



Estudio preliminar sobre las ecomarcas

CARMEN ARANA COURREJOLLES

Sumario: I. ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN. II. DIFERENTES DEFINICIONES ENCONTRADAS. III. EXPOSICIÓN DE ALGUNAS ECOMARCAS: 1. Ecomarcas europeas nacionales 2. Ecomarcas de la Unión Europea (marcas comunitarias) 3. Ecomarcas de Estados Unidos 4. Ecomarcas de Asia 5. Ecomarcas Latinoamericanas. IV. PROBLEMÁTICA DE LAS ECOMARCAS EN EL PERÚ. V. COMENTARIO SOBRE LA INVESTIGACIÓN DE LAS LEYES REVISADAS. Conclusiones preliminares.

I. ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN:

La investigación sobre las eco marcas surge con motivo de la exposición sobre las eco marcas que realizara en Guayaquil¹. Como resultado se ha identificado que este tipo de marcas tienen una protección especial en algunos países, en los que se ha adquirido una conciencia de proteger el medio ambiente para evitar su deterioro. En estos países se otorga a las ECOMARCAS un rol informativo para el consumidor para quien se ha incorporado la variable ambiental en sus decisiones de compra. Y de otro lado, se mantiene un alto interés por la calidad ecológica y por la protección del medio ambiente.

Durante el año 2012 nos planteamos varias preguntas ¿qué eran las ecomarcas, cuál era su estructura, qué productos distinguían, cómo estaban registradas, como marcas colectivas, de certificación o individuales y si eran públicas o privadas?

En una primera etapa identificamos algunas etiquetas ecológicas que destacan una o más características medio ambientales o cualidades del producto que distinguen, para proteger el medio ambiente como:

- a) El Ángel Azul, ecomarca alemana que indica una calidad o característica ecológica de un producto en un folder que está elaborado con el 100% de papel reciclado o que es reusable.
- b) El Cisne Blanco, ecomarca nórdica es una etiqueta ecológica que identifica y distingue productos con características que respetan el medio ambiente.

1 El 1 de agosto de 2012 en representación de ASIPI expusimos para L.E.S. el tema: La falta de Distintividad de las ECOMARCAS vs. La necesidad de incentivar el desarrollo de la Tecnología Verde. Esta investigación aún está en giro.

- c) En el caso de la eco marca austriaca, antes de su uso en el producto, la Autoridad competente, realiza una evaluación más extensa, para verificar si cumple los requisitos establecidos y conceder el uso. No se restringe a un solo criterio individual ambiental sino a los criterios ambientales durante todo el ciclo de vida del producto uso, destino final del producto.

En una segunda etapa, luego de identificar algunas ecomarcas, hemos intentado clasificarlas pero nos hemos encontrado ante una heterogeneidad registral; pues constatamos que están registradas de modos distintos, en unos casos como marcas colectivas y en otros casos como marcas de certificación o individuales y de otro lado verificamos en los registros que quien ostentaba la titularidad de estas ecomarcas en unos casos eran empresas privadas, en otras públicas y en otras mixtas.

A nivel de clasificación, existe una de Naciones Unidas que tiene como base la procedencia geográfica de las ecomarcas², otra clasificación de la ISO 14000³, y otra que agrupa las ecomarcas en etiquetas no reglamentadas y reglamentadas⁴. Sin embargo, en estos tipos de clasificación no se incluyen las ecomarcas latinoamericanas. Por ello, al exponer las ecomarcas nos apoyamos en los criterios históricos (fecha de creación de las ecomarcas), criterios geográficos (país de origen de la ecomarca), criterios definidos por las normas ISO 14021, 14024 y 14025, y criterios de reglamentación (si hay control y verificación por un organismo competente).

2 La Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) en el Manual de Adquisiciones Ecológicas y materiales peligrosos, señala algunos ejemplos de eco-marcas a nivel mundial y las clasifica de la siguiente manera:

Eco-marca austriaca

Eco-marca alemana

Eco-marca de la Unión Europea

Fuente: <https://www.unido.org/fileadmin/>

3 La Organización Internacional de Estándares (ISO) ha identificado tres tipos generales de etiquetas:

Etiquetas del Tipo I: Cumplen con criterios definidos por la norma ISO 14024 de 1999.

Etiquetas del Tipo II: Cumplen con criterios definidos por la norma ISO 14021 (auto declaraciones)

Etiquetas del tipo III: Cumplen con criterios definidos por la norma ISO 14025

Fuente: COATES, Richard. ISO y el Etiquetado Ambiental de Consumo. Latin America Alliance, 1997

4 Dentro del grupo de ECO ETIQUETAS reglamentadas se ubican las etiquetas ecológicas tipo I (ISO 14,024), III (ISO 14025) la garantía de la veracidad de la información medio ambiental se valida por un organismo competente que define los requisitos ambientales del producto y verifica su cumplimiento para otorgar autorización al fabricante para utilizar determinada etiqueta ecológica garantiza al consumidor elegir un producto por sobre otro de la misma categoría en virtud de su beneficio ambiental. Un ejemplo de etiqueta reglamentada es la etiqueta ecológica europea (flor) distingue productos: pinturas y barnices de interior (clase 2) que contiene mejoras ambientales: cantidad menor de disolvente y de pegamento blanco y no contiene sustancias tóxicas, ni metales pesados. Las ECOETIQUETAS no reglamentadas que corresponden a las etiquetas ecológicas tipo II (ISO 14021 1999) no están sometidas a la verificación de una tercera parte u organismo reconocido sino pertenecen exclusivamente a la veracidad de las declaraciones de los fabricantes y comerciantes de su ética ambiental, un ejemplo es: el triángulo MOBIUS para indicar que el producto es reciclable y el punto verde.

En la tercera etapa revisamos algunas definiciones de ecomarcas y constatamos que la mayoría, a nivel de contenido, incluyen las características medioambientales específicas que comporta el producto que identifica la ecomarca y muy poco se vincula al derecho marcario, por lo que se hace necesario construir una definición que agregue el tipo de registro de la ecomarca, su titular, su composición o estructura y las funciones que cumple.

En una última etapa nos preguntamos la relevancia de la función distintiva de la ecomarca y la función informativa al consumidor. Constatamos que algunas ecomarcas carecen de distintividad, otras mantienen una distintividad suficiente y otras debido a su posicionamiento en el mercado ostentan una mayor distintividad.

II. DIFERENTES DEFINICIONES ENCONTRADAS:

Durante la investigación, hemos encontrado diferentes definiciones de ECO-MARCAS, por ejemplo:

1. GREENHABIT realiza diferentes apreciaciones sobre las eco-marcas:
 - i) De un lado, afirma que selecciona sus MARCAS ECOLOGICAS basándose en la CALIDAD ECO de sus productos, materiales, empaques, reciclados, procesos de fabricación sostenible o elaboración ética.
 - ii) De otro lado, señala que las marcas ecológicas de diseñadores, fabricantes, cooperativas., artesanos comprometidos y avalados son ETIQUETAS que certifican producción justa, respetuosa con el medio ambiente y de igualdad social.
 - iii) Por lo que, las marcas ecológicas son CERTIFICACIONES que avalan materiales empleados y su origen orgánico sostenibles biodegradables, eficientes, reciclados, reciclables, libres de tóxicos⁵.

Notamos que en estas afirmaciones se destaca que las marcas ECOLOGICAS tienen una calidad eco, están constituidas por etiquetas y certifican estas características ecológicas

2. En el artículo de Chamorro y Rivera⁶, se plantea que un sistema de etiquetado ecológico puede ser una medida complementaria junto con educación ambiental para desarrollar un mayor mercado verde y define SISTEMA DE ETIQUETADO ECOLÓGICO DE PRODUCTOS, como un sistema que “consiste en la concesión por parte de un evaluador independiente, mediante un proceso controlado en cuanto a la neutralidad por los poderes públicos, del logotipo de aprobación de un producto basándose en sus cualidades ambientales, logotipo que puede ser utilizado públicamente por el producto” (Alonso García 1993) Se trata, por tanto, de un instrumento de carácter voluntario.

5 Extraído de greenhabit.es/marcas-ecologicas-cms-1-50-127/. Fecha de consulta: Junio 2012.

6 Chamorro Mera, Antonio y Rivera Nieto, Pedro “El etiquetado ecológico de productos como herramientas de marketing: una revisión de la situación actual”. Extraído de: <http://dia/net.unirioja.es/servlet/>. Fecha de consulta: 20 de Julio 2012.

Sobre el sistema comunitario de etiquetas ecológicas señalan que persiguen dos objetivos:

- a) “Promover el diseño, la producción, la comercialización y la utilización de productos que tengan repercusiones reducidas en el medio ambiente durante el ciclo de vida del producto.
- b) Proporcionar a los consumidores mejor información sobre las repercusiones ecológicas de los productos” a fin de orientarles en sus decisiones de compra.

Para estos autores, la etiqueta ecológica es una herramienta de marketing a disposición de las empresas si su uso da valor añadido al producto y el consumidor la percibe como una garantía de mayor calidad.

Esta percepción da énfasis a la función informática y de comunicación de la marca.

3. En el proyecto de compras responsables (CEGESTI) Costa Rica⁷ se considera que las etiquetas ecológicas (o eco etiquetas) son símbolos que se otorgan a aquellos productos que tienen un menor impacto sobre el ambiente debido a que cumplen una serie de criterios ecológicos (algunas considerando el análisis de su ciclo de vida y otras basadas en características más puntuales). Su principal característica es la impresión de un sello sobre el producto, que permite al consumidor diferenciarlo de otros similares en el mercado.

En esta definición se destaca la función de diferenciación de la marca en la relación marca-marca, pues el consumidor al percibir la eco marca percibirá ciertas características que contienen los productos de un origen empresarial frente a otros similares que cumplen criterios ecológicos.

4. En la revista EROSKI CONSUMER en el artículo sobre Ecología de marca⁸ se considera que la eco etiqueta, se encuentran en productos y servicios respetuosos con el medio ambiente y que si bien cada vez más personas reconocen este tipo de distintivos gran parte de la población aún no conocen dado que hay proliferación de todo tipo de etiquetas con criterios más publicitarios que ecológicos.

En esta apreciación la eco-marca es una etiqueta que distingue productos respetuosos del medio ambiente reconocidos por una parte de la población.

5. Otra definición que encontramos de eco-etiqueta es la que considera que la eco-marca es una herramienta que permite manifestar mediante símbolos la interacción con el medio ambiente de un producto o servicio siendo su objetivo principal informar al usuario que un determinado producto tiene una incidencia ambiental adversa menor que otros productos de la misma categoría y con función equivalente⁹.

7 Extraído de: <http://www.comprasresponsables.org/adjuntos/eco-etiquetado.pdf>. Fecha de consulta: 20 de Julio 2012.

8 Extraído de: Revista.consumer.es/web/es/2006medicambiente/70776.php. Fecha de consulta: 20 de Julio 2012.

9 Extraído de: <http://w.w.w.construmatica.com/construpedia/ecoetiqueta>. Fecha de consulta: 20 de Julio de 2012.

En esta definición se prioriza la información de la calidad medio ambiental por sobre las otras funciones de la marca.

En la ley colombiana encontramos que la ecomarca es una herramienta de apoyo en el desarrollo del programa de mercados del etiquetado ecológico verde como parte ambiental se considera un instrumento económico para prevenir y evitar el deterioro ambiental.

El programa de mercado verde promociona los productos que son menos nocivos para el medio ambiente o los obtenidos a partir del uso sostenible de recursos naturales.

6. La OIT en su documento de trabajo N° 78 de 2006 vincula la eco-marca con el medio ambiente, el consumidor y se considera que la característica ecológica es el elemento diferenciador entre las marcas competidoras¹⁰. En esta definición, encontramos cierta vinculación entre el elemento ecológico del producto que incidirá en la relación de diferenciación entre la marca que lo contiene y las otras marcas competidoras.

2.1. Características para elaborar una definición provisional

No hemos encontrado un concepto de eco-marca vinculado al derecho marcario, ya sea en la relación marca-producto o en la relación con otras marcas. En las definiciones revisadas, se destaca el elemento ambiental que contiene el producto, no se refiere a la composición del signo como ecomarca ni al tipo de registro de la ecomarca, si es colectiva o de certificación o si es pública o privada.

Consideramos que algunas ecomarcas son signos forjados o mixtos que sirven para identificar productos relacionados con el medio ambiente, que esta calidad medioambiental es el elemento de diferenciación valioso con respecto a otros productos y/o servicios su misma categoría de otros fabricantes o empresas que no incluyen esa calidad medioambiental en sus productos. Destacamos de modo expreso los atributos ecológicos de los productos y el impacto en el medio ambiente y los elementos de identificación y diferenciación.

Podríamos definir a las ecomarcas como signos, etiquetas, sellos ecológicos, expresiones, figuras que se colocan sobre productos con atributos vinculados al medio ambiente ya sea porque su método de fabricación es respetuoso del medio ambiente (no contaminantes) o porque contiene ingredientes naturales, orgánicos, no tóxicos o reciclados y no impactan negativamente al desecharlos.

La mayoría de las ecomarcas son signos que sirven para identificar productos o servicios con calidades o cualidades que mejoren el medio ambiente sin confundirse con los productos. Son signos que se colocan en productos o servicios con una característica medio ambiental valiosa esta ecomarca sirve para diferenciarlos de otros de la misma categoría que no tienen relación con la mejora medio ambiental. Otra característica de las ecomarcas es que se colocan en productos para garantizar que éstos cumplen una serie de criterios

10 En el concepto de la OIT se indica que las eco-marcas están relacionadas al impacto ambiental que produce el producto o servicio que se ofrece al público consumidor y que adquieren un posicionamiento ecológico que es comunicado al consumidor y que constituye un elemento diferenciador frente a las marcas competidoras. Fuente: García Muñoz, Luis Alonso. AEl uso de marcas como herramienta para apoyar estrategias competitivas en turismo comunitario. OIT Ginebra, (2006)

ecológicos y ambientales definidos previamente que permiten que sean eco-eficientes y que reducen el impacto negativo en el medio ambiente y contribuyen a la protección y conservación de la biodiversidad con criterios de equidad social y rentabilidad económica.

III. EXPOSICIÓN DE ALGUNAS ECOMARCAS INVESTIGADAS

A continuación, expondremos algunas ecomarcas europeas, americanas y latinas teniendo en cuenta el criterio histórico (fecha de su creación), la ISO y lugar de procedencia. Se identificarán las características del signo y las cualidades ecológicas del producto, teniendo en cuenta las categorías a las que se aplica.

3.1. Ecomarcas europeas (nacionales)

3.1.1. La eco-marca alemana “El ángel Azul”



La eco-marca El “Ángel Azul” fue creada en 1978 y distingue los productos con baja incidencia sobre el medio ambiente durante su ciclo de vida. Además de los criterios ambientales, incorpora los de calidad, seguridad, consumo de energía y otros. Es una de las etiquetas con mayor prestigio a nivel mundial en cuanto a exigencia de criterios.

Un Jurado decide los criterios de esta etiqueta con opinión técnica. Los Organismos que participan son:

- 1) Agencia Federal de medio ambiente: Recibe las propuestas.
- 2) Jurado: Con 13 miembros, que se reúne dos veces por año y aprueba por mayoría los criterios.
- 3) Instituto Alemán de Calidad y Certificación: Analiza las propuestas con los fabricantes, consumidores, asociaciones ecológicas, sindicatos, etc. y celebra contratos de uso.

Se han definido criterios para numerosos productos y servicios, algunos de los cuales son: Abrasivos, neumáticos, pantallas de vigilancia para niños, pilas recargables, adhesivos bituminosos, materiales de construcción hechos a partir de vidrio o papel reciclado, cartón, trapos de limpieza, servicios de limpieza, monitores de ordenador, papel para impresión, contenedores de agua potable, sobres, excavadoras, rollos de toalla para dispensadores, papel de filtro, muebles,, trituradoras de jardín, pañuelos, acumuladores de calor, máquinas de soldar, etc¹¹.

11 Fuente: <http://www.consumoresponsable.org>. Fecha de consulta: 15 de Junio de 2012.

3.1.2. Eco-etiqueta Nórdica “El cisne blanco”



Es la certificación común en los países escandinavos, coordinada por Nordic Ecolabelling, quien decide sobre los grupos de productos y criterios para conceder la certificación, participan grupos de interés (fabricantes, consumidores) y grupos de coordinadores (2 de cada país). Cada decisión ha de contar con la unanimidad de todos los países nórdicos y se tiene en cuenta criterios de seguridad y rendimiento durante todo el ciclo de la vida del producto.

Existen criterios para unas 63 categorías de productos, dentro de las cuales se encuentran entre otras, las siguientes:

Descongeladores, neumáticos de vehículo, adhesivos, equipamiento audiovisual, muebles, hoteles, fuentes de luz, telas de microfibra, refrigeradores y congeladores, bombas de calor pequeñas, textiles, lavadoras, detergente de lavadora, productos para el cuidado del coche y el barco, productos de limpieza, productos cosméticos, detergente industrial de lavavajillas, jabón líquido de limpieza de manos, champú, acondicionador, gel corporal, jabón sólido y líquido, instalaciones de limpieza de coches, lavanderías, filtros de café, papel a prueba de grasa, papel de embalaje, sobres de papel¹². A nivel de criterios, tenemos por ejemplo que para papel se exige que el 20% de fibra de papel sea de explotación forestal sostenible y certificada y el 75% de la materia prima sea papel reciclado o de viruta. Para productos químicos se exige que sean fácilmente degradables y que no se utilicen colorantes, ni metales ni adhesivos ni blanqueadores con cloro porque se considera que perjudican el medio ambiente y la salud.

3.1.3. Eco-etiqueta austriaca “Umweltzeichen”



La eco etiqueta austriaca, constituida por un signo mixto que contiene un círculo de árboles y globos estilizados, fue creada en 1990. Se otorga sobre la base de directivas definidas por el Ministerio Federal del Medio Ambiente el cual, en estrecha cooperación con la Asociación de Información a los Consumidores (VKI) y de calidad, desarrolla las bases del reconocimiento y otorga la Eco-marca que debe cumplir requisitos básicos, luego de una amplia evaluación de los productos o servicios. No se restringe a un criterio individual.

12 Fuente: <http://www.consumoresponsable.org/criterios/etiquetas/paisesnordicos>. Fecha de Consulta: 18 de Julio de 2012

Se toman en cuenta los efectos ambientales durante la producción y uso con relación a materias primas empleadas, residuos y emisiones, consumo energético, eliminación y reciclado y sistemas de distribución y métodos de transporte¹³, por ejemplo para el caso del papel reciclado se exige que la materia prima sea de fibra 100% reusable. Para el papel de impresión se exige que la materia prima proceda de madera obtenida con limpieza de bosques certificados (restos de madera o fibra de restos agrícolas). Con respecto a los productos químicos está prohibido utilizar agentes blanqueadores clorados y los ópticos.

3.1.4. Marca Colectiva “ El Punto verde”



Esta marca consistente en el logotipo Circular de dos flechas fue creada en 1991.

El titular es una asociación privada que se inició con 554 miembros, luego se han integrado más empresas.

Esta marca se encuentra registrada como marca colectiva. En el Perú está registrada en numerosas clases.

En 1995 Duals System Deutschland AG fundó la Organización Europea de Recuperación de Envases: Packaging Recovery Organisation Europe S.P.R.L (PRO EUROPE) que da licencia a los fabricantes para el empleo del logotipo del “Punto Verde”.

Más de 20 países lo han adoptado.

Más de 90,000 empresas son licenciatarias de uso.

Más de 460,000 millones de envases con el “Punto Verde” están en el mercado.

Los fabricantes pagan y participan en el funcionamiento de un sistema de gestión y reciclado de envases.

3.1.5. Ecomarca francesa

Marca NF Environnement (Francia)



Titular: AFNOR (Association Française de Normalisation)

Es concedida por AFNOR (Association Française de Normalisation)

13 Fuente: <http://www.consumoresponsable.org/criterios/etiquetas/austria>. Fecha de consulta: 18 de Julio de 2012

Las industrias pueden adherirse voluntariamente al uso para certificar la calidad medioambiental del producto, cuyo control se realizará periódicamente.

Un Comité, compuesto por participantes de asociaciones ambientales y de consumidores, la industria, distribuidores y el gobierno, propone una serie de criterios ambientales generales y la selección de nuevas categorías. Se evalúa con un análisis de ciclo de vida del producto (ACV).

Este distintivo tiene en la actualidad definidos criterios para los siguientes productos y servicios: Muebles, cartuchos de tinta de impresión láser, bolsas de basura, filtros de café, compostadores individuales de jardín, pinturas y barnices, sobres, perfiles de decoración y muebles, absorbentes líquidos para suelos, productos de señalización horizontal, cuadernos, material de cama de gato, etc¹⁴.

3.2. Ecomarcas de la Unión Europea (marcas comunitarias)

En la Comunidad Europea encontramos dos tipos de marca, una referida a agricultura y alimentos y la otra referida a productos o servicios, que pueden reducir los efectos ambientales o causar daño al medio ambiente.

- a) Logotipo de Agricultura Ecológica de la Unión Europea: En un primer momento, la Comunidad Europea creó un sello de agricultura ecológica en 1991 por R. (CEE) No. 2092/91, emitida el 24 de junio de 1991.



1991



La eco-marca de 1991 fue reemplazada por otra en el 2010 R. (UE) N° 271/2010 24/03/2010, la cual fue registrada en la Oficina de Propiedad Intelectual de Benelux como marca colectiva de agricultura ecológica. (Art.7)

La ecomarca de agricultura ecológica de la Unión Europea con su variación se refiere a nivel de producción ecológica, vegetal, ganadera y de agricultura; es decir, a nivel de alimentos ecológicos que contengan únicamente o casi únicamente ingredientes ecológicos de origen agrario (en los procesados 95%)

Los organismos modificados genéticamente (OMG) son incompatibles con el concepto de producción ecológica, no deben utilizarse en la agricultura ecológica ni en el procesamiento de productos ecológicos los que se basan en el nuevo logo de producción ecológica de la Unión Europea (La hoja verde formada por estrellas) se encuentra en el Anexo XI del Diario Oficial de la Unión Europea del 31 de marzo de 2010, en el que se publica el Reglamento (UE) N° 271/2010 de la Comisión de 24 de marzo de 2010, donde se informa que ha sido

14 Extraído de: <http://www.consumoresponsable.org/criterios/etiquetas/francia>. Consulta: 20 de Junio de 2012.

registrada como marca colectiva de Agricultura Ecológica en la Oficina de Propiedad Intelectual de Benelux por lo que está vigente, utilizable y protegida, y será registrada en los registros comunitarios e internacionales.

- b) La Etiqueta Ecológica de la Unión Europea constituida por una flor con estrellas y en el medio la letra E fue creada el 23 de marzo de 1992, mediante Resolución 880/92 CEE. Se ubica dentro del Sistema de política de producción y consumo sostenible con el objetivo de reducir el impacto negativo de la producción y consumo sobre el medio ambiente, salud, clima y recursos naturales.



R. (CEE)880/92

Esta etiqueta ecológica nació en 1992, siendo modificada después de varios años. Esta eco-etiqueta enfoca la información hacia los consumidores privados y garantiza que un producto cumple con criterios ambientales. Asimismo, certifica que un producto ha sido fabricado y comercializado con un impacto ambiental menor que otros productos de la misma categoría.

En el Reglamento N° 66/2010 del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de noviembre de 2009, publicado en el Diario Oficial de la Unión Europea del 30 de enero de 2010, en el Anexo II se muestra la etiqueta ecológica de la Unión Europea con sus modificaciones, pero no se informa sobre su registro en Benelux u otro país.



La etiqueta ecológica europea permite a los consumidores identificar los productos que distingue con total claridad y transparencia en el mercado, de forma que el medio ambiente sea un componente más en la toma de decisiones de compra y contratación de servicios, evitando toda posibilidad de publicidad engañosa.

Se han elaborado criterios respecto a más de 23 grupos de productos y servicios, y continuamente se añaden nuevas categorías. Distingue artículos ecológicos tales como instalaciones y equipos, prendas de vestir, artículos de jardinería y alojamientos turísticos, etc¹⁵.

Según el Reglamento N° 66/2010 de la Unión Europea, los criterios de la etiqueta ecológica se aplican a categorías de productos que deben tener ciertas cualidades, tales como:

15 Fuente:<http://negociosostenible.wordpress.com/>. Consulta: 15 de Junio de 2012.

1. Potencial de mejora del medio ambiente.
2. Perspectiva de penetración de los productos en el mercado.
3. Viabilidad de las adaptaciones técnicas y económicas necesarias.

Estos criterios los pueden solicitar o revisar: la Comisión, los Estados Miembros y las Partes interesadas: con conocimientos especializados en el sector del producto, neutralidad, y conformidad con el Reglamento Comunitario (demostrados), previa consulta al CEEUE.

El Reglamento N° 66/2010 señala que la Comisión creará un Comité de Etiquetado Ecológico de la Unión Europea (CEEUE) que estará integrado por los representantes de los organismos competentes¹⁶ que designe cada país miembro y por otras partes interesadas.

El CEEUE contribuirá a la elaboración y revisión de los criterios de la etiqueta ecológica de la UE, a la hora de determinar dichos criterios se tendrá en cuenta los impactos ambientales más significativos, en particular sobre el cambio climático, la naturaleza, la biodiversidad, el consumo de energía y recursos, generación de residuos, entre otros; así como la sustitución de sustancias peligrosas por otras más seguras; la posibilidad de reducir el impacto ambiental en tanto los productos sean durables y reutilizables; también se tienen en cuenta los criterios de otras etiquetas ecológicas según el ISO 14024 (Tipo I) que son reconocidas oficialmente a nivel nacional o regional.

Con relación al uso, en el Reglamento se establece que quien desee utilizar la etiqueta ecológica presentará una solicitud ante los organismos competentes de cada país miembro, en dicha solicitud se especificará la categoría de productos que se trate y la descripción completa de los mismos. No se podrá utilizar la etiqueta ecológica como parte de una marca registrada.

Cabe destacar que la duración de los criterios elaborados es de 3 a 5 años. Se revisan periódicamente y si mantienen su duración la licencia de uso de la ecomarca se renueva automáticamente.

Con relación a la vigilancia del uso, se señala que queda prohibida toda publicidad falsa o engañosa, así como el uso de signos que puedan confundirse con la etiqueta ecológica de la Unión Europea.

El sistema europeo pretende promover productos que tengan un nivel elevado de confortamiento ambiental. Con el uso de la etiqueta ecológica de la Unión Europea los productos que la lleven deben cumplir criterios ecológicos en la fase de producción, los efectos ambientales, durante la totalidad del ciclo de vida y dar al consumidor información exacta (base científica) sobre la repercusión ambiental de los productos. Estas características de los productos que ostentan la ecomarca constituyen un elemento diferenciador y valor agregado que la ecomarca informa y comunica a los consumidores.

16 Estos organismos tienen la función de garantizar que el proceso de verificación se realice de manera coherente, neutra y fiable y se base en las normas y los procedimientos nacionales, europeos e internacionales reguladores de los organismos que aplican sistemas de certificación de productos. (Art. 4 numeral 4 del Reglamento N° 66/2010.

3.3. Ecomarcas de Estados Unidos:

Las eco-marcas de Estados Unidos investigadas se encuentran registradas como marcas de certificación en su país y la titularidad generalmente es privada, entre éstas tenemos las siguientes:

3.3.1. Marca de certificación FSC de U.S.A.



Con Certificado N°2570559, de fecha 21 de mayo de 2002, en Clases 15, 16, 19, 20, 24, 31 de la N.O.

El titular es una empresa privada: Forest Stewardship Council (Asociación Internacional sin fines de lucro (Industriales, forestales, indígenas, ONG)

Acredita a entidades de certificación que garantizan al consumidor que los productos forestales provienen de bosques sostenibles.

En el Perú no está registrada como marca de certificación, sino como marca individual, tiene un registro multiclase con Certificado N°003560, de fecha 14 de diciembre de 2011, en las Clases 08,15, 16, 19, 20, 31, 35, 40, 41, 42 de la N.O.

3.3.2. Marca de Certificación EPEAT de U.S.A.



Con Certificado N° 3534586, de fecha 18 de noviembre de 2008, a favor de EPEAT, INC., para distinguir equipos electrónicos

3.3.3. Marca de Certificación U.S.A. "Energy Star"

La marca ENERGY STAR tanto denominativa como mixta está registrada en su país de origen Estados Unidos a favor de su titular Environmental Protection Agency Federal Agency, desde 1995 en la clase 42 para servicios que proporcionan energía eficiente para diversos productos y servicios.



Su logo actual es:  se encuentra registrado con Certificado N°3575484, de fecha 17 de febrero de 2009, para la clase 42 N.O.

Certifica que los ítems tienen mayor eficiencia energética.

Esta ECOMARCA fue creada a iniciativa de la Agencia de Protección Ambiental (EPA) de Estados Unidos como certificación oficial para productos ofimáticos y fue adoptado por la Unión Europea a través de criterios establecidos en el Reglamento N° 2422/2001 el 6 de noviembre de 2001.

Los equipos que llevan esta marca, se caracterizan por el ahorro de energía que les permite pasar a un estado de reposo mientras no están siendo utilizados transcurrido un cierto tiempo.

Este distintivo tiene definidos criterios para los siguientes productos y servicios:

Ordenadores, monitores de ordenador, impresoras, fotocopiadoras, aparatos de fax, dispositivos multifunción, bombillas, entre otros¹⁷.

3.3.4. Eco-etiqueta PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification) de U.S.A.



Esta etiqueta está registrada en Estados Unidos con Certificado No. 0834837 de fecha 23/09/2010 a favor del Titular: Programme for the Endorsement of Forest Certification “PEFC” (Programa de reconocimiento de Sistemas de Certificación Forestal. PEFC es un organismo sin fines de lucro y no gubernamental. La eco-etiqueta garantiza en los productos que se coloca, que la madera de la cual fabricados proviene de los bosques, se encuentran bajo una gestión basada en normas de actuación acorde con requisitos medioambientales, sociales y económicos acordados internacionalmente¹⁸.

El logo PEFC y las siglas “PEFC” son propiedad exclusiva de PEFC Internacional y son marcas internacionalmente registradas.

La certificación de la madera consta de dos elementos fundamentales:

- La certificación de la sostenibilidad de la ordenación forestal – Certificación GFS.
- La certificación de los productos de madera aprovechables en bosques gestionados de modo sostenibles.

3.4. Ecomarcas de Asia:

En Corea hemos encontrado dos eco-marcas, una que está vinculada a cuidar el medioambiente en el área de bosques sostenibles y otra para el ahorro de energía.

17 Extraído de: <http://www.consumoresponsable.org/criterios/etiquetas/consumoenergetico2>. Fecha de consulta: 15 de Junio de 2012.

18 Fuente: <http://www.pefc.es/documentacion/>. Fecha de consulta: 25 de Julio de 2012.

3.4.1. Ecoetiqueta de la Asociación de Etiquetado Ambiental de Corea para cuidar el medioambiente y evitar la contaminación, controlando los bosques



El sistema de etiquetado ecológico se estableció en 1992 por el Ministerio del Medio Ambiente del Gobierno de Corea. El sistema de etiquetado es voluntario y trabajan 3 comités: el comité de etiquetado ecológico, el comité Técnico y el Comité de Evaluación.

Su logotipo representa la naturaleza con árboles y animales rodeado por un círculo y en la parte superior aparecen las palabras “más limpio y más verde” en coreano.

El sello proporciona información transparente a los consumidores sobre el valor medioambiental que tiene el producto. Las empresas tienen conciencia de la ventaja de producir productos respetuosos con el medio ambiente implantando nuevas tecnologías.

Se han establecido criterios ecológicos para varios productos que llevan la eco-etiqueta, por ejemplo:

-Para el papel de fotocopiadora, computadora e imprenta, la materia prima utilizada debe contener más del 50% de fibra de pulpa de papel reciclado.

-Para el papel higiénico, servilletas y similares deben fabricarse con el 100% del papel reciclado; es decir, 100% de fibra recuperada y se prohíbe el blanqueo con cloro, que también se prohíbe para el papel de copia.

3.4.2. Eco-etiqueta de Corea



Certificado Internacional OMPI N° 972600

31/03/2009

Titular: República de Corea

Certifica que los ítems tienen mayor eficiencia energética

3.5. Ecomarcas Latinoamericanas:

En latinoamerica existen diversas ecoetiquetas, en Brasil la Asociación Brasileira de Normas Técnicas (ABTN) certifica que los productos que llevan la ecomarca contienen alguna cualidad ecológica que producen un menor impacto en el ambiente.

En Costa Rica la fundación Bandera Ecológica certifica que los productos ecológicos contribuyen al desarrollo sostenible de los recursos naturales.

En Chile, la experiencia del etiquetado ambiental tiene carácter voluntario y se ha desarrollado tanto a nivel privado como a nivel mixto sector público y privado, por ejemplo en la Industria vitivinícola se han adoptado medidas de eficiencia energética y menor peso en la botella.

El sistema de etiquetado de eco-comercial o sello ambiental según Ximena Abogabir, “consiste en el otorgamiento de etiquetas o sellos por parte de un organismo público privado, para informar a los consumidores que esos bienes se caracterizan por ser más amistosos para el medio ambiente que otros similares en el mercado.....” (Página 14) ¹⁹

3.5.1. Ecomarcas colombianas²⁰

A) Sello ambiental colombiano:

En Colombia la ecomarca es una herramienta de apoyo en el desarrollo del programa de mercados del etiquetado ecológico verde como parte ambiental se considera un instrumento económico para prevenir y evitar el deterioro ambiental.

El programa de mercados verdes promociona los productos que son menos nocivos para el medio ambiente o los obtenidos a partir del uso sostenible de recursos naturales.



La eco etiqueta del sello ambiental colombiano fue creada por el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo territorial, y fue presentada ante el registro de la Propiedad Industrial el 2 de junio de 2006 y se registró como marca de certificación (Certificado N° 349421) vigente al 14 de febrero de 2017, en la clase 42 de la Nomenclatura Oficial para distinguir servicios de certificación aplicados a cualquier producto o servicio que pueda reducir los efectos ambientales adversos, en comparación con otros productos o servicios

19 ABOGABIR, Ximena. “Etiquetado eco-comercial: el sello ambiental”. En: Revista Ambiente y Desarrollo. Chile. Diciembre 1991.

20 Para el desarrollo de este punto hemos consultado las leyes colombianas y la tesis de LOZANO MAYA, Satú del Pilar en coautoría con MOLINA HIGUERA, Angélica: “El etiquetado ecológico”. Pontificia Universidad Javeriana de Colombia (2001).

de su misma categoría y excluye la certificación sobre alimentos primarios o procesados, bebidas, medicamentos, elementos quirúrgicos o cualquier producto fabricado mediante procedimientos que puedan causar daños apreciables a las personas o al medio ambiente o cuyo uso normal pueda ser nocivo para los consumidores.

Si bien la eco marca colombiana en el registro tiene una duración de 10 años, el derecho al uso se otorga mediante acuerdo de voluntades entre el usuario y el organismo de certificación el derecho de uso se otorga por 3 años (período de disfrute) durante los cuales debe realizarse como mínimo una auditoría anual por parte del organismo de certificación. El período de validez puede prorrogarse a voluntad de las partes siempre que se cumpla las disposiciones del reglamento de uso de la marca “Resolución 1555 de 2005” y los criterios ambientales vigentes establecidos para su categoría.

- El Reglamento de uso de la Marca de certificación Sello Ambiental Colombiano (Resolución N° 1555-2005) vela por el cumplimiento de los requisitos de uso de la eco marca. Esta eco marca identifica los productos que cumplen con los criterios ambientales prestablecidos para su categoría. Y, según el artículo 8 del reglamento: “Su ámbito de aplicación es nacional y de propiedad exclusiva de la Nación Colombiana, bajo la administración del Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial quien podrá ejercer acciones de defensa frente a utilizaciones indebidas, abusivas, fraudulentas, engañosas o no autorizadas”.
- El objetivo del Sello Ambiental Colombiano (R. N° 1555-2005) es la promoción de productos que pueden reducir los efectos ambientales adversos. Busca sensibilizar a los consumidores y productores colombianos sobre nuevos mercados y sus ventajas contribuyendo a la solución de problemas medioambientales.
- La eco marca se utiliza como instrumento de diferenciación dentro de la Estrategia Nacional de Mercados Verdes y tiene una función informativa y comercial para diferenciar productos que comparativamente con otros presentan un mejor desempeño ambiental. En el Reglamento (R.1555-2005) se establecen los requisitos de quien solicita emisión de los criterios ambientales, cuántos son y su tramitación:
 - En el artículo 13 del reglamento de señala que cualquier persona podrá solicitar la expedición o revisión de criterios ambientales para una categoría de producto determinada.
 - Se realizará ante el Organismo Nacional de Normalización o en caso de existir la Unidad Sectorial de Normalización autorizada.
 - La expedición o revisión estará sujeta a un estudio pre-normativo conforme a 6 criterios de selección.
 - En el artículo 11 se establecen los seis criterios de selección para la categoría de los productos:
 1. Efectos ambientales del producto a escala mundial, nacional o local.
 2. Información científica y técnica.
 3. Participación significativa del producto en el mercado nacional y/o internacional.
 4. Productores y consumidores a favor de la elaboración de los criterios.

5. Contar con infraestructura de certificación (disponibilidad de laboratorios)
6. Conformidad con planes de Gobierno o incentivos para la producción amigable (en caso de que existan).
 - En el artículo 12 se regula la elaboración y expedición de los criterios y comités de normalización y en el artículo 16 los periodos de validez de los criterios que no podrán tener términos inferiores a tres o superiores a cinco años de vigencia.
 - En el artículo 21 se establece el trámite de la solicitud formal para obtener la autorización del derecho al uso del Sello Ambiental Colombiano y la documentación que se presenta ante el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial²¹.
 - En el artículo 23 se señala quiénes pueden ser solicitantes del derecho de uso del Sello Ambiental Colombiano (fabricantes, importadores, prestadores de servicios, comercializadores de productos (puestos en el mercado con su propio nombre comercial).

B) Sello de alimento ecológico colombiano:

La otra ecomarca colombiana está vinculada a la agricultura ecológica, al cuidado de la tierra, del agua y garantiza que la producción agrícola no dañe el medio ambiente.



21 Para obtener la autorización de uso de la ecomarca: sello ambiental colombiano se tienen que presentar los siguientes documentos:

- Información completa del organismo
- Copia del Acto Administrativo que le haya otorgado la acreditación de acuerdo con normas vigentes dentro del Sistema Nacional de Normalización, Certificación y Metrología con su respectiva vigencia.
- Organización Competente (Resolución N° 0365-2010)
- Se autoriza al Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC) la facultad de otorgar el derecho de uso del Sello Ambiental Colombiano.
- Concesión y condiciones de uso (Artículo tercero R. N°0365-2010)
- ICONTEC otorgará el derecho de uso del Sello Ambiental Colombiano conforme las normas técnicas colombianas NTC 5131, 5517, 5585, 5637, 5714 y 5720.
- Se formaliza mediante acuerdo de voluntades entre el usuario interesado e ICONTEC.
- El periodo de disfrute del Sello no podrá ser superior a los tres años y deberá realizarse como mínimo una auditoría anual.
- Su validez podrá prorrogarse a voluntad de las partes, luego de una auditoría de renovación.
- Solo podrá portarse el Sello en los productos o servicios que cumplan con los criterios y estén especificados en el acuerdo.

El sello de alimento ecológico de esta eco marca colombiana fue creada mediante Resolución 0148/2004 (del 15-3-2004) dada por el Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR) se presenta ante la Autoridad de Propiedad Industrial el 7 de agosto de 2004 está registrada como marca de certificación a nombre de la nación con Certificado N° 297706 vigente al 15 de abril de 2015 y para distinguir en la clase 31²² de la N.O. productos: agrícolas, hortícolas, forestales y granos, no comprendidos en otras clases; animales vivos; frutas y legumbres frescas; semillas, plantas y flores naturales, alimentos para los animales, malta todos ellos obtenidos conforme a los requisitos establecidos en la Resolución 074/2002 del MADR.

Esta ECO MARCA busca:

1. Mediante Resolución 187/06 del MADR busca los principios de la producción y comercialización de alimentos ecológicos: incrementar diversidad biológica, reutilizar los desechos de origen vegetal y animal, mantener la salud, seguridad y bienestar laboral, entre otros.
2. A través de sistemas de producción ecológica de vegetales y animales se busca garantizar la sostenibilidad, renovabilidad y mejorar el medio ambiente, evitando el uso de tecnología, fertilizantes, plaguicidas entre otros que causen efectos nocivos al medio ambiente y la salud humana. Esta Resolución además establece los principios de la producción y comercialización de alimentos ecológicos como aumentar la diversidad biológica, reutilizar los desechos de origen vegetal y animal, mantener la salud, seguridad y bienestar laboral, entre otros.
3. Garantizar a los ciudadanos un ambiente sano y velar por la conservación, preservación y protección de los recursos naturales.
4. La eco marca tiene como objetivo:
 - a) Diferenciar,
 - b) Posicionar los productos ecológicos dentro de los eslabones de la cadena productiva.
 - c) Proporcionar los productos ecológicos de los que no lo son con un número de información homogénea y certifican su calidad.
 - d) Facilita una mejor identificación del producto propiciar una mayor credibilidad y confianza entre los consumidores.
5. La autoridad competente para administrar su uso es el MADR quien autoriza a las entidades de certificación, acreditadas dentro del Sistema Nacional de Normalización Certificación y Metrología, para que administren el uso de la eco-marca de agricultura ecológica colombiano siendo responsables del cumplimiento de los requisitos técnicos y la calidad del producto certificado.

La autorización del uso se otorgará al solicitante por cada productos solicitado certificado previamente como ecológicos por el organismo de control, sin costo alguno, durante el período de vigencia de la certificación ecológica (modificación que introdujo

22 Y con Certificado No. 297709 en clase 35 de la N.O.

la Resolución 036/2007 pues antes el período de uso era de máximo 3 años) que podría prorrogarse – Art. 7 Resolución No, 147 el 15 de mayo de 2004)

Además señala que los productos deberán cumplir con lo especificado en la Resolución N° 5109/2005 del Ministerio de Protección Social el cual establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano.

Entidades certificadoras en Colombia:

BioTrópico, Corporación Colombiana Internacional CCI, Cotecna, BCS OKO Garantie Colombia, SGS Colombia, ECOCERT Colombia, CONTROL UNION COLOMBIA, CERES Colombia.

IV. PROBLEMÁTICA DE LAS ECOMARCAS EN EL PERÚ

En el Perú aún no hay un programa de eco-etiqueta para las empresas, ni se ha establecido algún sistema de sello ecológico oficial que contribuya a la mejora de medio ambiente y evite su deterioro (como en otros países).

Hemos encontrado que se encuentran registradas a favor de diferentes titulares como marcas de producto o servicio, numerosas marcas denominativas que incluyen el prefijo “ECO”, entre las cuales hemos elegido algunas, que detallamos en el siguiente cuadro:

CUADRO NO. 1

| MARCAS DENOMINATIVAS | CLASE | CERTIFICADO / F. REGISTRO | TITULAR |
|----------------------|--|---------------------------|-------------------------------------|
| ECO BUS | 12 Vehículos y aparatos de locomoción terrestre | 86227 31/01/2003 | Municipalidad Metropolitana de Lima |
| ECO SNACK | 30 Harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, confitería y pastelería | 162531 19/02/2010 | Aramburu Duclos Eduardo |
| ECOVID | 31 Frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas | 181073 27/10/2011 | Eco - Acuícola S.A.C. |
| ECO PAPEL | 16 Papel, cartón y artículos de estas materias, no comprendidos en otras clases y productos de imprenta | 84954 14/10/2002 | Papelera Nacional S.A. |
| ECO CUERO | 18 Cueros curtidos y pieles de animales | 167861 06/09/2010 | Curtiduría El Porvenir S.A. |

| | | | |
|----------------------------|--|----------------------|---|
| ECO CLEAN | 05 Productos farmacéuticos, veterinarios e higiénicos | 10594 03/10/1994 | Vanten S.A. |
| ECOSIEMBRA | 31 Productos agrícolas, hortícolas, forestales y granos, no comprendidos en otras clases; animales vivos; frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas; semillas, plantas y flores naturales; alimentos para los animales, malta | 161288 12/02/2010 | Ford Deza, Malcom Spencer Junior Ford Deza, Wilfred Graham |
| ECO BUS | 39 Servicios de transporte; organización de viajes | 31513 06/02/2003 | Municipalidad Metropolitana de Lima |
| ECO DYNAMICS | 12 Vehículos; aparatos de locomoción terrestre, aérea o acuática | 155069 16/07/2009 | Kia Motors Corporation |
| ECO 4X4 AG | 41 Servicios de educación, formación, esparcimiento, actividades deportivas y culturales | 44761 09/11/2006 | Automotores Gildemeister S.A. |
| ECOBANCO | 41 Educación, formación, esparcimiento, actividades deportivas y culturales | 59165 28/10/2009 | Banco Internacional del Perú S.A.A. - Interbank |
| ECO-ESCUELA JRL | 41 Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y culturales | 58242 20/08/2009 | Corporación José R. Lindley S.A. |

Se advierte que las marcas consignadas en el cuadro son denominativas y todas contienen el prefijo “ECO”, por lo cual comunican alguna idea al consumidor de ser un producto ecológico o que contiene alguna característica ecológica referida a proteger y evitar el deterioro del medio ambiente; es decir, un consumidor medio al percibir cualquiera de los signos denominativos del cuadro, por ejemplo, “ECO BUS”, “ECO PAPEL”, “ECO CUERO” para distinguir vehículos, papel, cueros, respectivamente, creerá que se trata de buses que no contaminan el aire, papeles reciclados o fácilmente degradables, cueros que han sido curtidos sin utilizar cloro o productos químicos que contaminan el medio ambiente y dañan la salud. Sin embargo, no hay verificación técnica de la existencia de alguna

cualidad ecológica que sea cumplida en los productos; es más, parecería que se busca un efecto publicitario y como no hay control, no puede considerarse que sea una información transparente, sino al contrario confunde al consumidor.

Con respecto a la Dstintividad, las marcas del cuadro han sido registradas porque la Autoridad Administrativa ha considerado que son marcas que tienen suficiente distintividad; sin embargo, no todas las de la lista tendrían esa distintividad suficiente. Por ejemplo, ECO PAPEL para distinguir papel, está constituida por dos términos, uno alude al carácter ecológico y la denominación “papel” está incluido en la Clase 16, por lo cual es un genérico de la clase. En su conjunto la expresión “ECO PAPEL” aplicada a la Clase 16 de la N.O. constituye una frase descriptiva en la medida que informa directamente al consumidor sobre alguna característica ecológica del producto papel, del mismo modo “ECO CUEROS” y “ECO BUS”.

Las otras marcas pueden ser consideradas marcas débiles evocativas y en ellas el término “ECO” tiene un escaso valor ecológico.

Cabe comentar algunas resoluciones referidas a las marcas ECOBUS y ECOSNACK, con respecto a algunos conflictos de confundibilidad. La Resolución 4158-2009/DSD sobre la solicitud del signo ECO CAR en la clase 12 de la N.O., que se deniega de oficio, por considerar que las semejanzas existentes con ECO BUS son al grado de generar confusión indirecta en el público consumidor.

Al realizar el examen comparativo, a criterio de la Dirección: *“el signo solicitado ECO CAR y la marca registrada ECO BUS pueden ser percibidos como provenientes de un mismo origen empresarial, ya que los términos que conforman a los signos (CAR/BUS) hacen referencia a “similares aparatos o medios de transporte terrestre”, los mismos que aunados al término ECO, evocan un concepto muy similar en la mente de los consumidores, tales como “carros//buses ecológicos o económicos”.*

Se advierte que no se define el concepto del prefijo “eco” y más bien se relaciona con la palabra ecológico o económico.

Por su parte, en la Resolución N° 0415-2010/CSD-INDECOPI, en donde se discute si son confundibles las marcas ECO SNACK solicitada y ECCO registrada y la Autoridad concluye que los elementos adicionales determinan que los signos no sean confundibles, declara INFUNDADA la oposición y concede el registro.

Al realizar el examen comparativo, a criterio de la Dirección, se señala que *“si bien los signos en cuestión presentan en conformación la denominación ECO, ello no es determinante a fin de establecer la semejanza entre los mismos en la medida que ésta también forma parte de la conformación de diversas marcas registradas en la clase 30, a favor de terceros, tal y como se puede apreciar del informe de antecedentes”*²³.

23 Resolución N° 0415-2010/CSD-INDECOPI, página 6. Existen en la clase 30 cuatro (4) marcas ECO: ECO ALMACENES y logotipo (Certificado N° 112153), ECO INCA y logotipo (Certificado N° 142314), ECOARROZ y logotipo (Certificado N° 79463), ARROZ ECOGRANO y logotipo (Certificado N° 83546)

En esta resolución tampoco se define el concepto del prefijo “eco” y se vincula a la pérdida de la individualidad en el sentido de formar parte integrante de varias marcas a favor de diferentes titulares.

De otro lado, hemos identificado en el registro marcario que han sido otorgadas varias marcas mixtas, que incluyen el prefijo eco o la palabra ecológico, tanto para productos como para servicios, por ejemplo:

CUADRO NO. 2

| MARCA | CERTIFICADO | CLASE | PRODUCTOS | VIGENCIA |
|---|-------------|-------|---|------------|
|  | 181319 | 29 | Huevos y productos lácteos | 02/11/2021 |
|  | 147387 | 07 | Lavadoras eléctricas para ropa; aspiradoras eléctricas, lavavajillas automática eléctrica, robots para uso industrial, mezcladores eléctricos de jugo | 12/01/2019 |
|  | 172793 | 16 | Bolsas ecológicas comprendidas en la clase | 08/02/2021 |
|  | 910 | 29 | Carne | 20/04/2020 |
| | | 31 | Animales vivos | 20/04/2020 |

SIGNOS DISTINTIVOS

| | | | | |
|---|--------|----|---|------------|
|  | 171868 | 29 | Carne de pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles | 13/01/2021 |
|  | 123281 | 30 | Aceite de oliva, aceitunas negras y verdes en conserva | 10/01/2017 |
|  | 83325 | 07 | Estufas, lavadoras y secadoras de ropa y de trastes | 19/09/2012 |
|  | 177252 | 12 | Bandas de rodadura para recauchutar neumáticos (llantas), bandas de rodadura previamente moldeadas, bandas de rodadura, bandas de rodadura para vehículos, bandas de rodadura planas, llantas y neumáticos | 07/05/2020 |

| | | | | |
|---|--------|----|---|------------|
|  | 184604 | 12 | Piezas y componentes (comprendidos en la clase) de automóviles incorporados en un vehículo automotor terrestre diseñados para reducir las emisiones de dióxido de carbono (CO ₂) y aumentar el ahorro de combustible, es decir, motor, transmisión, suspensión, eje de transmisión, frenos, neumáticos, ruedas, faldones laterales e inferiores, módulo de control para combustible, alerón o spoiler, paneles de aerodinámica, parrillas o rejillas, parrilla superior parcialmente cerrada, deflectores de aire, carenado inferior. | 10/02/2022 |
|---|--------|----|---|------------|

Se advierte del cuadro que estas marcas contienen el término “ECO” o “ECOLÓGICO” de modo relevante junto a alguna figura o término; sin embargo, no reciben certificación de algún organismo de control respecto del cumplimiento de alguna cualidad ecológica o característica ambiental. Probablemente se deba a que no hay preocupación por el tema ecológico o del medio ambiente y por ello se conceden marcas que incluyen en su conformación el prefijo eco o el término ecológico, términos que comunican al consumidor algo ecológico sin que sea un requerimiento que los productos que distingue el signo contengan algún elemento ecológico que mejore el medio ambiente, lo que crea confusión y poca credibilidad en el consumidor.

En algunas Resoluciones del INDECOPI²⁴ se considera que eco no es relevante para el examen comparativo porque forma parte de la conformación de varias marcas registradas a favor de diferentes titulares, en otras resoluciones se señala que “eco” es un prefijo que significa ecológico o económico.

24 La Resolución No. 1078-2010/CSD del 07 de mayo de 2010, que concede el registro de la marca



en Clase 12 de la N.O. por no considerarla semejante a “ECOTREAD” considera que el término “ECO” no es un elemento capaz de determinar la semejanza entre los signos. Probablemente porque integra otras marcas en Clase 12 de la N.O. de distintos titulares, tales como “ECO TAXI”, “ECO LLANTAS”, entre otros.

Hemos encontrado una resolución de Segunda Instancia Administrativa²⁵ que deniega de oficio el registro de la marca “ECOALBERGUE” en Clase 43 de la N.O. para hospedaje temporal, por considerar que la denominación es descriptiva, en la medida en que informa al público usuario sobre las características del servicio; es decir, un lugar de hospedaje temporal en el cual “se respeta y protege el medio ambiente o utilizan insumos o realizan actividades que no afectan a la naturaleza o que son desarrollados de manera sostenible con la misma”²⁶.

En esta resolución la Sala señala “que la partícula “eco” es utilizada en diversos ámbitos del mercado para aludir a temas de carácter ecológico o relacionados con la ecología” y que el término “eco” en la actualidad es aplicado con referencia a temas medio ambientales o ecológicos, que se caracterizan por ser amigables con el medio ambiente y cita páginas web dedicadas al cuidado del medio ambiente.

En esta resolución parecería que se está dando mayor importancia al contenido del término “eco” y a su uso en el mercado.

Cabe comentar que la marca “ECOFRUT y logotipo”, registrada con Certificado 171868, en Clase 29 de la N.O., a favor de ESTELA PERALTA HENLEY, según puede verse en el Cuadro No.2 ha reproducido la eco-marca de la Unión Europea, constituida por la hoja verde formada por estrellas y que se encuentra registrada en Benelux como marca colectiva, tal como hemos expuesto en páginas anteriores²⁷ y la ha incluido en la parte superior de la marca mixta.

Se advierte en el cuadro No. 2 que están registradas varias marcas mixtas de diferentes titulares en las Clases 07 y 12, que contienen el término “eco” de modo relevante y que su diferenciación estaría en el elemento figurativo.

V. COMENTARIO SOBRE LA INVESTIGACIÓN DE LAS LEYES REVISADAS

De otro lado hemos investigado diversas leyes en el Perú para ver si existe algún tipo de programa que a futuro permita utilizar la herramienta de la eco-marca o que prohíba el registro de marcas ecológicas para algunos productos; sin embargo, no hemos encontrado ninguna norma que se refiera a la eco-marca. Por ejemplo, en Argentina sí encontramos una norma que prohíbe registrar marcas con los términos eco o ecológico²⁸ y en España

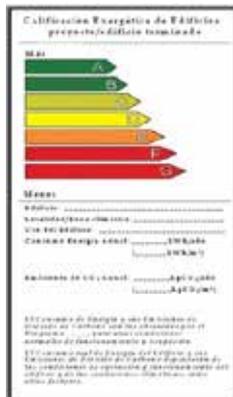
25 Resolución No. 1705-2011/TPI-INDECOPI del 10 de agosto de 2011, que confirma la Resolución No. 14679-2010/DSD del 23 de septiembre de 2010. Cabe comentar que la primera instancia considera que además la denominación “ECOALBERGUE” carece de Distintividad porque dicha expresión va a indicar servicios de hospedaje temporal que van a ser prestados en un ambiente especialmente diseñado para que el público usuario disfrute del paisaje, del medio ambiente y entre en contacto con la naturaleza, los cuales además van a tener como objetivo difundir la importancia de reducir el eventual impacto negativo en el medio ambiente (página 4).

26 *Ibíd.* p. 5.

27 Publicada el 31 de marzo de 2010 en el Diario Oficial de la Unión Europea Anexo XI, donde se informa que ha sido registrada.

28 La prohibición se encuentra en la legislación argentina, Decreto 206/2001 del 16 de febrero de 2001, que modifica el Decreto 97/2001, Reglamento de la Ley 25.127, Promoción y Desarrollo de Mercados Internos y Externos de Productos y Alimentos Ecológicos, Biológicos y Orgánicos. En el artículo 11, se establece

encontramos un Real Decreto 47/2007²⁹ que prohíbe el registro como marca de una eco-etiqueta de eficiencia energética.



En la Ley 29196 publicada en el diario oficial El Peruano del 29 de enero de 2008 Ley de la Promoción De La Producción Orgánica o Ecológica, hemos encontrado entre sus objetivos específicos, entre otros, el fomentar, promover, garantizar y desarrollar la producción orgánica para contribuir con la conservación de los ecosistemas y de la diversidad biológica, por lo que se estaría estableciendo cierta base para un futuro desarrollo de un programa de producción orgánica, el cual es amigable con el medio ambiente porque se trata de productos menos nocivos y que permiten obtenerse con base al uso sostenible de recursos naturales, por lo que podría exigirse posteriormente una eco marca para la producción orgánica (o ecológica) alimenticia.

En esta misma ley se señala como principios de promover y mantener la diversidad genética en el sistema productivo y en su entorno, minimizar todas las formas de contaminación y considerar el impacto social y ecológico de los sistemas de producción y procesamiento constituyen principios fundamentales para un desarrollo ecológico y de protección del medio ambiente, dentro del cual podría incluirse como herramienta la eco-marca.

Consideramos que en esta ley³⁰ se encuentran las bases para construir un sistema de producción, procesamiento y distribución que sea socialmente justo y ecológicamente responsable y que tienda a una mejora de la calidad de vida, dentro del cual puede construirse un sistema de eco-etiquetado.

VI. CONCLUSIONES PRELIMINARES

que no podrán constituir marcas ni formar parte de ningún conjunto marcario los términos biológico, ecológico u orgánico, eco o bio de origen agropecuario, tales como alimentos, fibras, madera o papel.

29 En su artículo 11 párrafo 4 establece que (...) “en ningún caso se autorizará el registro de esta etiqueta como marca”.

30 En esta Ley 29196, Ley de Promoción de la Producción Orgánica o Ecológica, y en los lineamientos establecidos en el Reglamento Técnico aprobado por Decreto Supremo N° 044-2006-AG

Hemos constatado que las ecomarcas europeas, americanas y latinoamericanas investigadas hasta el momento, son mixtas y están registradas como marcas de certificación colectiva e individual. Por lo que, podríamos plantear preliminarmente que podrían tener una Distintividad suficiente que ha sido reconocida por la autoridad competente que concedió el registro³¹.

En el Cuadro 1 de marcas denominativas registradas, consideramos que se han registrado marcas que carecen de Distintividad o son descriptivas o genéricas, como ECO PAPEL, para papel, ECOVID para fruta, ECO BUS para buses, ECO SNACK para cereales, ECO CUERO para cueros. Difícilmente indicarían un origen empresarial. En el mismo cuadro, hay otras marcas registradas que son muy débiles.

Consideramos que la autoridad administrativa encargada del registro marcario en algunos casos relaciona el prefijo ECO indistintamente con ecológico o económico, en otros casos, no da definición de ECO, sino afirma que es un prefijo que integra varias marcas registradas de la clase y sólo en un caso hemos encontrado que se hace referencia de ECO a temas medioambientales o ecológicos, por lo que consideramos que recién se está conociendo el término ECO, vinculado al medioambiente.

Se espera que las eco marcas estimulen a los productores, titulares, empresas privadas o públicas a producir, fabricar, elaborar productos con beneficios ambientales con la cualidad ecológica o característica ambiental que le agrega a su producto y/o a su empresa (ventajas competitivas). De otro lado, se busca que las ecomarcas cumplan su función comunicativa al informar al consumidor de modo claro y veraz de la cualidad ecológica que distingue la marca de producto y/o envase y de la ventaja que comporta protege el medio ambiente a fin de generar credibilidad.

Con base a las normas de agricultura y del medio ambiente así como las del régimen de Propiedad Industrial y especificando las referidas al registro marcario se puede crear un régimen específico que promueva y proteja las ecomarcas para beneficio de los consumidores, empresarios y medio ambiente.

31 No ocurre lo mismo con la etiqueta de Tipo II Espiral Mobius en el lenguaje para productos reciclados



, por cuanto es un signo usual

