

Etiquetado Ecológico en América Latina:

desafíos y oportunidades para el
Consumo Responsable



**Etiquetado ecológico en América Latina:
Desafíos y oportunidades para el consumo responsable.**

Coordinación:

Juan Trimboli
presidencia@consumoyaccion.org

Autora:

Marcela Godoy San Martín.

Fundación Ciudadana por un Consumo Responsable.



ConsumoyAccion.org



ConsumoyAccion



ConsumoyCiudadania.org

Uso y reproducción:

Esta publicación puede ser citada, compartida y utilizada con fines educativos, informativos y no comerciales, siempre que se reconozca adecuadamente la fuente y autoría.

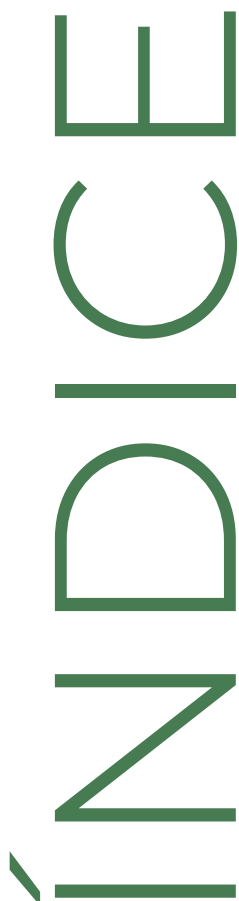
Cómo citar este informe:

Godoy San Martín, M. (2026). *Etiquetado ecológico en América Latina: Desafíos y oportunidades para el consumo responsable*. Fundación Ciudadana por un Consumo Responsable.

El presente trabajo fue posible gracias a la cooperación de la Fundación FACUA para la Cooperación Internacional y el Consumo Sostenible, y de Iberian Retail Parks, S.L., ambas de España.

Imagen de portada cortesía de FreePik.
Mayo 2026.

Índice



1. Resumen ejecutivo.

2. Introducción.

2.1. Contexto del estudio.

2.2. Justificación.

2.3. Objetivos.

2.4. Alcance y limitaciones.

3. Marco conceptual y normativo.

3.1. La Declaración Ambiental como marco integrador.

3.2. ¿Qué es el Ecoetiquetado?

3.3. Diferencia entre Ecoetiquetas y Etiquetas Ecológicas.

3.4. Tipos de declaraciones ambientales según la familia de normas ISO 14020.

3.5. Actualización de la norma ISO 14020.

3.6. El Ecoetiquetado como herramienta estratégica de Sostenibilidad.

3.7. Relación del ecoetiquetado con el ODS 12.

3.8. Contexto internacional de iniciativas de etiquetado ecológico y ecoetiquetado.

3.9. El rol de Ecoetiquetado frente al Greenwashing.

4. Metodología

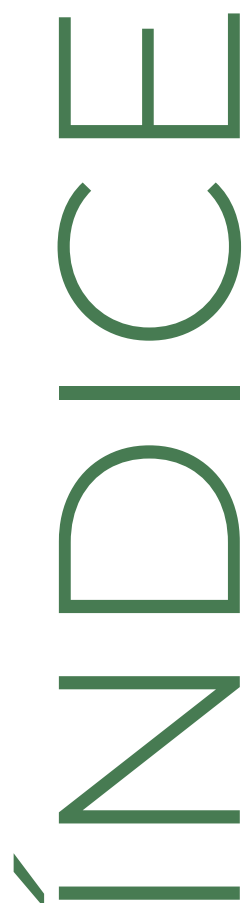
4.1. Diseño de la investigación.

4.2. Fuentes de información.

4.3. Instrumentos de recolección de datos.

4.4. Procedimiento de análisis.

Índice



5. Análisis de resultados

5.1. Panorama general en América Latina.

- Costa Rica
- Brasil
- México
- Ecuador
- Colombia
- Perú
- Chile

5.2. ¿En qué sectores productivos encontramos las declaraciones ambientales?.

6. Barreras, desafíos y oportunidades

7. Conclusiones.

8. Recomendaciones.

9. Voces de la Sostenibilidad. Panel de Especialistas Consultados.

10. Glosario de términos.

11. Referencias bibliográficas.

1. RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio ofrece una aproximación exploratoria sobre el estado actual de las declaraciones ambientales en América Latina, explorando cómo estas herramientas de información influyen en los sectores productivos y en las decisiones de compra de la ciudadanía.

A través de una revisión documental exhaustiva y la consulta a especialistas destacados/as de la región, la investigación identifica la realidad actual de un mercado fragmentado que enfrenta una crisis de confianza.

Fundamentos: El lenguaje de la Norma ISO y las etiquetas de impacto único.

Para comprender el panorama actual, es imperativo distinguir entre las diversas herramientas de comunicación ambiental reguladas por la familia de normas ISO 14020. La investigación establece la diferencia crítica entre:

- **Etiquetas Ecológicas (Tipo I):** Certificaciones multicriterio verificadas por terceros que avalan el desempeño ambiental de un producto en todo su ciclo de vida.
- **Autodeclaraciones (Tipo II):** Afirmaciones ambientales realizadas por el propio fabricante (como "biodegradable" o "reciclable"), que carecen de validación externa obligatoria.
- **Declaraciones Ambientales de Producto o DAPs (Tipo III):** Informes técnicos basados en el Análisis de Ciclo de Vida (ACV), destinados principalmente a la comunicación entre empresas (B2B).
- **Etiquetas de Impacto Único:** Sellos que, a diferencia de las Tipo I, se centran en un solo atributo ambiental o ético específico (como eficiencia energética, bienestar animal o certificación orgánica). Al contar con verificación de terceros, estas se posicionan como las herramientas más confiables y fáciles de comprender para las personas consumidoras en el mercado masivo.

Esta base normativa es la que permite diferenciar el ecoetiquetado profesional y estandarizado de la simple publicidad ambiental, sentando las reglas para evitar el engaño al consumidor.

Alcance Regional: Siete Países como Referentes.

La investigación analiza la realidad de siete mercados clave que lideran la agenda de sostenibilidad en Latinoamérica: **Costa Rica, Brasil, México, Ecuador, Colombia, Perú y Chile**. Estos países fueron seleccionados estratégicamente por ser los más activos en la materia y por la factibilidad de acceder a testimonios directos de los y las especialistas que lideran sus políticas nacionales. El estudio revela dos grandes trayectorias regionales: el esfuerzo de integración a través de la **Alianza Ambiental de América (AAA)**, que busca un estándar de ecoetiquetado armonizado, y el modelo de **Chile**, que ha optado por una vía independiente centrada en las **etiquetas ecológicas de impacto único** y herramientas específicas para sectores de exportación.

El Mercado Dividido: Dos motores, dos lenguajes.

El hallazgo central de esta investigación revela que el ecosistema de etiquetado ecológico y ecoetiquetado en la región opera bajo una lógica de "mercado dividido":

- **El motor de la Compra Pública:** En sectores como la construcción y el papel, predominan las ecoetiquetas (Tipo I) y las **Declaraciones Ambientales de Productos** (DAPs, Tipo III). Estas herramientas funcionan como un lenguaje técnico y verificado, exigido principalmente por el Estado en procesos de licitación.
- **El motor del Mercado Masivo:** En el retail y consumo masivo, predominan las **etiquetas ecológicas de impacto único** y las **auto-declaraciones** del fabricante (Tipo II). Aquí, la comunicación es más directa pero también más vulnerable a la desconfianza ciudadana debido al fenómeno del greenwashing.

Desafíos Críticos y Barreras de Implementación.

La investigación identifica obstáculos estructurales que limitan la masificación de un consumo verdaderamente responsable:

- **Costos y Tiempos Excluyentes:** Obtener una ecoetiqueta técnica es un proceso que puede superar el año de trámites y conlleva altos costos, lo que excluye sistemáticamente a las PYMES.
- **Crisis de Credibilidad:** La proliferación de mensajes ambientales vagos y no verificados ha generado un escepticismo generalizado en la ciudadanía, dificultando que las empresas honestas se diferencien en el mercado.
- **Déficit de Infraestructura:** La validez de cualquier sello ambiental depende de la capacidad del país para gestionar residuos o energía; sin esta infraestructura, las declaraciones corren el riesgo de ser promesas vacías.

Síntesis Estratégica: Oportunidades para el Cambio.

El éxito de las declaraciones ambientales en la región no vendrá solo de la creación de nuevas etiquetas ecológicas, sino de transformar la información técnica en confianza ciudadana. De esta investigación se desprenden las siguientes conclusiones y oportunidades clave:

- **Recuperar la confianza mediante la verificación:** La mayor oportunidad para combatir el greenwashing es el fortalecimiento de la verificación de terceros. Solo la información validada puede romper el escepticismo de la ciudadanía y premiar a las organizaciones que realmente cumplen con altos estándares.
- **Armonización Regional (AAA):** La Alianza Ambiental de América es la herramienta estratégica para simplificar el comercio sostenible. Representa la oportunidad de crear un lenguaje común que reduzca la burocracia y los costos para las empresas exportadoras latinoamericanas.
- **Digitalización y Pasaporte Digital:** El uso de tecnologías como el Pasaporte Digital de Productos es el puente necesario para que la información deje de ser un "misterio" técnico. Al escanear un código, las personas consumidoras ejercen su derecho al conocimiento veraz de forma instantánea.
- **De la voluntad a la Política de Estado:** La conclusión más relevante es que el ecoetiquetado debe ser una política pública transversal y multisectorial. Esto implica capacitar a las empresas para que lo vean como una ventaja competitiva, educar al sector público para integrarlo en sus compras y alfabetizar a la ciudadanía para un consumo responsable.



2. INTRODUCCIÓN

2.1. CONTEXTO DEL ESTUDIO

El Ecoetiquetado es una herramienta voluntaria de comunicación sostenible que identifica productos o servicios con un mejor desempeño ambiental dentro de su categoría, a partir de criterios definidos y verificados por una tercera parte independiente. Su propósito es informar de manera clara, confiable y comprobable sobre atributos ambientales relevantes, permitiendo a las personas consumidoras tomar decisiones de compra más conscientes, y al mismo tiempo incentivar a las empresas a mejorar sus prácticas productivas (Red Pacto Global Chile, 2021).

En un contexto global marcado por el cambio climático, la pérdida de biodiversidad y la urgencia de transitar hacia economías más circulares y regenerativas, el ecoetiquetado se posiciona como un puente entre la producción responsable y el consumo informado, y como una herramienta estratégica para fortalecer la transparencia en los mercados.

2.2 JUSTIFICACIÓN

En América Latina, distintos países han impulsado programas nacionales de ecoetiquetado y adoptado estándares voluntarios en sectores como la agricultura, el turismo, los productos forestales y el textil. Sin embargo, la región aún carece de una línea base consolidada que permita comprender de manera sistemática el estado actual del ecoetiquetado, sus desafíos y su potencial como instrumento de política pública, control del greenwashing y transformación productiva.

La pertinencia de este estudio se fundamenta en cuatro ejes estratégicos:

- 1. Permite visibilizar y fortalecer las iniciativas existentes.** Un análisis regional ayuda a identificar y conectar programas que actualmente operan de forma aislada, fomentando la colaboración y la articulación para potenciar su impacto colectivo.
- 2. Ayuda a identificar las barreras transversales.** Permite diagnosticar con mayor claridad los obstáculos normativos, técnicos y culturales que dificultan la masificación de sistemas de ecoetiquetado fiables y accesibles.
- 3. Contribuye directamente a los compromisos de la Agenda 2030.** El ecoetiquetado es una herramienta práctica para avanzar en la meta 12.8 del Objetivo de Desarrollo Sostenible 12, que busca “asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza” (Naciones Unidas, 2015).
- 4. Fortalece la transparencia y combate el greenwashing.** En un mercado donde la confianza es clave, las ecoetiquetas certificadas por terceros independientes actúan como un mecanismo de verificación fundamental para proteger al consumidor de la publicidad engañosa y asegurar la credibilidad de las declaraciones ambientales (Red Pacto Global Chile, 2021).

2.3 OBJETIVOS

Objetivo General:

Analizar el estado de las Etiquetas Ecológicas y Ecoetiquetado en América Latina para impulsar el consumo y la producción responsables en la región.

Objetivos específicos:

1. Definir y comprender qué son las ecoetiquetas, identificando sus características, tipos, criterios generales de evaluación según normativas internacionales y su rol como herramienta para combatir el greenwashing.
2. Caracterizar el estado actual de las etiquetas ecológicas y ecoetiquetado en América Latina, identificando sus principales iniciativas, regulaciones y sectores de aplicación.
3. Analizar los principales desafíos, oportunidades y barreras que enfrentan las organizaciones en la implementación efectiva del ecoetiquetado en la región.
4. Proponer recomendaciones estratégicas para fortalecer la implementación del ecoetiquetado en la región.

2.4 ALCANCES Y LIMITES

Este estudio propone una **aproximación exploratoria** para establecer una base de conocimiento común sobre el estado del ecoetiquetado en la región. A través de un análisis documental y entrevistas a actores clave, se busca identificar las características, regulaciones y tipos de etiquetas presentes, mapear sectores donde su implementación ha sido más efectiva, y examinar barreras, oportunidades y buenas prácticas existentes. Este enfoque no solo permitirá dimensionar los avances actuales, sino también entregar recomendaciones estratégicas para fortalecer su adopción, articulación regional y potencial de transformación hacia patrones de producción y consumo más sostenibles.

Este estudio tiene un enfoque **cualitativo y exploratorio**. Se basa en una revisión documental de fuentes oficiales, académicas y técnicas disponibles en línea, así como en entrevistas semiestructuradas con actores clave vinculados al ecosistema del ecoetiquetado en la región. No se propone realizar un mapeo exhaustivo ni un análisis comparativo de todos los países de América Latina, sino ofrecer una fotografía inicial y representativa que funcione como línea base. Este diagnóstico busca orientar futuras investigaciones, diseñar políticas públicas más eficaces y apoyar la toma de decisiones de organizaciones públicas, privadas y de la sociedad civil interesadas en fortalecer el consumo responsable.

3. MARCO CONCEPTUAL Y NORMATIVO

En un contexto marcado por la crisis climática, la pérdida de biodiversidad y la urgencia de transformar los patrones de producción y consumo, **la información ambiental confiable se ha vuelto un bien público estratégico**. El ecoetiquetado emerge como una de las herramientas más concretas para hacerla efectiva. A través de criterios verificados por terceros independientes, **permite distinguir los productos que realmente cumplen estándares ambientales de aquellos que solo los aparentan**.

Su alcance, sin embargo, va más allá del punto de venta. Al establecer requisitos técnicos exigibles, el ecoetiquetado incide en cómo las empresas diseñan sus procesos, en cómo los estados articulan sus políticas de compras públicas y en cómo la ciudadanía ejerce su derecho a decidir con información real. En ese sentido, **más allá de un símbolo, es un mecanismo de gobernanza ambiental que opera simultáneamente en el mercado, en la regulación y en la cultura del consumo**.

Y al hacerlo, estas herramientas se alinean de manera directa con el **Objetivo de Desarrollo Sostenible 12: Producción y Consumo Responsables**, especialmente con su meta 12.8, que busca:



Asegurar que todas las personas dispongan de la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y estilos de vida en armonía con la naturaleza

Esta meta reconoce que no puede haber decisiones responsables si no existen mecanismos efectivos para informar y educar en sostenibilidad. El ecoetiquetado, en este sentido, no es solo un canal de comunicación, sino un componente esencial de una ciudadanía empoderada y una economía transparente.

El presente apartado desarrolla los fundamentos conceptuales y normativos que sustentan el ecoetiquetado como herramienta estratégica para el consumo y la producción sostenibles. Se abordan sus definiciones, diferencias respecto a otras formas de comunicación ambiental, los tipos de declaraciones reguladas por la familia de normas ISO 14020, y su relación con la agenda global de sostenibilidad. Asimismo, se analiza su rol frente al fenómeno del greenwashing, con el objetivo de establecer una base técnica común que facilite la interpretación de los hallazgos del estudio.

3.1 LA DECLARACIÓN AMBIENTAL COMO MARCO INTEGRADOR

Para efectos de este estudio, se establece que el concepto matriz es la **Declaración Ambiental**. Según la normativa internacional (**ISO 14020**), este término funciona como un "paraguas" conceptual que engloba cualquier comunicación, símbolo o gráfico que indique los aspectos ambientales de un producto o servicio, ya sea en su envase, literatura técnica o publicidad.

Esta definición es fundamental porque **permite integrar bajo un mismo marco técnico todas las herramientas de comunicación ambiental**, independientemente de si son certificadas por terceros o autodeclaradas por el fabricante.

3.2 ¿QUÉ ES EL ECOETIQUETADO?

El ecoetiquetado es una **herramienta voluntaria de comunicación ambiental** que permite **identificar productos o servicios con un menor impacto ambiental a lo largo de su ciclo de vida**. A través de símbolos, sellos o etiquetas verificables, busca orientar a las personas consumidoras hacia decisiones de compra más sostenibles y, al mismo tiempo, incentivar a las empresas a mejorar sus procesos productivos (Red Pacto Global Chile, 2021).

Más allá de su formato gráfico o simbólico, el ecoetiquetado es una herramienta técnica, económica y política que contribuye a transformar los patrones de consumo y producción. Su valor radica en la credibilidad: una ecoetiqueta confiable se basa en criterios ambientales objetivos, utiliza metodologías estandarizadas (incluyendo el enfoque de ciclo de vida) y requiere verificación por parte de un tercero independiente. Esto la diferencia de otras formas de etiquetado ambiental más laxas, subjetivas o autorreferentes.

Desde el punto de vista normativo, el ecoetiquetado está definido por la norma internacional **ISO 14024**, que establece principios y procedimientos para los sistemas de tipo I: programas voluntarios, basados en múltiples criterios, con evaluación de ciclo de vida y selección preferencial de productos que tienen un mejor desempeño ambiental dentro de su categoría. Este estándar ha sido la base para la mayoría de los programas nacionales e institucionales en el mundo.

En contextos donde el **greenwashing** se ha vuelto común, (la práctica de aparentar sostenibilidad sin evidencia real), las ecoetiquetas tipo I actúan como filtros de confianza. Permiten distinguir entre marketing superficial y compromiso ambiental verificable, fortaleciendo así los derechos de las personas consumidoras a información clara, precisa y útil para sus decisiones.

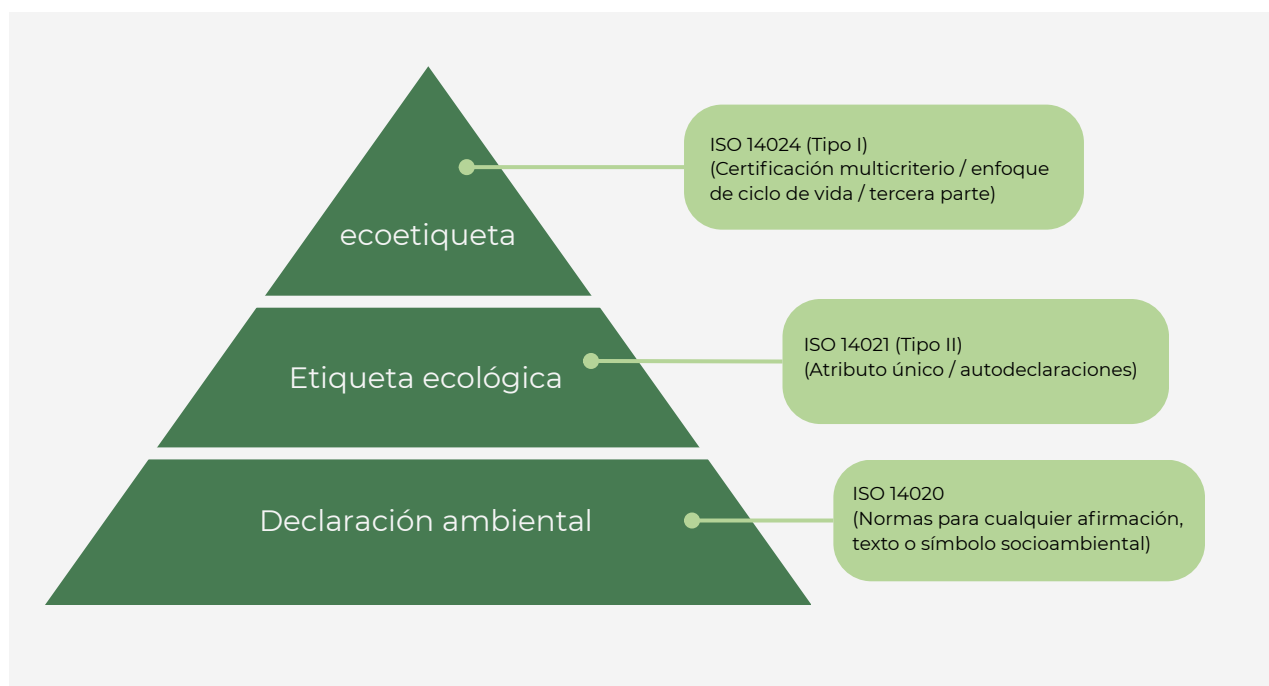
3.3 DIFERENCIA ENTRE ECOETIQUETAS Y ETIQUETAS ECOLÓGICAS

Aunque en algunos contextos los términos se usan indistintamente, existe una diferencia técnica y sustantiva entre **Ecoetiquetas y Etiquetas Ecológicas** (ISO 14020:2022):

- **Ecoetiquetas (Ecolabels).** Se refiere a los esquemas de Tipo I (ISO 14024). Son certificaciones **multicriterio** que analizan el **ciclo de vida completo del producto** (desde la materia prima hasta su descarte). Su principal característica es que son otorgadas por un **organismo independiente** tras un proceso riguroso de auditoría científica. Ejemplos referentes a nivel mundial son el **Blue Angel** (Alemania) o la **EU Ecolabel** (Unión Europea).
- **Etiquetas ecológicas (Environmental labels).** Es un concepto paraguas o más amplio que abarca **toda forma de comunicación ambiental en un producto**. No obstante, para efectos de este reporte, es vital diferenciar dos subcategorías dentro de este grupo:
 - **Sellos de impacto único verificados por terceros:** Son distintivos globales que se enfocan en un solo atributo específico (ambiental o ético), pero que cuentan con la **validación de una organización externa**. A nivel internacional destacan sellos como **ENERGY STAR** (eficiencia energética), **Fairtrade** (comercio justo) o **Leaping Bunny** (bienestar animal). En el contexto regional, esta categoría es liderada por iniciativas como el sello **"Te Protejo"** o el sello **"Elijo Reciclar"** en Chile, los cuales, aunque no son multicriterio, gozan de alta confianza ciudadana debido a la verificación de un tercero.
 - **Autodeclaraciones ambientales (Tipo II - ISO 14021):** Son mensajes, símbolos o gráficos creados por el propio fabricante, importador o distribuidor **sin certificación externa obligatoria**. Incluyen frases como "100% natural", "amigable con el medio ambiente" o el simple uso de iconografía o del color verde sin respaldo técnico. Al ser autorreferentes, son las que presentan el mayor riesgo de greenwashing o confusión para la ciudadanía.

Esta relación de jerarquía se ilustra en la siguiente figura:

Fig.1: Jerarquía de la comunicación ambiental y niveles de certificación.



Fuente: Elaboración propia basada en normativa ISO 14020 e ISO 14024.

Muchas etiquetas “verdes” que circulan en el mercado en realidad carecen de sustento riguroso, lo que **debilita la confianza en los sistemas de etiquetado** y facilita prácticas de engaño ambiental (greenwashing) (Futerra, 2008; Red Pacto Global Chile, 2021). De ahí la necesidad de promover un uso normativo y estricto del concepto de ecoetiquetado, tal como lo establece la norma ISO actualizada (ISO, 2022), ya que:



Toda Ecoetiqueta es una Etiqueta Ecológica, pero no toda Etiqueta Ecológica es una Ecoetiqueta.



El término Ecoetiqueta se asocia más con sistemas regulados, confiables y vinculados a certificaciones verificables (UNEP, 2017).



El uso indistinto de estos términos puede generar confusión y es una puerta abierta al greenwashing si no se aclara adecuadamente (Futerra, 2015).

Esta diversidad de mensajes ambientales ha llevado a la necesidad de clasificar las distintas formas de comunicación ambiental. Razón por la cual la Organización Internacional de Normalización (ISO) ha desarrollado una tipología específica que distingue entre ecoetiquetas certificadas, autodeclaraciones y declaraciones cuantificadas basadas en ciclo de vida. Estas categorías se conocen como **declaraciones ambientales Tipo I, II y III**, y constituyen el marco técnico que regula actualmente el uso responsable de la información ambiental en productos (ISO, 2016; ISO, 2022). En la siguiente sección se presentan sus principales características.

3.4. TIPOS DE DECLARACIONES AMBIENTALES SEGÚN LA FAMILIA DE NORMAS ISO 14020

La Organización Internacional de Normalización (ISO) ha establecido un marco robusto para clasificar las etiquetas y declaraciones ambientales a través de la serie **ISO 14020**. El objetivo primordial de estas normas es promover la transparencia, asegurar que la comunicación se base en metodologías científicas y reducir el riesgo de greenwashing en el mercado global.

Tradicionalmente, la serie ISO reconoce tres categorías numeradas (Tipo I, II y III). Sin embargo, ante la evolución del mercado y las exigencias de los consumidores, es necesario integrar técnicamente una categoría híbrida que ha cobrado máxima relevancia: los sellos de atributo único verificados.

Etiquetas Tipo I (ISO 14024 - Ecoetiquetas)

Son programas voluntarios, multicriterio y con certificación de tercera parte. Se consideran el nivel más exigente, ya que analizan el impacto ambiental a lo largo de todo el ciclo de vida del producto (desde la extracción de materias primas hasta su disposición final). Son otorgadas por un organismo independiente que audita y certifica que el producto es ambientalmente preferible dentro de su categoría.

Ejemplos: Blue Angel (Alemania), EU Ecolabel (Unión Europea), Sello Ambiental Colombiano (SAC).



Imagen. Sello Blue Angel en un producto textil.

Etiquetas Tipo II (ISO 14021 - Autodeclaraciones ambientales)

Consisten en afirmaciones, símbolos o gráficos realizados por el propio fabricante, importador o distribuidor sobre un atributo específico (ej. "compostable", "reciclable", "natural"). Su característica técnica definitoria es que son **autodeclaraciones**, lo que significa que **no requieren una certificación de tercera parte obligatoria**. Aunque la norma exige que sean precisas y verificables, al carecer de auditoría externa independiente, son las que presentan globalmente el mayor riesgo de desconfianza ciudadana.



Imagen. Símbolos utilizados sin verificación, que suelen verse en productos

Estas declaraciones pueden adoptar diferentes formas: texto en el envase, símbolos gráficos o incluso **etiquetas impresas en los productos**. Sin embargo, **no constituyen ecoetiquetas en sentido técnico**, ni deben considerarse etiquetas ecológicas certificadas. Su presencia visual no garantiza que hayan sido validadas bajo estándares normativos o con evaluación externa. Por el contrario, este tipo de declaraciones **presenta un alto riesgo de greenwashing**, especialmente cuando apelan a términos vagos o no definidos por norma alguna (Red Pacto Global Chile, 2021; Futerra, 2008).

Por esta razón, la norma ISO 14020:2022 insiste en que las organizaciones deben utilizar estos recursos comunicacionales con extrema cautela, asegurando su veracidad, relevancia y trazabilidad (ISO, 2022). Si bien muchas autodeclaraciones Tipo II se manifiestan en forma de etiquetas visibles, **no deben presentarse ni interpretarse como equivalentes a una ecoetiqueta certificada**.

Etiquetas Tipo III (ISO 14025 - Declaraciones Ambientales de Producto - DAP)



Imagen. Informe de una DAP sectorialauditada por AENOR.

Son perfiles ambientales cuantificados que presentan datos técnicos sobre el impacto del **ciclo de vida de un producto** (como su huella de carbono o hídrica). No establecen si un producto es "mejor" que otro, sino que ofrecen la **información de manera neutral y verificada** por expertos para que, principalmente en mercados industriales (B2B), se puedan realizar comparaciones objetivas.

Se basan en análisis de ciclo de vida cuantificado, estructurados bajo reglas de categoría de producto (PCR), y presentan datos comparables verificados por terceros (ISO, 2006). No otorgan certificación, sino que informan métricas estandarizadas (como kg CO₂ eq, MJ, m³ de agua) útiles para compras públicas, análisis técnico o decisiones empresariales (Red Pacto Global Chile, 2021).

Sellos de Atributo Único Verificados (Categoría Híbrida)

Si bien la serie ISO no identifica una categoría numérica específica (como un "Tipo IV") para estos distintivos, en la práctica técnica constituyen una categoría esencial de alta confianza. Estos sellos se enfocan en un **impacto o atributo único** (ambiental o ético), pero a diferencia de las Tipo II, cuentan con la **validación de un tercero independiente**. Esta verificación externa los dota de una legitimidad similar a las Tipo I, aunque su alcance sea específico y no de ciclo de vida completo.

Ejemplos globales: Energy Star (eficiencia), Fairtrade (comercio justo), Leaping Bunny (bienestar animal).

Ejemplos regionales: Sello "Elijo Reciclar" (Chile), Sello "Te Protejo" (Chile/Latam).



Imagen. Sello Energy Star en un producto tecnológico.

Todas estas declaraciones pueden adoptar distintos formatos, desde textos hasta símbolos o etiquetas gráficas. No obstante, **solo las declaraciones Tipo I califican formalmente como Ecoetiquetas, al cumplir con criterios múltiples, evaluación de ciclo de vida y verificación externa**. Las Tipo II, III y los sellos de impacto único (incluso aquellos verificados por terceros) se consideran técnicamente como **etiquetas o declaraciones ambientales**, pero no alcanzan la categoría de "ecoetiqueta", ya que no cumplen con los requisitos establecidos en la norma ISO 14024.

A continuación, se presenta un resumen comparativo de las tres categorías de declaraciones ambientales estandarizadas por la serie ISO 14020, integrando además la categoría de **Sellos de Impacto Único Verificados**. Esta última, si bien no cuenta con una numeración específica (como un Tipo IV) dentro de la norma, se incluye por su alta relevancia técnica y niveles de confianza ciudadana, al combinar el enfoque en un solo atributo con la validación de un tercero independiente.

Tabla 1. Comparativa de declaraciones ambientales: Categorías ISO y Sellos de Impacto Único Verificados.

Característica	Tipo I (ISO 14024)	Tipo II (ISO 14021)	Tipo III (ISO 14025)	Sellos de impacto único verificados*
Denominación técnica	Ecoetiqueta	Autodeclaración Ambiental	Declaración Ambiental de Producto	Etiqueta o Sello Ambiental / Ético
Naturaleza	Certificación voluntaria por tercera parte independiente, basada en criterios múltiples, con enfoque de ciclo de vida.	Afirmaciones ambientales realizadas por el fabricante (autodeclaraciones). Pueden adoptar forma de etiqueta, pero no son ecoetiquetas.	Declaración técnica basada en análisis de ciclo de vida, (Reporte de datos técnicos cuantificados).	Certificación de un atributo específico (ambiental o ético).
Verificación	Tercera parte independiente (organismo de certificación).	No requiere tercera parte (declarada por el propio fabricante).	Tercera parte independiente (panel de expertos).	Tercera parte independiente (ONG, Estado u organismo externo).
Criterios	Múltiples impactos en todo el Ciclo de Vida del producto (por ejemplo: uso de agua, energía, baja toxicidad y residuos, desde su origen hasta su fin).	Atributo único (se centra en una sola característica o etapa específica, como por ejemplo: sólo el fin de vida del producto o reciclaje).	Parámetros cuantificados (no evalúa eficiencia ni otorga sello, solo reporta métricas técnicas de su impacto en cada etapa).	Basados en un atributo específico (ej. No testeo animal).
Público objetivo	Consumidor Final (B2C)	Consumidor Final (B2C)	Profesional / Empresas (B2B)	Consumidor Final (B2C)
*Nota: Esta categoría no constituye una norma ISO numerada específica, pero se rige por los principios generales de la norma ISO 14020 al contar con verificación externa.				

Fuente: Elaboración propia a partir de las normas ISO 14021, 14024, 14025 y revisión de estándares de certificación de tercera parte (2026).

Para facilitar la comprensión técnica de las categorías descritas, la siguiente figura ilustra cómo se materializan estas declaraciones en el mercado a través de diversos distintivos. El objetivo es visualizar la diferencia operativa entre los esquemas estandarizados por la serie ISO (Tipos I, II y III) y la categoría de sellos de impacto único que, aunque no poseen una numeración específica en la norma, cumplen con el principio de verificación externa.

Figura 2. Ejemplos de representación gráfica de los tipos de declaraciones ambientales y sellos de impacto único.

Tipo de declaración	Sello / gráfico	Nombre y Aplicación
Tipo I (Ecoetiquetas) ISO 14024		Sello FSC®. Certifica que el papel o madera proviene de bosques manejados responsablemente (Muy común en Chile, Colombia y Brasil).
Tipo I (Ecoetiquetas) ISO 14024		Certificación LEAF. Certificación para productos frescos (frutas) de exportación, común en Centroamérica.
Tipo II (Autodeclaraciones) ISO 14021		"100 % biodegradable" en bolsas sin respaldo técnico.
Tipo II (Autodeclaraciones) ISO 14021		"Eco-friendly" en productos, sin certificación.
Sello de Atributo único verificado		Sello Elijo Reciclar (Chile). Sello de impacto único verificado por un tercero que certifica solo la reciclabilidad del envase.
Tipo III (Declaraciones Ambientales de Producto – DAP) ISO 14025		DAP de cemento Argos (Colombia), registrada en Environdec.
Tipo III (Declaraciones Ambientales de Producto – DAP) ISO 14025		DAP Aceros AZA. (Chile). Publicada por EPD International.

Fuente: Elaboración propia a partir de las normas ISO 14021, 14024, 14025 y revisión de estándares internacionales de certificación de tercera parte (2026).

3.5. ACTUALIZACIÓN DE LA NORMA ISO 14020:2022

El marco técnico que regula el ecoetiquetado y las declaraciones ambientales se ha estructurado históricamente a través de la familia de normas **ISO 14020 (Declaraciones y programas ambientales para productos — Principios y requisitos generales)**, que incluye, entre otras, la **ISO 14024 (ecoetiquetado tipo I)**, la **ISO 14021 (autodeclaraciones tipo II)** y la **ISO 14025 (declaraciones ambientales tipo III)**. Estas normas han sido ampliamente utilizadas como referencia internacional para diseñar sistemas de etiquetado ambiental voluntario, con distintos niveles de rigurosidad y verificación.

En diciembre de 2022, la norma ISO 14020 fue actualizada oficialmente por la Organización Internacional de Normalización, dando lugar a su versión vigente: **ISO 14020:2022**. Esta nueva edición responde a desafíos emergentes en materia de **transparencia ambiental, greenwashing y armonización normativa**. Su enfoque abandona la estructura rígida basada en tipos y propone principios comunes para todas las formas de declaraciones ambientales. Aunque los conceptos de tipo I, II y III siguen vigentes como guías operativas, la norma enfatiza que **toda declaración debe cumplir requisitos mínimos de claridad, relevancia, veracidad y verificabilidad**, sin importar el formato o el emisor (ISO, 2022).

Los cambios fundamentales introducidos por esta actualización se resumen en los siguientes ejes:

- **Ampliación del alcance comunicacional:** La norma ya no se limita a la etiqueta física, sino que regula toda **declaración ambiental**, incluyendo medios digitales, publicidad y reportes corporativos.
- **Enfoque en principios transversales:** Se aleja de la estructura rígida de "Tipos" (I, II y III) para establecer 9 **principios y requisitos generales para cualquier mensaje ambiental** (como Exactitud y Confiabilidad, Sin Engaño y Enfoque de Ciclo de Vida).
- **Protección del término "Ecoetiqueta":** Reserva legalmente esta denominación sólo para sistemas de **excelencia ambiental (Tipo I)**, prohibiendo su uso en autodeclaraciones simples para evitar confusiones.
- **Exigencia de verificación:** Refuerza la necesidad de que las declaraciones se basen en **datos científicos verificables** y, preferentemente, validados por una **tercera parte independiente**.
- **Armonización internacional:** Alinea los criterios técnicos con las directrices globales del **PNUMA (2017)**, facilitando el reconocimiento mutuo de sellos entre países.

Bajo esta nueva lógica de transparencia, la nueva ISO 14020 se alinea con los principios definidos por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) en su guía **Orientaciones para el suministro de información relativa a la sostenibilidad de los productos (2017)**, la cual establece cinco principios fundamentales que deben cumplir todas las afirmaciones sobre sostenibilidad de productos y servicios (Figura 3).

Figura 3. Principios Fundamentales para las afirmaciones de sostenibilidad.

	FIABILIDAD: fundamentar las afirmaciones en información exacta, científica y verificable; asegurar la consistencia de los datos y la comprobación de hipótesis.
	PERTINENCIA: referirse a aspectos significativos del impacto del producto; evitar destacar mejoras menores mientras se ocultan impactos críticos (trade-offs); y comunicar beneficios reales que superen el mero cumplimiento legal.
	CLARIDAD: hacer la información comprensible y útil para el consumidor; establecer un vínculo directo entre la afirmación y el producto; definir con precisión sus límites.
	TRANSPARENCIA: revelar la identidad del emisor y el origen de los datos; explicar los métodos utilizados; y permitir el acceso a información adicional por parte de autoridades competentes.
	ACCESIBILIDAD: asegurar que la información esté disponible y visible al consumidor en el momento y lugar adecuados; evitar que tenga que buscarla por sí mismo.

Fuente: Elaboración propia basada en **PNUMA (2017)**.

Estos principios también han sido retomados en la **Guía para una Comunicación Sostenible de Red Pacto Global Chile** (2021), que los adapta al contexto latinoamericano y los aplica a estrategias de comunicación ambiental orientadas a fortalecer la credibilidad, prevenir el greenwashing y empoderar a las personas consumidoras.

A partir de estos fundamentos, la actualización de la norma **ISO 14020:2022** eleva estos principios a un nivel de **requisito obligatorio y auditable**, expandiéndolos a nueve puntos clave. Esta evolución responde a la necesidad de blindar la comunicación frente a las nuevas y más complejas formas de greenwashing (ver Figura 4).

Figura 4. Los 9 Principios Generales y obligatorios de la ISO 14020:2022.



Fuente: Elaboración propia basada en **ISO 14020:2022**.

La convergencia entre las directrices del PNUMA y las exigencias de la nueva norma ISO refuerza la importancia de contar con **marcos técnicos robustos que garanticen que las declaraciones ambientales realmente contribuyan a la toma de decisiones informadas y a la construcción de mercados más sostenibles.**

3.6. EL ECOETIQUETADO COMO HERRAMIENTA ESTRATÉGICA DE SOSTENIBILIDAD

Más allá de su función informativa, el ecoetiquetado se consolida como una herramienta estratégica para la sostenibilidad al actuar como un motor de gobernanza ambiental que opera simultáneamente en el mercado, la regulación y la cultura del consumo. Su carácter estratégico se fundamenta en los siguientes pilares:

- **Articulación multisectorial:** Permite alinear los intereses de los sectores público, privado y la sociedad civil bajo estándares ambientales verificables y objetivos. Esto reduce las asimetrías de información, facilita la colaboración y reduce las dudas que tienen las personas al momento de comprar, facilitando acuerdos y estándares comunes.
- **Catalizador de innovación productiva:** Al poner requisitos técnicos para obtener una etiqueta, las empresas se ven motivadas a repensar sus cadenas productivas. Esto hace que la sostenibilidad deje de ser vista como un "problema" y pase a ser una oportunidad para mejorar procesos y ser más competitivos.
- **Herramienta de política pública voluntaria:** Funciona como una forma de regular el mercado sin necesidad de imponer leyes que castiguen o prohíban directamente. Según las orientaciones del PNUMA (2017), estas herramientas son clave para guiar a los consumidores hacia mejores opciones, logrando cambios reales de manera gradual.
- **Base para compras públicas responsables:** Las ecoetiquetas entregan los criterios técnicos que el Estado necesita para elegir proveedores más limpios. De esta forma, el gasto público se convierte en un ejemplo y ayuda a crear mercados más sostenibles.
- **Garante de confianza y transparencia:** En un mercado lleno de publicidad "verde" que muchas veces confunde, un buen sistema de ecoetiquetado es el mejor escudo contra el greenwashing. Al seguir los principios de Fiabilidad y Transparencia que pide el PNUMA, se asegura que la información sea real y esté basada en datos, protegiendo la confianza de las personas.

Entonces, el **rol estratégico del ecoetiquetado** radica en su **capacidad para transformar la intención de compra en acciones reales**. Tal como señalan las directrices del PNUMA (2017), la **comunicación ambiental sólo es efectiva cuando genera cambios de hábito**.

Al ser una herramienta que analiza el producto desde su **origen hasta su fin de vida** (enfoque de ciclo de vida), entrega a las organizaciones una **hoja de ruta clara para mejorar y a la ciudadanía una base sólida para confiar en lo que consumen**.

3.7. RELACIÓN DEL ECOETIQUETADO CON EL ODS 12

El ecoetiquetado se posiciona como una de las herramientas más concretas y efectivas para cumplir con el **Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 12**, el cual busca **garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles**.

Su implementación impacta directamente en tres metas estratégicas de la Agenda 2030:



- **Meta 12.8 (Información y sensibilización):** El ecoetiquetado es el **instrumento que transforma el concepto de "estilos de vida en armonía con la naturaleza" en datos tangibles y verificados**. Al proporcionar información clara sobre el desempeño ambiental de un producto, se empodera a las personas para que sus decisiones de compra se conviertan en un motor de cambio hacia la sostenibilidad.
- **Meta 12.6 (Prácticas empresariales y reportes):** Las declaraciones ambientales, especialmente las de **Tipo I y Tipo III (DAP)**, exigen a las empresas un análisis profundo de sus procesos y cadenas de suministro. Esto **fomenta la adopción de prácticas más sostenibles y garantiza que la información reportada en sus informes de sostenibilidad** sea técnicamente robusta y verificable por **terceras partes independientes**.
- **Meta 12.7 (Compras Públicas Sostenibles):** El ecoetiquetado **facilita que los estados y organismos públicos actúen como compradores responsables**. Al integrar sellos ambientales como criterios técnicos en las licitaciones, se **incentiva la innovación en el sector privado** y se asegura que el gasto público impulse mercados más limpios y circulares.

Por su capacidad de articular actores (consumidores, empresas, gobiernos) en torno a estándares confiables, el ecoetiquetado **actúa como el tejido conector entre la política pública, la transparencia corporativa y el derecho a la información ciudadana**, cerrando la brecha entre la intención de compra sostenible y la acción real en el mercado.

3.8. CONTEXTO INTERNACIONAL DE INICIATIVAS DE ETIQUETADO ECOLÓGICO Y ECOETIQUETADO

La implementación de sistemas de ecoetiquetado ha ido más allá del cumplimiento normativo para convertirse en un proceso dinámico que articula **políticas públicas, capacidades técnicas industriales y la demanda del mercado.**

A nivel internacional, el desarrollo de programas de ecoetiquetado ha seguido una evolución progresiva desde los años noventa, como parte de la estrategia global por mejorar la transparencia ambiental y fomentar patrones sostenibles de consumo y producción. Si bien la familia de normas ISO 14020 continúa siendo el principal referente técnico para los sistemas de etiquetado ambiental, diversas iniciativas voluntarias, tanto gubernamentales como de organismos independientes, han contribuido a consolidar estándares comunes, fortalecer la credibilidad de las declaraciones ambientales y facilitar el comercio sostenible.



Para asegurar la integridad de estos sistemas a nivel global, existe la **Global Ecolabelling Network (GEN)**, una asociación internacional que coordina y audita los programas de ecoetiquetado Tipo I, garantizando su transparencia y el reconocimiento mutuo entre países.

Es fundamental precisar que el ecosistema de etiquetado a nivel internacional ha evolucionado hacia una visión de **sostenibilidad socioambiental**, donde coexisten diversos tipos de certificaciones según su alcance. Aunque el núcleo de este reporte se centra en las ecoetiquetas de **Tipo I (ISO 14024)** —que evalúan el ciclo de vida completo mediante múltiples criterios—, el mercado global está fuertemente marcado por las denominadas **etiquetas de impacto único (single-issue)**. Estas se dividen en dos grandes vertientes:

- 1. Sellos de impacto único ambientales:** Se enfocan en **un solo atributo ecológico verificado por un tercero**. Ejemplos globales son el sello **ENERGY STAR**, centrado exclusivamente en la eficiencia energética, o las certificaciones de **compostabilidad** y **reciclabilidad** de materiales específicos. Estos sellos son vitales para guiar a la ciudadanía en aspectos técnicos concretos de la gestión de recursos.
- 2. Sellos de impacto único éticos y sociales:** Validan **aspectos éticos** tales como derechos humanos o bienestar animal. Referentes mundiales como **Fairtrade (Comercio Justo)** —que garantiza justicia socioambiental y económica— y Leaping Bunny —que certifica la ausencia de testeo en animales mediante auditorías externas, han logrado niveles de confianza y reconocimiento excepcionales.

A diferencia de las autodeclaraciones de las empresas (Tipo II), estos sellos de impacto único (sean ambientales o éticos) cuentan con la **validación de un tercero independiente**, lo que los convierte en herramientas de transparencia esenciales.

La presencia de estos distintivos responde a una tendencia donde las y los consumidores buscan **información específica, fiable y de impacto directo**, complementando la visión técnica de las etiquetas de ciclo de vida.

A continuación se muestran algunos ejemplos de declaraciones ambientales que se encuentran en el mercado a nivel internacional (Figura 5).

Figura 5. Ejemplos referentes de etiquetado socioambiental a nivel global.

Sello / organización	Tipo de etiqueta	Alcance y Descripción
	Tipo I (ISO 14024)	Blue Angel. Alemania / Referente Internacional. Pionero mundial (1978) y base técnica de la ISO 14024. Enfoque multicriterio basado en Análisis de Ciclo de Vida (ACV).
	Tipo I (ISO 14024)	EU Ecolabel. Unión Europea. Sistema regional armonizado para 27 países. Clave para el acceso a mercados europeos y la eliminación de barreras comerciales.
	Tipo I (ISO 14024)	Eco Mark. Japón (1989). Es el programa líder en Asia. Evalúa el ciclo de vida completo en diversos productos y servicios. Es el referente de rigor técnico en el mercado asiático.
	Tipo I (Sectorial)	FSC (Forest Stewardship Council). Global. Certificación para productos forestales. Valida la gestión sostenible y la trazabilidad total mediante su modelo de Cadena de Custodia.
	(Atributo único / verificada)	ENERGY STAR. Global. Especializado en eficiencia energética. A diferencia del Tipo I, se enfoca en un solo impacto ambiental, contando con certificación externa que valida el ahorro de energía.

Sello / organización	Tipo de etiqueta	Alcance y Descripción
	(Atributo único / verificada)	European Bioplastics. Global. Certifica que el producto es compostable en plantas industriales bajo la norma EN 13432. Requiere ensayos de laboratorio y certificación por entes como DIN CERTCO o TÜV AUSTRIA.
	Sello Ético (Atributo único / verificado)	Fairtrade. Global. Certificación líder en sostenibilidad social y económica. Garantiza precios justos, condiciones laborales dignas y prohíbe el trabajo infantil, integrando la dimensión humana a la sostenibilidad global.
	Sello Ético (Atributo único / verificado)	Leaping Bunny. Global / EE. UU. / Europa. El estándar más riguroso de Cruelty Free. Requiere auditorías externas y monitoreo de proveedores.

Fuente: Elaboración propia a partir de la revisión técnica de programas internacionales bajo la norma ISO 14024, Fairtrade International y Cruelty Free International (2026).

La revisión de estos referentes internacionales permite observar que, independientemente de la región, los esquemas exitosos comparten un denominador común: **la transparencia y la solidez técnica**. Demostrando que la única forma de que una etiqueta ambiental genere un impacto real en el mercado es a través de **criterios claros y verificables**. Sin este rigor, la comunicación ambiental corre el riesgo de caer en ambigüedades, dejando el camino abierto a **prácticas engañosas de greenwashing**, un fenómeno que se analiza en profundidad en el siguiente apartado.

3.9. EL ROL DE ECOETIQUETADO FRENTE AL GREENWASHING

El término **greenwashing o “lavado verde”** se refiere a aquellas **afirmaciones ambientales que son falsas, engañosas, irrelevantes o no verificables**, utilizadas para mejorar la imagen ambiental de una organización, producto o servicio. Este fenómeno ha crecido con la expansión del consumo ético, convirtiéndose en una de las **principales barreras para una comunicación ambiental creíble** y para la confianza de las personas consumidoras. En este contexto, la actualización de la norma ISO 14020:2022 se constituye como el marco técnico y legal de referencia para mitigar estas prácticas, al exigir niveles estrictos de veracidad y comprobación científica en toda declaración ambiental.

Su origen se remonta a la década de 1990, cuando organizaciones ecologistas comenzaron a denunciar campañas de marketing que usaban imágenes de naturaleza sin sustento en mejoras reales del desempeño ambiental de las empresas. La primera definición oficial apareció en el Concise Oxford English Dictionary en 1999. Según la guía de Futerra, el greenwashing puede entenderse de forma sencilla como: **“una afirmación ambiental no fundamentada (una mentira) o irrelevante (una distracción)”** (Futerra, 2008).



Imagen. Activación como protesta de Greenpeace contra el "greenwashing" o lavado verde corporativo.
PH. Greenpeace.

En América Latina, este fenómeno ha cobrado relevancia en los últimos años, y diversos actores han comenzado a exigir regulaciones más estrictas. La **Guía de comunicación sostenible de Red Pacto Global Chile** (2021) enfatiza la necesidad de avanzar hacia mensajes sustentados en evidencia, con lenguaje comprensible, coherencia con las prácticas organizacionales y trazabilidad. El documento propone criterios como **la claridad, la veracidad y la verificabilidad como claves para una comunicación ambiental creíble**, y advierte sobre el uso de afirmaciones vagas o no sustentadas que puedan inducir a error a las personas consumidoras.

Para ilustrar los mecanismos más comunes del greenwashing, la **guía de Futerra** identifica **10 signos clave**, que van desde el uso de lenguaje vago (“natural”, “verde”, “eco”) hasta la creación de sellos propios que imitan certificaciones oficiales. Estas prácticas, aunque frecuentes, limitan los avances reales hacia el consumo y la producción responsables.

Tabla 2. Los 10 signos del greenwashing según Futerra (2008)

Signo de Greenwashing	Descripción
El lenguaje florido	Usar términos vagos como “eco”, “verde” o “amigable con el planeta” sin explicación técnica.
No se menciona el problema real	Destacar un aspecto menor para distraer del verdadero impacto ambiental.
Información irrelevante	Presentar información que es cierta pero irrelevante para el impacto general del producto.
Afirmaciones sin evidencia	Hacer afirmaciones ambientales sin respaldo verificable o sin fuentes claras.
Palabras vacías	Decir mucho sin decir nada, con slogans como “naturalmente responsable” sin contenido real.
Imagen verde sin contenido	Diseño gráfico o uso de colores que sugiere sostenibilidad sin respaldo (color verde, hojas, animales, etc.).
La mejor opción entre peores	Compararse con productos muy contaminantes para parecer sustentable por contraste.
Certificaciones propias	Crear sellos o logos propios que simulan certificaciones oficiales.
Falta de transparencia	No entregar información sobre criterios, métodos o impactos concretos.
Argumentos emocionales sin sustento	Apelar a la emoción (ej: salvar animales) sin conectar con prácticas reales del producto.

Fuente: Elaboración propia basada en Futerra (2008).

Frente a este panorama, el **ecoetiquetado riguroso** (particularmente el de tipo I, basado en ISO 14024) cumple un rol fundamental como **mecanismo de defensa y transparencia**. A diferencia de las autodeclaraciones Tipo II (basadas en la palabra del fabricante), tanto el **ecoetiquetado (Tipo I)** como los **sellos de atributo único verificados** actúan como mecanismos de defensa contra el greenwashing. La clave no es la cantidad de atributos que miden, sino la **existencia de una auditoría externa independiente** que valide la información antes de que llegue al consumidor:

- Se basa en **criterios múltiples y ciclo de vida**, más allá de un solo atributo del producto.
- Requiere **verificación** por una **tercera parte independiente**.
- Emplea un **lenguaje comprensible, trazable y contextualizado**, evitando generalizaciones engañosas.

Desde el enfoque del PNUMA (2017), una comunicación ambiental responsable debe cumplir **principios de relevancia, claridad, verificabilidad y transparencia** metodológica. El ecoetiquetado, cuando se implementa bajo estas guías, se convierte en un instrumento poderoso para **prevenir el greenwashing y empoderar a las personas consumidoras** con información creíble y útil.

Por ello, fortalecer el uso de ecoetiquetas confiables, exigir regulaciones claras sobre las declaraciones ambientales y avanzar en la alfabetización ambiental del público son pasos clave para garantizar que la sostenibilidad no sea solo un discurso, sino una práctica respaldada por evidencia.

Esta brecha entre la normativa y la percepción del mercado es validada por la experiencia regional. Como enfatiza Verónica García, coordinadora de la Alianza Ambiental de América (AAA) (García, V., comunicación personal, 29 de abril de 2025):

”

En Latinoamérica tenemos una gran confusión de lo que es el ecoetiquetado. Piensan que un etiquetado de eficiencia energética, que es de un solo atributo, ya es una ecoetiqueta tipo I. Los consumidores están interesados, pero están totalmente perdidos porque hay una cantidad de greenwashing impresionante.

4. METODOLOGÍA

La metodología de este estudio se diseñó para asegurar que los hallazgos sean confiables y reflejen la realidad del sector. El trabajo se realizó combinando el **análisis de documentos** especializados con la **experiencia directa de actores clave**, siguiendo una ruta clara que se detalla a continuación:

4.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Se empleó un enfoque cualitativo con un alcance descriptivo-analítico. Este marco permitió examinar la situación actual del ecoetiquetado en la región, priorizando la comprensión de la gobernanza, las dinámicas institucionales y los desafíos de implementación desde la experiencia directa de actores estratégicos.

4.2. FUENTES DE INFORMACIÓN

Para obtener una visión completa y equilibrada, se utilizaron dos tipos de fuentes:

- **Fuentes primarias:** Se realizaron entrevistas a especialistas y representantes estratégicos del ecosistema del ecoetiquetado. Esto incluyó a especialistas de organismos internacionales y coordinadores regionales, expertos en normas técnicas de calidad y representantes de la sociedad civil y asociaciones de consumidores. El objetivo fue captar tanto la visión técnica como la preocupación ciudadana.
- **Fuentes secundarias:** A través del análisis de documentos, se revisó una base de informes técnicos de organismos internacionales, guías sobre consumo sostenible, estudios de casos en diversos países y las normativas internacionales que regulan estos sellos.

4.3. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La herramienta principal fue la **entrevista semiestructurada**, apoyada en una guía de **5 ítems temáticos** diseñada para estandarizar la captura de datos. Esta estructura permitió **comparar las realidades de distintos países** bajo los mismos criterios:

1. **Estado actual del ecoetiquetado:** Presencia real de sellos certificados en el mercado nacional.
2. **Percepción y confianza:** Análisis de si la saturación de mensajes "verdes" genera información o confusión en el ciudadano.
3. **Fiscalización y Greenwashing:** Efectividad de las leyes para detectar y sancionar la publicidad ambiental engañosa.
4. **Hábitos de compra:** Evaluación de la prioridad del consumidor frente a la sostenibilidad en el contexto económico actual.
5. **Desafíos y oportunidades:** Identificación de barreras críticas y posibles soluciones para el fortalecimiento del sistema.

4.4. PROCEDIMIENTO DE ANÁLISIS

Para asegurar el rigor de los hallazgos, se aplicó la técnica de **triangulación**. Este proceso consistió en contrastar la evidencia de los estándares internacionales y documentos técnicos con los testimonios y realidades reportadas por los expertos en las entrevistas. Este cruce de miradas permitió identificar las brechas comunes y las oportunidades de mejora para el mercado regional en beneficio de la ciudadanía.

5. RESULTADOS Y ANÁLISIS DEL ESTADO DEL ETIQUETADO ECOLÓGICO

El presente capítulo **sistematiza los hallazgos** obtenidos mediante la **triangulación de datos** documentales y los **testimonios de actores** estratégicos de organismos internacionales, instituciones técnicas y la sociedad civil. El análisis se organiza bajo los ejes definidos en la metodología para ofrecer una visión sistémica de la realidad regional.

5.1. PANORAMA GENERAL EN AMÉRICA LATINA

Para comprender el estado actual de las **declaraciones ambientales** en la región, este estudio analiza la realidad de **siete países clave: Costa Rica, Brasil, México, Ecuador, Colombia, Perú y Chile**. Estos mercados fueron seleccionados estratégicamente por su liderazgo en la materia y por representar fielmente las tendencias de Latinoamérica. La elección de esta muestra respondió, fundamentalmente, a la factibilidad de comunicación directa con los y las referentes técnicos que lideran las agendas nacionales de sostenibilidad.

Este grupo de naciones permite observar las dos grandes trayectorias de la región:

- **El bloque de la Alianza Ambiental de América (AAA)**. Liderado por sus cuatro socios fundadores (**México, Colombia, Costa Rica y Ecuador**), a quienes se integran países en proceso activo de adhesión como **Brasil y Perú**. Este bloque refleja la voluntad de transitar hacia un estándar regional armonizado de **ecoetiquetado de Tipo I**.
- **La excepción de Chile**. Que ha centrado sus esfuerzos en las **etiquetas ecológicas de impacto único** y en el desarrollo de **DAPs sectoriales**, mostrando una prioridad más orientada al mercado interno y a requisitos específicos de exportación.

La implementación de las declaraciones ambientales en América Latina ha seguido diversas trayectorias, reflejo de las particularidades institucionales, normativas y culturales de cada país. Mientras algunas naciones han establecido sistemas oficiales basados en normas internacionales, en otras el desarrollo ha sido fragmentado, dependiente de iniciativas sectoriales o de cooperación internacional. Esta falta de estandarización ha generado que, históricamente, cada país avance de forma independiente, creando barreras técnicas al comercio y confusión en las personas consumidoras de la región.



Ante esta necesidad de unificar criterios y reducir la dispersión de información en la región, surge la **Alianza Ambiental de América (AAA)**.

Una plataforma técnica que no solo busca **coordinar esfuerzos institucionales**, sino que tiene como objetivo central la **creación y consolidación de un sello de ecoetiquetado regional único** diseñado para armonizar los criterios técnicos de los países miembros (García, V., comunicación personal, 29 de abril de 2025).

Este distintivo común busca actuar como un **“pasaporte de sostenibilidad”** permitiendo que los estándares ambientales de un producto sean validados bajo un mismo marco técnico en distintos países. De esta forma, el sello de la Alianza se proyecta como una solución basada en la **convergencia técnica**, diseñada para combatir la ambigüedad de las autodeclaraciones y fortalecer la transparencia hacia el consumidor a escala continental.

Aunque sus bases técnicas fueron gestadas entre 2013 y 2015 por **Colombia, Costa Rica y México**, su consolidación legal definitiva ocurrió en **julio de 2024** durante su asamblea fundacional en Ciudad de Panamá. La Alianza fue constituida oficialmente por cuatro países pilares: **Colombia, Costa Rica, Ecuador y México**, representando un mercado potencial de más de 450 millones de personas (PNUMA, 2024).

Este hito regional es impulsado por el proyecto **EcoAdvance**, el cual cuenta con el financiamiento del **Ministerio Federal de Medio Ambiente de Alemania (BMUV)** a través de la Iniciativa Internacional del Clima (IKI). La ejecución técnica recae en un consorcio liderado por la **Cooperación Alemana para el Desarrollo (GIZ)**, en conjunto con el **Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA)** y el **Öko-Institut** (PNUMA, 2024). Actualmente, la Alianza proyecta una expansión inmediata hacia países como **Brasil, Paraguay, Panamá, Uruguay, El Salvador, República Dominicana y Honduras**, quienes ya participan activamente en las mesas de trabajo regional.

Bajo este enfoque integrador, la AAA promueve ver al ecoetiquetado no solo como una herramienta de mercado, sino como un derecho ciudadano vinculado al acceso a información relevante para el desarrollo sostenible.

Este objetivo se alinea directamente con la **Meta 12.8 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, la cual busca **asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza para el año 2030.**

En la actualidad, la **Alianza Ambiental de América** se encuentra en una fase de **consolidación técnica y operativa crítica**. Según lo señalado por la dirección de la Alianza, el trabajo actual se centra en el desarrollo de **Criterios de Núcleo Común** para sectores estratégicos priorizados, lo que permite armonizar las exigencias ambientales entre países sin anular las particularidades nacionales (García, V., comunicación personal, 2025). Este avance se complementa con el apoyo del proyecto EcoAdvance, el cual facilita la creación de una **infraestructura regional de certificación que sea técnica y financieramente viable para las economías locales**. Aunque el sello regional está en proceso de implementación piloto, su arquitectura ya está definida bajo los estándares de la norma **ISO 14024**, asegurando que los primeros productos certificados cuenten con un respaldo científico robusto antes de su salida masiva al mercado regional (PNUMA, 2024).

En este escenario de transición hacia una gobernanza regional coordinada, se identifican los siguientes avances por país:

5.1.1. COSTA RICA: EL REFERENTE REGIONAL DEL ETIQUETADO AMBIENTAL CERTIFICADO

Costa Rica se posiciona como el principal referente y modelo a seguir en la región latinoamericana en materia de etiquetado ambiental. Su programa nacional de **Etiqueta Ambiental Costarricense (Tipo I)**, vigente oficialmente desde **2019**, destaca por una estructura de gobernanza robusta que integra de manera efectiva al sector público y privado. El programa es liderado por el Ministerio de Ambiente y Energía (MINAE), que actúa como ente rector, en alianza estratégica con el Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica (INTECO), organismo encargado de la gestión técnica y el desarrollo de las normas de criterios ambientales.



Más allá de su éxito interno, el país desempeña un papel protagónico como socio fundador de la **Alianza Ambiental de América (AAA)**. Según lo recabado en la entrevista a **Gloriana Chavarría, Coordinadora del Programa Nacional de Etiquetado Ambiental del MINAE y punto focal del proyecto EcoAdvance** (comunicación personal, 2026), Costa Rica lidera actualmente el desarrollo y validación de los criterios de núcleo común para categorías estratégicas a nivel regional. Esta participación activa busca que la experiencia técnica costarricense sirva de base para el futuro sello regional único, permitiendo la armonización de estándares con países como México, Colombia y Brasil.

Un factor determinante identificado en esta investigación es la **sólida infraestructura de la calidad** del país, donde el proceso de certificación cuenta con el respaldo del Ente Costarricense de Acreditación (ECA). Esta validación técnica, alineada con la norma ISO 14024, no solo otorga legitimidad al sello nacional en sectores como productos de limpieza y materiales de construcción, sino que **posiciona a Costa Rica como el principal articulador para el reconocimiento mutuo de etiquetas en el mercado latinoamericano**. Gracias al apoyo del proyecto EcoAdvance, el modelo costarricense está transitando de una escala nacional a una integración regional que busca fortalecer la transparencia y combatir el greenwashing a gran escala.

5.1.2. BRASIL: TRAYECTORIA HISTÓRICA Y MODERNIZACIÓN DEL SELLO ABNT (COLIBRÍ).



Brasil destaca en el panorama regional por poseer uno de los sistemas de ecoetiquetado más longevos de América Latina: el sello **ABNT Calidad Ambiental (Tipo I)**, conocido como el **"Sello Colibrí"** debido a su icónico logotipo. Creado en 1991, este programa, gestionado por la Asociación Brasileña de Normas Técnicas (ABNT), cuenta con una trayectoria de más de tres décadas y es uno de los pocos de la región que forma parte de la **Global Ecolabelling Network (GEN)**. Sin embargo, a pesar de su madurez institucional, el país se encuentra actualmente en una fase de modernización estratégica impulsada por la integración regional.

Según la información proporcionada por **Fábio Lopes de Sousa, Asesor Técnico de GIZ Brasil para el proyecto EcoAdvance** (comunicación personal, 2026), el enfoque actual de Brasil no solo busca certificar productos, sino convertir el ecoetiquetado en un motor de las **Compras Públicas Sostenibles (CPS)**. Esto muestra que en Brasil, el Estado está utilizando su poder de compra para incentivar a las empresas a obtener el sello ABNT, priorizando sectores como el de productos de limpieza, textiles y mobiliario de oficina.

La modernización del esquema brasileño se caracteriza por una sólida articulación entre el Ministerio de Desarrollo, Industria, Comercio y Servicios (MDIC) y el Ministerio de Medio Ambiente. Fabio destaca que **el desafío actual es lograr la convergencia técnica con la Alianza Ambiental de América (AAA)**. El objetivo es que los criterios del Colibrí se armonicen con el resto de la región, permitiendo que los productos brasileños certificados tengan un reconocimiento mutuo que facilite su exportación y fortalezca la transparencia ante los y las consumidoras latinoamericanas.

5.1.3. MÉXICO: PIONERO EN LA ALIANZA AMBIENTAL Y EL DESAFÍO DE LA VISIBILIDAD CIUDADANA

México ocupa un lugar histórico fundamental en la arquitectura del ecoetiquetado regional, siendo uno de los socios fundadores que impulsó la creación de la **Alianza Ambiental de América (AAA) en 2015**. Actualmente, el país se mantiene como un pilar estratégico a través del proyecto EcoAdvance, liderado técnicamente por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) con el apoyo de la GIZ. Este trabajo se traduce en el desarrollo de estándares técnicos unificados (conocidos en el marco de la Alianza como criterios de núcleo común) para sectores de alto impacto como productos de limpieza, café, dispositivos de refrigeración y plásticos reciclados. No obstante, existe una dualidad crítica: mientras el país avanza en mesas técnicas internacionales para definir estos requisitos mínimos compartidos, la aplicación de dichos avances en el mercado local es aún incipiente.

Ante la ausencia de una etiqueta ambiental nacional de aplicación universal (Tipo I), la ciudadanía y las personas consumidoras han adoptado otros distintivos oficiales como referentes de confianza. El más reconocido en el sector agroalimentario es el **Distintivo Nacional Orgánico México**, el cual garantiza procesos de producción sustentables y libres de agroquímicos. Asimismo, en el ámbito de la eficiencia energética, el **Sello FIDE** (Fideicomiso para el Ahorro de Energía Eléctrica) se ha consolidado como la principal guía para la elección de electrodomésticos y equipos eléctricos con menor impacto ambiental.



A pesar de la existencia de estos sellos sectoriales, persiste una profunda desconexión entre la agenda gubernamental de la Alianza Ambiental y los actores de la sociedad civil. Durante las entrevistas realizadas, la **Dra. Maite Cortés, Directora del Colectivo Ecologista Jalisco** (comunicación personal, 2026), manifestó no tener conocimiento previo sobre la AAA. Este hecho evidencia que los esfuerzos de armonización técnica liderados por el Estado no han permeado hacia las organizaciones que trabajan directamente con la población consumidora. Esta saturación de mensajes "verdes" sin un respaldo técnico unificado contribuye a la confusión de las y los consumidores, reforzando la importancia de implementar los **criterios de núcleo común** de la Alianza para elevar el estándar de transparencia en el mercado nacional y empoderar a la ciudadanía.

5.1.4. ECUADOR: EL SELLO AMBIENTAL ECUATORIANO Y EL RETO DE LA CONFIANZA CIUDADANA



Ecuador participa activamente en la Alianza Ambiental de América (AAA) con el objetivo de robustecer su infraestructura de ecoetiquetado y recuperar el terreno perdido en materia de certificación oficial. El país cuenta con el **Sello Ambiental Ecuatoriano (SAE)**, una herramienta técnica diseñada específicamente para certificar productos bajo los estándares de la norma **ISO 14024 (Tipo I)**.

Históricamente, este sello ha operado bajo la marca institucional "**Punto Verde**", un esquema de incentivos del Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica que funciona como un **paraguas para diversos reconocimientos**, desde la ecoeficiencia en procesos industriales hasta la construcción sostenible. Sin embargo, esta dualidad ha generado una brecha de identidad crítica al compartir el mismo logotipo para un proceso de fábrica que para un producto final, el consumidor suele confundir un reconocimiento a la gestión empresarial con una certificación técnica de ciclo de vida. En este contexto, el apoyo del proyecto EcoAdvance es vital para que Ecuador logre profesionalizar el SAE, alineándolo con los criterios de núcleo común de la región para garantizar que los productos nacionales cuenten con un respaldo técnico transparente y comparable a nivel internacional.

Según la perspectiva de la **Dra. María José Troya, Directora Ejecutiva de la Tribuna Ecuatoriana de Consumidores y Usuarios** (comunicación personal, 2026), es que el mayor obstáculo para el ecoetiquetado en Ecuador no es la falta de normativa, sino el debilitamiento de la credibilidad institucional. Según Troya, el distintivo "Punto Verde" ha perdido fuerza con el tiempo debido a la falta de una fiscalización rigurosa y a la saturación de autodeclaraciones ambientales engañosas en el mercado local. La experta destaca que las personas consumidoras ecuatorianas se encuentran hoy en un entorno de desconfianza generalizada ante el greenwashing, donde las marcas utilizan términos ecológicos sin verificación alguna. Esta situación ha provocado que el interés de la ciudadanía se desplace hacia etiquetas de carácter obligatorio y punitivo, como el semáforo nutricional, dejando al ecoetiquetado voluntario en un plano de irrelevancia informativa.

Finalmente, la realidad ecuatoriana subraya que la integración a la Alianza Ambiental de América representa una oportunidad de "reinicio" estratégico para el país. Para la Tribuna de Consumidores, el éxito del Sello Ambiental Ecuatoriano bajo el paraguas de la AAA depende de que este deje de ser percibido como un incentivo administrativo para las empresas y se transforme en una herramienta real de protección de derechos. El hallazgo clave en este caso es que **la armonización técnica regional debe ir acompañada de un fortalecimiento del marco legal que sancione la publicidad engañosa**. Solo así, el sello de la Alianza podrá actuar en Ecuador como un verdadero escudo de confianza que simplifique la decisión de compra y empodere a la ciudadanía frente a la oferta masiva de productos en la góndola, asegurando que lo "verde" cuente con un respaldo científico verificable.

5.1.5. COLOMBIA: LIDERAZGO EN ETIQUETADO TIPO I Y SINERGIA CON COMPRAS PÚBLICAS

Colombia se ha consolidado como un actor fundamental en la región gracias a la trayectoria del **Sello Ambiental Colombiano (SAC)**, una etiqueta de **Tipo I (ISO 14024)** creada en 2005 y reglamentada por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. A diferencia de otros países que están en etapas iniciales, Colombia cuenta con una **normativa robusta y una amplia gama de categorías certificadas**, que abarcan desde productos de aseo y pinturas hasta servicios de turismo sostenible.



Gloriana Chavarría (MINAE, Costa Rica) indica que en el marco de la cooperación regional, Colombia ha sido un aliado estratégico para la Alianza Ambiental de América (AAA), aportando su experiencia técnica previa para que el SAC sirva como una de las bases en la construcción de los **criterios de núcleo común**. Este liderazgo es especialmente visible en el sector de productos de limpieza y detergentes, donde los estándares colombianos son utilizados como referente para la armonización regional.

Un punto técnico identificado es el avance de Colombia hacia el **reconocimiento mutuo** de etiquetas. **Fábio Lopes de Sousa (GIZ Brasil)**, señala que Colombia ha participado en ejercicios piloto con otros países miembros para que un producto certificado con el SAC pueda transitar hacia mercados vecinos bajo esquemas simplificados. Este proceso busca que las personas consumidoras en la región cuenten con información veraz y verificable bajo estándares compartidos, reduciendo la duplicidad de trámites para las empresas.

Actualmente, el país refuerza esta estrategia mediante la nueva **Guía de Compras Públicas Sostenibles 2025**, que busca profesionalizar la demanda estatal de productos con el sello nacional (**Natalia Ángel Cruz, GIZ Colombia**).

5.1.6. PERÚ: FISCALIZACIÓN DE LA PUBLICIDAD AMBIENTAL Y EL VACÍO DEL ECOETIQUETADO OFICIAL

Perú se encuentra en una etapa de transición donde el foco institucional ha pasado de la promoción de incentivos a la fiscalización de la publicidad ambiental para proteger a las personas consumidoras. Según lo expuesto por **Rafael Ponte Calderón, Especialista en Consumo Sostenible de Consumers International** (comunicación personal, 2026), el mercado peruano carece de un ecoetiquetado nacional de Tipo I (ISO 14024) de aplicación general.



Ante este vacío, la ciudadanía interactúa principalmente con sellos sectoriales obligatorios, como la **Etiqueta de Eficiencia Energética del Ministerio de Energía y Minas**, o voluntarios como el **Sello Orgánico Perú (SENASA)**. Sin embargo, en el resto de categorías de consumo masivo, las y los consumidores se enfrentan a una **saturación de autodeclaraciones ambientales (Tipo II)** que no cuentan con verificación independiente, lo que genera un entorno de alta vulnerabilidad frente al greenwashing.

Un hito fundamental en la defensa de la ciudadanía es la **Guía de Publicidad Ambiental** publicada por **INDECOPI**. Según Ponte, este instrumento se basa en los principios de Naciones Unidas para exigir que cualquier afirmación de sostenibilidad, como "ecoamigable" o "verde", cuente con un sustento científico previo. No obstante, existe una desconexión crítica entre la norma publicitaria y la realidad operativa del país: muchas empresas colocan sellos de "reciclable" cumpliendo formalmente con la guía (porque el material técnicamente lo es), pero ese mensaje pierde veracidad en la práctica debido a que la infraestructura de reciclaje en Perú está atomizada a nivel municipal. Sin un sistema nacional unificado de gestión de residuos, las y los consumidores reciben información que resulta imposible de ejecutar en su entorno local, lo que evidencia que la fiscalización de la publicidad por sí sola no basta si no se vincula a un estándar nacional de etiquetado de ciclo de vida.

En el marco de la cooperación regional, la participación de Perú en la **Alianza Ambiental de América (AAA)** y el proyecto **EcoAdvance** representa la oportunidad de cerrar esta brecha de información. Para las personas consumidoras en Perú, la adopción de los criterios de núcleo común permitiría que el país transite de una fiscalización reactiva de anuncios hacia una certificación preventiva de productos. El hallazgo clave en este caso es que la armonización con el resto de la región dotaría a la ciudadanía de un sello con respaldo estatal y científico, eliminando la ambigüedad de los logotipos privados y asegurando que las decisiones de compra tengan un impacto positivo y real en el entorno nacional.

5.1.7. CHILE: PRIORIZACIÓN DE LA LEY REP Y EL ÉXITO DE LOS SELLOS DE IMPACTO ÚNICO

Chile presenta un escenario de consumo donde **la ciudadanía demuestra una alta valoración por los distintivos ambientales y éticos**, aunque estos se encuentran fragmentados en atributos específicos. Según los hallazgos del estudio **"Radiografía Ciudadana del Etiquetado en Chile"** (CONADECUS, 2025), el mercado nacional está dominado por **sellos de impacto único con validación de terceros**, los cuales gozan de mayor confianza que las autodeclaraciones empresariales, pero no cubren la totalidad del ciclo de vida del producto.

El estudio revela que el distintivo más reconocido por las personas consumidoras en Chile es el sello **"Te Protejo" (Cruelty Free / No testeado en animales)**, con un **60%** de las respuestas. Este es un sello de carácter **ético y de impacto único**, gestionado por una **organización de la sociedad civil** (ONG Te Protejo), cuya certificación garantiza la ausencia de pruebas en animales mediante una auditoría externa.



En segundo lugar, con un **54%** de reconocimiento, se ubica el sello **"Elijo Reciclar"**, una iniciativa de carácter público-privado supervisada por el **Ministerio del Medio Ambiente (MMA)** en el marco de la **Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (Ley REP)**. Al igual que el anterior, este distintivo se enfoca en un atributo específico (la reciclabilidad de los envases y embalajes) y cuenta con un proceso de **certificación por tercera parte** para asegurar la veracidad de la información entregada a la ciudadanía.



Esta consolidación de los sellos de impacto único en la preferencia ciudadana encuentra una explicación técnica en la gestión institucional de los últimos años. Según lo analizado por **Tomás Saieg, exjefe de Economía Circular del Ministerio del Medio Ambiente de Chile** (comunicación personal, 2026), la agenda de ecoetiquetado en Chile no ha avanzado hacia una certificación multicriterio (Tipo I) principalmente porque el esfuerzo del Estado se ha concentrado en la implementación de la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP). En este sentido, el sello "Elijo Reciclar" no fue diseñado como una ecoetiqueta integral, sino como una herramienta táctica y necesaria para operativizar los decretos de metas de la Ley REP, facilitando que la ciudadanía identifique envases reciclables y participe activamente en la separación en origen.

Bajo esta lógica, Saieg sostiene que la apuesta por sellos de atributo único ha sido una decisión pragmática ante la alta complejidad que suponen las ecoetiquetas basadas en el ciclo de vida completo (ISO 14024). Para el experto, la implementación de etiquetas Tipo I en Chile conlleva el riesgo de generar distintivos de "élite" destinados a productos de nicho, debido a sus altos costos de certificación y rigor técnico, lo que dificultaría un impacto real en el consumo masivo. Por ello, destaca que el **éxito de los sellos actuales radica en su capacidad de comunicar atributos medibles y directos que el consumidor/a promedio puede procesar sin necesidad de conocimientos técnicos avanzados sobre análisis de ciclo de vida.**

No obstante, el modelo chileno presenta desafíos estructurales. Saieg identifica que la **naturaleza voluntaria** del sistema y la falta de una integración profunda con las políticas de compras públicas **restan potencia al impacto del etiquetado a gran escala**. Asimismo, se visualiza que la salida a este estancamiento normativo podría ser la **regionalización** mediante la **Alianza Ambiental de América (AAA)**, buscando economías de escala que permitan elevar los estándares de transparencia de manera económica y técnicamente viable.

A continuación, se presenta una síntesis técnica que muestra el **panorama actual de algunas iniciativas de etiquetado ecológico en América Latina**. Este esquema integra el nivel de madurez y el alcance de los programas identificados, especificando no sólo la normativa ISO que los sustenta, sino fundamentalmente la **tipología de declaración o clasificación de etiqueta ecológica** empleada. Con ello, se busca proporcionar una visión comparativa clara que permita distinguir entre los sistemas de certificación multicriterio y los sellos de impacto único verificados que operan actualmente en el mercado regional.

Figura 6. Iniciativas de etiquetado ecológico en América Latina

Ámbito	Sello	Iniciativa o Programa	Nivel de avance	Tipo de declaración o clasificación
Regional		Sello Ambiental de América (AAA)	En consolidación técnica (Desarrollo de Criterios de Núcleo Común).	Ecoetiqueta Tipo I (ISO 14024)
Costa Rica		Etiqueta Ambiental Costarricense	Alto: sistema nacional con verificación y ciclo de vida.	Ecoetiqueta Tipo I (ISO 14024)
Brasil		Sello ABNT Calidad Ambiental (Colibri)	Alto: Programa histórico y motor de Compras Públicas Sostenibles.	Ecoetiqueta Tipo I (ISO 14024)
México		Distintivo Nacional Orgánico	Medio: Alta confianza en sellos sectoriales, pero sin etiqueta nacional Tipo I de aplicación general.	Sello de Atributo Único Verificado.

Ámbito	Sello	Iniciativa o Programa	Nivel de avance	Tipo de declaración o clasificación
Ecuador		Sello Ambiental Ecuatoriano (SAE / Punto Verde)	Medio: En fase de profesionalización y alineación con criterios de la AAA.	Ecoetiqueta Tipo I (ISO 14024)
Colombia		Sello Ambiental Colombiano (SAC)	Alto: Programa oficial consolidado y referente técnico para la región.	Ecoetiqueta Tipo I (ISO 14024)
Perú		Sello Orgánico Perú	Bajo-Medio: Enfoque en fiscalización de publicidad y sellos sectoriales voluntarios.	Sello de Atributo Único Verificado
Chile		Sello Elijo Reciclar	Alto: Programas con los niveles más altos de reconocimiento y confianza ciudadana en el mercado nacional.	Sello de Atributo Único Verificado

Fuente: Elaboración propia a partir de la revisión de programas nacionales de etiquetado ambiental (MMA Chile, MinAmbiente Colombia, MINAE Costa Rica, ABNT Brasil), informes técnicos de la Alianza Ambiental de América (AAA), el proyecto EcoAdvance (PNUMA/GIZ) y entrevistas a actores clave del ecosistema regional (2026).

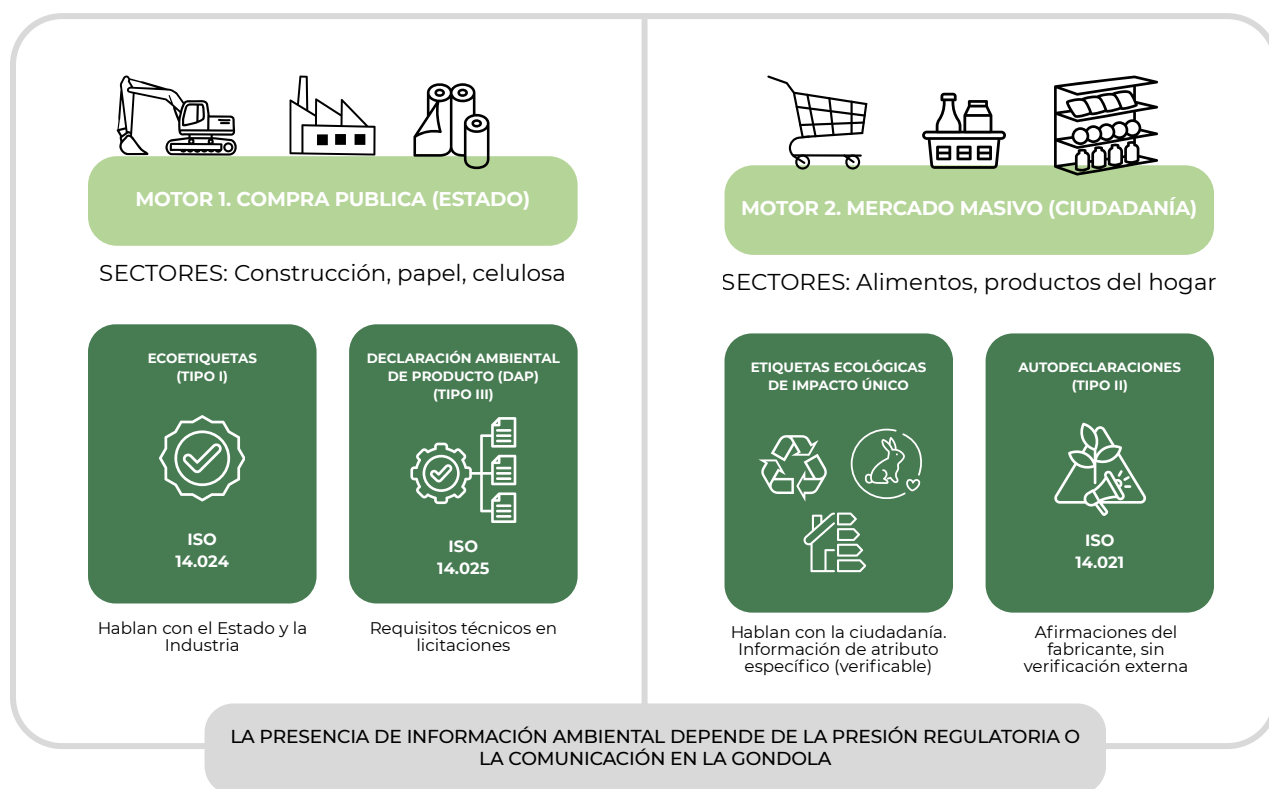
5.2. ¿EN QUÉ SECTORES PRODUCTIVOS ENCONTRAMOS LAS DECLARACIONES AMBIENTALES?

La investigación demuestra que la presencia de las declaraciones ambientales en el mercado no es uniforme, sino que responde a **dos motores principales: la exigencia técnica del Estado y la necesidad de comunicación directa con el consumidor final**. Como explica **Verónica García** (comunicación personal, 2026), **el tipo de herramienta utilizada depende de si el objetivo es cumplir con una licitación pública o destacar en el punto de venta**.

- **El motor de la compra pública.** En sectores industriales como la construcción (pinturas, cemento, acero) y la industria del papel, predominan las ecoetiquetas de Tipo I (ISO 14024). En países como **Colombia y Costa Rica**, estas herramientas son fundamentales porque **el Estado las ha integrado como requisitos de cumplimiento en sus procesos de adquisición**. Según los informes de EcoAdvance (2023, 2025), en estos mercados la ecoetiqueta funciona como una certificación de alto estándar que permite a las empresas industriales competir en proyectos de infraestructura pública. Esta realidad difiere de la de otros países de la región, donde las declaraciones ambientales para materiales de construcción aún no son una exigencia masiva en la obra pública estatal.
- **El motor del mercado masivo.** En el sector de alimentos y consumo masivo, la dinámica se traslada a la **percepción de la persona consumidora**. En este ámbito, predominan las **etiquetas ecológicas de impacto único**, las cuales **comunican un atributo ambiental específico de manera directa**. En **Chile o México**, por ejemplo, las etiquetas referidas a la reciclabilidad de los envases o al desempeño energético de los artefactos han logrado una alta valoración ciudadana al ser fáciles de reconocer. Esta preferencia regional responde a que, en el supermercado o tiendas de retail, la simplicidad informativa es clave para facilitar la decisión de compra, permitiendo que las declaraciones ambientales funcionen como herramientas de comunicación efectiva.
- **El motor regional.** El sector de los **detergentes y productos de aseo** se ha convertido en el principal laboratorio para facilitar el intercambio comercial dentro de nuestra región. Debido al alto impacto que estos productos tienen en el agua, han sido elegidos como el foco de los proyectos piloto de la **Alianza Ambiental de América (AAA)**. El objetivo, según explica **Fábio Lopes de Sousa** (comunicación personal, 2026), es lograr un "reconocimiento mutuo": evitar que una empresa deba tramitar una certificación técnica diferente para cada país latinoamericano al que desea exportar. De esta manera, se busca que una sola ecoetiqueta basada en criterios compartidos sea válida en múltiples mercados de la región, facilitando que los productos más sostenibles circulen libremente por Latinoamérica sin que la burocracia técnica se convierta en una barrera.

En este contexto, el mapa actual de los **sectores productivos revela un mercado dividido**: por un lado, una industria pesada (construcción y papel) que adopta ecoetiquetas técnicas para hablar con el Estado; y por otro, una industria de consumo masivo que utiliza etiquetas ecológicas simples para hablar con la ciudadanía. Esta distribución confirma que la presencia de información ambiental hoy depende directamente de la presión regulatoria de las compras públicas y de la competitividad en las góndolas de los supermercados (Figura 5).

Figura 7. El Mercado y las declaraciones ambientales.



Fuente: Elaboración propia (2026). Basada en diagnósticos de EcoAdvance (2023, 2025) y entrevistas a expertos y expertas.

6. BARRERAS, DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES

Tras el análisis integral, se identifican los siguientes ejes estratégicos para el futuro de las declaraciones ambientales en la región:

6.1. BARRERAS Y DESAFÍOS CRÍTICOS

Son los obstáculos que hoy frenan el sistema y que requieren atención urgente por parte de las instituciones:

- **La brecha de las PYMES:** El alto costo de las **ecoetiquetas Tipo I** y los tiempos de certificación (que superan el año) actúan como una barrera de entrada. El desafío es **crear mecanismos de financiamiento o esquemas de certificación escalonados** para que las pequeñas y medianas empresas no queden fuera de la economía sostenible.
- **Integración en la Política Pública:** El ecoetiquetado no puede ser un esfuerzo aislado de un ministerio. El desafío es que se convierta en una **política de Estado** transversal, integrada en las agendas de economía, industria y educación.
- **Combate al Greenwashing:** La desconfianza ciudadana no bajará si no hay una fiscalización real. Existe el desafío urgente de **regular las autodeclaraciones** para evitar que mensajes vagos sigan confundiendo a las personas consumidoras.

6.2. OPORTUNIDADES ESTRATÉGICAS

Son las "ventanas" que la región puede aprovechar para dar un salto cualitativo:

- **La Alianza Ambiental de América (AAA) como motor regional:** La armonización de criterios permite que una empresa no tenga que certificarse país por país. Esta es la mayor oportunidad para fomentar las exportaciones de productos procesados con alto valor ambiental dentro de Latinoamérica.
- **Etiquetas ecológicas de Impacto Único como "Puertas de Entrada":** Dado que las personas las perciben como herramientas serias y funcionales, estas etiquetas pueden ser la puerta de entrada para educar a la ciudadanía antes de pasar a esquemas más complejos como el análisis de ciclo de vida (DAPs).
- **Digitalización y Pasaporte Digital de Productos:** Existe la oportunidad estratégica de transitar hacia modelos de información digitalizados, tales como el **Pasaporte Digital de Productos (DPP)**. Esta herramienta, apoyada en tecnologías como códigos QR o etiquetas inteligentes, permite que las declaraciones ambientales dejen de ser un "misterio" técnico y se conviertan en un flujo de datos transparente, dinámico y accesible en tiempo real. Al implementar pasaportes digitales, las empresas no solo facilitan la decisión de compra de las personas consumidoras, sino que aseguran la trazabilidad de la circularidad y el origen de sus productos, alineando la oferta latinoamericana con las nuevas exigencias de transparencia de los mercados internacionales.
- **Liderazgo en Compras Públicas:** El Estado tiene la oportunidad de usar su poder de compra para traccionar el mercado, exigiendo declaraciones verificadas y premiando a las empresas que han invertido en transparencia ambiental.

7. CONCLUSIONES

A partir de la triangulación de la revisión documental, el análisis del panorama regional y los testimonios recolectados en las entrevistas semiestructuradas, se presentan las siguientes conclusiones estratégicas:

Un mercado dividido: la brecha entre la industria y la ciudadanía.

La investigación confirma una **fragmentación en el uso de las declaraciones ambientales**. Mientras las ecoetiquetas de Tipo I y las DAPs operan como el lenguaje técnico para licitaciones estatales en sectores como construcción y papel (EcoAdvance, 2023), en el mercado masivo conviven las etiquetas ecológicas de impacto único con las autodeclaraciones sin respaldo. Esta división revela que la información técnica institucional aún no logra conectar con el lenguaje cotidiano de las personas consumidoras en la góndola.

Barreras estructurales: la realidad detrás del papel.

A través del relato de los y las especialistas y reportes consultados, se identifican dos obstáculos importantes: el **alto costo y los tiempos extenuantes** (que pueden superar el año de trámites) para obtener una ecoetiqueta técnica. Esto excluye de facto a las PYMES del mercado sostenible. Asimismo, se concluye que la falta de infraestructura nacional es una barrera crítica; los expertos coinciden en que una etiqueta de "reciclable" o "compostable" pierde toda validez si el país no cuenta con las plantas o sistemas para procesar esos materiales, convirtiendo la información en una promesa vacía para la ciudadanía.

La desconfianza ciudadana: el desafío del escepticismo.

Un hallazgo crítico y recurrente en las entrevistas, es la profunda desconfianza de la ciudadanía hacia la publicidad ambiental. La proliferación de términos vagos y el fenómeno del greenwashing han generado un escepticismo que castiga por igual a todas las marcas. Esta crisis de credibilidad, mencionada por la mayoría de los y las especialistas, es la barrera invisible más difícil de superar, ya que transforma la información ambiental en "ruido" publicitario en lugar de una herramienta de cambio.

La ventaja de la verificación: seriedad y causas sociales.

Frente a la desconfianza, las etiquetas ecológicas de impacto único surgen como la solución más funcional. Los y las especialistas destacan que su valor reside en la verificación de terceros, otorgándoles una seriedad que las distingue de las simples promesas comerciales. Estas etiquetas permiten que las personas tomen decisiones rápidas alineadas con sus preocupaciones éticas, funcionando como "anclas de confianza" en un mercado saturado de mensajes confusos.

Hacia una cultura de transparencia: El rol de la AAA y la tecnología.

El futuro de las declaraciones ambientales en la región no depende solo de sellos en papel, sino de la capacidad de transformar datos técnicos en confianza ciudadana. La Alianza Ambiental de América (AAA) es la infraestructura necesaria para la armonización regional, pero su éxito real requiere una **educación multisectorial**. Por un lado, el Estado debe elevar estas herramientas al rango de **Política de Estado**, integrándolas sistemáticamente en las **compras públicas para traccionar el mercado**. Por otro, la digitalización, a través de herramientas como el **Pasaporte Digital de Productos**, se presenta como el puente definitivo para que las personas consumidoras dejen de percibir los sellos como un misterio y comiencen a verlos como una garantía de su derecho a la información veraz. Solo así, integrando tecnología, política pública y educación, América Latina podrá transitar hacia un consumo verdaderamente responsable.

8. RECOMENDACIONES

Basándose en los hallazgos de este estudio, se proponen las siguientes acciones para fortalecer el ecosistema de las declaraciones ambientales y el consumo responsable en la región:

Para el sector público: De la voluntad a la política de Estado.

- **Institucionalizar el ecoetiquetado:** Integrar las ecoetiquetas y las DAPs no como proyectos aislados, sino como ejes centrales de las políticas nacionales de Economía Circular y Compras Públicas Sostenibles.
- **Fortalecer la infraestructura técnica:** Alinear la normativa de etiquetado con la capacidad real del país. No se debe permitir el uso de sellos como "compostable" o "reciclable" si no existe una infraestructura estatal o privada que garantice que ese proceso efectivamente ocurra.
- **Regulación del Greenwashing:** Crear marcos legales que exijan la verificación de terceros para cualquier declaración ambiental en el mercado masivo, sancionando el uso de términos vagos que confunden a la ciudadanía.

Para el sector privado: Del costo a la ventaja competitiva.

- **Desmitificar el proceso:** Las cámaras de comercio y gremios deben trabajar en "bajar a tierra" el lenguaje técnico de los sellos. Las empresas necesitan entender que una declaración ambiental no es solo un costo, sino una llave para mercados internacionales y licitaciones estatales.
- **Apoyo a las PYMES:** Crear fondos de fomento o esquemas de certificación por etapas que permitan a las pequeñas y medianas empresas costear los ensayos de laboratorio y auditorías, evitando que la sostenibilidad sea un privilegio de las grandes corporaciones.

Para la ciudadanía y las organizaciones de la sociedad civil: Hacia la alfabetización en declaraciones ambientales.

- **Campañas de educación multisectorial:** Es fundamental impulsar iniciativas de comunicación desde diversos espacios (incluyendo organizaciones de la sociedad civil, la academia y asociaciones de consumidores) que enseñen a las personas a distinguir con claridad entre una **autodeclaración** (simple promesa de marca) y una **etiqueta ecológica verificada por terceros**. El objetivo es empoderar a la ciudadanía para que utilice su poder de compra como una herramienta de incidencia política y social, exigiendo transparencia y priorizando aquellos productos que presenten información técnica clara, respaldada y accesible.

Para la integración regional: Apoyo a la Alianza Ambiental de América (AAA).

- **Fomentar el reconocimiento mutuo:** Impulsar que los países de la región acepten los sellos ambientales de sus vecinos. Esto reducirá drásticamente los tiempos y costos para las empresas exportadoras, fortaleciendo el comercio sostenible dentro de Latinoamérica.

9. VOCES DE LA SOSTENIBILIDAD. PANEL DE ESPECIALISTAS CONSULTADOS

Con el fin de complementar la revisión de documentos, se seleccionó un panel de especialistas para ser entrevistados mediante criterios de representatividad regional, experticia técnica y liderazgo en el diseño de políticas públicas. Sus testimonios recogen las visiones estratégicas que sustentan el análisis de este estudio, integrando las perspectivas de organismos internacionales, autoridades de gobierno y la sociedad civil para ofrecer una mirada sistémica del etiquetado ecológico y el ecoetiquetado en América Latina.

PANEL DE ESPECIALISTAS

"La Alianza (AAA) es la respuesta regional al desafío de la transparencia: solos somos una etiqueta, juntos somos un estándar internacional."



Verónica García Malo (México)
Coordinadora de la Alianza Ambiental de América (AAA)

"Cuando el Estado prioriza productos ecoetiquetados en sus compras, no solo ahorra recursos, está transformando mercados enteros hacia la circularidad."



Fábio Lopes de Sousa (Brasil)
Asesor Técnico de GIZ para el Programa de Sello ABNT

"Fiscalizar el greenwashing es proteger la competencia justa; las reglas claras son el mejor incentivo para las empresas que sí hacen bien las cosas."



Rafael Ponte Calderón (Perú)
Especialista en Consumo Sostenible de Consumers International

"La información de sostenibilidad no es un lujo decorativo, es un derecho del consumidor y una garantía de supervivencia para las empresas."



Lucía Justo (PNUMA)
Consultora técnica del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente

"Sin una ciudadanía alfabetizada en etiquetas, el esfuerzo técnico se queda en el estante; la presión social es el verdadero motor del cambio."



Maite Cortés (México)
Directora del Colectivo Ecologista Jalisco

*Las declaraciones destacadas en este capítulo son síntesis editoriales procesadas mediante inteligencia artificial (Gemini) a partir de las entrevistas originales, con el objetivo de resaltar los conceptos clave con rigor técnico y claridad gráfica.

PANEL DE ESPECIALISTAS

"La armonización no es solo un proceso técnico, es la llave para que el mercado latinoamericano hable un mismo idioma ambiental."

Gloriana Chavarría (Costa Rica)

Coordinadora del Programa Nacional de Etiquetado Ambiental (MINAE)



"La confianza se rompe con una sola mentira verde; el ecoetiquetado debe ser un pacto de honestidad absoluta, no una estrategia de marketing."

Stefan Larenas (Chile)

Presidente de ODECU



"Los sellos de impacto único son el motor que activa la participación ciudadana; son los que logran que la economía circular pase de ser un concepto en la ley a una decisión real en la góndola."

Tomás Saieg (Chile)

Ex jefe de Economía Circular del Ministerio del Medio Ambiente



"La sustentabilidad no puede ser solo marketing. Necesitamos leyes que sancionen el engaño para que las etiquetas sean creíbles."

Tamara Ortega (Chile)

Directora de Fundación Basura



"El etiquetado ambiental es el escudo del ciudadano frente a la crisis climática; es la herramienta que nos permite votar con la billetera."

María José Troya (Ecuador)

Directora de la Tribuna Ecuatoriana de Consumidores y Usuarios



*Las declaraciones destacadas en este capítulo son síntesis editoriales procesadas mediante inteligencia artificial (Gemini) a partir de las entrevistas originales, con el objetivo de resaltar los conceptos clave con rigor técnico y claridad gráfica.

10. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Alianza Ambiental de América (AAA):

Iniciativa regional para la armonización y reconocimiento mutuo de las ecoetiquetas (Tipo I). Su objetivo es unificar criterios ambientales en Latinoamérica para reducir barreras técnicas al comercio y facilitar la toma de decisiones de la ciudadanía. (Alianza Ambiental de América (AAA) / Proyecto EcoAdvance, 2023).

Análisis de Ciclo de Vida (ACV):

Metodología técnica que evalúa los impactos ambientales de un producto en todas sus etapas, desde la extracción de materias primas hasta su disposición final ("de la cuna a la tumba"). Es la herramienta científica indispensable para sustentar las Etiquetas Tipo I y para generar los informes de las DAPs. (ISO 14040 / EcoAdvance, 2023).

Atributo ambiental:

Característica de un producto, proceso o servicio que tiene un impacto ambiental, positivo o negativo, directo o indirecto. (Red Pacto Global Chile, 2021)

Autodeclaración Ambiental:

Declaración informativa realizada por el propio fabricante, importador o distribuidor sobre un atributo ambiental específico de un producto (como "reciclable", "biodegradable" o "compostable"), sin la intervención ni validación obligatoria de una tercera parte independiente. Al ser afirmaciones autorreferentes, la norma exige que sean precisas y verificables para evitar el riesgo de greenwashing. Estas declaraciones constituyen la base de lo que se denomina técnicamente como Etiquetas Tipo II. (Fuente: ISO 14021 / Red Pacto Global Chile, 2021).

Ciclo de vida de un producto:

Enfoque que considera todos los impactos ambientales de un producto desde la extracción de materias primas hasta su disposición final. (ISO 14040)

Comunicación ambiental responsable:

Proceso de transmitir información sobre el desempeño ambiental que sea veraz, verificable, contextualizada y comprensible para las personas consumidoras. (Red Pacto Global Chile, 2021)

Criterios de Núcleo Común:

Conjunto de requisitos ambientales mínimos, compartidos y consensuados por los países miembros de la Alianza Ambiental de América (AAA) para una categoría de producto específica. Su objetivo es armonizar los estándares técnicos en la región, permitiendo que un producto certificado en un país cumpla automáticamente con las exigencias de los demás miembros, facilitando así el reconocimiento mutuo y eliminando barreras técnicas al comercio sustentable en Latinoamérica. (Alianza Ambiental de América (AAA), 2023).

Declaración ambiental de Producto:	Información ambiental sobre un producto o servicio comunicada por una organización, que puede presentarse en forma de etiqueta, símbolo, mensaje o afirmación. (Red Pacto Global Chile, 2021).
Etiquetado Ambiental Tipo I (Ecoetiquetas):	Certificación voluntaria, multicriterio y verificada por un tercero independiente. Identifica productos que tienen un desempeño ambiental preferible dentro de su categoría basándose en su ciclo de vida. (ISO 14024 / Red Pacto Global Chile, 2021).
Etiquetado Ambiental Tipo II (Autodeclaraciones):	Afirmación informativa realizada por el propio fabricante o comercializador sobre un atributo ambiental específico (ej. "reciclable"), sin validación obligatoria de un tercero. Reconocida también como autodeclaración ambiental. Debe ser veraz y verificable para evitar el greenwashing. (ISO 14021 / Red Pacto Global Chile, 2021).
Etiquetado Ambiental Tipo III (Declaración Ambiental - DAP):	Informe técnico que proporciona datos cuantitativos sobre el impacto ambiental de un producto a lo largo de su ciclo de vida. No certifica que un producto sea "mejor", sino que reporta métricas verificadas para facilitar comparaciones técnicas. (ISO 14025 / EcoAdvance, 2023).
Ecoetiqueta (Ecolabel):	Etiqueta ambiental verificada por un tercero independiente, basada en criterios múltiples y análisis de ciclo de vida, que certifica productos con mejor desempeño ambiental. (Red Pacto Global Chile, 2021; ISO 14024).
Etiqueta ecológica (Environmental Label):	Cualquier mensaje, símbolo o afirmación ambiental presente en un producto, con o sin verificación independiente. (Red Pacto Global Chile, 2021)
Etiqueta Ecológica de Impacto Único (Single-attribute labels):	Declaración ambiental que se centra en un solo criterio o atributo específico del desempeño de un producto (como la eficiencia energética, el bienestar animal o la gestión forestal sostenible). A diferencia de las etiquetas Tipo I (multicriterio), no evalúan el ciclo de vida completo, sino que certifican la excelencia en un aspecto ambiental particular. (EcoAdvance / PNUMA, 2023).
Global Ecolabelling Network (GEN):	Asociación internacional sin fines de lucro que agrupa a las organizaciones de etiquetado ecológico de Tipo I (ISO 14024) de todo el mundo. Su misión es promover, mejorar y desarrollar el ecoetiquetado de productos y servicios mediante el intercambio de información y el reconocimiento mutuo entre los programas de certificación más rigurosos a nivel global. (GEN / EcoAdvance, 2023).

Greenwashing (lavado verde):	Práctica engañosa de inducir a error a los consumidores mediante afirmaciones ambientales falsas o no verificables para mejorar la imagen de una marca. (Red Pacto Global Chile, 2021).
Impacto ambiental:	Cualquier cambio en el medio ambiente, adverso o beneficioso, que resulte total o parcialmente de las actividades, productos o servicios de una organización. (Red Pacto Global Chile, 2021).
Norma ISO 14021:	Norma internacional que regula las autodeclaraciones ambientales (Tipo II). (ISO 14021).
Norma ISO 14024:	Norma internacional que regula las ecoetiquetas Tipo I. (ISO 14024).
Norma ISO 14025:	Norma internacional que regula las Declaraciones Ambientales de Producto (Tipo III). (ISO 14025).
Pasaporte Digital de Productos (DPP):	Herramienta digital que almacena y comunica información detallada sobre la sostenibilidad, trazabilidad y circularidad de un producto a lo largo de su ciclo de vida. Accesible mediante soportes físicos (como códigos QR), permite a consumidores y autoridades acceder de forma instantánea a datos verificados que respaldan las declaraciones ambientales. (Unión Europea / EcoAdvance, 2023).
Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA):	Máxima autoridad ambiental dentro del sistema de la ONU que define la agenda global en la materia. Proporciona las directrices técnicas y el respaldo institucional para promover el ecoetiquetado y fortalecer la transparencia en el consumo sostenible a nivel mundial. (PNUMA, s.f.).
Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):	Agenda global adoptada por las Naciones Unidas en 2015 que establece 17 objetivos interconectados para erradicar la pobreza, proteger el planeta y garantizar la prosperidad para todos al 2030. (Naciones Unidas, 2015).
Sociedad Alemana para la Cooperación Internacional (GIZ):	Agencia técnica alemana dedicada a la cooperación para el desarrollo sostenible a nivel global. Actúa como articulador técnico y financiero en proyectos de ecoetiquetado y economía circular, facilitando la implementación de estándares internacionales y el fortalecimiento de políticas ambientales en Latinoamérica. (Fuente: GIZ, s.f.).
Verificación de tercera parte:	Evaluación realizada por una entidad independiente que garantiza objetividad y credibilidad en una certificación o declaración. (ISO 14024).

11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Documentos consultados:

- Conadecus (2025). *Radiografía Ciudadana del Etiquetado en Chile*. Disponible en: https://www.conadecus.cl/content/uploads/2025/12/Radiograf%C3%ADa-Ciudadana-del-Etiquetado-en-Chile_Conadecus-4.pdf
- EcoAdvance (2023). *Entregable No. 2: Diagnóstico de la implementación del Sello Ambiental Colombiano (SAC) y las Compras Públicas Sostenibles en Colombia*. Proyecto EcoAdvance (GIZ / PNUMA / BMUV).
- EcoAdvance (2025). *Entregable No. 4: Propuesta de hoja de ruta para el impulso de las Compras Públicas Sostenibles y el Ecoetiquetado en Colombia*. Proyecto EcoAdvance (GIZ / PNUMA / BMUV).
- Futerra (2008). *The Greenwash Guide*. Disponible en: https://futerra-assets.s3.amazonaws.com/documents/The_Greenwash_Guide.pdf
- GIZ (2024). *EcoAdvance: Adquisiciones públicas y ecoetiquetado para la protección de la biodiversidad y el clima*. Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH.
- International Organization for Standardization ISO (2006). *ISO 14025:2006 Etiquetas y declaraciones ambientales — Declaraciones ambientales tipo III — Principios y procedimientos*.
- International Organization for Standardization ISO (2016). *ISO 14021:2016. Etiquetas y declaraciones ambientales — Autodeclaraciones ambientales (Etiquetado ambiental tipo II)*.
- International Organization for Standardization ISO (2018). *ISO 14024:2018. Etiquetas y declaraciones ambientales — Etiquetado ambiental Tipo I — Principios y procedimientos*.
- International Organization for Standardization ISO (2022). *ISO 14020:2022. Declaraciones y programas ambientales para productos — Principios y requisitos generales*.
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (2025). *Guía de Compras Públicas Sostenibles y Socialmente Responsables*. Bogotá, Colombia: Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente.

- Naciones Unidas. (2015). *Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Resolución aprobada por la Asamblea General el 25 de septiembre de 2015*. Disponible en <https://undocs.org/es/A/RES/70/1>
- Oeko-Institut & Fundación Konrad Adenauer. (2020). *Incentivos para las PYMES en América Latina: Informe final del proyecto EcoAdvance*. Consorcio GIZ / PNUMA / Oeko-Institut.
- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente – PNUMA (2017). *Guidelines for Providing Product Sustainability Information*. Disponible en: <https://www.oneplanetnetwork.org/knowledge-centre/resources/guidelines-providing-product-sustainability-information>
- Red Pacto Global Chile. (2021). *Guía para una comunicación sostenible: Evitar el greenwashing y mejorar la credibilidad de las declaraciones ambientales*. Santiago, Chile. Disponible en <https://www.pactoglobal.cl/wp-content/uploads/2023/01/DISEN%CC%83O-FIN33.pdf>

Links consultados:

- **Alianza Ambiental de América.** www.alianza-ambiental.org.
- **EcoAdvance.** <https://www.international-climate-initiative.com/PROJECT1845-1>
- **Global Ecolabelling Network (GEN).** <https://globalecolabelling.net/>
- **ISO 14020:2022** (Tienda Oficial). <https://www.iso.org/standard/72458.html>
- **Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente – PNUMA** (24 de julio de 2024). América Latina y el Caribe lanzan el primer programa de ecoetiquetado regional. Disponible en <https://www.unep.org/es/noticias-y-reportajes/comunicado-de-prensa/america-latina-y-el-caribe-lanzan-el-primer-programa-de>

Fuentes Primarias (Entrevistas):

1. Chavarría, Gloriana (2026). Coordinadora del Programa Nacional de Etiquetado Ambiental (MINAE, Costa Rica).
2. Cortés, Maite (2026). Directora del Colectivo Ecologista Jalisco (México).
3. García Malo, Verónica (2025). Coordinadora de la Alianza Ambiental de América (AAA).
4. Justo, Lucía (2025). Consultora del PNUMA y miembro del Secretariado de la AAA.
5. Larenas, Stefan (2026). Presidente de ODECU. Especialista en derechos del consumidor (Chile).
6. Lopes de Sousa, Fábio (2026). Asesor Técnico de GIZ para el proyecto EcoAdvance (Brasil).
7. Ortega, Tamara (2026). Directora de Fundación Basura (Chile).
8. Ponte Calderón, Rafael (2026). Especialista en Consumo Sostenible de Consumers International (Perú).
9. Saieg, Tomás (2026). Exjefe de Economía Circular del Ministerio del Medio Ambiente (Chile).
10. Troya, María José (2026). Directora Ejecutiva de la Tribuna Ecuatoriana de Consumidores y Usuarios (Ecuador).
11. Ángel Cruz, Natalia (2026). Comunicación personal vía correo electrónico sobre Compras Públicas Sostenibles y el SAC en Colombia. Proyecto EcoAdvance (GIZ Colombia).

Fundación Ciudadana por un Consumo Responsable



ConsumoyAccion.org



ConsumoyAccion



ConsumoyCiudadania.org

