar el rótulo particularmente en el caso de aquellos grupos de productos que causan un daño específico al medio ambiente e identificar la opción mejor y más inteligente.

Definen en términos generales qué propiedades de los productos pueden considerarse favorables al medio ambiente en el proceso de otorgamiento del rótulo. Por consiguiente, el rótulo ambiental sólo puede otorgarse a aquellos productos que sobresalen en la competencia, es decir, en comparación con otros productos que

desempeñan las mismas funciones, gracias a su especial solidez ecológica, de tal modo que en cada caso se debatirá sólo el grado relativo en que se favorezca el medio ambiente. En algunos casos sería más específico hablar de por lo menos un efecto perjudicial para el medio ambiente, por ejemplo, cuando un producto contiene menos sustancias dañinas que los productos rivales.

Me referiré ahora a las diversas etapas del procedimiento de otorgamiento del rótulo y a los participantes. Con el fin de crear la posibilidad de otorgar el rótulo ambiental, se debe elaborar un conjunto pertinente de criterios fundamentales a base de lo que se establece en el paso 1. Luego se puede tomar la decisión de otorgar el rótulo ambiental a productos determinados, que corresponde al paso 2.

Paso 1: elaborar la base sobre la cual se otorgará el rótulo ambiental, o seleccionar propuestas nuevas y decidir acerca de los criterios para su otorgamiento

Todos tienen la posibilidad de hacer una propuesta al organismo federal del medio ambiente, llamado en Alemania el Umweltbundesamt (su abreviatura es UBA). La única condición es que se deben dar argumentos concluyentes para la propuesta. El organismo del medio ambiente recoge las nuevas propuestas y expresa su opinión acerca de ellas para el jurado de rótulos ambientales, de modo que el público en general presente sus objeciones; en la práctica el 90% de todas las propuestas las hacen los fabricantes. El organismo federal del medio ambiente presenta la propuesta al jurado de rótulos ambientales.

Dos veces al año, dicho jurado decide qué propuestas nuevas deben seleccionarse para un examen más detallado; se da al organismo del medio ambiente la orden para que lo realice. Este prepara un borrador de los criterios de otorgamiento.

La etapa siguiente tiene que ver con RAL, que es el instituto alemán de control de la calidad y rotulación: ésta es la parte más difícil. Se trata de un organismo sin fines de lucro que organiza las audiencias de expertos, las dirige y prepara las actas de dichas reuniones. Participan en ellas los fabricantes nombrados por los organismos federales de industrias alemanas, representantes de las organizaciones de consumidores como Stiftung Warentest, las organizaciones ecológicas y los sindicatos. En las audiencias hay además otros expertos, nombrados por el jurado de rótulos ambientales o el organismo federal del medio ambiente; analizan las nuevas propuestas y el borrador de los criterios de otorgamiento. A base de los resultados de las audiencias de expertos, el jurado de rótulos ambientales decide acerca de los criterios para otorgar el rótulo a un grupo de productos; el otorgamiento se anuncia en un boletín de prensa emitido por el ministerio federal para la conservación del medio ambiente natural y la seguridad nuclear.

## Paso 2: postulación de los fabricantes

Los fabricantes interesados presentan una solicitud a RAL con el fin de poder firmar un contrato que les permita usar el rótulo ambiental. El requisito para hacerlo es que cumplan los criterios del otorgamiento y proporcionen las pruebas necesarias al respecto.

Además de RAL, examinan también la solicitud el organismo federal del medio ambiente, el estado federal en el que el postulante fabrica su producto y, quizás, en algunos casos individuales, otras instituciones a las que se les haya encargado especialmente. Cuando una solicitud se aprueba, se celebra un contrato sobre el uso del rótulo ambiental entre el postulante y RAL. Se permite al fabricante usar el rótulo en su publicidad sólo después de la firma del contrato.

**Costos:** RAL aplica un cargo por el uso del rótulo ambiental. Para sufragar el costo de administración en que incurre RAL, se aplica una tarifa de 300 marcos alemanes (200 dólares) en el momento de postular para celebrar un contrato para el uso del rótulo ambiental; se debe pagar a RAL además un aporte anual graduado. El monto de este último se basa en el volumen de comercio anual del producto al que se ha otorgado el uso del rótulo; varía entre 350 marcos y 4000 marcos al año, de modo que se trata de un presupuesto muy reducido.

Además, todo usuario del rótulo aporta 20% de la contribución anual a RAL al fondo de publicidad. Ese dinero se usa en actividades de relaciones públicas y publicidad conjunta del rótulo ambiental.

Quisiera informarles acerca de otros tres detalles en relación con el jurado de rotulación ambiental, porque es el que toma las decisiones; el organismo ambiental realiza el trabajo, pero el jurado toma las decisiones.

i) Los miembros. Los miembros del jurado son nombrados por el Gobierno; en este momento 11 expertos de diferentes grupos de intereses comunes trabajan juntos. Se anunciará qué grupos estarán representados después de un breve examen de las tareas del jurado.

ii) Las tareas. Cito al presidente del jurado. El jurado de rotulación ambiental está a cargo de tres tareas esenciales:

- Entre la gran cantidad de nuevas propuestas debe seleccionar aquellos sectores de productos con los cuales es probable que se logren efectos positivos para el medio ambiente gracias a la decisión de compra del consumidor y de otros grupos elegidos como objetivos, por medio del otorgamiento del rótulo ambiental. El jurado solicitará la opinión técnica del organismo federal para el medio ambiente, que estará orientada a determinar si la propuesta alude a un problema ambiental importante relacionado con un producto y si representa en verdad un

mejoramiento considerable del sector de producción en cuestión.

- La decisión sobre el otorgamiento del rótulo ambiental a un nuevo producto es un aspecto fundamental del trabajo del jurado. La clarificación de los requisitos técnicos en ese sentido no concierne al jurado. Para ese trabajo RAL realiza una audiencia especial de expertos para cada sector de productos. Sin embargo, en algunas ocasiones surgen controversias, según los diferentes grupos de intereses comunes mencionados anteriormente, con respecto a los criterios individuales a que deben adherirse los productos. Ocasionalmente hay decisiones unánimes; no obstante, éstas no son necesarias para el buen funcionamiento del jurado.
- Puesto que los criterios son válidos sólo por un período limitado, constantemente deben adoptarse decisiones respecto de la prolongación o modificación de los mismos. Si se prevén cambios considerables debe realizarse una nueva audiencia de expertos. El jurado de rotulación ambiental ha establecido un comité para facilitar esta tarea cada vez más compleja.

iii) La composición del jurado y la forma en que su presidente caracteriza a los miembros de las deliberaciones. Los representantes del sector de la industria que corresponde a la oferta se ocuparán en muchos casos de configurar los requisitos de tal manera de poder incluir tantos productos industriales como sea posible, y de que las ventajas competitivas del rótulo ambiental no favorezcan a fabricantes determinados.

Los representantes de las asociaciones de protección ambiental, por otra parte, se ocuparán más de la formulación de requisitos tan estrictos y amplios como sea posible, con el fin de fortalecer la credibilidad de los rótulos ambientales también en círculos dedicados, incluso con el riesgo de que ninguno de los productos pueda satisfacer los exigentes criterios al comienzo.

Los representantes de las organizaciones de consumidores en la mayoría de los casos estarán en favor de seleccionar los requisitos de forma que puedan ser desde ya cumplidos al menos por unos cuantos productos aislados. Al mismo tiempo, abogarán por tener en cuenta los intereses clásicos de los consumidores, como que el producto sea adecuado para su uso y que sea seguro.

Los representantes de los sindicatos se ocuparán sobre todo de incluir los aspectos de la seguridad industrial en todas las decisiones del jurado.

Forma parte también del jurado de rotulación ambiental un periodista, como representante de los medios de comunicación. Se encargará de que se debatan los temas en que el público está realmente interesado.



El rótulo ambiental, aparte de su influencia política, ha tenido un éxito que se muestra en el gráfico siguiente, en el que aparece el número de productos a los que se ha otorgado dicho rótulo. Como ven, después de un lento comienzo, el tremendo éxito de los años 80.

Si uno trata de definir los productos más solicitados, hay una lista de éxitos de los siguientes sectores de la producción, grupos de productos y modelos. Los más importantes para el 'ángel azul' son: los revestimientos de baja contaminación, el papel reciclado, los quemadores de gas de bajas emisiones, las botellas retornables y los productos hechos de plásticos reciclados o caucho residual. Actualmente, pueden realizarse contratos para el uso de los rótulos ambientales respecto de 70 grupos de productos.

Mi segundo ejemplo es la información sobre análisis comparativos. Me concentraré en tres nuevas circunstancias en Alemania y Europa en relación con la rotulación.

i) La rotulación uniforme sobre la base de la verificación ecológica. El mercado único europeo que se avecina ya hace sombra. Ocho meses antes de la fecha mágica del 1 de enero de 1993, ello es también cierto en el caso de nuestra rotulación ambiental temática; el mercado conjunto necesita un rótulo ambiental común. A fines de 1992 los ministros del medio ambiente de la Comunidad Europea llegaron a un acuerdo acerca de un sistema conjunto para otorgar el rótulo ambiental europeo. Puede solicitarlo el fabricante o el importador de un producto ante una organización responsable en cada Estado miembro; en lo que respecta a Alemania eso significa el Umweltbundesamt. Esas organizaciones toman una decisión sobre la verificación basándose en un catálogo de principios dentro del marco de los reglamentos de la CE. Se establecerá un comité a nivel comunitario, junto con representantes del Gobierno, expertos de las industrias, organizaciones de consumidores, organismos de protección ambiental y sindicatos, con el fin de formular los criterios de otorgamiento de los rótulos; el proceso acaba de comenzar, la semana pasada nombramos a nuestro representante en ese nuevo comité. En cada categoría se seleccionará el producto que sea más compatible desde el punto de vista ambiental, al que se le concederá distinción; los Estados miembros pondrán a trabajar a sus comités nacionales dentro del plazo de 6 meses. Sería prematuro presentar ahora los detalles o incluso tratar de evaluarlos, puesto que aún hay que aclarar puntos importantes relativos al contenido. No obstante, hay acuerdo sobre algunos puntos y quisiera referirme a ellos:

- El rótulo será otorgado por la autoridad nacional responsable del país fabricante o importador respectivo sobre la base de criterios europeos uniformes. Es una diferencia importante con respecto a la propuesta de la Comisión Europea, que quería tener un jurado central encargado de otorgar el rótulo.

- El rótulo se otorgará por un plazo limitado; se prefieren tres años.
- El diseño gráfico del nuevo rótulo ambiental se modificó nuevamente en las últimas semanas. Aunque la Comisión propuso una guirnalda de estrellas con una flor y una rueda dentada en el medio, la solución que se ha elegido ahora como resultado de una encuesta realizada en los doce Estados miembros es una flor, un diente de león, compuesta de doce estrellas con una E - de Europa - estilizada en el medio. Desafortunadamente, el diseño gráfico final no se ha aprobado aún en forma oficial, así es que no puedo mostrarlo.
- La autoridad nacional celebra un contrato concerniente al uso del rótulo con la empresa a la que se le ha otorgado.
- La Comisión de la CE publicará una lista de los nombres de los productos y el plazo durante el cual estén autorizados para usar el rótulo; será al menos de un año.
- No se otorgará el rótulo a alimentos, bebidas ni medicamentos.

Sin embargo, pasará algún tiempo antes de que los primeros productos reciban el rótulo ambiental europeo. El gran número de productos que hay que examinar debe primero agruparse en diferentes categorías. Para ese fin se han establecido cinco grupos de trabajo: para máquinas lavadoras y detergentes, pinturas y revestimientos, disolventes, papel para uso doméstico y envases. Para cada criterio deberán elaborarse directrices uniformes a las que deberán atenerse las autoridades nacionales que otorgan los rótulos. Se han mencionado como puntos de referencia los acuerdos relativos a los desechos, el suelo, la contaminación del aire y el agua, el consumo de energía y el efecto en los sistemas ecológicos. El rótulo ambiental europeo va aún más allá que el 'ángel azul' alemán con esos requisitos; es como una verificación o comprobación ecológica. Sólo nos cabe esperar que llegue a ser posible hacer realidad la idea de tener en cuenta el ciclo vital de un producto en forma de una verificación ecológica. Son justificadas las dudas.

ii) El llamado punto verde alemán. Si se preguntara hoy a los alemanes acerca del rótulo ambiental, simplemente preguntar a la gente qué cosa es el rótulo ambiental, la mayoría no nombraría al 'ángel azul'; por el contrario, casi todos mencionarían el llamado 'punto verde'. ¿Que representa este símbolo? Nada más que la información de que el envase del producto del caso se elimina independientemente; no es siquiera un punto verde, es un símbolo de reciclaje. El trasfondo de esta idea es que los vertederos de basura de Alemania habrán llegado al límite de su capacidad en unos pocos años. La construcción de nuevas plantas de incineración es políticamente imposible debido a la resistencia de los habitantes de las localidades; la única solución es evitar producir basura.

Ello incluye también la intensificación del método de reciclaje, que sólo ha funcionado satisfactoriamente hasta la fecha en gran escala con el papel y el vidrio. Lo más fácil parece ser llevar a cabo un plan de evitar la basura en lo que respecta a los envases, aunque se trata de una cantidad insignificante en relación con el volumen total (cerca de 2%), pero la política, como todos ustedes saben, no siempre está determinada por argumentos basados en los hechos. Luego de la resistencia manifestada por la industria en forma de tácticas dilatorias, el Gobierno ha adoptado finalmente una reglamentación para los envases que obliga a la industria en diferentes niveles a aceptar su devolución. En términos reales ello significa que la industria se verá forzada a recibir los envases devueltos por los consumidores, a partir de comienzos de 1993.

Pueden imaginarse la agitación en los cabildeos políticos: el comercio de distribución haciendo las veces de vertedero de basura del país. La industria y el comercio quedarán libres de esa obligación de aceptar la devolución de envases si idean independientemente una forma de reciclar los materiales de los envases. Ello significa una forma que en su mayor parte no esté financiada por las propias autoridades locales; es el camino que se ha tomado para la gestión de los desechos de las sociedades prósperas, que además contempla la protección de los intereses de la industria de envases. Los envases de los productos que llevan el llamado 'punto verde' son eliminados independientemente por el Duale System Alemania, amalgamación de la industria de envases y la industria y el comercio de bienes de consumo, financiada por medio de cuotas o derechos permanentes, sufragados por los consumidores, por supuesto. Esta solución es lamentable desde el punto de vista tanto del consumidor como de las políticas ambientales, por tres razones.

En primer lugar, no se logra que se produzca menos basura. En segundo lugar, no está garantizado el reciclaje de los materiales, especialmente en el caso de los envases plásticos, y el reciclaje descendente es inevitable junto con una gestión comercial no económica. En tercer lugar, psicológicamente hay una obstrucción de los envases reutilizables porque no se les puede otorgar el llamado 'punto verde'. Esta mentira conocida como punto verde en lo que respecta al reciclaje va a ser el tema principal del debate público político en Alemania en el futuro cercano, pero ciertamente no se recomienda que otros países lo copien.

iii) Soluciones especiales en el ramo del turismo. Además del rótulo del 'ángel azul' que se adoptó algunos años atrás para los productos, ha habido durante unos dos años un debate en Alemania en relación con la adopción de un rótulo de calidad para ofertas favorables al medio ambiente en el campo del turismo. En parte, ello concuerda con actividades similares en el plano europeo, especialmente con el proyecto sobre 'criterios de lirio azul para las playas', pero va aún más allá que ellos en cuanto a su grado de diferenciación y grupos escogidos como objetivos. La idea fundamental es hacer al turismo más conscientemente responsable y

también más considerado con la naturaleza. En el turismo moderno, como fenómeno de masas, a menudo hay discrepancia entre esa actividad y la protección ambiental. Playas sucias, costas cubiertas de edificios de concreto y reservas naturales totalmente pisoteadas, así como una procesión de automóviles con gente que busca una oportunidad de descansar son todos hechos que constituyen una expresión de las formas de desconsideración que puede engendrar el turismo. Las masas destruyen precisamente aquellas posibilidades de relajación que buscan las personas.

Al menos los siguientes puntos son controversiales en la actualidad:

- ¿Debe haber una reglamentación uniforme a nivel internacional, por lo menos dentro de Europa, o debe partirse durante un período de transición a nivel nacional?
- ¿Debe haber solamente un solo nivel de calidad o deben establecerse diferentes niveles, por ejemplo, para hoteles, lugares y playas? ¿Qué se puede hacer con el fin de impedir que los lugares de temporada o compañías usen las calificaciones otorgadas a un aspecto, por ejemplo, las playas, en la publicidad para la totalidad del lugar de turismo, promoviéndolo de esa manera como un sitio orientado a la preservación del medio ambiente, a pesar de que el problema no está cubierto en forma de un catálogo de criterios?

No se necesita ser un profeta para pronosticar las siguientes soluciones:

- tendremos un símbolo para los Estados del mercado único dentro de los próximos dos años, presumiblemente el lirio azul;
- la realización estará sujeta a los reglamentos nacionales; y
- además, no será posible a mediano plazo llegar a una conclusión final acerca de los criterios y su evaluación.

Para terminar quisiera repetir las exigencias de los consumidores respecto de un sistema de información valioso. Los consumidores aceptarán la rotulación de los productos si son obtenibles y asequibles, inteligibles y dignos de crédito. Ello significa que los datos deben hallarse en el producto mismo; se deben usar símbolos; instituciones independientes para el otorgamiento y control de los rótulos; no debe haber mezcla de publicidad e información estandarizada. El sistema del 'ángel azul' cumple esas exigencias y la organización alemana de consumidores da apoyo constante a los objetivos del rótulo. Concordamos con la llamada Declaración de Berlín de julio de 1990; se refería al sistema del 'ángel azul' y se hizo en una conferencia

realizada en esa ciudad, similar a la que realizamos ahora; trataremos de sacar copias del texto para hacerlas llegar a ustedes.

De todos modos, queremos ayudar y cooperar con todos los demás participantes, para que en el futuro se puedan resolver algunas interrogantes críticas, porque nada en nuestro mundo es perfecto.

Espero haber podido presentar a ustedes, como expertos en medio ambiente, durante mi larga conferencia, nuevos argumentos relacionados con la información. Les deseo el mayor éxito en su tarea de elaborar sus propios datos nacionales. Los rótulos ambientales nacionales y específicos deben concordar con las respectivas circunstancias institucionales en la industria, el comercio, los consumidores y la política; la exportación de un modelo para lograr el consenso no es prudente. Teniendo eso presente, quisiera terminar y decirles "pensar a nivel mundial, actuar a nivel nacional", y les deseo mucha suerte.

#### B. EL CASO DE CANADA. GRAHAM HARDMAN\*

Buenas tardes. Es un gran privilegio y placer estar aquí hoy. Quisiera agradecer a los organizadores su invitación a participar en esta presentación y también felicitarlos por el excelente trabajo realizado hasta ahora. No mencionaré nombres para no crearle a nadie una situación embarazosa, pero esas personas saben a quiénes me refiero y creo que ustedes también.

No haré un discurso hoy sino más bien lo que sería una clase universitaria, porque se me ha pedido que dé detalles acerca del Programa Canadiense y de hecho hay muchos detalles que mencionar. Espero que tengan paciencia.

Les daré una idea de cómo funciona el Programa Canadiense. No digo que sea perfecto porque no lo es; tenemos que esforzarnos por mejorarlo. Hemos aprendido mucho de los alemanes, que han colaborado en la formación del Programa y confío en que nosotros podremos ser igualmente útiles para otros. Nos gustaría retribuir la buena suerte que hemos tenido beneficiando a otras personas y estamos siempre abiertos a las sugerencias para el mejoramiento del Programa. Sin embargo, si al menos les doy una idea de cómo funciona, ustedes tendrán una base sobre la cual posiblemente puedan formar sus propias ideas.

Voy a analizar varios puntos en más detalle. Evidentemente, lo que somos, cuál es nuestra misión, cuáles son nuestros objetivos, cuáles son nuestros principios básicos, quiénes participan en nuestro Programa y específicamente qué es lo que hacemos. Si ustedes quieren les explicaré cómo preparamos nuestras pautas, cómo establecemos nuestros criterios ambientales, lo que llamamos el proceso de formulación de pautas. Quizá ahora les

---

\* Director del 'Environmental Choice Program' de Canadá.

podría decir cómo está estructurada la administración del programa, hablar sobre algunos de los problemas a los que nos hemos enfrentado con el tiempo y algunas de las críticas que se nos han hecho, porque creo que es útil compartirlas con ustedes. No nos avergonzamos de ellas y aunque así fuera, igual se las contaría porque es importante que se entienda quiénes somos.

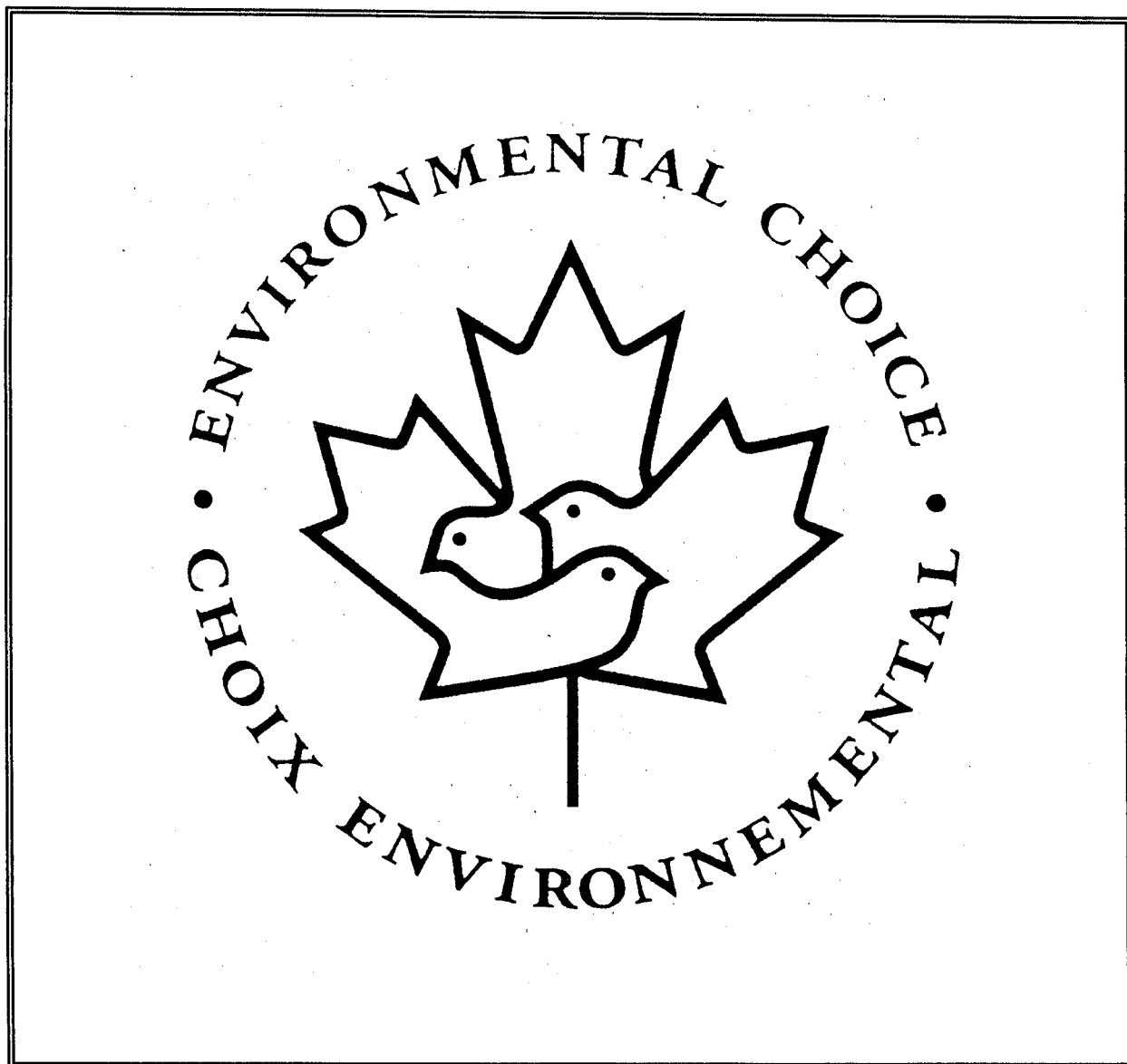
Formamos parte de un programa de rotulación ambiental llamado Programa de Opción Ambiental. Comenzó en 1988 como el Programa de Productos Inofensivos para el Medio Ambiente, pero no duró mucho tiempo con ese nombre porque como ustedes deben saber no existen muchos productos que sean verdaderamente inofensivos para el medio ambiente y la Junta (supongo que es equivalente al jurado en Alemania) dijo que teníamos que llamarlo de otra manera; por lo tanto, Opción Ecológica es el nombre del Programa. Está auspiciado por el gobierno federal de Canadá y se presentó en la Conferencia sobre los Cambios de la Atmósfera en 1988; ahora se ha convertido en un principio importante del plan verde del gobierno, al cual se me ha pedido que me refiera esta mañana.

Diez años después seguimos el ejemplo de los alemanes; ellos nos guiaron y nos fueron muy útiles porque nos proporcionaron toda esta información. Nuestro propósito es promover el mejoramiento de la calidad ambiental, ayudando a los canadienses a comprar productos que no perjudiquen el medio ambiente. Tenemos dos objetivos principales: uno es proporcionar a los consumidores información confiable sobre los mejores productos desde el punto de vista ambiental, y en un momento me referiré a los consumidores, puede que no sean los que ustedes piensan. El segundo objetivo es recompensar la innovación, recompensar las actividades de investigación y aplicación de sus resultados por las empresas. Nuestra finalidad es proporcionar un programa de vanguardia y esperamos que con la entrega de éste se aumente lo que en el mundo empresarial llamamos investigación y desarrollo, es decir, investigación y aplicación de sus resultados.

Quisiera compartir algunos principios rectores con ustedes. Primero que nada, nuestro Programa se basa en la ciencia imparcial o en datos técnicos. Establecemos los criterios que se deben cumplir, tal como en Alemania; los establecemos según aprueben o reprueben. Las partes interesadas tienen la posibilidad de aportar al programa; es muy importante para nosotros que se efectúen muchas consultas con respecto a la formulación de los criterios ambientales. Nuestro programa se basa en un examen del ciclo vital; la evaluación del dicho ciclo no se realiza en detalle y les explicaré por qué. Todo el Programa gira alrededor de las cuatro R: rechazar, reducir, reutilizar y reciclar, la jerarquía de las necesidades ambientales.

Nuestro logotipo está compuesto por tres palomas o tres pájaros en la forma de una hoja de arce, que por cierto es la bandera canadiense, rodeadas por el título. Este logotipo está en todos los productos que tienen nuestra licencia; debajo de él, al

igual que en el programa alemán, se explica por qué el producto ha obtenido la licencia y eso es lo esencial de nuestro Programa.



En primer lugar, es bueno dar una perspectiva de quiénes son los participantes principales, los actores principales del Programa. Son seis: el actor clave es el ministro de Medio Ambiente, el señor Georges Jarré, que es el responsable del Programa en última instancia y ante quien debemos responder en última instancia. Debo mencionar que él respalda firmemente nuestro Programa, que está muy entusiasmado con él y que ha sido incansable en su apoyo para solucionar algunos de los problemas que hemos tenido durante los tres años que llevamos trabajando. A pesar de que somos relativamente independientes del gobierno, en la medida en que nos es posible dentro de la estructura actual, debemos rendir cuenta al señor Jarré de todo lo que concierne al

Programa. Las personas que realmente trabajan en él son las que conforman la Junta Asesora independiente, y con ello no quiero decir que el señor Jarré no sea uno de los que trabajan en el Programa, lo que pasa es que también debe realizar otras funciones. La Junta está constituida por 15 voluntarios más un presidente, es decir, 16 personas. Los hemos dividido en tres grupos: un grupo empresarial, uno de medio ambiente y de consumidores y otro que llamamos los terceros confiables. Entre estos terceros hay un profesor universitario de derecho, un investigador científico y un asesor económico. Queríamos tener un corte transversal de la sociedad canadiense. Todos son voluntarios y se reúnen cuatro o cinco veces al año y a veces hacen reuniones extraordinarias. Su tarea consiste en ser un nexo con el gobierno, ya que deben recomendar al ministro dos cosas: la primera son los productos a los cuales nosotros les damos la licencia y la segunda son los criterios ambientales a los que estos productos se deben ceñir; esa es su principal labor. Debo decir que en los comienzos del Programa hicieron más que eso, hicieron más de lo que les correspondía; realmente nos ayudaron a organizar la situación y nos dieron algunas ideas que han hecho posible que el Programa continúe en marcha. Su función básica es de asesoramiento.

Yo trabajo para el Ministerio del Ambiente de Canadá, que es el auspiciador del Programa. Necesitamos dinero, ellos nos facilitan una parte del capital y nos ayudan con otros recursos. Tienen una gran cantidad de recursos técnicos dentro del Departamento, lo que nos es muy útil; trabajamos con ellos sobre una base quid pro quo, es decir, ellos nos proporcionan información, pero nosotros también adquirimos muchos conocimientos que luego podemos compartir con ellos.

El cuarto grupo, del cual soy jefe, es la Secretaría. No me agrada ese nombre, suena pasivo. En realidad administramos el Programa y trabajamos en él a diario. Su función ha cambiado desde que empezamos; en un comienzo fuimos más bien un respaldo para la Junta y ahora, después de que han pasado tres años de mi incorporación al Programa, se da la coincidencia de que hemos evolucionado a un manejo más directo de éste.

El quinto grupo es el Organismo Técnico, que actualmente es la Asociación Canadiense de Normas. Lo habitual es que se preocupen de establecer normas y se cercioren de que productos tales como cascos y luces de motocicletas, etc., cumplan con dichas normas. Han hecho dos cosas para nosotros: primero, nos ayudaron a formular las normas, trabajaron con nosotros como una especie de secretaría, dirigiendo los grupos de trabajo. Lo segundo ha sido la verificación y la concesión de licencias, es decir, ellos eligen el producto o de hecho también el servicio, porque nosotros además trabajamos con servicios, y lo prueban para verificar si cumple con los criterios que se van a establecer. Se aprueba o se rechaza, y ellos son especialistas en la materia.

El último grupo es el Comité Técnico Canadiense (CTC), que se formó para analizar los datos técnicos. Dentro de la secretaría y



de la administración tenemos un personal técnico altamente calificado, pero decidimos que era importante tener un grupo homólogo separado, por decirlo así, y eso es lo que son. Este grupo de trabajo está compuesto de 15 personas de las cuales la mayoría son técnicos con distintos tipos de especialidades científicas y técnicas. Como pueden ver, tenemos seis actores y trabajamos juntos bastante bien.

Ahora que ya saben quiénes son los actores les daré una visión general de las actividades más importantes para que tengan una idea general de lo que sucede. Son cinco actividades principales, a saber:

- i) La selección de los productos y servicios.
- ii) La formulación de los criterios; evidentemente esta es la clave, la base de todo el programa.
- iii) Las licencias; esto también es un sine qua non porque si nosotros no entregáramos ninguna licencia no tendríamos ningún producto.
- iv) La promoción, es decir, la publicidad y las actividades de relaciones públicas para informar a la gente sobre el programa.
- v) El cumplimiento; tenemos que asegurarnos de que las personas que reciben las licencias para nuestros productos cumplan desde un comienzo y en forma permanente las pautas establecidas. Les explicaré esto en más detalle.

Ahora analicemos cada uno de estos puntos por separado.

En lo que se refiere a la selección de los productos yo aconsejaría ser cuidadosos. Al comienzo del Programa queríamos obtener productos muy llamativos (y esto puede considerarse una sugerencia) porque queríamos hacerle bastante publicidad y obviamente también queríamos ganar dinero. Estos eran nuestros dos objetivos. Teníamos uno o dos productos que no eran llamativos y que no generaban ningún ingreso; por lo tanto, estoy siempre preocupado de advertir a la gente que tiene la posibilidad y la intención de tener programas que se fije en eso, que no mantenga productos como las pilas de cinc, que nadie compra.

Tenemos varios criterios para seleccionar los productos. Primero que nada, deben tener algún tipo de efecto ambiental, uno que podamos aliviar o mejorar. Esto se puede hacer mediante la conservación de los recursos, por ejemplo, en el caso de una ducha, en que usted ahorra agua usando menos energía central, menos agua caliente; o la disminución de los desechos, como sucede con los productos de papel o la calidad del aire, del agua y del suelo. Si el efecto en el ambiente es mínimo, no nos preocupamos, no vale la pena perder nuestro tiempo en eso.

En segundo lugar, a esta altura del Programa es importante para nosotros hacer algo que sea visible en el mercado, con el fin de apoyar las actividades de promoción. Estamos interesados en

productos conocidos porque ayudan a aumentar nuestro reconocimiento en el mercado. Si la gente entra a un local comercial y ve que el logotipo está en todas partes, ello le refuerza su percepción.

En tercer lugar, debe ser factible; en otras palabras, debe ser relativamente fácil de hacer para poder sacar los productos al mercado. No tenemos ni el tiempo ni los recursos para atascarnos con productos difíciles de comercializar. Debo decir que no critico a los europeos, pero me intriga el hecho de que el primer producto con el cual trabajan son los detergentes. Son un producto muy difícil. Encuentro muy positivo que hayan tomado esta iniciativa y les deseo suerte. Nosotros tuvimos algunas dificultades con los detergentes en los últimos meses, por lo que aconsejaría a los nuevos programas que comiencen con los que son factibles. A todo esto, en un comienzo puede ser difícil darse cuenta de qué es fácil; uno se encuentra con sorpresas, pero aun así es un buen principio para poner en práctica.

A modo de comentario creo que es útil partir por decir que en estos momentos no nos ocupamos de productos alimentarios ni tampoco de productos que estén protegidos por leyes o protocolos en otras partes. En esta etapa de nuestro Programa, por ejemplo, rehusamos trabajar con cosas como aerosoles ni creo que jamás lo hagamos. Confiamos en que el protocolo de Montreal se encargará de los aerosoles, del mejoramiento de los aerosoles y de la situación de los CFC, de modo que para qué hacer lo mismo nosotros. Lo importante es que alguien se esté ocupando de ellos.

En nuestro país también tenemos un protocolo de embalaje nacional que estipula las pautas que debe cumplir la industria canadiense, por lo que no hemos formulado pautas específicas de embalaje. Sólo ahora estamos comenzando y probablemente abordaremos esta materia a medida que ganemos mayor experiencia. Por lo tanto, en lo que se refiere al otro ejemplo, lo único que yo aconsejaría es que en estos momentos tratemos de evitar todas las cosas que de alguna manera sean polémicas. Más bien trabajemos con las no polémicas; acostumbremos a la idea de trabajar con estos productos y de formular pautas ambientales porque si los consumidores se acostumbran a esta idea y la industria la capta, entonces cuando tengamos mayor confianza y experiencia podremos dedicarnos a las pautas más polémicas.

Lo segundo que hacemos es establecer los criterios ambientales. Si me permiten, daré ahora una visión general de los puntos clave y luego hablaré sobre el Programa y el proceso en detalle.

Llamamos pautas ambientales a nuestros criterios una vez publicados. Cada producto tiene un criterio específico y su propio conjunto de pautas ambientales. Anteriormente mencioné que estos criterios son creados por una Junta Asesora independiente y una parte importante del proceso son las amplias consultas con las partes interesadas. Eso lo realizamos de tres formas: tenemos grupos de trabajo constituidos por miembros de la industria

correspondiente, tratamos de incorporar grupos ambientales y también de incorporar expertos en la materia (no siempre lo logramos pero lo intentamos) de otras partes del país que saben sobre una categoría particular del producto. En cuanto a su mecanismo de recopilación de información, a nuestro modo de ver no es necesario que ellos alcancen un consenso durante sus deliberaciones. Como mencioné anteriormente, tenemos un Comité Técnico, el grupo aparte de expertos de igual nivel al de nuestro propios expertos, que realizan el examen de los datos técnicos. Finalmente, a pesar de que toma mucho tiempo, creo que algo muy útil que nosotros tenemos es un período de sesenta días de examen público, que consideramos muy importante, ya que en verdad obtenemos información que antes no teníamos y también permite a las personas que no habían tenido la oportunidad de participar en la parte formal de nuestro proceso darnos ideas. Buscamos ideas e información, por eso publicamos las pautas en revistas, diarios y en el Canada Gazette, que es un diario oficial, con el fin de recibir ideas constructivas que nos permitan mejorar. Debido a ello el examen público de sesenta días es una parte muy importante de las consultas.

Con respecto al cuarto punto, nuestros productos tienen que tener un manifiesto beneficio ambiental. Nos centramos en algunos aspectos del ciclo vital; examinamos las publicaciones al respecto; no realizamos una evaluación completa del ciclo vital. Lo que queremos decir cuando hablamos de la evaluación del ciclo vital, y esto es una cuestión de terminología, es una evaluación técnica bastante complicada en que se miden los insumos y productos en términos numéricos. Estas evaluaciones son muy caras y complicadas y no pensamos que en este momento sean necesarias para nuestros propósitos. Creemos que la ciencia aún no ha creado un proceso modelo. Actualmente, nuestro Departamento está trabajando junto con otros departamentos en la creación de un proceso adecuado para la evaluación del ciclo vital; sin embargo, falta mucho para que sea realidad. Por todas esas razones, no realizamos una evaluación del ciclo vital en todo el sentido de la palabra, sino que hacemos un examen del mismo en el que revisamos las publicaciones en la materia y descubrimos dónde están los principales efectos del producto en el ciclo vital y luego centramos en esas áreas la elaboración de nuestros criterios ambientales. Otro aspecto importante del desarrollo de nuestro proceso es que tenemos una entidad técnica independiente que nos ayuda, la Asociación Canadiense de Normas.

El penúltimo punto es la elevación de las normas. Cada tres años aproximadamente, o a veces antes, elevamos las normas relativas a los criterios ambientales. Cuando hay un adelanto tecnológico importante elevamos el nivel de las normas, aunque no es inmediato; ojalá fuera así, pero de todos modos nos esforzamos por cambiarlas para que al menos nos podamos mantener al día con los progresos en materia ambiental.

Finalmente, es importante comprender que nuestro programa tiene una función rectora, orientadora. No establecemos normas que

sean tan rigurosas que nadie pueda cumplirlas; eso no sería muy práctico porque el medio ambiente no mejoraría y los clientes no podrían comprar los productos. A la inversa, tampoco fijamos normas que sean tan leves que todo el mercado pueda cumplirlas. Nuestro objetivo es establecer un límite inicial de un 10% a un 20% del mercado, de modo que cuando se anuncien las pautas y se pongan en vigor, se esperaría que alrededor del 20% de las compañías o productos podrían satisfacer los criterios. Esto apela al buen juicio; no siempre es fácil evaluar si eso realmente es lo que va a ocurrir. Afortunadamente ha funcionado hasta ahora, mas puede que no siempre sea así, pero al menos ese es nuestro objetivo. Por supuesto, a medida que pasan los años, los meses, las semanas, se suman más y más compañías; de 20 se pasa a 30, de 30 a 40 y luego a 50, y al cabo de tres años volvemos a hacer más rigurosas las pautas. Esa función rectora es el aspecto más importante, porque le da sentido al logotipo, les da un incentivo a los fabricantes, y los consumidores entienden lo que se quiere decir con eso.

La otra actividad que llevamos a cabo es la concesión de licencias. Esa es la segunda función de la Asociación Canadiense de Normas, nuestro Organismo Técnico. Una vez que tenemos la pauta, una vez que ésta efectivamente se ha publicado (y hablaremos de eso en un momento) con los criterios formando parte de ella, cualquiera puede postular, cualquier industria, cualquier compañía puede solicitar ese producto. La Asociación Canadiense de Normas revisa el producto o el servicio basándose en las pautas establecidas; generalmente es un proceso muy objetivo y si aprueba, aprueba, si reprueba, reprueba. Por lo general no fallan porque la compañía sabe de antemano, estará informada; puede realizar sus propias pruebas. Una vez que han aprobado, firmamos un gran contrato en el que se estipulan los plazos y condiciones según los cuales la compañía puede usar el logotipo en ese producto en particular. Establece los compromisos que la compañía debe asumir, que son muy importantes; para que ese logotipo tenga sentido, necesitamos un contrato apropiado. No podemos darnos el lujo de que se haga mal uso de ese logotipo o del contrato. Por lo tanto, el contrato establece normas en dos áreas: normas para los productos, que provienen de las pautas, y normas gráficas, es decir, las que se aplican al uso del logotipo y de la publicidad en las etiquetas. Parece complicado, pero si usted no tiene eso corre el riesgo de que hagan mal uso del logotipo y que en consecuencia éste pierda su razón de ser. En Canadá tenemos un 'logotipo en movimiento' que consiste en tres flechas que se persiguen unas a otras; está por todas partes y quiere decir reciclable. Al parecer todo el mundo lo usa y ha perdido su valor como logotipo. Nosotros no podemos permitirnos eso, por lo que nuestro contrato es muy tajante en cuanto al uso del logotipo y todos los fabricantes respetan eso, porque tienen sus propios logotipos y saben lo importante que es para ellos resguardarlos.

Por último, en el contrato se fijan los cargos, tal como lo hacen en Alemania. Existen dos tipos de cargos. El primero es el que se le paga a la Asociación Canadiense de Normas para que efectúe las pruebas y verificaciones y se negocia con la misma

asociación. El otro cargo se nos paga a nosotros, el Ministerio del Medio Ambiente de Canadá, por el uso del logotipo. El contrato se firma por tres años y nos pagan cargos anuales que van desde los 300 a los 5.000 dólares canadienses, según las ventas del producto en cuestión. Queremos cambiar eso a su debido tiempo. Nos dimos cuenta al comienzo de que necesitábamos ofrecer un incentivo, que necesitábamos tener un cargo razonablemente bajo para atraer a las compañías y se decidieran a usar el logotipo de opción ambiental. Creemos que a largo plazo tendremos una escala móvil y actualmente se piensa que será de alrededor del 0,4% de las ventas, lo que parece ser aceptable para la mayoría de los titulares de licencias. Ellos se ven beneficiados por el aumento de las ventas, entonces por qué no beneficiarnos también nosotros. Los canadienses todavía no lo saben, no les hagan saber que esto sucederá, pero será aproximadamente el 0,4% de las ventas. Se destinaría al financiamiento de nuestro Programa. En la actualidad contamos con la garantía del gobierno federal, pero a medida que pasa el tiempo esperan que nosotros seamos cada vez más autosuficientes.

Quisiera destacar algo importante. Me parece que es un tanto peligroso, esta es mi opinión personal, depender demasiado de los cargos por concepto de licencia. Es fácil para nosotros generar ingresos si fijamos normas leves, pero no ayuda mucho al medio ambiente, no ayuda mucho al consumidor, de modo que si dependemos demasiado de las cargos por otorgamiento de licencias para obtener ingresos, podría haber quizás una tendencia inconsciente a establecer normas aún más leves para otorgar más licencias y eso me preocupa. No he visto prueba de eso aún, porque nosotros no estamos en esa situación, pero es algo que se debe tener en mente.

Lo último que hacemos es esta promoción. No voy a entrar en detalles porque en cada país ocurre algo diferente. Hemos usado la televisión para dar a conocer aún más el logotipo, estamos usando una revista muy conocida en el país para explicar el logotipo y además hemos estado trabajando con algunos de nuestros titulares de licencias en promociones conjuntas. El mensaje que me gustaría entregar aquí sobre la promoción es que no me creo expectativas anticipadamente. Al comienzo de nuestro Programa teníamos expectativas extremadamente altas, lo que parece excelente, salvo que no fuimos capaces de cumplirlas. El gobierno anunció el programa y los consumidores inmediatamente comenzaron a buscar los productos en los estantes y nosotros, mientras tanto, estábamos ocupados en establecer los criterios ambientales para estos productos, y los consumidores se decepcionaron. En consecuencia, tuvimos que 'enfriar', por decirlo así, las actividades promocionales por un tiempo y realizamos una promoción menos llamativa, hicimos presentaciones, hablamos sobre el tema en público, etc. No hicimos una gran campaña publicitaria y para entonces teníamos lo que llamamos una 'masa crítica' de productos, es decir, había suficientes productos en el mercado, por lo que el consumidor tenía buenas probabilidades de ver alguno en cualquier establecimiento comercial, y eso sucedió el año pasado, en el ejercicio económico que terminó el 31 de marzo; creemos que la percepción de nuestro logotipo ha aumentado bastante. La otra

razón por la cual hicimos la promoción fue señalar a los titulares de licencias que hablábamos en serio y que estábamos reforzando su trabajo y ellos el nuestro, y también fue para demostrar que el gobierno respaldaba plenamente el Programa. Hasta ese momento, por alguna razón, ellos no estaban convencidos, no sé por qué no lo estaban, y una vez que iniciamos la publicidad en televisión y escribimos boletines informativos en las revistas, los titulares de licencias se dieron cuenta de que realmente hablábamos en serio.

La otra parte de nuestro grupo de promoción es lo que llamamos el cuidado y atención de los titulares de licencias. Son un tipo de personas muy sensibles. Tienen el logotipo en el que han invertido tiempo y dinero, les gusta y creemos que merecen que les prestemos atención y ayuda en la medida que nos sea posible. Por lo tanto, tenemos un excelente departamento de cuidados y atención, y a ellos les encanta, porque saben que queremos trabajar en conjunto. Toma tiempo y dinero, pero creemos que a la larga dará resultados.

El último aspecto es el cumplimiento. Usted tiene el logotipo, tiene a los titulares de licencias dispuestos a pagar para obtenerlo, pero el consumidor quiere estar seguro de que el logotipo es confiable no sólo cuando se otorga la licencia, sino en forma permanente. Tenemos que enfrentar la realidad: sin el logotipo, el Programa no tiene valor, por lo que hacemos mucho hincapié en verificar el cumplimiento. Ya mencioné como tratamos en un comienzo con la Asociación Canadiense de Normas, cuando se otorga el logotipo. Sin embargo, durante la vigencia del contrato realizamos controles esporádicos de los productos o nos proponemos hacerlo. No estoy hablando del cumplimiento técnico, que por supuesto es importante, sino del cumplimiento por el producto de los criterios ambientales, vale decir, queremos que los titulares de licencias usen el logotipo en forma adecuada, no hagan mal uso de él, y para ese propósito tenemos lo que llamamos un manual gráfico de normas, que especifica claramente cómo se debe usar el logotipo y cómo no se debe usar: tal como se hace en los juegos olímpicos, como la Coca-Cola, la General Motors o cualquier banco o compañía con un logotipo de marca registrada estipulan la forma en que debe usarse; nosotros hacemos lo mismo. Tomó largo tiempo elaborar ese manual y tendré mucho gusto en compartirlo con alguna organización que me lo solicite, pues nos hemos dado cuenta de que una vez que los fabricantes entienden que hablamos en serio, cooperan, y ello es una nueva demostración de que queremos proteger la confiabilidad del logotipo desde su punto de vista. Es tan importante para nosotros y para ellos que la obligación de que ellos se atengan a lo que llamamos el manual gráfico de normas forma parte del contrato.

Ahora debería referirme a algunos detalles del proceso de formulación de las pautas. Esta es la parte más detallada de mi presentación. El objetivo de dicho proceso de formulación de pautas es la creación de criterios ambientales precisamente en forma de pautas. Una parte importante de ello es la realización de amplias consultas. Es por eso que el proceso toma mucho tiempo y

es algo con lo cual nos sentimos un poco incómodos porque debería funcionar un poco mas rápido (toma más de un año formular una pauta) y estamos buscando cómo hacerlo. Mientras tanto es lo único que tenemos, para bien o para mal.

Comenzamos con una nota informativa técnica, que es preparada por una consultor externo en el contrato de la Secretaría. El objetivo de la nota informativa técnica es simplemente especificar dónde van a ocurrir los principales efectos ambientales de un producto. Contiene información básica a la cual luego agregamos toda la otra información que tenemos. También incluye un breve examen económico y quisiera hablar sobre la evaluación económica en algún momento.

Esa nota informativa técnica se envía a nuestra Junta, los 15 voluntarios que les mencioné; ellos la estudian y luego deciden si van a tomar el producto o no. Si para ellos una nota informativa técnica no es importante, la olvidamos o la dejamos para más adelante. Esa es la primera decisión que se toma en la reunión de la Junta; si el resultado es afirmativo, nos indican qué rumbo debe tomar la pauta. En general, si la nota informativa técnica está bien preparada, se ciñen a sus sugerencias, se centran en tales o cuales criterios ambientales.

Entonces el personal del Programa y el Organismo Técnico se juntan y elaboramos un borrador de pautas que contiene los criterios ambientales iniciales, es decir, cómo creemos que debería ser una pauta. Luego eso va al Comité Técnico Canadiense (CTC), ellos lo estudian y basándose en eso forman un grupo de trabajo, generalmente presidido por un miembro de nuestro Comité Técnico (la persona indicada debe conocer el programa y estar capacitada para guiarlo), entonces le piden a la Asociación Canadiense de Normas que reúna a la gente para el grupo de trabajo. A pesar de que tratamos de mantener el grupo con no más de 12 personas, a veces llegan a ser 18 o más y se vuelve difícil de manejar. Tratamos de asegurarnos de que esté compuesto por personas provenientes del sector industrial, tanto de empresas grandes como pequeñas. Así como en su país, tenemos una o dos multinacionales a la espera, son bastante fuertes y quieren poder opinar o asesorar; creemos que eso es importante, y son muy buenas opiniones, porque tienen buena asesoría técnica y experiencia. Sin embargo, no podemos pasar por alto las necesidades del pequeño empresario y a veces ellos tienen una información distinta, a veces sus puntos de vista difieren, de modo que tratamos de formar el grupo de trabajo como un corte transversal de la industria, y si podemos conseguir grupos ambientales para que se incorporen a ellos, tanto mejor. Yo digo que no siempre es fácil lograr que los grupos ambientales se integren a los grupos de trabajo, porque tienen muchas otras cosas que hacer, carecen ellos mismos de recursos y los grupos de trabajo demandan mucho tiempo.

El grupo de trabajo analiza estos borradores de pautas y recomienda cambios; quizás no hemos acertado, quizás hayamos hecho alguna tontería, puede ocurrir, porque no lo sabemos todo y el

grupo de trabajo sabe más que nosotros; quizás tengamos que investigar mucho y la tarea del grupo de trabajo es dirigirnos para realizar esa investigación. Entonces, el Organismo Técnico finalmente revisa la pauta, el Comité Técnico la examina y aconseja pequeños cambios, y nosotros le damos una mirada. Tenemos que hacerlo porque nosotros, como los funcionarios del Programa, estamos a cargo de este proceso en todo momento, lo dirigimos. Damos un vistazo final, tenemos que proteger al Departamento para asegurarnos de que se tengan en cuenta su opinión y sus consejos, asegurarnos de que se utilicen adecuadamente los consejos de otros departamentos gubernamentales, y sólo entonces, una vez que nos sentimos cómodos con la pauta, cuando todos estamos convencidos de que constituye una base prudencial para el debate, un borrador de pauta razonable, se envía a nuestra Junta para que ésta lo examine. La Junta no es una junta técnica; creo que ya se habrán dado cuenta de que la Junta está más interesada en los procesos y en cuestiones generales, de modo que no tiene problemas con respecto al personal técnico que ha participado, las preguntas que estos hacen; ellos examinan, orientan, pueden recomendar uno o dos cambios menores y entonces la pauta está lista para su examen público, al cual ya me he referido.

Estoy hablando del examen público de sesenta días, que es muy productivo. Tengo que decirles que la información que recibimos es sorprendente. Primero comenzamos con grupos ambientales que no pudieron asistir a las reuniones del grupo de trabajo, por lo que mandaron sus presentaciones por escrito, con ideas bastante valiosas (hay un grupo ambiental que tiene puntos de vista muy extremos, por lo que no siempre los podemos incorporar) y técnicos de todo el país también envían información.

La función del Organismo Técnico es cotejar y reunir todos esos comentarios de forma tal que el Comité Técnico y el resto de la gente pueda entender la problemática que surge de ese examen público. Sólo nos dan una larga lista, en la cual clasifican los comentarios y destacan cuáles son los puntos de interés más importantes. Nuevamente nosotros, como funcionarios del Programa, aportamos comentarios y consejos y nos aseguramos de que se reflejen adecuadamente y de que no incluyan algunos puntos que nosotros sabemos que son delicados desde el punto de vista político.

Luego vuelve al Comité Técnico (ya les mencioné que participa) para que lo estudien y aconsejen con respecto a los cambios que deben hacerse a la pauta final. Debo decir que podría darse el caso de que toda la pauta tuviera que desecharse y rehacerse. Una vez sucedió con unos detergentes y tuvimos que volver a la Junta, porque todo es tan complicado; cuando sucede eso debemos volver atrás, comenzar de nuevo y llegar al punto en que estábamos. Afortunadamente, la mayoría de las veces hemos realizado bien nuestra labor y no hemos tenido que pasar por esto. Formulamos una pauta final que se envía al personal del Programa, el que actúa como secretaria, luego otros expertos del Departamento le dan un vistazo final, hacemos los últimos cambios y se envía a la Junta;



entonces, después de las preguntas habituales y si éstas se contestan satisfactoriamente, finalmente llega al ministro.

Ya mencioné que la función del Programa, de la Junta Asesora era recomendar las pautas al ministro del Medio Ambiente, eso es todo, y el ministro no está obligado a aceptar las recomendaciones. Debo señalar que ha aceptado todas las pautas que le hemos enviado hasta el momento porque está satisfecho con el proceso, pero él tiene la prerrogativa de rechazar una pauta si por algún motivo cree que hay asuntos que no se han abarcado. Nuestro trabajo como secretaría, como personal administrativo, es notificar al ministro acerca de cualquier asunto de importancia, ya sea político o técnico, con el cual él deba estar familiarizado antes de firmar. Ello hace que sea una desventaja formar parte del gobierno cuando lo expresan en términos negativos, porque tenemos que considerar los aspectos políticos con mayor detenimiento que si estuviéramos separados del gobierno; así son las cosas y no quiero pecar de poco amable, no me interpreten mal, pero debemos pagar un precio muy alto por ser parte del gobierno. Creo que es importante que ustedes entiendan esto.

Si el ministro aprueba la pauta, lo anunciamos en el Canada Gazette y en los diarios; tenemos un boletín que se distribuye y entonces todo el mundo se informa de que se ha publicado la pauta AA de opción ambiental y que está lista para que se dé curso al otorgamiento de licencias. Puedo asegurarles que en ese momento las empresas que hayan hecho un seguimiento de este proceso llamarán a nuestra puerta el lunes siguiente con la intención de obtener las licencias. Al menos eso esperamos y afortunadamente eso es lo que ocurre la mayor parte del tiempo.

Ahora quisiera referirme a las consecuencias económicas. Hasta el momento sólo he hablado de los aspectos ambientales de este proceso. Por variadas razones tuvimos que trabajar un poco más en el análisis económico. Sinceramente, no creo que sea una buena idea entrar en detalles, en parte porque aún no hemos decidido cómo hacerlo y en parte porque es bastante complicado. Sin embargo, a modo de resumen, diré que es importante que el ministro esté seguro de que nuestras pautas, cuando se formulen, no tengan consecuencias económicas negativas importantes, pero en caso de que así sea, que al menos esté al tanto y pueda de ese modo responder a las preguntas de sus colegas del gabinete y las de la Cámara de los Comunes.

Déjenme darles un ejemplo específico. Si, por ejemplo, hubiéramos publicado una pauta que presentara criterios ambientales muy estrictos para un producto en particular y que, como resultado del hecho de que la pauta, si bien involuntariamente, tuviera gran acogida, algunos de los negocios tuvieran que suspender sus operaciones en algunas partes, el ministro tiene que saberlo; tiene que ser capaz de responder esas preguntas estando bien informado. Es por ello que queremos hacer una evaluación económica de tal forma que podamos prever que eso va a suceder y que él podrá contestar esas preguntas. No ha sucedido aún que hayamos publicado

una pauta de ese modo, pero desde el punto de vista político es importante hacerlo y todavía estamos estudiando la forma óptima de hacerlo. Será un placer mostrarles el informe sobre cómo llevar a cabo la evaluación económica, cuando esté listo.

El siguiente punto que me gustaría abordar es la concesión de licencias. Creo que es útil mostrarles la estructura de la organización sólo para que vean cómo se formó; les puede dar algunas ideas y también me ofrece la oportunidad de hablarles acerca de una o dos cosas que hacemos. Como mencioné anteriormente el Programa consta de distintas partes. Partamos por la parte técnica, ya que es el pilar del Programa. Estos son los cuatro grupos diferentes dentro de nuestro pequeño taller. En teoría trabajamos como equipo, pero cada una de las cuatro áreas tiene un jefe a su cargo. El jefe principal está a cargo de todo el conjunto, lo que es extraordinario. Las personas de la parte técnica son las encargadas de la formulación de las pautas, de verificar la concesión de licencias, de realizar un seguimiento de todos estos proyectos en todo su transcurso y del cumplimiento técnico, a diferencia del cumplimiento no técnico, es decir, el cumplimiento de los criterios ambientales y el cumplimiento técnico de los criterios ambientales científicos. El grupo de comercialización está a cargo de la promoción del Programa, de la publicación, que por cierto es parte de la promoción, y del cumplimiento no técnico. Ellos responden todas las consultas y reciben todas las quejas sobre el cumplimiento por la industria o quejas de los clientes que no están satisfechos.

Recibimos muchas consultas. Durante una campaña de publicidad el teléfono no dejó de sonar y eso fue muy positivo. ¿Cómo nos informamos del cumplimiento? ¿Cómo sabemos si las empresas están cumpliendo o no? De dos maneras. Una son las comprobaciones esporádicas, pero en nuestro país tenemos un muy buen sistema: las mismas industrias nos lo hacen saber, alguien nos dirá si su competidor no está cumpliendo; son 'soplones', para hablar en jerga, y el método funciona bien. Recibimos este tipo de llamada: "Usted debería saber, señor Hardman, que la compañía XYZ no está usando el logotipo adecuadamente", y por lo tanto tenemos que hacer algo al respecto. Funciona muy bien y no tenemos que pagar. Uno manda a la policía a inspeccionar, a golpear las puertas y revisar los estantes; ha ocurrido antes y funciona eficazmente. También tenemos el departamento gubernamental de asuntos relacionados con los consumidores y la cooperación, que está a cargo de vigilar este tipo de cosas y que recibe cualquier tipo de quejas sobre el incumplimiento de las pautas. Tomando todo en cuenta, estamos muy satisfechos con el cumplimiento; nos estamos encargando de ello.

Tenemos un grupo a cargo de las políticas del Programa y que se ocupa de nuestros proyectos comerciales, procedimientos, etc. Sin embargo, tenemos que hacer que eso forme parte del trabajo gubernamental porque debemos preparar sesiones informativas para el Ministerio de Relaciones Exteriores. Además, por supuesto, está la administración. El director está a cargo de la estrategia del Programa en su integridad y de la gestión global. Realizan su

trabajo estrictamente como si fuera gestión general, y yo cada vez tengo más obligaciones de representación externa, tengo la oportunidad de hacer buenos viajes a lugares como Chile, Tokio, Berlín y Grecia. Es una función muy importante porque es fundamental que en el plano internacional tratamos de colaborar en esta clase de programas y así a la larga llegar a una forma de armonización, y uso esta palabra en el sentido más amplio porque creo que se pueden esgrimir argumentos en favor de no lograr una total armonización, pero es importante para nosotros, de todos modos, que trabajemos con otras personas y que dentro de lo posible abordemos las cosas de la misma manera e intercambiamos información técnica, y cada vez es más evidente que lo estamos logrando.

En cuanto a los problemas que hemos debido enfrentar durante los tres años que llevamos con el Programa, ya me referí al análisis del ciclo vital y mencioné que es extremadamente complicado. Como dije anteriormente, hacemos el examen, elegimos las etapas del ciclo vital en que se pueden obtener los mayores beneficios y centramos nuestros criterios en ellas. Para resumir, la ciencia no ha avanzado lo suficiente, de modo que no hacemos una evaluación total del ciclo vital. Para contraponer un factor ambiental con otro se necesitan muchos elementos de juicio, no es algo fácil de hacer porque no siempre es cuantificable. Eso sigue siendo un problema y estamos trabajando con otra gente para tratar de superarlo. Nosotros no creemos que el análisis del ciclo vital sea importante, pero sí consideramos importante la idea de entregarse con más vigor a la evaluación del ciclo vital.

El otro problema que mencioné es el umbral, el nivel de 20% de la industria que se incorpora. Los criterios no deben ser ni muy altos ni muy bajos; no es fácil evaluarlo. Ha sido una tarea intensa asegurarnos de obtener el nivel correcto; hasta ahora hemos tenido suerte: ha sido todo un éxito. Por supuesto, fuimos más flexibles y tendremos que serlo aún más en el futuro.

Discúlpenme, acabo de recordar algo relacionado con el análisis del ciclo vital y lo mencionaré ahora. Es tan complicado que decidimos no formular pautas para lo que llamamos envases de alimentos líquidos, es decir, envases para gaseosas, agua, Coca-Cola, cerveza o jugos. Tomamos esa decisión porque realmente nadie nos pudo decir qué era lo mejor para el ambiente; nadie nos pudo decir si el envase rellenable era mejor que el reutilizable o si uno de esos era mejor que el reciclaje desde el punto de vista del ecosistema. Además, no pudimos obtener buena información con respecto a qué material era el mejor, si el acero, el aluminio, el papel, los laminados o el vidrio. Por lo tanto, cuando hay dudas en lo que atañe a ese tipo de cosas básicas, nuestra postura ha sido: "Olvidenlo por ahora, lo pondremos cuando la ciencia haya avanzado". Por esa razón no hemos hecho nada con respecto a los envases; no creo que nadie tenga la información que necesitamos.

Ese es un clásico ejemplo en que el análisis del ciclo vital, a pesar de que parece ser tan científico --y de hecho es muy científico y un proceso muy avanzado--, depende tanto de los

supuestos que se hacen al llevar a cabo el análisis que a veces dificulta demasiado las cosas para que lo use un programa como el nuestro o un programa general, y por eso no lo hacemos.

Hay otras tareas por delante:

Debemos lograr que se incorporen las compañías más pequeñas. Eso ya lo mencioné anteriormente. Las grandes empresas siempre han estado interesadas.

Es preciso encontrar los productos adecuados. Nos hemos guiado por las sugerencias (las sugerencias como las relativas al programa alemán provienen en su mayoría de la industria) y hemos visto que no siempre era la mejor forma de hacer las cosas, ya que sinceramente algunas sugerencias eran 'descabelladas'; algunas eran muy buenas y otras simplemente no eran particularmente relevantes desde el punto de vista ambiental, por lo que ahora aplicamos nuestra propia estrategia, basada en nuestro propios criterios, e incluimos algunas sugerencias. Queríamos que hubiera la mayor participación posible, no somos esclavos de las sugerencias; tenemos más de 700 sugerencias provenientes del público y del comercio, de modo que hay una lista muy larga de posibles sugerencias que podemos poner en práctica y el truco está en descubrir con anticipación cuáles tendrán éxito.

Hay que incentivar a las empresas a que se pongan de nuestra parte. La mayoría ha sido muy cooperativa en lo que concierne al Programa, realmente les gusta la idea. A los que no les gustó han argumentado con objeciones triviales con respecto al asunto de si el gobierno debería 'entrometerse' en el mercado, y es su derecho hacerlo. Nuestro trabajo es convencerlos de que no se trata de intromisión gubernamental, que de hecho el gobierno los está ayudando a alcanzar credibilidad en el mercado.

El logotipo proporciona a la industria un símbolo útil que tiene credibilidad y la mayoría de las veces sus representantes vienen y nos dicen que les gusta, pero inevitablemente a algunos no les gustará, porque así son las cosas; no es posible complacer a todo el mundo al mismo tiempo. Creo que el truco está en encontrar las compañías de cada sector industrial a las que sí les gusta, lograr que obtengan el logotipo y que el resto, esperamos, se vea compelido a incorporarse en alguna medida. Tratamos de mostrarles las ventajas que hay para ellos, esa es la clave. Le decimos a la compañía X: hay iniciativa, hay credibilidad, y se beneficiarán mucho si se deciden a trabajar con nosotros; generalmente resulta, en especial cuando entienden lo justo que es el proceso y cuánto se ha consultado y deliberado. Eso es importante tanto para ellos como para nosotros. El proceso responde ante la ley, responde a la lógica, responde al sentido común; todo ello les da gran tranquilidad a las compañías.

Finalmente, otro problema difícil ha sido intensificar la toma de conciencia del consumidor y ya hice alusión a eso anteriormente.

Por último, me voy a referir a las críticas. Una crítica que provenía de algunos grupos ambientales fue que nuestras normas son demasiado leves. Desde su punto de vista probablemente nuestros normas eran poco estrictas; a ellos les gustaría ver que se reciclara el 100% del papel, pero el hecho es que nosotros debemos trabajar con algo que sea factible, no tenemos la infraestructura en el país para recoger tanto papel como para hacerlo 100% reciclable. Esa es la realidad, por lo que no podemos darles en el gusto. Lo irónico del asunto es que otros piensan que las mismas normas son demasiado estrictas. Por lo tanto, tal como dije anteriormente, no se puede convencer a todos y lo tomamos como una dicotomía de puntos de vista: algunos dicen que la misma norma es demasiado estricta, otros que es demasiado leve. Para administrar un programa como éste se necesita tener una capacidad muy fuerte para convivir con la ambigüedad y volverse insensible en cierta medida; la explicación es obvia. Esas son algunas de las razones por las que se reciben opiniones divergentes. Señalamos que las consultas, el proceso y el límite de umbral son nuestras formas de manejar la situación. La mayoría de las personas dan marcha atrás y dicen que están de acuerdo, pero no se puede lograr que los que están en un extremo se retracten, por lo tanto, así sea.

Ya mencioné la intromisión en el mercado; a algunos no les gusta por razones que podríamos llamar filosóficas. O gusta o no gusta; si no gusta, me temo que no es mucho lo que se puede hacer al respecto. Estamos en el mercado y punto.

Algunas personas nos han calificado de lentos. Creo que tienen razón, hemos sido lentos. Se podría alegar que algunas de nuestras pautas se han demorado mucho en estar listas. No nos importa mientras hayamos sido meticulosos, y de hecho hemos sido muy meticulosos. Creemos que ser concienzudos es mejor que ser rápidos. Sin embargo, dicho eso, queremos ahora hacer las cosas con más rapidez, pero yo incentivaría a cualquiera que quiera participar en un programa como éste a que haga hincapié en la meticulosidad, porque cuando una pauta está lista, y por alguna razón ha resultado ser una pauta deficiente, se pone en peligro la credibilidad de las pautas futuras.

Otra crítica de algunas personas es que no deberíamos tener pautas para algunos productos. Algunos sugieren que no deberíamos tenerlas para las baterías de plomo como las que tienen los automóviles, porque son intrínsecamente peligrosas para el medio ambiente. Bueno, tienen razón. Nuestro modo de pensar al respecto ha sido que mientras algo sea útil, se lo use y no se lo reemplace; nosotros formularemos las pautas respectivas, porque al menos queremos asegurarnos de que los productos que están en el mercado son mejores para el medio ambiente. Por lo tanto, en el caso de las baterías de plomo, trataremos de mejorarlas. No vamos a fomentar productos frívolos que son innecesarios. Hay críticos a quienes no les gusta eso, y están ejerciendo su derecho.

Para concluir, los últimos tres años han sido una experiencia muy estimulante, gratificante y valiosa; no ha sido fácil, pero

tampoco le fue fácil a Claudio Arrau aprender a tocar el piano; sin embargo, logró grandes cosas a nivel internacional y pensamos que del mismo modo en los programas ambientales hay que trabajar duro para asegurarse de que se obtendrán buenos resultados. Como dije, ha sido muy estimulante intelectualmente, a veces físicamente y muchas veces emocionalmente, pero muy gratificante en general, y los felicito por enfrentarse con las ideas y por preocuparse con tanto ahínco de reunir ideas de todas partes del mundo antes de iniciar su programa. Creo que van por buen camino y estoy dispuesto a ayudarlos en todo lo que pueda en Canadá. Allá decimos que si usted anda en busca de un mundo mejor, el logotipo es la clave. Creemos fehacientemente en esto al igual que el programa del 'ángel azul'.

### III. EL SELLO AMBIENTAL EN CHILE

#### A. EL PROYECTO DE UN SELLO AMBIENTAL EN EL CONTEXTO DE LA POLÍTICA CHILENA SOBRE MEDIO AMBIENTE. RAFAEL ASENJO\*

Deseo exponer algunas ideas y criterios que están inspirando la formulación de una política ambiental en nuestro país, y que contribuyen a determinar un marco global para el análisis de la iniciativa que nos reúne esta mañana.

He dicho 'están inspirando' porque quizás el primer elemento que debemos considerar es que la situación que vive nuestro país en relación con el tema ambiental ha tenido cambios en estos últimos años, que podemos calificar de extraordinarios. De una situación en que sólo unos pocos se ocupaban de la temática ambiental, y en que los principales actores sociales, económicos y políticos la consideraban marginalmente, o simplemente no la consideraban, hemos pasado a estar inmersos en una verdadera competencia por aparecer más comprometidos con el tema, y ya no asusta a casi nadie el ser tildado de 'ecologista', sino que, por el contrario, se hace uso de este término como estrategia de marketing, tanto en la competencia comercial de productos tan variados como zapatos, cuadernos y yogurts, como en la competencia empresarial y política.

Este rápido cambio de conciencia en los sectores más influyentes de nuestra sociedad, que progresivamente se está extendiendo a la sociedad en su conjunto, tiene, como todo proceso social un origen, explicaciones y precursores pero, sobre todo, enormes potencialidades que sólo podremos desarrollar plenamente si asumimos sus reales alcances, y no aquéllos que nos gustaría que tuviera.

Lo primero que hay que considerar es que se trata de un proceso que, en el caso de Chile, está recién empezando a dar sus primeros pasos, por lo que está sujeto a pruebas, riesgos, desafíos, ensayos y errores que no deben asustarnos, pero sí alejarnos de las verdades absolutas, de las afirmaciones categóricas, de las repeticiones irreflexivas o del simple trasplante de experiencias ajenas.

---

\* Secretario Ejecutivo de la Comisión Nacional del Medio Ambiente (CONAMA).

La situación de nuestro país en cuanto a su nivel de desarrollo económico, social, político y cultural; la relación existente en términos de tamaño e importancia entre el sector privado y el sector público; la orientación mayoritaria de nuestra actividad económica hacia los mercados externos, con una fuerte dependencia de la explotación y transformación de los recursos naturales renovables y no renovables; y la estructuración institucional por sectores de la administración pública, nos obligan a ser muy realistas al enfrentar el desafío de la temática ambiental.

Ser realista significa no sólo avanzar, en la medida de lo posible, sino también actuar sobre la base de lo que tenemos para ir modificándolo, dándole una nueva orientación que incorpore e internalice las bases de lo que hemos llamado el desarrollo sustentable para nuestro país.

La exigencia de realismo nos conduce a sumar en este proceso a todos los actores; en el caso del sector público, a todos los ministerios o instituciones que tengan competencia en el área del medio ambiente, para fortalecer su capacidad individual a fin de que desde sus perspectivas específicas y dentro de sus actividades incorporen y desarrollen la dimensión ambiental. Todo ello está sujeto, desde luego, a un proceso creciente de coordinación y orientación. Esta 'multisectorialidad' o 'multiplicidad de esfuerzos' no se circunscribe sólo al sector público, sino que abarca también a los productores, trabajadores y consumidores, es decir, a toda la sociedad, a la que se intenta comprometer para sumarla a los otros actores. Por eso creemos que tal exigencia es asumida plenamente cuando se da a conocer y se discute una iniciativa como la del sello ambiental, que está orientada precisamente a ser un instrumento de movilización de estos otros actores.

Organizada y administrada por una entidad autónoma y privada, e integrada por representantes de los sectores involucrados (fundamentalmente por productores, distribuidores y consumidores), en la medida en que esta iniciativa sea consecuente en la planificación de sus actividades con los objetivos planteados, y responda seriamente a los intereses de los sectores que incorpora, estoy cierto de que será un instrumento muy útil de formación, educación y acción para la construcción de un desarrollo sustentable para nuestro país.

Otra aproximación de la política ambiental que estamos formulando es la utilización de una multiplicidad de instrumentos. Hemos dicho que vamos a fortalecer la capacidad normativa del Estado, y hemos hecho esfuerzos importantes para legislar sobre el manejo racional de nuestros recursos naturales. Ejemplos de ello son la Ley de Pesca y Acuicultura; el Proyecto de Ley sobre Recuperación del Bosque Nativo y Fomento Forestal, anunciado recientemente, y el Proyecto de Ley Marco sobre Medio Ambiente, que se anunciará próximamente. Hay asimismo varias iniciativas en el área de la contaminación atmosférica, la salud, el transporte y las



áreas protegidas, que ya han sido promulgadas o están en pleno desarrollo.

Pero, al mismo tiempo, hemos insistido en que nos interesa utilizar al máximo la capacidad de otros instrumentos, distintos de los instrumentos normativos tradicionales, con los que se pueda hacer uso de los mecanismos y los principios del mercado y de los comportamientos económicos. El sector público está desarrollando algunos y estudiando otros. En este sentido, nos parece de gran interés una iniciativa del sector privado como ésta, en la medida que intenta buscar ventajas económicas tanto para los productores como para los consumidores; que intenta definir mecanismos de aplicación no arbitrarios ni discriminatorios; y que es administrada en conjunto por representantes de las partes involucradas.

En su política global el actual Gobierno intenta privilegiar las áreas de consenso de los distintos sectores representativos de la comunidad nacional. Lo hacemos obedeciendo a un imperativo de la conciencia, porque creemos en la capacidad de nuestro país de superar divisiones y antagonismos, y atendiendo a un imperativo de eficiencia. No podremos seguir creciendo económicamente, desarrollando nuestros recursos en forma sustentable y mejorando la calidad de vida de nuestra población, si no logramos sumar nuestros esfuerzos a la tarea del Estado, al desafío nacional de construir, entre todos, una patria más justa, más grande y más sana.

Esta búsqueda consensual, no confrontacional, consiste precisamente en no andar buscando a los responsables para denunciarlos y hacerlos responder por todos los males del pasado y del presente. Por el contrario, debemos respaldar aquellas tareas e iniciativas que promuevan la búsqueda de acuerdos, que superen los legítimos intereses contrapuestos, y que caigan dentro del marco de lo posible, de lo que une, de lo que suma. Nuestro desafío como país es muy grande para pretender imponérselo a grupos o sectores importantes de él.

Si hay un tema nuevo en el que este desafío es más notorio es en el del enfrentamiento de la temática ambiental. Todo lo que sea buscar áreas de consenso en torno a él contará con nuestro respaldo. Reitero que este instrumento sobre el que ustedes dialogarán en este seminario tiene un enorme potencial para que, en la situación actual de nuestro país y respondiendo a nuestras propias y especiales características, se convierta en una herramienta de búsqueda y concreción de consensos y de articulación de intereses diversos en pos de un objetivo común.

Por último, deseo destacar como otro de los principios en que se basa la elaboración de nuestra política ambiental, y que se aplica claramente al tema que nos reúne hoy, el de la gradualidad. Hemos avanzado paulatinamente en el conocimiento de nuestra realidad ambiental, de la que, desgraciadamente, sabíamos bastante poco. Hemos ido perfeccionando nuestros diagnósticos, desde la recopilación de leyes hasta la información básica sobre las causas,

tipos y características de la contaminación que nos afecta, en sus diversas expresiones. Estamos avanzando en el desarrollo institucional de un mecanismo de coordinación intersectorial de la administración pública que nos permita sentar las bases de una efectiva y eficiente gestión ambiental. Estamos viendo claramente los resultados del desarrollo de la propia dinámica que van asumiendo los procesos de creación de conciencia, de convencimiento y no de imposición, y de capacitación. Todo ello nos hace ser optimistas en el sentido de que estamos avanzando, y en la dirección correcta.

Este es otro elemento que creo debemos tener muy presente al analizar iniciativas como ésta sobre un etiquetado eco-comercial de carácter privado. No por apurarnos vamos a avanzar más rápido. No por saltarnos etapas vamos a lograr mejores resultados. En los temas de creación de hábitos y modificación de conductas siempre se obtienen mejores resultados cuando se avanza convenciendo, sumando, demostrando. Nuestro país tal vez tiene muy cerca la experiencia de que no nos agradan las imposiciones, aunque se digan que se hacen en nuestro beneficio. Si este sistema que hoy se propone al país, a los empresarios y a los consumidores, es capaz de escuchar a sus actores e ir aprendiendo de su propia experiencia para adaptarse y crear su propia dinámica de aplicación y desarrollo gradual, estoy cierto que tendrá éxito y movilizará el notorio y creciente potencial e interés de la población nacional. Es importante escuchar sobre las experiencias de otras sociedades, especialmente para tener presentes cuáles son nuestras diferencias con respecto a las realidades que las originaron, para buscar la forma de adaptar a Chile lo que es adaptable, y no dejarnos llevar sólo por el entusiasmo de una buena causa que nos pueda conducir a frustraciones y fracasos posteriores. Aunque no nos guste mucho reconocerlo, nuestro país tiene aún muchas carencias. Nuestras mayorías no tienen el mismo acceso al mercado que en los países desarrollados. Estamos empezando a revisar y construir nuestras normas y estándares de calidad ambiental. Nuestra transparencia informativa, en muchos casos, es aún una aspiración y no una realidad, y se presta o se ha prestado en el pasado más para manipulación que para información.

Pero tengo una gran confianza en este proceso que hoy da un paso más. Confianza porque creo en la idea pero, sobre todo, confianza porque creo en las personas; en quienes han organizado este seminario y han estado detrás de esta idea desde hace tiempo.

Cuando nuestro país cuente con un sistema como el que se analiza en esta oportunidad, y el sello ambiental haya adquirido y se haya ganado su legitimidad por su seriedad y por la participación activa de los empresarios, consumidores, certificadores e investigadores; cuando nuestros productos, los que están a nuestro alcance como consumidores, sean mejores y más limpios, vamos a haber dado otro paso más hacia la construcción de un país más justo, más sano y más grande.

**B. EL SELLO AMBIENTAL Y EL COMERCIO INTERNACIONAL.  
MAURICIO BORDACHAR\***

En primer término, deseo agradecer a los organizadores la invitación extendida a PROCHILE para participar en este interesante seminario, y espero poder aportar antecedentes que enriquezcan la discusión sobre la iniciativa de crear el Sello de Reconocimiento Ambiental para productos chilenos.

Conforme a lo señalado en el programa, mi exposición versará sobre las oportunidades y dificultades que tienen las exportaciones chilenas en relación al tema ambiental. Centraré mi exposición en el relato de algunos casos reales de productos chilenos exportados a nuestros principales mercados, o a países donde ha sido posible detectar que la protección ambiental es un tema muy importante. La información ha sido recopilada por algunas de nuestras oficinas comerciales y también a partir de experiencias concretas de algunos exportadores.

Empezaré por referirme a algunas exigencias de orden ambiental impuestas a nuestras exportaciones por algunos países de destino, y posteriormente daré algunos ejemplos de experiencias negativas y positivas.

**1. Exigencias de orden ambiental del mercado internacional**

Nadie puede negar la creciente importancia que tiene la preservación del medio ambiente y el rechazo a la explotación irracional de los recursos naturales.

Si bien las exigencias ambientales varían de un país a otro en cuanto a su amplitud y alcances, es posible apreciar que existe una clara tendencia hacia el diseño y la puesta en práctica de nuevas medidas legales tendientes a proteger en forma más efectiva al consumidor y al medio ambiente. Estas medidas tienen y tendrán, especialmente a corto plazo, efectos directos en los hábitos y las preferencias del consumidor, y en los sistemas y técnicas productivas utilizadas por los fabricantes y proveedores de bienes y servicios.

Cabe destacar que en el tema ambiental coexisten principalmente tres aspectos: el interés real por proteger el medio ambiente; el uso del tema ambiental como argumento de venta; y el uso del tema ambiental como herramienta de proteccionismo comercial. Ninguno de estos aspectos ha sido ajeno a nuestros productos de exportación, y un número importante de ellos ha padecido las consecuencias de la aplicación de medidas ambientales por parte de algunos países desarrollados.

Es así como, por ejemplo, este año entró en vigencia en Alemania la ley sobre embalajes de transporte, que ha obligado a los exportadores de frutas, entre otros, a tomar las medidas

---

\* Representante de PROCHILE.

correspondientes para cumplir con esta nueva exigencia; no se trata de una medida arbitraria o discriminatoria por cuanto afecta tanto a productos alemanes, como extranjeros.

También en Alemania, a partir de 1993 comenzará a regir una nueva disposición sobre envases de venta al público conocida como 'Punto Verde', que es un sistema voluntario que consiste en el uso de un sello en cada envase, y al cual se accede previo pago de un derecho. El sello indica que el envase que lo ostenta será recolectado, clasificado y reciclado sin ningún costo adicional para el consumidor. Si bien el uso del sello es voluntario, comercialmente hablando será en cierta medida obligatorio, por cuanto se supone que el consumidor alemán demostrará una clara preferencia por adquirir productos ambientalmente amistosos.

Asimismo, se ha prohibido en Alemania el uso de pallets de madera impregnada, ya que al ser quemados emiten gases tóxicos que contaminan el ambiente. Esta medida afecta directamente a las exportaciones de fruta que usan este elemento en su transporte. Si bien técnicamente es posible solucionar este problema, su costo es alto. Una situación similar se produce con la madera para muebles, que no puede ser tratada con formaldehído porque se ha comprobado que es dañino para el ambiente y, en consecuencia, para la salud.

En Australia también se concede gran importancia a la protección ambiental, tanto a nivel político y empresarial como a nivel de la población. Esta conciencia ecológica se ha logrado gracias a un proceso educativo que se inicia a muy temprana edad. En ese país no existen exigencias especiales para los productos importados, sino que se aplican estándares muy estrictos a todos los productos por igual, sin importar su origen. Sin embargo, en muchas ocasiones ocurre que una determinada organización presiona a las autoridades para que prohíba prácticas contrarias al medio ambiente, aun cuando se encuentren dentro de la legislación vigente.

En Francia no existe, como en Alemania, una preocupación tan generalizada por el problema del medio ambiente: si bien es cierto que el interés de la población por el tema va en aumento, éste sigue siendo un asunto marginal. No obstante, ya se han adoptado algunas medidas, como la restricción para ingresar camarones vivos que afecta a una especie de camarón español que al hacer nidos en las orillas de los ríos provoca graves problemas de erosión.

También la Comunidad Económica Europea ha impuesto nuevas exigencias. Tal es el caso de la prohibición, que regirá a partir del 1º de enero de 1993, de usar cápsulas de plomo, o que contengan plomo, para sellar las botellas de vinos y licores. Esta medida afecta a la importante y creciente industria chilena del vino pero, afortunadamente, tan pronto como fue anunciada en diciembre de 1991 las empresas del rubro empezaron a tomar las providencias del caso.

Estos son sólo algunos ejemplos de exigencias de orden ambiental que rigen los mercados internacionales. Como ustedes

sabrán, hay muchas otras exigencias tanto legales como comerciales que, por razones de tiempo, es imposible enumerar, pero creo que las mencionadas han servido para ilustrar que el tema ambiental es --y lo será cada vez más-- importante e, indudablemente, respalda la creación de un sello de reconocimiento ambiental.

## 2. Experiencias negativas y positivas de productos chilenos en relación con el tema ambiental

Desgraciadamente, entre las experiencias reales de productos chilenos abundan las negativas, y sólo en pocos casos podemos destacar hechos positivos o que nos permitan hablar de 'eco-productos'.

Un hecho lamentable es el que afectó a las exportaciones de madera de alerce. Si bien se había venido exportando regularmente alerce a Australia, el Gobierno de ese país determinó la destrucción de una partida procedente de una empresa chilena por tratarse de un recurso en peligro de extinción, sin importar que Chile estuviera respetando el 'cites', ni el hecho de que esta exportación se viniera haciendo desde hacía mucho tiempo.

Otro caso que ocasionó cuantiosas pérdidas fue el de las exportaciones de moluscos bivalvos a España. Este negocio de más de 20 millones de dólares anuales, estuvo paralizado por más de seis meses debido a la alta concentración de metales pesados detectada en el producto. Se trataba específicamente de la presencia de cadmio principalmente en navajuelas y almejas, en porcentajes superiores a los permitidos. Este problema se subsanó eliminando el estómago de los moluscos y poniendo en práctica metodologías de análisis, que fueron homologadas previamente con los estándares españoles. En Asia, y más específicamente en Taiwán, no se permite el ingreso de productos del mar congelados provenientes de países donde hay cólera. Por razones obvias, esta situación afecta seriamente a nuestras exportaciones en este rubro.

Se ha hecho mucho hincapié en que la producción forestal chilena está basada, en gran parte, en la utilización de recursos renovables. Sin embargo, hay una percepción muy difícil de combatir que es que las exportaciones forestales chilenas tienen un aspecto negativo. Los artículos en la prensa norteamericana sobre la explotación de la lenga en el sur de Chile y el desalojo de indígenas debido a la construcción de una represa en los altos del río Laja, han contribuido a que el público norteamericano asocie ambos temas. Según nos informa nuestra oficina comercial en Nueva York, el caso de la lenga ha sido particularmente negativo para la imagen ecológica-ambiental del país, ya que los artículos de prensa han tenido repercusión en las decisiones de potenciales importadores de productos forestales de madera de lenga.

Particularmente grave para las exportaciones chilenas de vino fue un hecho ocurrido hace algunos años, al detectarse en algunas partidas de vino la presencia de un compuesto llamado sorbitol.

Cabe señalar que este elemento no está prohibido por ser dañino para la salud, sino debido a que su presencia en el vino indica que éste ha sido elaborado con aditivos extraños, adulterando así su origen natural. Decía que este hecho fue particularmente grave porque que en ese entonces los exportadores de vino y PROCHILE habían creado un sello de calidad que había sido difundido y gozaba de prestigio en los mercados internacionales y, debido a ese incidente, el sello, que estaba dando muy buenos resultados, perdió su credibilidad y fue necesario dejar de usarlo.

Tal vez la situación que más nos ha afectado últimamente es el caso del cólera. Este hecho ha tenido una significativa repercusión especialmente en nuestras exportaciones de productos agrícolas y del mar, tanto frescos como congelados. Sólo en los mercados latinoamericanos exportaciones por más de 100 millones de dólares se han visto afectadas de alguna manera. También cabe destacar que este problema no sólo está ligado al tema ambiental-sanitario propiamente tal, sino que puso de manifiesto una seria deficiencia en la organización institucional interna, puesto que los organismos competentes que debían certificar que un producto dado estaba 'libre de cólera' no estaban reconocidos por las autoridades sanitarias de los países latinoamericanos.

En cuanto a la industria del salmón, en Norteamérica ha habido gran preocupación por parte de la industria local respecto a los costos 'escondidos' de la producción chilena. En particular, se ha comentado que la industria salmonera en Chile contamina lagos de agua fresca por la colocación de balsas, el expendio de alimentos y los desechos. PROCHILE y los productores nacionales han debido aclarar que ello no es así, y que los costos y externalidades están claramente establecidos. En todas las ocasiones en que ha sido discutido el tema se ha mencionado que la contaminación que pudiere ser generada por la industria salmonera está regulada por el Estado. Es más, se ha demostrado que el salmón es autorregulador del ambiente por ser un pez muy sensible que no puede ser cultivado en un ambiente contaminado.

Existen casos en que determinadas exigencias podrían parecer negativas, en un principio, porque implican largas y engorrosas gestiones, y la puesta en práctica de medidas de control. Este es el caso de la producción y exportación a Norteamérica de ostras y otros moluscos bivalvos vivos. Para poder exportar estos moluscos a los Estados Unidos fue necesario hacer gestiones previas ante las autoridades sanitarias norteamericanas, para obtener la certificación de que las zonas de cultivo estaban libres de contaminación. Si bien nuestras exportaciones de moluscos vivos a Estados Unidos aún son incipientes, la obtención de este reconocimiento ofrece interesantes perspectivas de desarrollo para esta industria. Además, esta oportunidad alentará a nuevos empresarios para que emprendan proyectos en este rubro o en otros en que la obtención de un reconocimiento ambiental permita acceder a diferentes mercados. Asimismo, la comunidad beneficiada por esta industria, al proteger el medio ambiente de la zona, se estará preocupando de mantener su fuente de trabajo. Este hecho creará la

conciencia ecológica indispensable para permanecer en los mercados y recuperar las inversiones en tecnología y recursos realizadas en el país.

### 3. Oportunidades para los exportadores chilenos

Existen muchas oportunidades y en variados rubros. Sin embargo, sólo podrán ser aprovechadas por los exportadores chilenos en la medida en que se realicen las acciones pertinentes para cada caso. Esto implica, entre otros aspectos, inversiones en nuevas tecnologías, campañas de publicidad y sistemas de control y certificación. Por ejemplo, en el área de los muebles y productos para el hogar se ha observado un cambio importante en el mercado norteamericano, porque ha tomado conciencia de la importancia de los 'bosques vírgenes' y los recursos forestales no renovables.

Esto ha afectado especialmente a países como Malasia, Tailandia e Indonesia, que son grandes exportadores de muebles de maderas nativas no renovables. Las ventas de estos productos han disminuido y se observa el aumento de una 'aversión' hacia los productos fabricados con este tipo de materia prima.

¿Cuál ha sido el efecto en los productos chilenos? En primer término, se ha acentuado la importancia de que los bosques chilenos sean manejados ecológicamente; se ha enfatizado el concepto de que el bosque es un recurso renovable; y se han destacado los distintos factores que han llevado a Chile a convertirse en una gran potencia forestal. En segundo término, el efecto de estas medidas y percepciones ha sido directo y hoy día se aprecia un fuerte aumento de la demanda por productos chilenos fabricados con pino radiata.

En Alemania, según nos informa nuestra oficina comercial en Hamburgo, también se ha tomado conciencia de los daños ambientales que se ocasionan por el mal uso y la explotación irracional de los bosques tropicales y nativos del mundo. El importador alemán que antes compraba maderas tropicales, se ha visto en la necesidad de cambiar e importar maderas de las que se está seguro que provienen de plantaciones. Esto, sin duda, favorece el desarrollo de plantaciones y las exportaciones de pino radiata de Chile.

Otra oportunidad en el área forestal relacionada con el uso de madera proveniente de plantaciones es la producción de chopsticks, o palitos para comer, tradicionalmente usados en Asia. Si bien nuestra producción y exportación son pequeñas en comparación con las de países como China, Indonesia, Sudáfrica o Tailandia, nuestro producto proviene de plantaciones de álamo. Al igual que en el caso de Alemania, en Japón, principal consumidor e importador de palitos del mundo, existe una fuerte campaña contra el uso de palitos desechables fabricados con maderas nativas. En la medida en que los fabricantes chilenos destaquen el origen de la materia prima utilizada, sin duda que se les otorgará ventajas comerciales con respecto a sus competidores de Asia.

En el ámbito agrícola existe una marcada tendencia a la producción biológica, es decir, a cultivos sin el uso de agroquímicos y fertilizantes artificiales. Como ejemplo de lo anterior, sólo en Italia existen actualmente más de 1 800 empresas dedicadas a la bioagricultura que abarcan más de 25 000 hectáreas, lo que representa 420 millones de dólares en volumen de negocios. Las ventas de frutas producidas biológicamente representan el 18%, mientras que el resto es de producción tradicional.

Considerando que nuestro país ofrece condiciones ambientales bastantes satisfactorias en comparación con muchos países desarrollados, la bioagricultura debiera tener un interesante potencial de desarrollo.

Otro sector que ofrece grandes posibilidades, y cuyo nivel de explotación comparado con su potencial es mínimo, es el de la industria del agua mineral y el termalismo. Chile posee una de las mayores y mejores reservas mundiales de aguas minerales y de fuentes termales y, afortunadamente, al menos por ahora, esto no sólo se refiere a su volumen sino también a su calidad y pureza, ya que las fuentes de origen están ubicadas en su gran mayoría en las zonas cordilleranas o precordilleranas, cuya topografía impide que las napas subterráneas se contaminen con filtraciones de aguas provenientes de las ciudades y los centros de cultivos agrícolas. Nuestras oficinas comerciales en el extranjero reciben regularmente demandas de agua mineral y anualmente se comercializan en el mundo millones de litros de agua, aunque la demanda no está cubierta.

Un ejemplo de lo anterior lo constituye el agua mineral francesa marca Perrier, que se encuentra prácticamente en todos los principales mercados del mundo. Por otra parte, algunos países tienen que importar toda el agua mineral que consumen, siendo este vital elemento un recurso escaso y de alto valor. Huelga decir que ésta es una oportunidad real para el sector empresarial nacional. Existe un mercado con un gran potencial y con una demanda en aumento. Esto abre un camino sumamente interesante para el desarrollo de un nuevo producto de exportación no tradicional, en la medida en que se hagan inversiones para elaborar los productos que el mercado requiere.

Los centros de descanso termales, que están relacionados con este tema aunque no son un producto propiamente tal sino un servicio ligado al turismo, son una excelente alternativa de inversión para nuestro país, especialmente en virtud de que los turistas buscan preferentemente lugares alejados del ruido y la contaminación. En este orden de ideas, nuestro país ofrece a lo largo de su geografía lugares aptos en prácticamente todas sus regiones.

#### 4. Comentarios

Como hemos analizado, el tema ambiental ha estado presente en nuestro comercio exterior y no cabe ninguna duda de que lo estará cada día con mayor fuerza.



Ante esta realidad, en el futuro deberá tenerse muy presente que el nuevo sistema de consumo consciente o eco-consumo basado en la información, calidad, precio y diseño, se verá afectado por aspectos ecológicos que deberán considerarse al momento de diseñar una estrategia de penetración de mercado o lanzamiento de nuevos productos.

Se recomienda a los exportadores consultar en cada caso a nuestras oficinas comerciales en los respectivos mercados, respecto a las exigencias legales de calidad ambiental. Esto es particularmente importante en aquellos países en que la información no está concentrada en un solo organismo y es necesario recurrir a varios ministerios.

En lo relativo a la creación de un sello de reconocimiento ambiental para los productos chilenos, a la luz de los antecedentes entregados no cabe ninguna duda de que este sello podría ser una importante contribución al comercio exterior chileno, y ser un elemento de apoyo de gran valor para nuestras exportaciones y, por supuesto, una contribución efectiva a la conservación de nuestro medio ambiente.

#### C. EL SELLO AMBIENTAL EN CHILE: DESAFIO Y FACTIBILIDAD DE SU APLICACION. HERNAN PAVEZ\*

En primer término voy a referirme al Instituto Nacional de Normalización (INN), aunque la mayoría de ustedes lo conoce y sabe algo acerca de lo que hace. Me va a permitir nuestro invitado canadiense que compare al INN con la Asociación Canadiense de Normas, manteniendo, por supuesto, las diferencias: por un lado tenemos a un país en vías de desarrollo y, por el otro, a un país desarrollado.

La labor fundamental del INN es la formulación a nivel nacional de las normas técnicas que el país requiere, para coadyuvar así a su desarrollo. Tal vez las normas técnicas no han cumplido la función que se esperaba, porque no se las ha ocupado esencialmente como herramientas económicas o tecnológicas, sino que a la normalización técnica se le ha asignado una función más bien coercitiva, confundiendo así el papel que le corresponde al Estado en materia de reglamentación.

El INN coordina un sistema nacional de certificación de conformidad. De hecho, el Instituto participa de acuerdo con los criterios internacionales que rigen estas materias, administrando un sistema de certificación de conformidad. Hablamos de conformidad porque el concepto de calidad, como vamos a ver a continuación, es un concepto sumamente complejo. Lo que se pretende es la conformidad con determinados parámetros o requisitos

---

\* *Director Ejecutivo del Instituto Nacional de Normalización (INN).*

medibles en un momento determinado. Para ello el INN participa en un proceso --que, por lo demás, es el mismo que se sigue en cualquier parte del mundo--, al que concurren cuatro sectores:

- Productores
- Consumidores
- Ciencia y tecnología
- El Estado

¿Qué se pretende con este proceso? Fundamentalmente obtener el consenso técnico de los cuatro sectores. El resultado de este proceso son las normas técnicas que, bien sean internacionales o regionales, tienen mundialmente el carácter de 'voluntarias'. Es importante señalar esto porque cuando se tengan que establecer los requisitos ambientales, las características ecológicas, el proceso de discusión técnica, la institución que administre el Sello Ambiental tendrá que avocarse a un estudio técnico similar.

Analizábamos el caso de Canadá y, por lo que hemos escuchado, existe un convenio con la Asociación Canadiense de Normalización en esa materia; ellos prestan directamente un servicio. En nuestro caso, el INN no forma parte del Instituto Chileno de Reconocimiento Ambiental, pero independientemente de que integre, o no, su directorio, el INN tendrá en su momento que prestar apoyo técnico al ICRA.

Después de hacer esta presentación del INN estimo importante aclarar la diferencia que se establece a nivel internacional entre norma técnica y reglamentación técnica. Las reglamentaciones son las que dan origen a los obstáculos técnicos al comercio. Chile es suscriptor del 'Acuerdo sobre obstáculos técnicos al comercio' del GATT y, por lo tanto, se compromete a que sus reglamentaciones técnicas se basen en las normas técnicas internacionalmente aceptadas.

El principio internacional que rige en estas materias es que las reglamentaciones técnicas de obligado cumplimiento se elaboren sobre la base de normas técnicas aprobadas por consenso, que reflejen --según le llamamos los normalizadores--, el estado del arte en un país en un momento dado.

Para efectos del GATT, solamente se consideran normas técnicas reconocidas internacionalmente las normas de la Organización Internacional para la Normalización (ISO), de la Comisión Electrotécnica Internacional (IEC), y las del convenio entre la FAO y la OMS (organismos de las Naciones Unidas), conocidas como normas del Codex Alimentarius.

Preciso esto porque cualquier país por problemas de seguridad, salud y protección de sus bienes; y en atención a aspectos relativos a información al consumidor y el medio ambiente, puede legislar al respecto, pero los valores que se establezcan en dichas reglamentaciones no pueden ser superiores a los establecidos en las

normas aceptadas internacionalmente. De no ser así, se produce automáticamente un obstáculo técnico al comercio.

Un aspecto que no ha sido abordado aún es el de la relación que existe entre calidad y medio ambiente. Quiero situar la calidad en el contexto que prevalece a nivel mundial, que es el de la norma ISO 9.000, y referirme a lo que es el ciclo de la calidad de un producto a nivel de empresa. Ello ilustrará cómo se tocan el ciclo de la calidad del producto con el ciclo de vida del producto.

El concepto 'ciclo de la calidad' ha sido aprobado por la Organización Internacional para la Normalización, que agrupa a 91 países. Canadá la ha homologado como 'Norma Canadiense', Alemania la ha homologado como 'Norma DIN', Europa la ha homologado como 'Norma EN 29.000', y prácticamente todos los países del mundo la han homologado.

El ciclo se inicia con la identificación de los clientes. En términos genéricos puede decirse que 'calidad' es la plena satisfacción de todas las expectativas tanto de los clientes internos como externos. Esta es la definición clásica de calidad. El concepto de 'expectativas' abarca indudablemente a los problemas ambientales.

El ciclo de la calidad de los productos nace con la identificación de los clientes o consumidores. Aparece aquí, en la primera fase del ciclo de la calidad, algo que no se menciona en el ciclo de vida de los productos, pero que es importante señalar: el diseño. Justamente en el diseño del producto se definen las características de las materias primas, insumos, semiproductos y productos terminados. Luego vienen producción, transporte, almacenamiento, manipulación y postventa. Respecto a los procesos de envasado y almacenamiento, que ya han sido comentados en el seminario, existen amenazas bastante serias por parte de la CEE y Alemania en especial.

Al final del ciclo de vida del producto tenemos venta y postventa hasta llegar finalmente, en un proceso de retroalimentación, a la investigación, estudio de mercado y desarrollo de productos.

Si consideramos ahora a la empresa en su entorno inmediato y en su entorno más amplio, veremos cómo afecta las relaciones del ciclo de la calidad. Vimos que los actores dentro de la empresa son fundamentalmente producción, diseño, ventas, servicios, personal, finanzas y marketing (hablando siempre en el ámbito de la calidad). Los elementos que la empresa maneja para que estas actividades se cumplan son, fundamentalmente, el control de calidad y el aseguramiento de la calidad; parten con una simple inspección a nivel de los operarios y terminan con lo que se denomina 'gestión de calidad'. El segundo entorno de la empresa son los proveedores de bienes, de capital, de servicios y de tecnología. El último entorno (y es aquí quizás donde radica el problema ambiental que enfrenta la empresa) es el global o social, que comprende la

sociedad, el gobierno, las universidades y los consumidores. Es aquí que aparece el elemento que para muchas empresas puede transformarse en una amenaza: el medio ambiente.

De un análisis de lo anterior se desprende que el desarrollo del tema de la calidad nos lleva a tocar el control de la calidad, la gestión de la calidad, la calidad total y, finalmente, el concepto de la calidad de vida. Deseo llamar la atención sobre un aspecto del ciclo de la calidad del producto: la eliminación del desecho y las diversas opciones de reciclaje.

Volvamos al ciclo de la calidad. Los elementos que se manejan externa e internamente en la empresa para evaluar esta calidad, incluyendo el medio ambiente, son las auditorías. Las empresas realizan auditorías internas, cuyo objetivo es evaluar si se están cumpliendo las políticas de calidad que la empresa ha establecido. La empresa va a hacer también auditorías externas para determinar si sus clientes están satisfechos o no. La auditoría no apunta a los productos sino a la gestión, es decir, directamente a los procesos. Esta es una variable que la ISO 9.000 contempla, y que se transforma también en una herramienta de gran poder en el mercado. No se trata sólo de que los productos satisfagan las exigencias de los clientes; se trata de verificar si la empresa tiene capacidad para cumplir no solamente hoy con ciertos requisitos, sino de evaluar su potencial de cumplimiento futuro.

¿Qué ha pasado con los sellos? Me permitiré hacer una analogía de los sellos. Hablamos de sellos en materia de certificación, y quizás lo que voy a decir suene un poco interpretativo, pero es un punto de vista. La calidad del sello se transforma en sello de calidad, y éste --ya sea de carácter ambiental u otro-- depende de todo un proceso y se transforma en la calidad del sello.

Hoy más que nunca es necesaria la unificación de criterios. Ustedes han conocido con lujo de detalles mediante la experiencia alemana (el sello azul), la experiencia canadiense (el sello ecológico), y un sinnúmero de otras experiencias mencionadas por el señor Sergio Vergara, cómo los sellos de calidad constituyen respuestas locales. Chile está dando justamente esa respuesta a una inquietud por los problemas ambientales. Pero el riesgo que existe es que estos sellos ecológicos o ambientales, a nivel nacional, puedan incluso crear problemas en el mercado doméstico y crear 'distorsiones' en el comercio internacional.

Deseo llamar la atención, no en el sentido negativo, sino en la perspectiva que mencioné anteriormente: hay que tener cuidado de que los requisitos ecológicos estén en el contexto de las normas internacionales para, incluso, facilitar el intercambio comercial.

El concepto de globalización e internacionalización de las economías es una realidad. Chile está inserto en esa realidad. Es necesario, entonces, la armonización de los sellos existentes.

Estos existen en los países que ustedes ya conocen y se están estudiando en otros países.

¿Cuáles son las respuestas inmediatas a esta necesidad de armonización? Hay dos respuestas concretas. Ayer se mencionó una, que creo está a punto de entrar en vigencia en la Comunidad Económica Europea a través de su Consejo, que está preparando un reglamento.

A nivel del mercado comunitario van a estar las directivas y los reglamentos, que son de obligado cumplimiento; posteriormente vendrán las normas y los procedimientos, que pueden ser voluntarios. Para la concesión de una etiqueta ecológica en el mercado comunitario, la Organización Internacional para la Normalización (ISO) y la Comisión Electrotécnica Internacional (IEC) están constituyendo el Grupo Estratégico Asesor sobre el Medio Ambiente, conocido por la sigla SAGE. Deseo considerar brevemente esto, para que vean que la armonización de los estándares ya no es un problema de Chile, ni de Canadá, ni de la Comunidad Europea, sino que es un problema mundial.

ISO e IEC son los organismos máximos de normalización, y son los que van a apoyar a las organizaciones en estos casos. El ISO reúne a 91 países. El Grupo Estratégico Asesor sobre el Medio Ambiente (SAGE) fue creado por el ISO y el IEC por recomendación del Consejo de Empresas para el Desarrollo Sustentable (BCSD), grupo internacional de ejecutivos de la industria y los negocios que fue designado para presentar contribuciones a la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Ambiente y Desarrollo (CNUMAD), que se realizará en Brasil en junio próximo.

Los objetivos del SAGE son evaluar las necesidades para el trabajo de normalización internacional (ISO/IEC) futuro, tendientes a promover la aplicación mundial de los elementos clave incorporados en el concepto del desarrollo industrial sostenible, incluyendo, pero no limitado a:

- la información al consumidor y ecoetiquetado
- el uso y transporte de recursos, en particular de materias primas y energía
- efectos ambientales durante la producción, distribución, uso de productos, desecho y reciclado.

A su vez, el SAGE ha constituido los siguientes 7 subgrupos de trabajo que ya están en operación:

i) Sistemas de gestión del medio ambiente, cuyo objetivo es definir una política ambiental para las empresas industriales, incluyendo los objetivos y parámetros, el sistema de auditorías ambientales externas, métodos de monitoreo y medidas de fiscalización para el cumplimiento de las políticas y metas ambientales.

ii) Auditoría del medio ambiente, cuya meta es establecer los requisitos de las auditorías para apoyar los sistemas de gestión ambiental. Existen instrumentos muy precisos para auditar sistemas de calidad bajo un concepto de calidad total o bajo un concepto del tipo ISO 9.000.

iii) Etiquetado ambiental o ecoetiquetado, que estudia los programas de este tipo y la armonización internacional.

iv) Normas sobre comportamiento ambiental, que incluye estudios y métodos para medir el impacto ambiental de los productos, servicios y procesos.

v) Análisis del ciclo de vida de los productos, que busca armonizar los tipos de análisis a nivel global.

vi) Guía ambiental para normas de productos, que busca redactar una guía para integrar los aspectos ambientales en las normas de productos, ya sean existentes o en estudio. Esto es un jaque para todos los institutos u organismos de normalización, tanto a nivel internacional como nacional. Esta guía permitirá a los organismos nacionales de normalización asegurar que sus normas promuevan el comportamiento responsable respecto al medio ambiente entre quienes aplican la norma.

vii) Plan de aplicación industrial, cuyos temas principales son desarrollar y recomendar una estrategia y un plan de acción para obtener y mantener una masa crítica y diversificada que sirva de soporte industrial mundial; su objetivo es asegurar el desarrollo oportuno de las normas internacionales y su uso generalizado.

La razón por la que menciono esto es porque creo que es la respuesta a un proceso de discusión internacional para que las pautas técnicas que emanen del ISO y el IEC se transformen, en el corto y mediano plazo, en las mejores referencias para el otorgamiento de estos sellos. Seguimos un principio internacionalmente aceptado que reúne a todas las instituciones (no solamente a las de normalización) que están relacionadas con organizaciones involucradas con el problema del medio ambiente. Esto corresponde a la perspectiva que ya mencioné: el justo equilibrio entre los sectores involucrados, que son los productores, en cualquier estado de manufactura, versus los consumidores y usuarios.

Finalmente, voy a hacer un análisis de cómo ve el INN la situación de Chile:

i) La iniciativa de un sello ambiental (ecoetiquetado) propuesta por el Instituto Chileno de Reconocimiento Ambiental se produce en un momento en que la calidad, la información al consumidor y la protección del medio ambiente son temas que la comunidad nacional a internalizado.

ii) Los criterios técnicos (pautas ecológicas): el otorgamiento de un sello ambiental en Chile debe ser transparente en cuanto a los procedimientos técnicos que lo sustenten, lo que obliga a una participación técnica amplia de todos los sectores involucrados. Estos criterios deben tener un apoyo científico y técnico (normas técnicas y procedimientos de evaluación consensualmente aceptados).

iii) Selección de productos: por la experiencia recogida de los expositores invitados se debiera partir con 'productos no conflictivos', los cuales al estar consolidados prestigiarán el sello en el tiempo.

iv) Ciclo de vida del producto: a pesar de que en otros países no se consideran los procesos, en Chile debe tenerse en cuenta esta situación por la falta de una legislación que los ampare. En las fases del ciclo de vida de los productos existen antecedentes como el 'vaciamiento de residuos por parte de la empresa', que producen una carga sobre el medio ambiente y que debieran considerarse.

v) Certificación y licencias: el sello ambiental o ecoetiquetado debe considerar una evaluación o certificación otorgada por un organismo técnico, imparcial e independiente. Chile tiene la infraestructura humana y material capaz de enfrentar este desafío.

vi) Educación e información a los consumidores: un sello ambiental debe considerar una adecuada educación e información del consumidor para que realmente sea efectivo.

#### **D. EL SELLO AMBIENTAL Y LA CERTIFICACION DE CALIDAD.**

**PEDRO VERGARA\***

La verdad es que en cierta medida soy un 'afuerino' en el campo del medio ambiente. Somos una empresa privada, independiente, ya que los dueños de CESMEC son los ingenieros y técnicos que allí trabajan. Hemos logrado, a lo largo de un período de 23 años, crear una batería de instrumentos y tecnología, y formado un conjunto de especialistas capaz de realizar una amplia gama de análisis, ensayos, determinaciones y estudios. CESMEC está al nivel de otras instituciones similares en el mundo y a nivel de cualquier entidad similar de países desarrollados en su capacidad de análisis de productos inorgánicos y orgánicos, en su capacidad de ensayos y en su capacidad de medición.

Deseo abordar el tema de las mediciones, que se enuncia ya en forma tediosa, desde una perspectiva más humana. Resulta que detrás de cualquier asignación o del otorgamiento de un sello o del

---

\* *Centro de Estudios de Medición y Certificación de la Calidad.*

reconocimiento de una determinada condición en un producto, en un proceso o en una materia prima, está el problema de medir alguna variable que es, en definitiva, la que determina que esta calidad sea aceptable o no. Entonces, el tema de la medición es un tema subyacente a todo lo que estamos conversando. De un modo u otro será necesario hacer determinaciones, que deberán ser lo más precisas posibles para asegurar que el producto A cumpla de mejor manera que el producto B con una determinada condición.

Eso es algo que hemos venido haciendo en los últimos 20 años, pero en el campo de la calidad y de la seguridad. En los últimos 5 años hemos iniciado la actividad en el campo de las mediciones destinados al medio ambiente.

Dentro de este período hemos tenido la suerte de ser quienes hicimos las mediciones para el Gran Santiago de todo el problema de la contaminación atmosférica. Este problema arrojó resultados bastante sorprendentes en algunos casos como, por ejemplo, la cantidad de partículas de tierra que había en el aire en la zona periférica, que representaba el 70% del problema real que se veía. Este problema se transformaba al llegar a la zona céntrica de la ciudad, donde se convertía en un problema de partículas de petróleo a medio quemar, digamos partículas de carbón; en definitiva, explicaban el 80% de la contaminación del área céntrica de Santiago.

Las mediciones son la base de las decisiones objetivas que la autoridad debe tomar para ir orientando a la comunidad hacia una forma de vida más favorable. No obstante, tanto lo que ha planteado el señor Hernán Pavez, como lo que yo voy a plantear ahora, se da en un contexto en el que funcionan la fuerza del mercado y en el que hay intereses de todo tipo, que no siempre son coherentes, ordenados y medidos. Por ejemplo, si bien se conoce en el caso de Santiago con bastante exactitud la distribución y el origen del problema de la contaminación, las decisiones que es necesario implementar para generar los cambios requeridos tienen una componente política difícil de manejar, como ustedes han podido observar cada vez que se ha intentado en Santiago hacer algo con respecto a la locomoción colectiva.

Encontrarme con ustedes hablando del lanzamiento de un sello verde, como yo lo llamo, o un sello de reconocimiento ambiental, como se le denomina formalmente, me complace mucho porque es una de esas cosas en que uno participa con entusiasmo y buena voluntad.

En CESMEC nos agrada profundamente encontrar que un grupo de personas, que no necesariamente proviene del área técnica, se ha interesado en un tema como éste, y ha puesto la energía necesaria para que la iniciativa llegue a realizarse. No se puede partir en este campo por las cosas mas sustantivas; hay que partir aprendiendo sobre productos que, en definitiva, no son demasiado importantes para la economía del país, pero que permiten ir consolidando actitudes, y aprendiendo sobre el camino.



¿Cómo se va a poner en marcha en Chile un sello de reconocimiento ambiental? Ortega y Gasset solía referirse al método empleado por los israelitas para romper las murallas de Jericó: empezaban por rodear la ciudad y luego tocaban trompetas hasta que las murallas se caían por sí solas. La verdad es que en muchos problemas de la vida este método funciona, y es probable que al abordar el problema de la preservación ambiental debamos seguir el mismo sistema, es decir, ir orillando los problemas que no son tan trascendentales, para entrar progresivamente en los que son más medulares.

No obstante, hay limitaciones. Me preocupan, desde el punto de vista de cómo formular normas y desde el punto de vista de cómo encauzar rangos de mediciones. Obviamente, podemos copiar lo que han hecho nuestros colegas canadienses y alemanes, pero resulta que la realidad de Alemania y de Canadá corresponde a países muchísimo más desarrollados y con una industria que está ya consciente de estos problemas desde hace también muchísimos años.

Por lo tanto, estimo que las características de la forma de plantearse el problema de la normalización y las mediciones reúnen las siguientes condiciones:

- Son esencialmente relativas, pues desconocemos el mal absoluto y el bien absoluto de los problemas ambientales. Nos ubicamos en un rango cuyo origen desconocemos y cuya expresión máxima también desconocemos.
- Son esencialmente mutables, pues el conocimiento científico del medio ambiente es un sujeto de estudio constante que va cambiando día a día, y que nos irá sorprendiendo con hallazgos, contradicciones, avances y retrocesos.
- Son históricas porque requieren del conocimiento del pasado, del efecto que los ciclos generaron en el pasado para poder anticiparnos a lo que va a ocurrir en el futuro, lo cual implica una dilación en el tiempo. Cuando entramos en áreas nuevas, o en ecosistemas, o en productos, o en la química de determinado producto, no sabemos de antemano cuánto se van a extender en el tiempo las determinaciones que nos permitirán medir el grado de agresividad o daño al medio ambiente de ese producto.
- Son casuísticas porque su validez no sólo es extensible a un grupo de productos. Se actúa definiendo grupos de productos sobre los cuales se va a trabajar, y un poco desentendiéndose del resto del conjunto.

Por otra parte, todo este conjunto de características hace que las decisiones sobre normalizaciones y mediciones sean necesariamente, aunque no nos guste, en algún grado discrecionales. La manera de abordar este problema es la que sugirió el señor Hernán Pavez, y es la búsqueda del consenso de los participantes.

Estos, muchas veces, tienen intereses encontrados, pero en definitiva están dispuestos a sentarse en una mesa de comité y a discutir lo que es factible hacer para avanzar un paso, un pequeño paso, en el mejoramiento de la calidad del medio ambiente.

Deseo referirme ahora a un tema que, a lo mejor, personas más poderosas que yo no plantean, y es el tema de cuál es la globalidad en que se da todo este problema. Me gusta hablar de esto porque lo he ido contemplando en el campo de la calidad.

La calidad fue avanzando por etapas. El concepto de calidad fue avanzando a partir de una concepción técnica en que la calidad era asociada con una medida determinada, con una cierta tolerancia, con un voltaje, con un cierto amperaje límite. Lo que nos hacía determinar si un producto era de buena o mala calidad era el cumplimiento de ciertas especificaciones.

Resulta que, andando el tiempo, este concepto que era netamente técnico y que era más bien mirado como un problema del taller, se fue trasladando a la oficina comercial de la empresa y convirtiéndose en un problema de marketing, en un problema de diferenciación del producto sobre la base de una mayor satisfacción del cliente. De ahí nace la definición de calidad como aquel producto que tiene esa capacidad de satisfacer más plenamente al usuario; contempla, entonces, no sólo el producto sino el envase y, sobre todo, los servicios de postventa que el producto es capaz de brindar a quien lo adquirió.

Pero el problema siguió avanzando y se fue convirtiendo en un problema de calidad de vida. Cuando uno analiza las normas contenidas en el grupo de la ISO 9.000 se da cuenta de que lo que se está buscando es una gestión de calidad, planteada de tal manera que el nivel máximo de la empresa, la gerencia, está convencida de que es necesario entregar esta calidad como una manera de obtener una mayor satisfacción a la comunidad. Entonces vemos cómo el problema de la calidad fue avanzando desde un nivel muy pedestre hasta convertirse en una visión que podríamos llamar 'humanista' de la calidad.

Veo una situación similar en el campo de la preservación del medio ambiente. Recuerdo que cuando estaba en la universidad vivía con un tío arquitecto, quien en ese tiempo ya estaba estudiando las primeras cosas que salían sobre ecología, interesándose sobre el análisis de los ecosistemas en los primeros atisbos de esta ciencia que hoy día es una ciencia tan frondosa y tan esparcida. En El Mercurio de ayer leí acerca del lanzamiento de un libro en el que se plantea una visión economicista de la preservación del medio ambiente; una visión que plantea cómo las fuerzas del mercado son las que van a determinar cuál es la óptima asignación de los recursos.

Evidentemente este enfoque, desde el punto de vista práctico, va a permitir avanzar muchísimo en algún sentido, pero va a tener el mismo problema del sistema del goteo, que pudimos contemplar

como única limitante --yo diría grave-- del esquema económico que estamos viviendo. Este sistema, en que el derrame de la abundancia va a llegar algún día a los marginales, no ha llegado, y temo que en el campo ambiental puede ocurrir una cosa similar.

Pero me parece que el siguiente paso a dar en el tema de la preservación ambiental es el de la globalización.

Hay preguntas que uno se hace. ¿Por qué nos preocupamos los hombres de la preservación del medio ambiente si nosotros somos parte de el medio ambiente? Y si pensamos que los ciclos naturales se autoajustan, autoadaptan y autocontrolan, ¿por qué pensamos que el hombre es un elemento externo a la naturaleza? ¿Por qué no pensamos que el hombre es parte de estos ciclos naturales?

Este es un problema que trasciende el ámbito técnico sobre el que estamos conversando, pero esto me lleva a pensar que estamos llegando a una etapa, tanto en el tema de la calidad como en el del medio ambiente, que es la optimización de las condiciones de vida del hombre. Esto implica un concepto de globalidad. A mí me gustaría muchísimo, aunque el riesgo es grande, debo admitirlo, que algunos filósofos se dedicaran a divagar sobre este tema para que nos den una sensación de globalidad.

¿Cuáles son las verdaderas preocupaciones y cuáles las falsas? Cito, por ejemplo, entre las cosas pedestres que encontré en las normas canadienses, un racconto sobre el tema de los desodorantes. ¿Se debe dar un sello de calidad a aquel desodorante impulsado por gas, que no tiene hidrocarburos halógenos y es menos dañino para la capa de ozono (pero que de todas maneras es impulsado por algún gas), o es preferible pensar en el antiguo y viejo desodorante de bolita o el de crema?

Estamos, entonces, hablando de una serie de mercados superpuestos, y por eso decía anteriormente que estamos hablando de un tema que fatalmente nos va a llevar a un esquema casuístico de análisis, y el esquema va a tener que ser casuístico porque arbitrariamente vamos a tener que definir el punto de comienzo y el punto de término, y el entorno en que va a trabajar un determinado sello, para un determinado producto.

Noto la ausencia de una visión global, que aunque no nos va a resolver el problema técnico, sí nos va a permitir acceder a un ámbito en donde se puede pensar con más amplitud.

Vuelvo al tema de las mediciones. Pensamos que las mediciones que es necesario hacer en el campo del medio ambiente deben separarse de las mediciones tradicionales que se efectúan para la certificación de calidad. Nuestra empresa ha creado una División aparte, porque el tipo de trabajo es enteramente distinto; muchos de los equipos que se emplean pueden desarrollarse en el país; la actividad es muchas veces compleja; las mediciones, por ejemplo, se efectúan en chimeneas industriales, en ambientes industriales contaminados, en alta mar, en los ríos.

Estamos abordando un tema que requiere una tremenda movilidad, que no es el trabajo de laboratorio tradicional. Hay que estar en todas partes, hay que llegar con los equipos que se requieren para poder entregar un servicio oportuno, confiable y que efectivamente responda a todas las necesidades.

Para terminar deseo hacer presente que ésta es la herencia de la Revolución Industrial. El tema de fondo de todo esto es la concentración de la población, energía, equipos e instalaciones en áreas pequeñas, donde los efluentes de una sola empresa pueden tener consecuencias fatales.

#### IV. PANEL: CONTRIBUCION DEL SELLO AMBIENTAL A UNA POLITICA SOBRE EL MEDIO AMBIENTE. PERSPECTIVAS DE LA EMPRESA PRIVADA, LA ADMINISTRACION PUBLICA Y LAS ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES

##### Panelistas:

- ▶ *Juan Carlos Délano*, Presidente de la Cámara Nacional de Comercio
- ▶ *Pedro Fernández*, Presidente del Comité Nacional Pro Defensa de la Flora y Fauna (CODEFF)
- ▶ *Mario Lübert*, Presidente de la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (ACHAP)
- ▶ *Aníbal Mege*, Gerente del Departamento de Medio Ambiente de la Sociedad de Fomento Fabril
- ▶ *Luis Sánchez*, Director del Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)

##### Moderador:

Hernán Durán de la Fuente, experto de la CEPAL

##### INTERVENCION DEL SEÑOR JUAN CARLOS DELANO

En los países del hemisferio norte, Estados Unidos, Canadá y Europa, los grupos ecologistas durante años han presionado con su denuncia de las empresas contaminantes. Esta inquietud fue traspasada a los consumidores, quienes también, después de un período de progresiva toma de conciencia, han empezado a preferir los productos ecológicamente seguros.

Esta preferencia de los consumidores ha obligado al empresariado a reaccionar, y a los gobiernos de dichos países a hacer oír su voz con leyes cada día más estrictas. Esto ha llevado a los primeros a estudiar en qué forma sus productos pueden contribuir a que se produzca la lluvia ácida, se contamine el suelo o se adelgace la capa de ozono.

Por estas razones en el hemisferio norte la preocupación de los empresarios por el medio ambiente no es algo pasajero sino que ha pasado a transformarse en una estrategia de comercialización de

las empresas para atraer a muchos consumidores interesados en el tema. Todo ello se ha traducido en que los fabricantes de estos países han lanzado al mercado una verdadera avalancha de productos con etiquetas en las que se lee: 'biodegradable', 'reciclado', 'no tóxico', 'ecológicamente compatible', o 'completamente natural'.

Dichos productos han aumentado la confusión de los consumidores pues, por una parte, los científicos y los gobiernos les dicen que deben preocuparse por el medio ambiente pero, por otra, saben que no existen las normas adecuadas para definir a los productos ecológicamente 'limpios'.

Los casos de Gran Bretaña, Francia y Japón muestran contradicciones en el sentido anotado, siendo Alemania un verdadero ejemplo de conciencia ambiental entre los países industrializados. Los llamados 'verdes' en Alemania ya no forman parte de una pseudo contracultura, sino que se han transformado en un importante grupo nacional. Industrias que en otros países son consideradas enemigas del medio ambiente en Alemania se han transformado en empresas más ecológicas. Las grandes industrias químicas han invertido enormes cantidades en tecnología para proteger el medio ambiente. Importantes industrias automotrices como Volkswagen y BMW están trabajando intensamente en el desarrollo de métodos para reciclar automóviles completos.

Pero lo más importante de todo es que en Alemania se ha resuelto ya el problema de la confusión de los consumidores, ya que a éstos se les guía a través del 'Ángel Azul', símbolo reconocido en todo el país que indica que un producto es ecológicamente compatible.

El Ángel Azul fue creado en 1977 por la Agencia Federal del Medio Ambiente (FEA), y para que un producto pueda ganarse el derecho a exhibirlo debe pasar por un largo y minucioso examen, cuyos costos corren por cuenta de la empresa interesada. Los productos son evaluados por un jurado de científicos, funcionarios de protección del consumidor, representantes de la industrias y ecologistas. El veredicto sobre un producto puede durar meses o años y se pone buen cuidado en ir mejorando continuamente las normas a las que se atiene el Ángel Azul, con objeto de que no pierda su enorme fuerza y prestigio.

En Chile aún no existe una conciencia ecológica como la de Alemania, Francia, Gran Bretaña o Estados Unidos. Tampoco hay un sello ambiental como el ya comentado Ángel Azul, y tampoco existe en las empresas o en el Gobierno una conciencia muy extendida en torno a la materia. En nuestro país hay solamente una preocupación que calificaría de preliminar, y más bien aislada, al respecto. No existen normas claras que reglamenten la fabricación de productos ecológicamente limpios, los consumidores no tienen una conciencia muy desarrollada en torno a este tema y no son muchos los gerentes de empresas nacionales que están verdadera y profundamente comprometidos con una ética verde. Sin embargo, la necesidad de

avanzar en esta materia es urgente y para ello deben darse a la brevedad los pasos necesarios:

- Implementación de un sello de calidad ecológica con el debido respaldo de normas adecuadas y la apropiada participación del sector privado en la gestación y administración del proyecto y del sistema creado.
- Formación de una conciencia ecológica en la ciudadanía a través de los procesos educativos y los medios de comunicación.
- Creación de una verdadera mentalidad ecológica entre los empresarios y ejecutivos de empresas.

Antes de otorgar el sello de reconocimiento ambiental debe considerarse que el producto y su envase deben ser limpios, así como su proceso industrial de fabricación. En ese aspecto es necesario hacer referencia al tema del reciclaje de desechos industriales; en primer término a los desechos y productos sólidos, y en segundo término a los desechos líquidos.

En el tema de los desechos sólidos reciclables debieran considerarse el papel, cartón, vidrios, plásticos, cueros, metales, subproductos de matadero, etc.

La opción más común que las industrias están adoptando es la reutilización de productos mediante el reciclaje, lo que en muchas ocasiones redunda en una operación más eficiente, productiva y rentable. Al respecto son ejemplos destacables las inversiones que últimamente ha efectuado la 'Papelera' para el reciclaje y reutilización del papel; y la iniciativa de ASIPLA (Asociación de Industriales del Plástico), preocupada del reciclaje de envases plásticos, previa identificación o codificación de los diversos tipos. En algunos países se ha optado por encargar el manejo de los desechos sólidos a entes públicos o municipales y, en otros, se han formado empresas privadas con el mismo fin. Cualquiera sea la forma que se adopte en nuestro país es impensable obtener éxito real en la defensa del medio ambiente sin una acción en este ámbito.

En segundo término, y en relación con los desechos líquidos, se puede decir que uno de los principales elementos presentes en lo que llamamos el medio ambiente es el agua. Su contaminación supone una alteración de sus características físicas, químicas o biológicas y la transforma en peligrosa o dañina para la vida del ser humano, animales, vegetales y vida acuática.

El primer paso, y tal vez el más importante, es la reducción al máximo de los contaminantes en la fuente, para lo cual es necesario considerar todo un plan de reconversión industrial que supone fuertes inversiones en nuevas tecnologías de proceso, las que necesariamente deben ser efectuadas gradualmente.

El paso siguiente es el tratamiento de aguas servidas, iniciativa que debe ser asumida por el Estado y los particulares.

La intermediación entre los productores y el público consumidor se hace frecuentemente a través del comercio. Este es el que propone o sugiere al productor las características y bondades que el producto debe tener, pues el contacto diario con el público consumidor lo hace el comerciante. El costo de las comunicaciones hoy día es de alto valor económico. Los resultados dependerán de la inversión que se haga. El comercio en este sentido puede jugar un papel fundamental. La vitrina del comercio, los escaparates en los supermercados, etc. son un medio espectacular en sus resultados y de bajo costo.

El sello de reconocimiento ambiental, probado con tanto éxito en otros países, no debiera ser una excepción en Chile. El que éste tenga el resultado deseado dependerá de nuestra capacidad para crear conciencia en el país. Creo que hemos avanzado en crear conciencia pero queda mucho por hacer. Además de las comunicaciones en medios masivos debe crearse conciencia en los niños. Me tocó ver de cerca una campaña que se hizo en Gran Bretaña en relación a no comprar aerosoles que produjeran daños en la capa de ozono. Los niños vigilaban a los adultos para que no los consumieran. El resultado fue realmente excelente.

El modo de atacar la contaminación debe ser también inteligente; no debe permitirse que se aproveche el tema de la contaminación para solucionar otros problemas. El caso de la restricción vehicular implantada en Santiago es un caso típico. Nadie pondría en duda la medida de restringir la circulación en caso de índices peligrosos para la salud, pero cuando la medida se toma de manera anticipada, sin conocer los índices que existirán cuando la medida se debe aplicar, es muy difícil que la gran mayoría entienda el porqué de la medida. Los problemas de congestión deben solucionarse con otro tipo de medidas.

Finalmente, quiero aprovechar esta oportunidad para expresar el decidido apoyo que el comercio brinda al premio anual que desea instituir el Instituto Chileno de Reconocimiento Ambiental (ICRA) para destacar a las empresas que más desarrollen tecnologías que preserven la calidad del ambiente.

#### INTERVENCION DEL SEÑOR PEDRO FERNANDEZ

Una de las tareas más importantes que han desarrollado las ONG en el mundo, según acaba de citar el señor Délano, es la creación de una conciencia ambiental. Pensemos tan sólo en la ONG ambiental más grande e importante del mundo, asesora de las Naciones Unidas, como es la Unión Mundial para la Conservación de los Recursos, que fue creada en 1948. Desde entonces se está tratando de crear conciencia ambiental en el mundo. Nuestra institución es filial de esta organización y fue creada en Chile hace 24 años. Su importancia no sólo ha incidido en la creación de conciencia



ambiental, sino en comprometer a los gobiernos a que tomen medidas destinadas a la conservación del ambiente y los recursos naturales, induciendo a las empresas a seguir el mismo camino. Lo anterior ha sido beneficioso para el medio ambiente a pesar de lo lejos que aún estamos.

El pensamiento ambiental de hace 30 años y la economía reciente han sufrido cambios. Ya no se habla de la conservación como el simple cuidado de estados naturales prístinos, o el de evitar solamente la extinción de una especie. Ambos objetivos, si bien son importantes, parecían un tanto desligados del desarrollo. Por su parte, la economía ha ido gradualmente incorporando a su análisis algunos conceptos ambientales, y se da cuenta de que debe incorporar la dimensión ambiental al proceso productivo si quiere verdaderamente competir en Chile y en el extranjero.

El fruto del acercamiento entre lo ecológico y lo económico es lo que se ha llamado el 'desarrollo sustentable', el cual, para que se produzca, requiere de dos presupuestos básicos mínimos: una economía preocupada de satisfacer necesidades del hombre y un proceso económico fundado en la conservación de los recursos naturales que permitan su permanencia en el tiempo, sin sufrir deterioros serios en sus ecosistemas al ser intervenidos. Estados Unidos, Chile y la mayoría de los países han incorporado este concepto en sus actuales decisiones.

Para acercarse a la sustentabilidad del desarrollo hay diversos instrumentos, los que ayudan a frenar el deterioro ambiental. Por ejemplo, el estudio del impacto ambiental es uno de ellos; los derechos de emisión en el campo de la polución atmosférica es otro; los estímulos y asignaciones especiales por parte del Estado, las normas restrictivas y el sello ambiental, como orientador de voluntades en el campo de la libre competencia, son también instrumentos de política ambiental.

La entrega de un sello ambiental no sólo debiera significar el análisis del producto final. Tengo una simpática diferencia con el Dr. Moritz de Alemania en esto. Creo que debe considerarse también el proceso que se realiza para obtener el producto, la línea de producción que comienza en la extracción de la materia prima y que termina en el desecho, pasando por su extracción, transformación, transporte y uso. ¿Cuáles debieran ser los límites en la entrega del sello en esta larga cadena? Creo que lo primero que debiéramos observar es el comportamiento hacia el medio ambiente de la empresa que postula al sello.

Al respecto hay ciertos parámetros generales que no pueden ignorarse. Hay principios mundialmente aceptados por tratados, convenios y acuerdos internacionales que los hacen exigibles o, por lo menos, moralmente aceptables. Uno de estos principios señala que los ecosistemas y sus componentes deben utilizarse sin menoscabo de su capacidad natural de uso y sin comprometer el equilibrio de los demás ecosistemas. Así, la empresa que explote un recurso renovable que sobrepase su capacidad de regeneración,

que produzca su agotamiento, o cuyo proceso productivo contamine seriamente los demás ecosistemas (su suelo, aire, agua) no creo que pudieran postular con éxito a un sello ambiental. En caso contrario, si el sello es otorgado en dichas condiciones perdería, a mi juicio, la credibilidad frente al consumidor.

Otra causa de limitación estaría establecida en nuestra propia legislación, la cual en numerosos casos, y dentro del marco institucional actual, establece prohibiciones, restricciones o limitaciones a ciertas acciones de los particulares que dañan la salud del medio ambiente. Sería difícil en este caso también que pueda entregarse un sello ambiental a quien está produciendo un producto con violación al ordenamiento jurídico plenamente vigente en un país. No se trata de creer que la actividad humana y las circunstancias que la rodean no afectan el ambiente, de una u otra manera todas lo hacen. De lo que se trata es que la actividad económica a la cual nos estamos refiriendo sepa encauzarse dentro de ciertos límites racionales de uso de los recursos y comprenda que el primer obligado al pago de los daños ambientales es quien los produce.

Si la actividad industrial hace un esfuerzo importante en actuar en plazos no muy largos dentro de estos límites de protección ambiental, veo difícil que países extranjeros puedan tener pretexto para poner trabas a nuestro comercio internacional, basados en cuestiones ecológicas. Mientras no exista este esfuerzo queda la duda de si la decisión tomada en el extranjero en contra de nuestros productos es una protección al ambiente o es un pretexto de protección mercantil.

Creo que el país espera con mucho interés la creación de este sello ambiental porque prenderá una luz que guiará la creciente preocupación ambiental existente en la masa de consumidores hacia la adquisición de bienes y servicios.

La mayor o menor credibilidad dependerá de la seriedad con que se otorgue dicho sello. Hemos sido testigos últimamente de cómo una hábil propaganda pretende hacer creer que tal o cual empresa o producto no daña al medio ambiente. Esta autoalabanza lejos de hacer luz confunde a la opinión pública, ya que en general dichas empresas o productos distan mucho de hacer algo efectivo por el medio ambiente. En este juego caen no sólo las empresas sino el propio gobierno; éste aparece dictando decretos o proyecto de ley en que la protección del medio ambiente sólo alcanza hasta el enunciado de su texto, ya que en lo resolutivo mantiene la política tradicional vigente en el país.

De lo expuesto se desprende que el sello ambiental va a contribuir al desarrollo de una política ambiental, lo cual no podría aplicarse con rapidez y con éxito si no cuenta en definitiva con tres importantes voluntades: el gobierno, la empresa y la comunidad.

La voluntad del gobierno debe expresarse en un ordenamiento jurídico ambiental claro, moderno y efectivo, que empiece por señalar cuál es la autoridad máxima responsable en materia ambiental, que tenga conocimiento para aconsejar una determinada materia, que tenga status para tratar las cosas ambientales con las demás autoridades, con presencia y poder de convencimiento, que disponga de los fondos necesarios para aplicar una política ambiental, que tenga capacidad de control de ella a través de cada repartición pública.

Esto no es fácil porque significa cortar horizontalmente una administración pública acostumbrada por años a trabajar en forma vertical, cuidando muchas veces parcelas de poder y de influencia en desmedro del país. No estoy hablando aquí de un superministerio; me estoy refiriendo a una voluntad o conjunto de voluntades que colocadas al más alto nivel asesoran técnicamente, con las características ya anunciadas, al Presidente de la República en esta difícil y compleja materia del medio ambiente.

Además de la creación de una nueva y efectiva institucionalidad, es una obligación del Estado implementar programas educativos a todo nivel con el objeto de crear lo que se ha llamado una 'cultura ecológica' en nuestro país, situando al hombre y al medio en su verdadera dimensión. El cuidado del medio ambiente es más que una política sanitaria; es tener la capacidad para buscar el verdadero equilibrio entre satisfacer las legítimas necesidades y evitar el daño ambiental.

Es importante también contar con la decisión de la empresa. El que sus máximos representantes estén en el directorio de la institución que se piensa crear, es una clara voluntad en tal sentido. La empresa debe esforzarse en cumplir las leyes ambientales vigentes en Chile desde hace larguísimo tiempo, leyes que prohíben el vertimiento de residuos líquidos y sólidos a los cursos de agua, leyes que prohíben la contaminación del aire, o tratados internacionales. Como ya lo señalé, sería difícil otorgar un premio ambiental a quien esté deteriorando el ambiente, y más aún si lo hace contraviniendo leyes expresas.

#### INTERVENCION DEL SEÑOR MARIO LÜBERT

La publicidad es uno de los nexos entre el que vende y el que compra, por ende, nuestro quehacer diario es reunir a estos dos entes. No me voy a referir ni a mediciones técnicas ni a los procesos productivos. Deseo hablarles sobre la percepción del tema que hoy nos reúne, tanto desde el punto de vista del consumidor como del productor.

Hace unos pocos días atrás tuve la suerte de participar en un estudio que abarcó a todos los grupos socioeconómicos, hombres y mujeres entre 18 y 60 años, estudio que en una de sus partes indagaba a los encuestados sobre el futuro. La verdad es que el

resultado fue emocionante. En pocas palabras podría decir que todos anhelan ser mejores, no solamente en lo personal, sino que quieren que su familia, sus vecinos, el país, el mundo sean mejores. Anhelan ver florecer el amor, la amistad, la verdad, la confianza, el poder mirarse con sinceridad, no como integrantes de una masa, sino uno a uno.

Ustedes se preguntarán que hace un publicista planteando estas inquietudes. Una de nuestras grandes preocupaciones es conocer no sólo las necesidades materiales de los usuarios sino también sus penas, alegrías y esperanzas, para hacer una buena publicidad. Pienso que es fundamental andar en micro, insertarse y vivir codo a codo con el llamado usuario o potencial cliente. La tendencia futura tanto de la producción de un producto como de su divulgación nos indica que la masificación tiende a desaparecer, la segmentación nos da la posibilidad de identificar con nombre y apellido a los clientes y cuando se abre esta posibilidad casi diría que el productor y el publicista tendrán la posibilidad de relacionarse en forma muy estrecha con el usuario.

¿Qué significa esta relación estrecha entre el que produce y el que consume? Significa fundamentalmente confianza; confianza que va más allá de realizar una buena transacción comercial, que implica conocimiento de las partes, compartir de alguna manera inquietudes, esperanzas, proyectos futuros, tener una afinidad. La lealtad nace y se mantiene por atmósferas comunes. ¿Que más común entre los hombres que habitar en un solo mundo, en respirar un solo aire y en beber de una sola fuente? Entonces un buen negocio ya no será que el que venda y el que compra queden satisfechos, sino que inmediatamente se evaluará si el bien transado respetó los bienes comunes que comparte el que produce y el que consume.

El usuario anhela un mundo mejor. El productor deberá adecuar su estructura para satisfacer no sólo a través del producto, sino cuidar que en su elaboración y desechos satisfaga los anhelos que todos los habitantes de la tierra esperan.

¿Qué le corresponde a los publicistas? Atenerse a la verdad y a una ética estricta. No podemos abusar de una información incompleta ni tampoco escudarnos en licencias publicitarias tales como: zapatos ecológicos, jugos en polvos naturales, arroz sin colesterol. El usuario no es tonto, nuestras familias y nosotros mismos somos usuarios.

Soy muy optimista, nuestros empresarios en no más de quince años han logrado revertir la industria en 180 grados. Han capeado recesiones, competencias desleales y creo que serán muchos los que podrán desarrollar productos que respeten el medio ambiente. Como publicistas debemos ser capaces de que los usuarios prefieran estos productos, y espero que en un tiempo no muy lejano podamos ofrecer productos y publicidad que nos ayude a todos a tener no sólo una mejor vida, sino tener un entorno mejor, un país en donde las personas se relacionen en una escala humana.

El uno a uno es un compromiso; la masa es una abstracción muy lejana durante muchos años; nuestras investigaciones nos dicen de culturas que nacen en forma subterránea, la medicina alternativa, el uso de fibras naturales, el consumo de vegetales no tratados, la inmigración hacia las provincias, el buen uso de la energía, la búsqueda interior, la educación personalizada, el cuidado del cuerpo y la búsqueda de calidad en el trabajo. Todos estos signos nos dicen que cualquier esfuerzo que realicen las industrias en pro de convivir en forma benigna con nuestro entorno será bien recibido por el mercado.

Un sello que certifique en forma seria e independiente más que una constatación será el 'plus' que muchos productos están esperando para diferenciarse de su competencia.

El usuario está dispuesto a pagar más por este 'plus'. La selectividad y la segmentación es el futuro. Los que asuman esta realidad serán los que podrán permanecer en el mercado.

Para terminar deseo señalar que como publicista me siento muy contento por lo que viene; optimista por las señales que están surgiendo, porque al final de cuentas empresarios, publicistas y consumidores nos levantamos con el mismo sol y respiramos el mismo aire y compartimos el mismo cielo. Entre gitanos no podemos vernos la suerte.

#### INTERVENCION DEL SEÑOR ANIBAL MEGE

Si he de ser sincero la implantación de un sello de reconocimiento ambiental en Chile es un tema que para la Sociedad de Fomento Fabril es complicado, y más complicado aún es su participación en la organización que va a otorgar este sello.

En primer lugar, no es fácil seleccionar aquellos productos que lucirán este sello; así lo han puesto de manifiesto los expositores al relatar sus experiencias tanto en Alemania como en Canadá. Creo que no vale la pena extenderse en consideraciones sobre el particular, ya que todos ustedes perciben claramente las dificultades teóricas que la elección entraña y la implicancia moral y comercial que ella tiene. Consideramos la implantación del sello ambiental como una gran responsabilidad.

Por otra parte, para la SOFOFA el caso es particularmente delicado ya que al concurrir al otorgamiento del sello, indudablemente estará otorgando una ventaja a un producto sobre los demás, que con seguridad también serán productos fabricados por asociados de la SOFOFA, los que podrían resentirse por este hecho. Por ello no integraremos en forma directa parte el jurado que otorgue el sello.

Sin embargo, no hemos querido estar ausentes de esta organización, ya que creemos que el sector productivo industrial no

puede dejar de tener contacto con un organismo que va a resolver sobre cuestiones que tendrán una gran incidencia en nuestro ámbito de acción.

Por ello el presidente de SOFOFA o un representante suyo formará parte del directorio de este instituto de reconocimiento ambiental, y colaborará resueltamente para que se cree el sello; para darle prestigio; y para que realmente refleje una realidad, premiando a aquellos productos que sean, tanto en su elaboración como en sí mismos, amistosos con el medio ambiente.

Asimismo, nos ha movido a participar en esta empresa la calidad de las instituciones y personas que forman parte del directorio de ICRA, condición indispensable para prestigiar el sello.

Estamos enfrentado una tarea que es tan difícil como gravitante. Difícil, porque será necesario analizar en profundidad una gran variedad de productos y al hacerlo considerar varios aspectos bastante disímiles, como los impactos ambientales que genera su elaboración, aquellos que produce su uso y los efectos sobre el medio ambiente posteriores a esta etapa. Discernir con justicia no va a ser tarea sencilla; exigirá recursos y estudios y una gran integridad y acuciosidad de quienes tengan que sopesar todos estos factores nada sencillos de evaluar.

Es evidente además que el hecho de que un producto ostente el sello será para él una ventaja sustancial, puesto que la conciencia ecológica ya existe y se irá haciendo cada día más generalizada y aguda. Muchas personas preferirán un producto que exhiba el sello a otros, aunque su precio sea más elevado. Esto lo decimos porque ya ha sucedido en países como Alemania y Canadá, países que quizás sean los mejores ejemplos de éxito en el sello ambiental.

El frente que presentan los problemas ambientales es tan amplio como las actividades de los hombres. No es posible abarcarlos todos, pero no hay duda de que la industria se ve involucrada en una basta gama de ellos.

Nuestra responsabilidad en estos asuntos ha sido asumida en forma bastante satisfactoria en la industria chilena. Claramente esto se advierte en la construcción de algunas plantas industriales; pese a existir una deficiente legislación y también un control muy flojo, han introducido ya en la ingeniería básica de estas nuevas instalaciones las soluciones a problemas del ambiente, y considerado dentro de sus estudios preliminares los efectos ambientales de su operación. Hay varios casos en que aproximadamente el 10% del presupuesto ha sido destinado a cubrir los gastos generados para minimizar o eliminar los impactos ambientales. Estamos hablando de plantas cuyo costo ha sido de cientos de millones de dólares. Es posible también ver en industrias ya con años de funcionamiento cómo se consiguen procesos descontaminantes y cómo las nuevas secciones han dispuesto de tecnologías no contaminantes.

Estamos lejos de poder afirmar que la industria en Chile ha resuelto sus problemas ambientales, pero sí se advierte una clara, mayoritaria y resuelta motivación a hacerlo. En nuestra sociedad es posible visualizar este fenómeno y la misma actitud ha sido concordante con el pensamiento de nuestros representados.

Así es como hemos colaborado resueltamente con las autoridades. Por ejemplo, en los casos críticos de smog habidos en Santiago, la industria ha acatado en un 100% la paralización de algunas plantas sin vacilación, y así lo ha reconocido la autoridad. Hemos recomendado en más de una ocasión a nuestros asociados contestar encuestas que las autoridades han hecho, y también hemos hecho nuestros aportes a la nueva legislación del medio ambiente. Esto ha sido reconocido, como ya he dicho, y podemos decir con satisfacción que con la actual administración nunca hemos sido sorprendidos por decretos o disposiciones que no nos hubieran sido dadas a conocer de antemano, lo que estimamos como un hecho muy significativo.

Dentro de esta misma línea de acción no nos hemos podido sustraer a la participación en ICRA, pese a las dificultades que ya hemos señalado al respecto. No podemos negar que en un principio la propuesta despertó cierta resistencia entre nosotros, ya que se trata de un asunto que puede ser conflictivo, aunque esperamos que no lo sea. Pero la tenacidad de los autores de esta idea, Ximena Abogabir y Sergio Vergara, aunado al prestigioso grupo de personas e instituciones que han logrado conjugar en torno a esta iniciativa, ha quebrado nuestra resistencia inicial.

Ya comprometidos en esto no hay más que una salida, hacer todas las cosas bien y lograr el éxito que todos esperamos. En ello pondremos todo nuestro interés.

#### INTERVENCION DEL SEÑOR LUIS SANCHEZ

Para comenzar deseo presentar un ejemplo apropiado al tema: no hace mucho tiempo conversé con un empresario de la industria de alimentos del país, que me preguntó por la política del Servicio Nacional del Consumidor; el sentido que tenía el trabajo que estábamos realizando; y cómo ellos no eximían de crítica nuestro trabajo. Terminó diciéndome que para él, como empresario que estaba haciendo un esfuerzo de inversión, de desarrollo y de mejoramiento de la calidad del producto, era muy relevante que existiera algún mecanismo en la sociedad y en el mercado que le permitiera llegar con una información veraz, oportuna y confiable al público, para que éste pudiera discriminar.

En otros términos, me dijo que qué sentido tenía que yo hiciera todo este esfuerzo de inversión si finalmente yo, que estoy invirtiendo 3, 4 ó 5 millones de pesos para mejorar la condición sanitaria de trabajo de los operarios y la condición sanitaria del producto, no iba a tener un resultado beneficioso a menos que el

público fuera capaz de distinguir; de saber que ese producto es más sano y estaba elaborado en mejores condiciones que otro producto equivalente, en el que no se había hecho la misma inversión.

Estuve de acuerdo con él y le manifesté que, efectivamente, ahí hay un problema. Porque obviamente el esfuerzo de inversión, el esfuerzo de mejoramiento no está recibiendo un premio adecuado por parte del público, porque el público no sabe cómo premiar este esfuerzo, porque ignora el esfuerzo que se hace por desarrollar una tecnología y un proceso productivo más limpio. No tiene cómo saberlo si no hay alguien que tenga la responsabilidad de informarle.

Cuento el ejemplo porque creo que es pertinente respecto a lo que se ha tratado estos dos días en relación con el sello de reconocimiento ambiental que se pretende implantar en el país.

Hay una primera afirmación que me atrevo a hacer: ésta es la primera iniciativa en la que siento que hay un factor de corresponsabilidad entre los distintos actores de nuestra vida económica y social para enfrentar un problema que es común a todos. Esto me parece extraordinariamente destacable.

Lo que decía recién don Aníbal Mege en relación con las complicaciones que para la empresa privada, para la SOFOFA, tiene participar en esta incitativa, no es tan lejano de las complicaciones que puede tener para el SERNAC, organismo del Estado que cumple una función muy importante en lo relativo al tema de la información, de la transparencia y la competencia en una economía de las características de la nuestra. Tampoco está exenta de complicaciones para una organización privada de consumidores.

En el mundo del consumerismo internacional, la participación de las organizaciones de consumidores en este tipo de instancias o de sistemas que otorgan premios de reconocimiento, por ejemplo ambientales, es muy discutida, porque está en tela de juicio el problema de la confiabilidad y de la seguridad del sello, y de quién certifica el acatamiento a las normas que permitieron otorgar el sello.

Aquí no se trata de dar un certificado de buena conducta permanente a un producto, y ayer se mencionaba lo difícil que es establecer un sistema que permita verificar el cumplimiento permanente, por parte del producto que ha recibido la distinción, de las normas que permitieron otorgarle esa distinción.

En consecuencia, tenemos todas complicaciones para participar en la iniciativa, pero nadie discute su valor y la inmensa trascendencia que tiene para el desarrollo económico de el país.

También se han comentado mucho las tremendas exigencias que están surgiendo para la incorporación de nuestros productos en mercados más exigentes en relación con los problemas con el tema del medio ambiente.



Tenemos que decirlo con claridad: el país está bastante atrasado en esta materia, no tenemos ni la institucionalidad jurídica, ni la institucionalidad en el aparato de Estado, ni los recursos en el país, para enfrentar en toda su magnitud el desafío de impulsar un crecimiento, un desarrollo económico ecológicamente sustentable.

Creo que tenemos problemas de gran magnitud en distintas áreas. Sólo mencionaré algunas: en el terreno de la producción de alimentos hay problemas en el uso de pesticidas o agrotóxicos o agroquímicos para la producción agrícola; hay problemas con el uso de anabolizantes y antibióticos en la producción de ganado; hay problemas con las aguas servidas y el tratamiento y purificación de las aguas contaminadas; hay problemas también con todo el sistema de la producción de alimentos para ganado o para aves, que pienso están contaminados; hay problemas, en consecuencia, en el área de la seguridad alimentaria, que tiene efectos en el medio ambiente.

El señor Hardman mencionó ayer que en Canadá se optó por no otorgar el sello de reconocimiento ambiental a productos alimenticios. Curiosamente, éste es uno de los problemas de mayor importancia en Chile. Una de las preocupaciones más significativas del público consumidor en el país es adquirir productos alimenticios de buena y adecuada condición, no sólo desde el punto de vista sanitario, sino que también desde el punto de vista de la seguridad del producto que se está adquiriendo.

En consecuencia, creo que tenemos un gran desafío como país, y este desafío nos obliga necesariamente a asumir una actitud corresponsable frente a este tipo de problema.

Quiero destacar el hecho de que en esta iniciativa participen actores estatales, la empresa privada, los usuarios, los consumidores; es decir, organizaciones de gobierno y no gubernamentales de tradición, y que han luchado en este ámbito. Es decir, todos son entes importantes para poder no sólo llevar a buen éxito la iniciativa, sino para conseguir, simultáneamente, que en el país se vaya creando lo que se llama una conciencia ambientalista, indispensable para que podamos tener éxito en las distintas iniciativas que se están presentando en este terreno.

A continuación quiero señalar que también me parece muy importante vincular el tema de la incorporación de un sello de reconocimiento ambiental al país, a la idea o al valor que tiene la información en el mercado para el consumidor y el empresario.

Este es un punto que ha sido, y está siendo, muy discutido; agriamente discutido. Por ejemplo, el tema de la seguridad ciudadana, está siendo discutido y ha sido discutido en relación, con la salud pública a raíz del tema del cólera o del SIDA.

El tema de la información es un tema de discusión nacional y ha sido profundamente discutido en relación con el derecho que tiene el consumidor a ser informado sobre los productos que

adquiere. Me parece casi inoficioso hacer alguna referencia a la discusión que se ha generado en torno a la ley de los derechos del consumidor que está siendo discutida en el parlamento; creo que hay una dimensión en esto que tiene que ver exactamente con lo que estoy señalando.

La información tiene un costo y el público tiene que estar dispuesto a pagarlo. Si alguien piensa que van a poder recibir productos industriales o productos y servicios para su consumo, que sean amistosos con el medio ambiente, y que eso no va a tener un costo para el consumidor, está profundamente equivocado. La innovación tecnológica y productiva que supone la producción de bienes y servicios amistosos con el medio ambiente va a tener un costo, va a tener una incidencia en el valor del producto final al consumidor y el consumidor tiene que estar dispuesto a pagar ese costo. Pero ése es un costo compartido, porque el costo no puede ser asumido íntegramente por el consumidor, a pesar de que alguien me podrá decir que todos son consumidores finalmente, y eso es cierto.

Pero hay un segmento de nuestra población --no voy a discutir cifras, pero está entre 5 y 6 millones de chilenos-- que está o que vive en la pobreza o en los límites de la pobreza. Esos chilenos no están en condiciones de pagar el costo que significa acceder a productos ecológicamente amistosos. Entonces éste es un problema que tenemos que enfrentar los que estamos en la iniciativa del sello ambiental, porque no nos interesa que esta iniciativa se transforme en un factor de encarecimiento de los bienes y servicios que llegan al consumidor y, sin embargo, éste es un problema que va a tener que ser asumido.

Pero el valor de la información no puede ser discutido. El poder acceder a un producto ecológicamente amistoso, garantizado o certificado por una entidad que esté exenta de toda crítica o de toda controversia pública, sin duda constituye un beneficio. También lo es para el empresario que va a ser premiado en su esfuerzo o va a ser reconocido por el consumidor en su esfuerzo de mejoramiento e inversión para superar los problemas del medio ambiente que puedan tener su proceso productivo y su producto final.

Es también importante para el país porque de esa manera elevamos la capacidad que tienen que tener nuestros empresarios y nuestra economía de competir exitosamente en el mercado internacional. Ya sabemos que hay una relación entre nuestra producción interna y aquella que llevamos o pretendemos incorporar a los mercados mundiales. El que crea que esa relación no existe está profundamente equivocado.

#### SEGUNDA VUELTA INTERVENCION DEL SEÑOR JUAN CARLOS DELANO

Dentro de la política económica de apertura a los mercados mundiales que sigue el país, lo que se está discutiendo por el

momento es la baja de aranceles; en este contexto Chile ha dado una demostración por la apertura que ha tenido. Acabo de llegar del Consejo de las Américas, donde estaban todos los principales empresarios latinoamericanos, y después tuve una reunión en la Cámara de Comercio Norteamericana, también en Washington. Los temas que se están discutiendo van más allá del tema arancelario.

Hasta ahora se ha discutido el producto en sí y también se ha hablado del embalaje, que debe cumplir ciertas exigencias internacionales. Países como Alemania han hablado del embalaje. Probablemente éste es un tema que para nosotros no presenta mayores problemas porque tenemos la materia prima para lograr una calidad de embalaje que cumpla con las disposiciones de orden ecológico.

Pero cómo producir las cosas para llegar al final, es algo que creo viene como una segunda etapa. Primero se van a abrir los mercados y, en segundo lugar, van a haber acuerdos que vamos a tener que cumplir porque de lo contrario los países no van comprar nuestro cobre, por ejemplo.

Se discutió en Estados Unidos que los productores, la gran minería del cobre norteamericana, tiene un costo extra, distinto al nuestro, que se evaluó entre 3 y 4 centavos, porque la legislación norteamericana es mucho más estricta que la nuestra en términos ambientales. Los Estados Unidos nos dirá algún día: "ustedes quieren competir en iguales condiciones, por lo que tienen que cumplir y agregar la misma legislación nuestra; de lo contrario, en alguna medida los norteamericanos estarían subsidiando el precio a ustedes, lo que no sería legítimo". Al respecto creo que si bien el argumento es válido, también es complicado para un país que necesita mucha inversión adecuarse a las exigencias ambientales de países mucho más ricos.

El segundo tema que voy a abordar es el del precio de nuestros productos. Considero que los precios permiten una diferenciación cuando el consumidor capta que detrás del producto hay un valor agregado. Indudablemente es necesario crear conciencia en asuntos como éste, porque cuando hay conciencia los precios que se pagan son más altos.

No cabe la menor duda de que lo que dice don Luis Sánchez acerca de las opciones en niveles de pobreza es complicado. La persona que tiene menos recursos tiene menos posibilidades de hacerlo, pero creo que cuando la competencia, eficiencia y productividad del empresario alcanzan los volúmenes adecuados, cuando el público lo premie por esa distinción en el producto, en ese valor agregado, probablemente va a poder llegar a producirlo a los mismos valores que antes de empezar la renovación.

#### INTERVENCION DEL SEÑOR PEDRO FERNANDEZ

Voy a terminar la idea de que para caminar con éxito en el área del sello ambiental, se necesita el concurso de tres voluntades, ya

mentoné solamente dos. La tercera, indudablemente, es la que está en la punta del camino del producto, esto es, el consumidor.

Nuestro papel como organización ambiental es combatir el estado que yo calificaría de 'inconsciencia ambiental' que aún existe en Chile, mediante una acción ambiental que se traduzca en una participación creciente del consumidor a través de exigencias en el cumplimiento de las leyes que legislan sobre el ambiente. Actualmente suman 760, desde el año 1916, y si nos remontamos al código civil nos encontramos con la sorpresa de que en 1858 don Andrés Bello ya hablaba de aquellas acciones que contaminaban el aire y sobre las cuales no pesa la prescripción de ninguna norma. Los abogados que hemos actuado en los tribunales de justicia la hemos exigido y aplicado a nivel de la Corte Suprema. Con esto deseo ilustrar que en materias legales no nacimos ayer.

Es necesaria esta actitud en los colegios, comunas, sindicatos, haciéndoles partícipes de su responsabilidad frente al ambiente. El peor enemigo del medio ambiente es la indiferencia; el dejar actuar sin hacer valer nuestro derecho a un ambiente limpio y a exigir a las autoridades el cumplimiento de su deber constitucional de proteger la naturaleza.

#### INTERVENCION DEL SEÑOR ANIBAL MEGE

El que vayan a existir mayores costos por producir productos ecológicamente buenos y con procedimientos ambientalmente sanos no es tan seguro. No sucede por lo menos en muchos casos, y hay numerosos ejemplos en que ha habido un mejoramiento económico en las empresas que han adoptado medidas ambientalistas: la inversión que han hecho les ha redituado grandes beneficios.

Cito un ejemplo sencillo: el asunto del material particulado en una caldera se disminuye principalmente quemando y aprovechando mejor el combustible, con lo que se obtiene una economía. Suponiendo que hay un mayor costo, ¿quién va a pagarlo? Nadie lo sabe realmente porque va a depender de muchas cosas.

En primer lugar, los productores no pueden vender al precio que ellos quieran, porque no están en condiciones de fijar los precios. Durante muchos años he sido gerente de empresas y nunca he podido imponer un precio; si lo hubiera podido hacer lo hubiera fijado lo más alto posible, pero siempre hay un techo que, por diferentes razones, no se puede sobrepasar.

Así que ese techo de hecho existe, y aun un mayor costo podría significar que el precio no se alterara; incluso podría llegar a ser una técnica de marketing de un supermercado de estos asociados a la Cámara de Comercio, decir: "señores, mantengo el precio de este producto --rebajo mi margen--, que además tiene el sello ecológico". Sería una estupenda táctica de marketing.

Así que, primero, no es tan seguro que siempre vayan a subir los costos y, segundo, que los vaya a subir el consumidor ocurrirá

a veces sí y a veces no; tal vez los suba el intermediario, el comerciante, pero no es seguro; y otras veces tendrá que asumir los costos más altos el productor.

La parte delicada en esta materia está en que, indudablemente, casi sin excepción, van a significar inversiones importantes de parte de la empresa para producir productos que sean ecológicamente más aceptables.

#### INTERVENCION DEL SEÑOR LUIS SANCHEZ

En algunas áreas es posible mejorar sustantivamente la calidad de los procesos productivos de tal manera que no afecten el medio ambiente, sin que eso implique grandes costos. Sin embargo, creo que hay otras áreas donde eso va a ser un tanto más complicado.

A propósito de los costos y de la información al consumidor, quiero mencionar el caso de un estudio sobre las mayonesas que acaba de realizar el SERNAC, y fue publicado en la revista del mes de abril que está recién siendo distribuida, porque tiene que ver con el tema del costo; en este caso, de las mayonesas dietéticas o que se rotulan como tales, y de las mayonesas normales.

Las mayonesas dietéticas son consumidas prácticamente por un 33% de los consumidores de mayonesa, según información generada por el Departamento de Análisis de Mercado del SERNAC. Obviamente las prefieren porque las mayonesas dietéticas, se entiende, tienen menos calorías y son más sanas que las normales. Resulta que las mayonesas dietéticas son más caras. La verdad es que el estudio reveló que las mayonesas dietéticas tienen, salvo una excepción calificada entre las cuatro marcas estudiadas, un contenido calórico equivalente a las mayonesas normales. Entonces, quien cree que está adelgazando por consumir mayonesas dietéticas está equivocado y está pagando más.

El asunto de los costos para el consumidor es importante porque también hay productos en el mercado que dicen ser 'seguros ecológicamente', lo que no se puede demostrar porque no hay un mecanismo para hacerlo, y que son más caros. La 'línea verde', por ejemplo, es una línea de detergentes de uso doméstico que se vende en los supermercados y se anuncia como no contaminante. Es también el caso de los detergentes más conocidos y que se rotulan como biodegradables.

Cuando estudiamos los detergentes en el SERNAC no pudimos demostrar, por no haber en Chile los mecanismos necesarios, que esos detergentes son efectivamente biodegradables y, sin embargo, se les rotula de esa manera y la gente los compra porque cree que son ambientalmente amistosos. El problema es bastante complejo.

Deseo señalar aquellos aspectos que nos parecen importantes desde el punto de vista del servicio y desde el punto de vista del consumidor en relación con el sello ambiental y su implantación en el país.

Desde el punto de vista del SERNAC, la puesta en práctica del sello de reconocimiento ambiental tendría que considerar, por lo menos, dos aspectos:

- i) La realización de pruebas prácticas para determinar el grado de inocuidad de los productos que ostenten el sello, con énfasis particularmente en los alimentos y en los productos de consumo masivo.
- ii) La difusión a través de programas educacionales dirigidos al consumidor de lo que es el sello ambiental, la razón por la que es conveniente adquirir los productos que lo ostenten, y la forma en que debe ser entendido.

Específicamente con relación al consumidor y las consecuencias que para él pueda tener un sello de esta naturaleza, el SERNAC presenta las siguientes consideraciones:

i) El acceso y la obtención de un sello de reconocimiento ambiental debe cuidar que no llegue a ser exclusivamente para grandes empresas o monopolios por un problema de costos de los procesos de producción y certificación, marginando a pequeños y medianos empresarios;

ii) El sello de reconocimiento ambiental no debe agregar o minimizar el costo final que pueda tener para el producto, de tal manera que éste debe ser asumido, en forma compartida, por el consumidor y los demás agentes económicos;

iii) Hay que cuidar que el otorgamiento del sello no implique una publicidad que vaya en detrimento de una sana competencia con otros productos equivalentes que estén en el mercado;

iv) Es necesario velar por que no ocurra una proliferación de sellos ecológicos distintos que confundan al consumidor. Idealmente debiera haber un solo sello ecológico, y ojalá éste tenga reconocimiento oficial por parte del Estado; y

v) La publicidad de los productos que lleven el sello no debe atribuirles cualidades que no posean, o destacar aspectos que otros productos que no lleven el sello también tengan.

Desde el punto de vista de la función que pueden desempeñar los consumidores en el otorgamiento de un sello y en una política sobre el medio ambiente de esta naturaleza, ha quedado claramente demostrada la importancia que puede tener la participación de las organizaciones de consumidores en el éxito de esta iniciativa. Existen numerosas experiencias en otros países sobre su activa participación en los problemas que afectan al medio ambiente. En el caso de Chile hay ejemplos parecidos.

Los consumidores organizados pueden y deben promover, por ejemplo, la recolección ordenada de basura en su sector, a fin de favorecer su reciclaje. Es decir, hay un papel activo que puede

desempeñar la población, y particularmente las organizaciones representativas de los consumidores en el país, para que sea una política que no sólo tienda a elevar la calidad de vida de la población y la conservación del medio ambiente, sino también a crear condiciones de mayor competitividad en el mercado por la vía del reconocimiento o el trabajo directo que el consumidor pueda hacer, premiando con su elección un producto ambientalmente compatible. De igual manera, las asociaciones de consumidores pueden desarrollar un trabajo especial con sus asociados en términos de educación y orientación para el consumo.

En cuanto a que los clientes prefieran los productos que ostenten el sello y que se estimule su consumo, pensamos que el Estado tiene que tener una participación activa para que esta incitativa tenga éxito. Particularmente, debe crear mecanismos institucionales que permitan el acceso a tecnología y a créditos a pequeños y medianos empresarios; incluso créditos subsidiados a pequeños y medianos empresarios que deseen invertir y mejorar sus procesos de producción para que sus productos puedan optar a la obtención de este sello de reconocimiento ambiental.

## V. CONCLUSIONES DEL TRABAJO DE LAS COMISIONES DEL SEMINARIO "EL SELLO DE RECONOCIMIENTO AMBIENTAL EN CHILE"

A continuación se presentan las principales conclusiones de las dos Comisiones que se reunieron el segundo día del seminario, y que fueron entregadas en la sesión plenaria. Ellas recogen interesantes observaciones sobre la forma de diseñar y poner en práctica el Sello de Reconocimiento Ambiental en Chile.

### A. PRIMERA COMISION

#### 1) Síntesis de las discusiones y los acuerdos

En esta Comisión se trató el tema "Criterios para la fijación de normas y selección de productos", y en ella participó el señor Graham Hardman, Director del Environmental Choice Program, de Canadá.

#### a) Definiciones y criterios sobre:

- Las categorías de productos que serían elegibles para usar la etiqueta, o más bien, cuáles serían excluidas del proceso;
- Qué criterios o requisitos mínimos debería cumplir cada categoría para ser reconocida; y
- La posibilidad de fijar a priori un porcentaje del mercado al cual se le otorgaría el reconocimiento.

En respuesta a la sugerencia de utilizar como clasificaciones la de las Naciones Unidas sobre actividades económicas o, alternativamente, la nomenclatura de Bruselas para homologar los códigos ya existentes y en uso, el señor Hardman recomendó enfáticamente dar al sistema un enfoque eminentemente práctico. Explicó que no había tiempo ni dinero para iniciar el sistema con especificaciones teóricas demasiado elaboradas y que era importante analizar la factibilidad de compararlos, y escoger finalmente aquellos que tengan más visibilidad en el mercado.

Sobre el tema de las exclusiones, el señor Hardman explicó que en Canadá se había excluido del etiquetado a los alimentos, ya que existía todo tipo de reglamentos para controlar los productos alimenticios y que, en cambio, se prefirió reconocer otros productos con impacto ambiental más grave. En general, se ha



excluido del sistema a aquellos bienes para cuya producción existe suficiente legislación, reglamentación y control.

Ante una pregunta aclaratoria sobre la importancia del reciclaje como criterio para analizar la bondad ambiental de un producto, el señor Hardman opinó que el reciclaje sí era de gran importancia, pero le parecía peligroso escoger un producto por el sólo hecho de contener elementos reciclados.

Se analizó el caso del papel, en que el reciclaje tiene importancia, pero se consideró que más importa el proceso de su fabricación y en especial ciertas etapas productivas tales como el blanqueo. Al dar el sello ambiental a una toalla de papel reciclado ¿no se está acaso castigando a las toallas de género, o a los dispositivos eléctricos para secarse las manos, que desde el punto de vista ambiental pueden ser menos dañinos?

Sobre este mismo tema se dijo que Chile era uno de los países con mayor tasa de reciclaje de papel y que existía una infraestructura humana que se encargaba de seleccionar y extraer de la basura todo tipo de papeles, cartones y similares, para venderlos a quienes reciclaban su fibra. Sin embargo, el hecho de que con esos residuos se fabricara papel, cartón, embalajes u otros productos, era relativamente indiferente, ya que todos se hacían en base a fibra vegetal, fuera reciclada o virgen. Lo que parece ventajoso del papel para escribir a partir de fibra reciclada es su efecto educativo y estimulante para la toma de conciencia ambiental.

Se analizó luego la posibilidad de dar en Chile un reconocimiento ambiental a los alimentos 'orgánicos', esto es, aquellos en cuyo cultivo o proceso no se usan herbicidas ni pesticidas químicos, hormonas u otros estimulantes o inhibidores que no son estrictamente naturales.

El señor Hardman explicó que en Canadá el sector de los alimentos orgánicos era muy pequeño, y que existía mucho debate y opiniones encontradas sobre el tema. Por esta razón, él prefería mantenerse fuera y no entrar a considerar reconocimientos propiamente ambientales a estos alimentos, mientras las cosas no se aclaran.

Se opinó que en Chile existían normas de calidad para los productos alimenticios, normas de sanidad, y normas de calidad ambiental, las que no debían mezclarse. El carácter 'orgánico' de un alimento tendría más que ver con la salud de quien lo consume que con sus ventajas ambientales, como serían el ahorro energético de su producción, el ahorro de agua y otros.

En este mismo sentido se dijo que ni siquiera estaba demostrado que los productos provenientes de la agricultura orgánica fueran más sanos que los cultivados con apoyo de productos químicos, a lo que se contra-argumentó que el impacto de los agroquímicos en el suelo constituía un daño ambiental y un riesgo

para la salud, ya que ellos contaminaban aguas que posteriormente se usaban para la bebida.

Como una síntesis de esta parte de la discusión, quedó claro que era preferible excluir del sistema de eco-etiquetado, aquellos productos en que resultaba difícil o discutible distinguirlos frente a sus competidores por sus ventajas ambientales.

Entrando al tema de los criterios mínimos que deberían cumplir las categorías de productos susceptibles de obtener el sello ambiental, hubo un acuerdo con lo que expuso el señor Sergio Vergara, del Instituto Chileno de Reconocimiento Ambiental, en el sentido que ellos serían:

- No poner en peligro la salud de los consumidores.
- No dañar significativamente el medio ambiente en su proceso de producción, transporte, uso o desecho.
- No consumir una cantidad desproporcionada de energía en dichos procesos.
- No producir basura innecesaria (por un excesivo embalaje en relación a las necesidades de su manipulación, a su vida útil, etc.)
- No utilizar materiales derivados de especies o ambientes amenazados.

Finalmente, y sobre el tema de cual sería el porcentaje del mercado adecuado para otorgar el sello ambiental, se dijo que era necesario ubicarse desde la perspectiva de un mercado desigual e imperfecto, en el que era fácil prever conductas monopólicas o la existencia de mercados cautivos, donde la libre y efectiva competitividad, que era necesaria para la fijación de criterios, no estaba siempre presente.

Se dijo también que existía la necesidad de estudiar debidamente la oferta de productos en el mercado, para no otorgar sellos ambientales a productos de muy escasa presencia.

Se planteó que si bien el contexto del criterio era esencialmente ambientalista, había que considerar el concepto de desarrollo sustentable, que incluye el tema de la justicia social.

Se discutió también sobre la posibilidad de otorgar distinción ambiental a los envases de productos alimenticios. En este caso, sería necesario dejar claramente establecido que el sello se otorga por el envase y sus favorables características ambientales, y que no existe juicio alguno sobre el producto. El problema es que si también se decide dar sello al producto mismo, podría existir el riesgo de confundir al consumidor e incluso asumir la posibilidad de dar dos sellos ambientales a un mismo producto.

Frente a estas intervenciones, el señor Graham Hardman comenzó diciendo que el sistema del eco-etiquetado no podía extenderse a otros problemas distintos de la calificación propiamente ambiental de los productos, con abstracción de las empresas productoras, de

la justicia social o de otras consideraciones, que siendo muy importantes, debían encontrar otros cauces de solución.

Para facilitar la comprensión del problema, propuso escoger una lista de 70 a 80 productos y someterlos a un análisis que los compare a partir de una matriz del siguiente tipo:

CATEGORIA DE PRODUCTO:			
	ALTO	MEDIANO	BAJO
Impacto ambiental			
Visibilidad			
Factibilidad de control			
Generación de consenso			
PUNTAJE ASIGNADO			

Una vez realizado este ejercicio, se lograría un ordenamiento de los productos, para en base a él decidir el orden en que se considerarían las distintas categorías para su reconocimiento. Por supuesto que la matriz antes indicada es simplemente tentativa y se dio sólo a vía de ejemplo.

Con respecto al porcentaje de productos a distinguir en cada categoría, explicó que en Canadá se llegaba a un 20%, y que él consideraba que esa cifra podía llegar en Chile a un máximo del 33%.

## 2. Análisis del ciclo de vida del producto

Sobre este punto se analizó la proposición tentativa del ICRA en el sentido de otorgar el reconocimiento ambiental a los productos, tomando en consideración su ciclo completo de vida: materias primas, fabricación, embalaje, transporte, uso y desecho.

El señor Hardman explicó que sobre esta materia no habían criterios definitivos y que en teoría era correcto considerar el ciclo de vida completo. Sin embargo, la práctica había llevado a su país (lo que también ocurrió en Alemania), a considerar básicamente el impacto ambiental del producto, ante la enorme dificultad de analizar, ponderar y controlar adecuadamente los demás procesos. No obstante, si un determinado producto era fruto de un proceso evidentemente contaminante o dañino para el medio ambiente, y sobre eso no cabía discusión, debía considerarse esta circunstancia como un impedimento al otorgamiento del sello.

## 3. Equipamiento tecnológico disponible

Sobre este tema el señor Hardman planteó que la determinación de criterios tenía que ver con la capacidad tecnológica con que se

contaba. Si no era posible discernir en forma certera, no se podía establecer una categoría de productos susceptibles de ser reconocidos. Agregó técnicas que participaban en el proceso.

En Canadá la materia se ha resuelto con la participación de una gran cantidad de consultores, que evaluados en forma muy estricta por el Comité Técnico del Environmental Choice Program, participan en la determinación de categorías, criterios y productos. Esta amplia base permite elegir a los técnicos mejor calificados para los diferentes tipos de productos, obteniéndose a través de la competencia un alto grado de confiabilidad.

Hubo consenso en que la tecnología desarrollada en Chile para medir calidad ambiental era baja y en que no existían normas de validez general sobre esta materia. De aquí que parecía aconsejable adaptar las tecnologías de países más avanzados a nuestra realidad.

#### 4. Diferencias entre sello ambiental y certificación de la calidad

Hubo consenso en distinguir el reconocimiento ambiental de la certificación de calidad, en el sentido que el primero consiste en un juicio relativo sobre la mayor "amistad" de un producto con el medio ambiente, en tanto la certificación consiste en acreditar que un determinado producto cumple con normas o especificaciones preestablecidas.

Ante esta relatividad del sello, la Comisión procuró buscar cuales serían las características necesarias que debería tener el sistema para gozar de un alto porcentaje de credibilidad.

Sobre esta materia, el señor Hardman planteó que era importante contar con normas efectivas que regulen la veracidad de la publicidad y den acceso al consumidor para reclamar en aquellos casos en que se publiciten atributos que no correspondan fielmente a los que posee el producto; era también necesario contar con una ley sobre propiedad industrial (marcas registradas) muy estricta y efectiva, para precaver el mal uso del nombre y logo del sello ambiental; debía existir conciencia entre los consumidores y entre los mismos productores sobre la necesidad de denunciar de inmediato a aquellos fabricantes que no estuvieren cumpliendo los requisitos para usar el sello; finalmente, que el sistema contemplara un chequeo periódico y aleatorio de la forma en que los productores estaban dando cumplimiento al programa (en Canadá se hacen dos visitas en el año, sin previo aviso).

#### 5. Discusión final

Se llegó a la conclusión que en materia de reconocimiento ambiental no se podían plantear los criterios en términos de 'verdadero' o 'falso' o 'no razonable', y ello en un marco de consenso. Es importante reconocer que jamás será posible obtener una absoluta 'objetividad'.

Lo que sí resulta necesario es que los criterios para conceder el sello ambiental consideren un mínimo estándar de calidad, y para ello debe consultarse previamente sobre los requisitos de funcionamiento establecidos para cada producto en proceso de ser reconocido.

Finalmente, se acordó que la estrategia de acción inmediata para poner en marcha el sistema era:

- Determinar la composición del Jurado, definir sus funciones y proceder a su integración;
- Preparar un proyecto para obtener el financiamiento inicial, y llevar a la práctica las gestiones necesarias para ello;
- Preparar acciones encaminadas a la formación de conciencia en torno al sello ambiental, a fin de que el consumidor vea en él un aliado confiable;
- En la selección de categorías concentrarse más en el producto que en el proceso, sin perjuicio de detectar y definir las externalidades negativas de la producción;
- Seguir un proceso que parte de lo fácil y evidente a lo más complicado o controversial.

## B. SEGUNDA COMISION

La comisión trabajó en el sello y su enfoque como instrumento de mercado. Se inició la conversación con una ronda de ideas y después nos concentramos más ordenadamente en la pauta establecida en la carpeta.

### 1. Sello ambiental y marketing verde

El sello es una distinción otorgada a determinados productos en atención a sus características y cualidades relativas, y estaría respaldado por la seriedad de la institución que lo otorga. Eso es lo que le da la credibilidad al producto. Además, estaría respaldado por el pluralismo de la institución que lo otorga, la cual debe comprometer a sus asociados a no crear sellos paralelos. Esto desprestigiaría el sistema. Se trata de evitar entrar en lo que sería un mercado de sellos ambientales.

El marketing verde, por ser autoprogramado, tendría inmediatamente una falta de credibilidad por muy buena que fuera la herramienta publicitaria que utilizara. En la publicidad del sello ambiental debería destacarse la participación de las instituciones que lo otorgan, a fin de evitar los paralelismos en este sentido.

### 2. Restricción en el uso publicitario del sello

Los principales peligros del sello serían cuatro:

- i) La tentación de la empresa de usar el sello otorgado a uno de sus productos y extenderlo a toda la gama o línea diversa de productos que tiene;

- ii) Una empresa podría seguir utilizando el sello, a pesar de haber cambiado la característica por la cual le fue otorgado;
- iii) Se podría atribuir beneficio ambiental a la totalidad del producto y no solamente a los aspectos por los cuales le fue otorgado, o sea, ampliarlo más allá de lo que realmente es; y
- iv) Una empresa podría utilizar el sello en la publicidad institucional, de manera de influir en la imagen, siendo que el sello se le está otorgando al producto y no a la empresa en sí.

Por lo tanto, entre las recomendaciones que consideramos importantes están:

- No ser ingenuos y establecer las limitaciones sobre los usos del logotipo en contratos estrictos y claros entre la fundación que otorga el sello y la empresa; debe establecerse muy claramente cómo, cuándo y por qué se lleva a concretar cada punto.
- Cualquier mal uso del sello debiera generar una respuesta inmediata y contundente para defender el prestigio y la credibilidad del sello.
- Respecto a los contratos que se establecieran entre la fundación y la empresa, Alemania ofreció las normas que han utilizado para inspirar y orientar los contratos que puedan hacerse acá.

### 3. Consideraciones de mercado para tratar el sello ambiental

Se llegó a la conclusión de que la misión de otorgar información al público sobre cuál producto es más conveniente para el medio ambiente, es por sí misma bastante ambiciosa, por lo que no sería oportuno abarcar otras consideraciones de mercado como, por ejemplo, si un determinado producto permanece demasiado tiempo o no en el mercado; si la empresa es o no monopólica; y si un producto dado tiene un determinado porcentaje de participación en el mercado. Por lo tanto, consideraciones de esta índole no debieran ser asumidas por la institución que otorgara el sello. Esta debiera dedicarse a destacar solamente los beneficios ambientales del producto en cuestión, y centrar sus esfuerzos en otorgar el sello en atención a los méritos del producto.

En el caso de que en una categoría de productos dada, un producto con mayores beneficios ambientales tuviera una alta participación en el mercado, y no fuera sustituible o tuviera ciertas características, en vez de intentar mejorarlo habría que elevarle el nivel de exigencia para que se le otorgue el sello.

#### 4. Formas de difundir el sello entre consumidores y productores

Se comentaron las siguientes ideas:

La utilización de los medios de comunicación de masas como radio, televisión, diarios, revistas especializadas como las del SERNAC; hacer campañas en colegios; dar charlas; y apoyar a las asociaciones que pudieran beneficiarse eventualmente con esta iniciativa.

Se vio que el mejor instrumento de marketing sería no otorgar el sello al producto erróneo, o sea, en la medida en que sea absolutamente consecuente lo que dice el sello con lo que es el producto, se aseguraría una difusión del sistema, y la mejor publicidad sería otorgar el sello a productos con credibilidad.

Se ha sabido que en Chile hay una tradición de participación de las organizaciones comunitarias del movimiento social, y una de las maneras para difundir el sello ambiental entre los consumidores sería recurrir a asociaciones como centros de madres, juntas de vecinos y organizaciones de trabajadores. Esto es muy importante, porque a través de una buena campaña de relaciones públicas, difusión y capacitación hacia estos sectores, que son muy dinámicos y participativos, se podría difundir en forma dinámica el trabajo que el sello ambiental está ya realizando.

#### 5. Conclusión final

Sería muy importante contar con fondos independientes para financiar a dos o tres personas que se concentraran en concretar y gestionar la creación de esta institución o fundación, y que finalmente pudieran hacer andar el sistema establecido.

Con respecto a cómo partir, a qué cantidad de productos abarcar, qué diversidad de ellos, acerca de la publicidad y del impacto, la velocidad que debiera tener este proceso, etc., la comisión consideró que la lentitud de este proceso no es una opción ni deseable ni caprichosa. Tampoco debe sacrificarse el sistema por ir muy rápido, ya que puede ponerse en peligro su credibilidad debido a su introducción violenta en el mercado.

Sin embargo, debido a la situación en que se está dando esto en Chile, se podría hacer con una agilidad suficiente al ser esta iniciativa independiente del aparato público; por lo tanto, podría contar con la experiencia previa de otros países y tener una dinámica distinta a la que podría tener un proceso que se generara a nivel de gobierno.

Es importante rescatar la experiencia, sobre todo en la definición de las normas, de otros países. Debe asimismo hacerse un monitoreo posterior a los productos seleccionados por el sello ambiental, que respalde y dé prestigio a la institución que otorga el sello y al sello mismo.

**Anexo**

**DISCURSOS DE APERTURA**



DISCURSO DEL SEÑOR LUIS ALVARADO, MINISTRO DE BIENES  
NACIONALES Y PRESIDENTE DE LA COMISION NACIONAL  
DE MEDIO AMBIENTE

Deseo felicitar a todos quienes han concurrido a este seminario, ya que con su presencia demuestran su interés en esta iniciativa cuya trascendencia, sin duda, quedará de manifiesto en el curso de este seminario.

Creo que Chile tiene la madurez suficiente para dar paso a una iniciativa de esta índole. Son tres las razones fundamentales que me han llevado a esta reflexión. En primer término, estimo que la ciudadanía ha tomado conciencia en forma seria y responsable de los problemas ambientales que afligen al país, y está comprometida en la búsqueda de fórmulas que le permita tomar parte en las acciones que se emprendan para mitigarlos o solucionarlos. Y, precisamente, el sello de reconocimiento ambiental, tal como está concebido, brinda una oportunidad clara a los ciudadanos para participar en forma directa en esta tarea, mediante el ejercicio de una prerrogativa que les es inalienable, vale decir, el derecho a elegir aquellos productos que sean ambientalmente adecuados para preservar las condiciones que el país requiere para su desarrollo.

En segundo lugar, los empresarios chilenos también se han hecho eco de esta situación, según lo demuestran las diversas iniciativas que han puesto en marcha y su participación en el Instituto Chileno de Reconocimiento Ambiental, por medio de los representantes de la Cámara Nacional de Comercio, la Sociedad Nacional de Agricultura y la Sociedad de Fomento Fabril. Las inversiones que muchas empresas públicas y privadas están haciendo en esta área dan muestra de la preocupación del empresariado chileno por los problemas ambientales.

La tercera consideración es que el Gobierno está empeñado en crear las condiciones necesarias para que haya una gestión ambientalmente adecuada. Prueba de ello es que se está trabajando con una política ambiental que tiene una orientación consistente; se ha propuesto una legislación adecuada; se han creado los mecanismos de coordinación necesarios para que las distintas entidades públicas puedan actuar concertadamente en el ámbito de la temática ambiental; y se está reforzando la capacidad fiscalizadora de los organismos pertinentes a nivel gubernamental.

De tal manera, si se toma en consideración que la ciudadanía, el empresariado y el Gobierno se han comprometido con las cuestiones ambientales, es razonable pensar que esta iniciativa caerá en un terreno maduro en el que podrá prosperar.

Por otra parte, es fundamental tener en cuenta que para el éxito de una acción como la que estamos emprendiendo se requiere del apoyo científico y técnico. Es por ello que es imprescindible convocar a los organismos públicos y privados, en especial a las universidades y los laboratorios, para que aporten su capacidad

técnica y contribuyan así en todo aquello que tiene que ver con la certificación de calidad de los productos que, eventualmente, opten por este etiquetado o sello de reconocimiento ambiental. Asimismo, para que este empeño llegue a feliz término es necesaria la participación activa de diversos organismos de la sociedad civil, como las organizaciones ciudadanas preocupadas de los temas ambientales, que están actuando en los distintos niveles de la sociedad y están llamados a jugar un papel muy importante en este esfuerzo.

Deseo enfatizar dos características fundamentales de esta iniciativa auspiciada por el Instituto Chileno de Reconocimiento Ambiental (ICRA). En primer término, su carácter gradual, ya que con ella no se pretende imponer medidas arbitrarias o discrecionales, sino aunar esfuerzos, voluntades y compromisos a fin de crear paulatinamente las condiciones necesarias para que adquiera legitimidad y credibilidad ante la sociedad, sin olvidar que el éxito de iniciativas como ésta depende, en gran medida, de la manera en que se la implanta en la sociedad. El segundo aspecto que cabe destacar es el carácter voluntario de esta iniciativa, en la que encontrarán expresión tanto el compromiso de distintas entidades colectivas como la voluntad individual de muchos, concretada mediante las acciones que lleve a cabo el Instituto Chileno de Reconocimiento Ambiental.

Puede decirse que este seminario tiene varias implicancias, ya que en él se hará la presentación formal de esta iniciativa cuyo proceso de gestación, que se prolongó por espacio de un año y medio, se llevó a cabo de manera cautelosa para evitar expectativas desmesuradas y dudas anticipadas. De igual forma, en este evento se hará la presentación formal del Instituto Chileno de Reconocimiento Ambiental (ICRA), que me honro en presidir no en mi carácter de Ministro Presidente de la Comisión Nacional de Medio Ambiente, sino como ciudadano comprometido con esta iniciativa.

Deseo agradecer a la CEPAL, que nuevamente nos acoge con su hospitalidad tradicional, el gran interés que ha manifestado por las acciones e iniciativas tendientes a crear conciencia respecto a los problemas del medio ambiente.

Hago extensivo mi agradecimiento a la Embajada de Canadá por su inestimable apoyo en la realización de este evento, y a la Fundación Friedrich Ebert, que una vez más ha dado muestras de su compromiso permanente con el medio ambiente y que está presente en este encuentro.

Junto con dar la bienvenida a todos los asistentes deseo manifestar el interés del ICRA por acoger todas aquellas ideas, reflexiones y sugerencias que contribuyan al éxito de esta iniciativa tan importante para Chile.

DISCURSO DEL SEÑOR GERT ROSENTHAL,  
SECRETARIO EJECUTIVO DE LA CEPAL

Seré sumamente breve ya que ustedes tienen una larga jornada de trabajo por delante. Deseo manifestar, en primer lugar, lo grato que es para nosotros estar rodeado de tantos amigos como Luis Alvarado, Ministro de Bienes Nacionales; Michael Mace, Embajador de Canadá; los colegas de la Fundación Friedrich Ebert, con los cuales nos hemos asociado anteriormente en muchas empresas; los miembros de la Comisión Nacional del Medio Ambiente; y todos ustedes, a quienes los une el interés por el desarrollo ambiental. Y, en segundo lugar, deseo señalar que nos complace que se haga uso de nuestras instalaciones para analizar un tema de tanto interés. Esta institución suele ocuparse de los macroproblemas y con frecuencia se habla de la incorporación del medio ambiente al desarrollo. No obstante, a veces se pierde de vista que los macroproblemas tienden hacia iniciativas muy completas que no son sino la sumatoria de muchísimas iniciativas concretas, que le dan contenido real a una política ambientalmente sustentable de desarrollo. La idea del sello del reconocimiento ambiental indudablemente es una de esas iniciativas.

Creo que es una idea que abarca muchos aspectos: la participación, la educación ciudadana y la concientización, que trasciende el ámbito chileno. Esta experiencia que ustedes están iniciando ahora será vista con mucho interés por el resto de los países de la región. Quisiéramos seguir de cerca esta iniciativa para poder posteriormente divulgarla a otros países de América Latina y el Caribe.

Por todo ello me da mucho gusto darles la bienvenida a esta Casa, que es la de ustedes y, junto con desearles mucho éxito en las deliberaciones, nos ponemos a sus órdenes para que aquellos que vienen de fuera de Chile tengan una estadía no sólo fructífera sino grata.

DISCURSO DEL SEÑOR MICHAEL T. MACE, EMBAJADOR DE CANADA

Señor Ministro de Bienes Nacionales, don Luis Alvarado; señor Secretario Ejecutivo de la CEPAL, don Gert Rosenthal; distinguidos delegados; señoras y señores:

Es un placer para mí estar presente en la inauguración de este importante seminario. Asimismo, me complace que la Embajada de Canadá, por intermedio del Fondo Canadá para Iniciativas Locales, haya podido ayudar en una forma tangible a la promoción del diálogo y, tal vez, al debate sobre cómo identificar y marcar bienes y productos que sean inocuos para el medio ambiente o que tengan un impacto positivo sobre la calidad de nuestro entorno.

El medio ambiente ha sido considerado el tema central del decenio de los 90. Creo que nuestra preocupación por este tema se extenderá bien pasada esta década. En el mundo desarrollado se han cometido muchos errores cuyas consecuencias no se corregirán del día a la mañana, ni siquiera en los próximos ocho años. Pero tenemos que empezar la tarea no sólo en nuestro propio interés sino, lo que es más importante aún, por el bien de las generaciones futuras. Ahora que nos estamos preparando para la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo es oportuno aprovechar este impulso y utilizar el aumento de nuestro conocimiento sobre los riesgos que enfrentamos, para establecer un compromiso sólido y duradero por un planeta más limpio y por que todos nuestros pueblos alcancen un desarrollo sostenible y racional.

Los canadienses estamos decididos a desempeñar un papel fundamental para enfrentar los desafíos ambientales y de desarrollo que nos esperan. Nos preocupamos por salvaguardar la salud de nuestro planeta; estamos tomando medidas para conservar nuestra herencia natural y estamos dedicados a encontrar soluciones para servir los intereses de todos nuestros ciudadanos.

Las nuevas propuestas constitucionales federales sugieren que en cualquier nueva constitución canadiense que se promulgue, deberá existir una cláusula que hable de nuestros valores compartidos e incluso de la obligación de responsabilizarse de la preservación y protección del medio ambiente. Nos proponemos respaldar nuestras palabras con acciones. El Plan Verde de Canadá es un amplio plan de acción con un presupuesto de 3 000 millones de dólares, que expresa el compromiso del Gobierno de trabajar en conjunto con los canadienses para administrar nuestros recursos en forma prudente y sensibilizar la toma de decisiones en lo concerniente a la problemática del medio ambiente. Este compromiso tiene implicancias tanto nacionales como internacionales. Sabemos muy bien que al tratar problemas ambientales tales como la calidad del aire, el mar o la contaminación de las aguas, las fronteras no son una protección.

Durante las últimas dos semanas, he asistido a tres importantes conferencias o seminarios en los cuales el medio ambiente ha sido el tema central de discusión. Durante el vigésimo cuarto período de sesiones de la CEPAL hemos confirmado que esta importante institución regional tiene un papel esencial que desempeñar en el seguimiento de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo. La semana pasada la OEA (Organización de Estados Americanos) efectuó una reunión de dos días en Santiago para examinar los nexos entre el comercio y el medio ambiente, particularmente sobre cómo los problemas ambientales deberían ser manejados mientras tratamos de eliminar las trabas comerciales y promover relaciones comerciales más libres. Ustedes van a estudiar lo que debería ser nuestro enfoque sobre el sello de reconocimiento ambiental --un tema fascinante que tiene que ser examinado seriamente si queremos evitar su potencial para el engaño en búsqueda de una rápida ganancia comercial. Me

parece que un símbolo apropiado es esencial si queremos ayudar a los consumidores a tomar, en el mercado, aquellas decisiones que sean racionales y adecuadas para el medio ambiente. Al mismo tiempo, los consumidores deben tener confianza en que cada producto que lleve el sello autorizado de aprobación ha podido demostrar que su uso tendrá un efecto real en mejorar la calidad de nuestro medio ambiente.

A medida que se acerca la Cumbre de Río, se me ha hecho muy claro que recién hemos comenzado a examinar la miríada de complicados temas relacionados con la protección de nuestro ambiente. Aún existe mucha confusión; es necesario hacer muchas investigaciones y estudios.

El Canadá cree que tenemos una responsabilidad compartida para proteger nuestro medio ambiente. Todos los países tienen que trabajar juntos para asegurar, en el futuro, un planeta más limpio y menos peligroso. Este es un enorme desafío. Nuestra labor no terminará nunca completamente. Al mismo tiempo creemos, como nunca antes, que nosotros, en ésta década, tenemos una oportunidad sin precedentes para la colaboración internacional. Antiguas divisiones se están desvaneciendo, existe un nuevo espíritu de comunidad global. Una cosa es cierta: solamente al trabajar con un ánimo de cooperación sobre este desafío global podemos tener la esperanza de vivir en un medio ambiente sano y próspero que perdurará para las generaciones venideras.

DISCURSO DEL SEÑOR ELMAR RÖMPCZYK, REPRESENTANTE  
DE LA FUNDACION FRIEDRICH EBERT

Cabe preguntarse, ¿es necesario el sello ambiental para Chile? La respuesta es sí, es indispensable.

La introducción de un sello ambiental en Chile en el año 1992, difiere de la experiencia alemana, cuando se introdujo este instrumento durante el primer auge del consumismo que vivió esa sociedad en pleno proceso de reconstrucción después de la Segunda Guerra Mundial.

El sello, al igual que cualquier otra medida para combatir el empeoramiento de la relación sociedad-naturaleza, es de suyo un instrumento político.

El sello ambiental debe orientarse hacia el fortalecimiento de equilibrios como producción de productos con un insumo mínimo de energía, y producción de pocas o ninguna sustancia química no-degradable con un mínimo consumo de agua. Por lo tanto, no debe sorprender que la introducción del sello provoque conflictos entre diferentes agentes y grupos de poder de la sociedad.

En cuanto a su importancia técnica/instrumental, el sello es un instrumento de protección del consumidor, puesto que brinda una

mayor transparencia en lo relativo a la composición del producto que lo lleva (por ejemplo, aceite comestible, pinturas con o sin diluyentes); es un instrumento para exigir una mejora en la calidad del producto (papel de oficina menos blanco y con alto porcentaje de reciclado, o salamandras tipo escandinavo con menor consumo de energía primaria [leña] y con mayor eficiencia en la transformación de energía útil); y, por último, el sello es un instrumento para exigir la incorporación de las externalidades a los costos de la producción (hasta el momento, gran parte de los costos de producción de productos químicos es traspasada a la sociedad --lo llamamos contaminación-- mientras las ganancias las percibe sólo el productor).

En lo tocante a su importancia ecológica, deseo señalar que la valorización de las externalidades apunta directamente hacia la protección del entorno social y natural o medio ambiente, porque está dirigido hacia la utilización más eficiente de los insumos generales (atmósfera, agua/desagüe, ruidos e insumos específicos: energía, transporte, etc.).

Entiendo por medio ambiente un proceso dinámico orientado hacia un nuevo equilibrio entre la sociedad y su espacio natural. Bajo ningún aspecto el medio ambiente es algo que esté al servicio sólo del hombre. Esta posición es completamente errónea, si bien está muy difundida tanto en el mundo comercial como en el político. En el caso de Chile, vale citar como ejemplo vivo el caso de una fábrica de zapatos para ver hasta qué grado la falta de conocimiento de lo asuntos ecológicos lleva a confusión. En una carta a la Casa de la Paz esta empresa contesta a la pregunta de por qué llama a su producto 'ecológico' y qué entiende entonces por 'ecológico', diciendo que "la ecología es antropocéntrica: para comprenderla cabalmente hay que interpretarla en función del hombre y a su servicio". Por cierto, la carta es del 24 de marzo de este año, no del siglo pasado.

El sello tiene una importancia de orden político. No funciona por sí solo, ya que necesita una estructura/infraestructura. También necesita financiamiento independiente. Dicha estructura puede consistir en el sistema de competencia abierta entre productores; puede ser el llamado mercado libre. Pero sabemos que no existe un mercado de libre competencia para la calidad de los productos. En el caso de Chile existe más bien una alianza entre los canales de televisión, los diarios nacionales y los semanarios; fuerte cabildeo empresarial; y una política financiera que favorece la estabilidad del gran capital nacional y extranjero (por algo el Fondo Monetario Internacional llama a Chile 'un modelo'). Toda esta estructura está encaminada a persuadir al consumidor de que compre el producto más publicitado, que no necesariamente es el mejor.

En Chile se dio un caso en el Canal 4. El 22 de abril recién pasado el canal presentó el programa "Aún es tiempo", en el que durante una hora y cuarto se conversó sobre la situación del medio ambiente. Me di el tiempo para verlo y me encontré con una

distorsión de una conversación seria sobre el medio ambiente, aun cuando los participantes eran expertos destacados.

Entonces, ¿qué fue lo que pasó? Fuimos testigos de un excelente ensayo del arte del embalaje, en el que no importaba el contenido; fue sólo un espectáculo. El estudio estaba adornado con plantas verdes y el fondo estaba pintado como un cielo despejado de verano. A cada rato se transmitían avisos comerciales de productos de empresas transnacionales con un toque ecológico como, por ejemplo, ESSO con su tigre saltando 'por una naturaleza encantadora'. No obstante, es de todos sabido que la bencina es un hidrocarburo que representa una de las amenazas más serias para nuestro clima, la capa de ozono y la salud.

No hay un mercado para el control de la calidad, sino estrategias de persuasión, que se valen de todo tipo de medios y técnica duras y blandas (sicología). Una vez que el sello sea una realidad, los programas informativos como el señalado deberán recibir una tarjeta roja, y no verde.

Son indispensables por lo menos dos elementos para controlar la aplicación del sello ambiental. El primero de ellos son instalaciones físicas para el control de la calidad, vale decir, control de la propaganda comercial del productor: en Chile se ve, por ejemplo, el slogan de 'calzados ecológicos'. ¿Qué es un calzado ecológico? ¿Puede existir?. Hay que controlarlo. El segundo lo comprenden la sociedad misma, un alto grado de conciencia en la gente, y ONGs que articulen la sensibilidad social, a fin de aumentar cada día más la presión política sobre los legisladores y los productores, para que el control de calidad sea efectivo.

Todos los temas ambientales y, sobre todo, la política del medio ambiente tienen hoy un carácter transnacional, y el tema del sello ambiental no es la excepción. Para que la puesta en práctica del sello tenga éxito debe haber una interrelación con sistemas parecidos en países vecinos o transcontinentales. El establecimiento de una 'red de sellos' es contemplado como un segundo objetivo que hay que alcanzar.

En este contexto el sello debe contribuir también a la prevención de lo que hoy conocemos como eco-dumping y 'turismo de basuras' que, vistos así, son una manera de evitar los controles de la compatibilidad con el medio ambiente en los respectivos países de origen.