

DOCUMENTOS  
DE TRABAJO

Facultad de Ciencias  
Administrativas, Económicas  
y Financieras

No. 5



# ECOETIQUETAS FACTOR DE CONTRIBUCIÓN AL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE Y FORTALECIMIENTO EN LAS ORGANIZACIONES

GERMAN ENRIQUE REYES ROJAS

FECHA DE RECEPCIÓN: FEBRERO 2018  
FECHA DE PUBLICACIÓN: DICIEMBRE 2018

**AREANDINA**  
Fundación Universitaria del Área Andina

## Ecoetiquetas factor de contribución al cuidado del medio ambiente y fortalecimiento en las organizaciones

© Fundación Universitaria del Área Andina  
Bogotá, diciembre de 2018  
© Germán Enrique Reyes Rojas

### **Fundación Universitaria del Área Andina**

Calle 70 No. 12-55, Bogotá, Colombia  
Tel: +57 (1) 7424218 Ext. 1231  
Correo electrónico: publicaciones@areandina.edu.co

**Dirección editorial:** Eduardo Mora Bejarano

**Coordinación editorial:** Camilo Andrés Cuéllar Mejía

**Diseño de Colección:** Ivonne Carolina Cardozo Pachón

**Diagramación:** William Bernardo Ruiz Joya

**Corrección de estilo y diagramación:** Entrelibros E-book  
Solutions



### **BANDERA INSTITUCIONAL**

Pablo Oliveros Marmolejo †  
Gustavo Eastman Vélez

#### **Miembros Fundadores**

Diego Molano Vega

**Presidente de la Asamblea y del Consejo Superior**

José Leonardo Valencia Molano

**Rector Nacional**

**Representante Legal**

Martha Patricia Castellanos Saavedra

**Vicerrectora Nacional Académica**

Erika Milena Ramírez Sánchez

**Vicerrectora Nacional Administrativa y Financiera**

María Angélica Pacheco Chica

**Secretaria General**

Eduardo Mora Bejarano

**Director Nacional de Investigaciones**

Camilo Andrés Cuéllar Mejía

**Coordinador Nacional de Publicaciones**

Mauricio Andrés Hernández Anzola

**Decano Facultad de Ciencias Administrativas,  
Económicas y Financieras**

Las series de documentos de trabajo de la Fundación Universitaria del Área Andina se crearon para divulgar procesos académicos e investigativos en curso, pero que no implican un resultado final. Se plantean como una línea rápida de publicación que permite reportar avances de conocimiento generados por la comunidad de la institución.



# ECOETIQUETAS FACTOR DE CONTRIBUCIÓN AL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE Y FORTALECIMIENTO EN LAS ORGANIZACIONES

German Enrique Reyes Rojas

## Resumen

El contenido de este artículo tiene el propósito de identificar el nivel de influencia de las eco etiquetas exhibidas principalmente en los productos, servicios, páginas web y otros llamados sellos verdes, así como el impacto que estas generan actualmente en la sociedad y el medio ambiente. Dicho análisis se llevó a cabo a través del método lógico inductivo completo, partiendo de fuentes secundarias como artículos científicos, resoluciones, portales web corporativos, bases de datos universitarias, entre otros. Se tuvo como base la investigación y el análisis de casos en organizaciones e individuos que en efecto han implementado de manera exitosa este elemento en su diario vivir. Dentro de este contexto, la idea de la sostenibilidad ambiental se desarrolló mediante la integración de acciones y estrategias encaminadas a la preservación y cuidado del mismo, utilizando como canal el uso de eco etiquetas, sellos verdes, reciclaje y reutilización de los recursos. Al respecto, conviene decir que los resultados obtenidos se fundamentan indudablemente en empresas e individuos que en la actualidad poseen una iniciativa intrínseca frente a la prevención, el cuidado y la mitigación de los impactos dependientes de las actividades realizadas dentro de la sociedad que puedan afectar al medio ambiente. Finalmente, las eco etiquetas buscan la forma de regular, informar y concientizar tanto a las empresas como a los consumidores de los impactos negativos que se pueden generar por el mal uso de los recursos; paralelamente, esta iniciativa contribuirá de manera positiva en el crecimiento de las organizaciones dependiendo el nivel de aceptación en la sociedad.

**Palabras clave:** Calidad de vida, ecología, empresas, medio ambiente, productos, responsabilidad social.

### **Cómo citar este documento:**

Reyes-Rojas, G. E. (2018). *Ecoetiquetas factor de contribución al cuidado del medio ambiente y fortalecimiento en las organizaciones* (documento de trabajo No. 5). Bogotá: Fundación Universitaria del Área Andina.

## Introducción

En Europa, a mediados del siglo XIX, se acordó que las políticas públicas se enfocaran a resolver los serios problemas de imitación de sus productos, desencadenados por la crisis de la plaga filoxera, descendiente de un insecto de origen americano que causó graves daños en los viñedos. (Molleví & Serrano, 2007). De este modo, el deterioro de gran parte de las viñas obligó a los fabricantes a cambiar sus procesos de producción y dar uso a otros insumos con los estándares de calidad exigidos, afectando de manera alarmante las tradiciones, al mismo tiempo que se aceleraba su desaparición.

Dicho de otro modo, este fenómeno llevó a que la identidad de los productos y la marca se fueran convirtiendo en factores muy importantes para ser usados como distintivo para aparentar que dichos productos provenían de Europa y no de la propia localidad. Uno de los distintivos más importantes fue la colocación de imágenes en los diferentes vinos, que dieron lugar a las denominaciones de origen; por ello, Perez (2012, p. 32) refiere “Es por eso que por medio del diseño de la imagen de marca de las etiquetas, las bodegas tienen la posibilidad de exportar la cultura o el arte de un país o una región”.

Cabe señalar que este concepto de etiqueta dejó de ser la imagen en donde se mostraba el nombre, las características y el origen del producto, y se convirtió en un elemento determinante para las organizaciones, basado en la seguridad de los productos o servicios ofrecidos y entrega de la información necesaria para evitar posibles riesgos a los consumidores. Según la Fundación Andaluza de Consumidores y Amas de casa (s.f., p. 2): “El etiquetado y los manuales de instrucciones han demostrado ser la fórmula más eficaz para la transmisión de información relativa a las características, formas de uso y conservación de los productos”.

De esta manera “las etiquetas han permitido a las organizaciones el posicionamiento de marca, el crecimiento de las ventas y por consiguiente de las utilidades, el ingreso a nuevos mercados, entre otras variables” (Montoya, 2014); enfocado no solo en los procesos de producción sino también en el empaquetado, etiquetado, embalaje y distribución que además contribuyan con la preservación del medio ambiente.

A partir del año 2013 y mediante constantes actualizaciones, la OMS (Organización Mundial de la Salud) “clasificó el aire contaminado como uno de los principales promotores de enfermedades crónicas, cancerígenas y otras mortales en los seres humanos principalmente en niños” (Organización Mundial de la Salud, 2013). Esto como repercusión ocasionada tras constantes y repetitivos abusos por parte de la población hacia el medio ambiente, que trajeron consigo una gran ola de contaminación que aumentó súbitamente.

Habría que decir también que la falta de cultura y motivación intrínseca por parte de las personas del común para realizar un cambio personal y así masificarlo hasta convertirlo en uno global, incentivó a las grandes organizaciones a llevar a cabo un plan estratégico en pro de mitigar los daños causados, hasta ese momento en el ambiente.

En efecto, no solo en Colombia sino a nivel mundial, inició una era en la que la conservación del medio ambiente es una variable importante tanto para las generaciones actuales como para las que están por venir; esto se da, principalmente, a través de la implementación de las tres erres Reciclaje, Reutilización y Reducción, estrategia que decanta en la creación de una nueva cultura en tanto las personas realizan con mayor frecuencia actividades de tipo verde como alimentación sana, paseos, ejercicio en lugares con naturaleza, manejo de las basuras y aumento en demanda de productos en cuya producción y composición intervienen elementos que ayudan al planeta como el ahorro en recursos naturales y materia prima (Arroyave, 2015).

Es por ello que, actualmente las compañías son reguladas constantemente por diversas entidades, entre las que se encuentran:

- » El Ministerio de Protección Social que “mediante la Resolución número 005109 de 2005 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” (Ministerio de Protección Social, 2005).
- » El Ministerio de Minas y Energía expide el Reglamento Técnico de Etiquetado - RETIQ, con fines de uso racional de energía, aplicable a algunos equipos de uso final de energía eléctrica y gas combustible, para su comercialización y uso en Colombia (Ministerio de Minas y Energía, 2017).
- » El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, partiendo del sector agropecuario, reglamenta la producción primaria, procesamiento, empaçado, etiquetado, alma-

cenamiento, certificación, importación y comercialización de Productos Agropecuarios Ecológicos (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2016).

Existen otros entes regulatorios encargados de vigilar y controlar la optimización de recursos utilizados en los productos, sus procesos y estandarización, que permiten a los intermediarios de la cadena de distribución tener seguridad de lo que están comprando y por ende, de lo que van a vender, pero ¿De qué manera el consumidor identifica si los productos o servicios que está adquiriendo actúan en pro del cuidado la protección del medio ambiente?

A partir de la tendencia global por llevar una vida saludable y velar por el cuidado de la naturaleza, organizaciones internacionales como *The International Organization for Standardization* – La Organización Internacional para la Estandarización (ISO) y *The Global Ecolabelling Network* - La Red Mundial de Etiquetado Ecológico (GEN), entre otras, decidieron unificar distinta información técnica que ayudara con la implantación de programas de eco-etiquetas y sellos ambientales, que le permitan al consumidor saber si los productos y servicios que le ofrece el mercado en realidad sí contribuyen con el medio ambiente, por lo que La Red Mundial de Etiquetado Ecológico (GEN) definió una eco-etiqueta como una etiqueta que identifica el rendimiento ambiental promedio de un producto o servicio, basado en las consideraciones de su ciclo de vida (GEN, 1999; Luna, 2013).

En definitiva, la implementación de los distintos sellos ambientales o eco etiquetas permite a los consumidores conocer si los productos y servicios que están comprando en realidad contribuyen con la preservación del medio ambiente, y además, genera en las organizaciones un factor diferenciador frente a sus competidores, que influye en la percepción y la toma de decisión de compra.

Este nuevo estilo de vida permite impartir nuevos principios en el ámbito socio cultural logrando el esparcimiento, recreación e interacción de manera activa y dinámica con la comunidad.

## Resultados

En resumidas cuentas, las eco-etiquetas, representadas mediante los sellos verdes, han tenido una gran acogida por parte de la sociedad teniendo en cuenta el amplio campo de adopción y adaptación de esta norma voluntaria para las empresas, que ha permitido crear una mayor cobertura en los campos de consumo diario de los usuarios.

“Existen tres (3) tipos de eco-etiquetas regidas por la norma ISO que establecen las directrices para el desarrollo y uso de las etiquetas y declaraciones ambientales, y trabajan conjuntamente con otras normas de la ISO 14020” (Generalitat de Catalunya, 2010), entre ellas tenemos:

- » **Etiquetas certificadas (Tipo I):** otorgadas a las organizaciones en las que sus productos o servicios cumplen con diversas directrices que minimizan el impacto ambiental, entre las que se encuentra la flor ecológica de la Unión Europea, la Energy Star para productos eléctricos, el Ángel Azul de Alemania, Forest Stewardship Council para el manejo responsable de bosques, etc. (Saborio, 2012).
- » **Etiquetas certificadas (Tipo II):** “son auto declaraciones que informan sobre el ambiente, realizadas por parte del propio fabricante, un ejemplo es La “espiral Mobius” usada para indicar los contenidos reciclados de los productos”. (Cámara Oficial de Comercio e Industria de Zaragoza, 2013).
- » **Etiquetas certificadas (Tipo III):** “se definen como cuantificaciones ambientales sobre el análisis del ciclo de vida de los productos, aplicando la normativa ISO 14025” (Saborio, 2012).

Las eco etiquetas certificadas más utilizadas son las de Tipo I, dado que para las organizaciones es más fácil obtenerlas, teniendo en cuenta los requisitos que exige cada tipo de producto (alimentos, fármacos, textiles, entre otros). Por lo pronto, el “Sello Ambiental Colombiano es uno de los primeros esquemas de eco-etiquetado a nivel latinoamericano, y quiere responder a las tendencias mundiales de programas para la identificación de bienes y servicios ambientales” (Ruales, 2012).

Hemos discutido hasta ahora sobre cómo las personas pueden crear valores y principios frente al cuidado, prevención y mitigación de riesgos que puedan ocasionar



daños en el medio ambiente, desde su lugar de trabajo y hogar. Lo anterior se logra a partir de la creación de un sistema de gestión ambiental que tenga un enfoque claro de responsabilidad social y ambiental frente al entorno.

El sistema de gestión ambiental, se basa en dos conceptos: el de mejora continua y el de cumplimiento legal, que exige que la empresa defina objetivos medioambientales y un sistema de gestión necesario para cumplir tanto los objetivos como los procesos, procedimientos y actividades de ese sistema (Perez y Bejarano, 2007).

Acudimos a esta explicación para que las empresas tengan en cuenta que dan un paso de avance al momento de

implementar un buen sistema de gestión ambiental ya que esto conlleva a competir y es una herramienta estratégica para introducirse en los diferentes mercados, con lo que hemos dicho hasta aquí, me parece que todo es un hilo conductor al momento de generar estrategias que lleve a las empresas a una sostenibilidad positiva y es así que se genera e identifica la eco-etiqueta las cuales son afirmaciones generadas en forma de símbolos o sellos que se implantan en un producto (Gazulla, 2010).

Enunciado, símbolo o Gráfico que indica los aspectos ambientales de un producto (Bien o servicio). Puede ir en el producto o en la etiqueta de un envase, en la documentación que acompaña el producto, en los boletines técnicos y en los medios de publicidad o divulgación, entre otras (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2016).

La confiabilidad generada en los clientes al momento de adquirir los productos, nos lleva a decir que la sociedad actual se ha mentalizado para actuar en función de una vida saludable, que contribuya con la protección y cuidado del medio ambiente. Se puede observar cómo con el paso de los años se quiere lo mejor para las futuras generaciones. Es necesario recalcar que ya se han visto cambios, por ejemplo, en los correos electrónicos que enviamos y recibimos se encuentran al final del contenido frases, sellos o símbolos que generan conciencia sobre el cuidado y preservación del medio ambiente.

Sería prudente señalar que actualmente las empresas buscan alcanzar una ventaja competitiva con criterios de sostenibilidad a nivel económico, social y ambiental, es por esto que la etiqueta de sello verde en un producto o servicio que participa en la responsabilidad social empresarial de una organización, según (Carrero, Valor, y Redondo, 2015).

Debe cumplir una doble función: desde el lado de la demanda se presenta como una forma eficaz de reducir las asimetrías de información y dar poder al consumidor y, desde la oferta, es una forma de reconocimiento y ventaja competitiva para aquellas empresas comprometidas social y medioambientalmente.

A continuación vamos a dar a conocer lo que se planteó respecto al sello verde que poseen las organizaciones para su aporte y solución al medio ambiente.

Para entender mejor el tema del etiquetado ambiental en las empresas, podemos observar que Alpina sí está certificada por la norma ISO 14001 que “proporciona a las organizaciones un marco con el que proteger el medio ambiente y responder a las condiciones ambientales cambiantes, siempre guardando el equilibrio con las necesidades socioeconómicas” (ISO 14001, 2015), que hace parte del Comité Técnico de Herramientas Administrativas para el Medio Ambiente y su participación en la consulta pública. Teniendo en cuenta que en Alpina “[están] comprometidos con alimentar saludablemente [a la gente]. Creemos con firmeza que la vida genera vida, somos una organización inteligente que logra prosperidad colectiva de manera persistente.” (Alpina S.A., 2015). El ejemplo anterior muestra cómo las empresas pueden hacer énfasis en la implementación del SGA en las diferentes áreas de la organización, en pro de mitigar afectaciones al medio ambiente por medio de los productos fabricados.

Por otra parte, se encuentra la empresa Postobón, productora y comercializadora de bebidas, cuyo proceso de envasado genera un gran impacto ambiental. Esta empresa, en su informe de sostenibilidad, resalta las estrategias implementadas para que tanto su proceso de producción como sus productos, sean compatibles con el medio ambiente.

Uno más Todos ([www.unomastodos.com](http://www.unomastodos.com)) es el nombre del modelo de sostenibilidad de Postobón, que está concebido desde la mitigación de riesgos e impactos y la creación de valor compartido, es decir, la generación de valor para los grupos de interés y la compañía, a partir del equilibrio entre las acciones sociales, económicas y ambientales que usan como motores disruptivos la innovación social, el alto impacto, las redes de trabajo y la cocreación. (Postobón, 2015)

Del mismo modo, se identifica el Grupo Bimbo, con su variedad de productos, como una de las organizaciones que más aportan al cuidado del entorno, es decir, que Bimbo posee variedad de certificados que lo ameritan y lo hacen participe de acciones en pro de la responsabilidad social; uno de los logros alcanzados es el transporte limpio que consiste en reducir a la mitad el número de muertes y discapacidad por

accidentes viales en el mundo, en un periodo de 10 años (Servitje, 2012). Otro de los reconocimientos fue otorgado por parte de la Procuraduría Federal de Protección al Medio Ambiente, en tanto Bimbo ejecuta planes a favor de su desempeño ambiental e implantan y utilizan un sistema de gestión ambiental. Además, basan sus programas en cuatro pilares relacionados con la responsabilidad adquirida como miembros de la sociedad, entre los que se destacan el compromiso con el medio ambiente, evidenciado en la reducción y reutilización de energía y agua.

Otro ejemplo de lo que conocemos como el etiquetado ecológico es la organización Jetiquette que a diferencia del resto de oferentes, se ha convertido en el productor de etiquetas personalizables que experimentan el mayor y más rápido crecimiento en el mundo; la idea ha sido publicar una galería de fotos de trabajos realizados a clientes satisfechos donde muestran etiquetas tejidas, impresas y *americanas*, que permita el aprendizaje, y por ende la venta de la etiqueta personalizable; la promoción del incremento del *e-commerce* y la venta al detalle, y además, contribuya con la utilización de escasos recursos naturales.

De cualquier modo, en las empresas se comienzan a evidenciar la iniciativa y responsabilidad frente a su papel como miembros de la sociedad que causan efectos en el medio ambiente; en definitiva podemos decir que varias empresas han acogido planes de responsabilidad social, independientemente de la implantación de sellos verdes, eco etiquetas, reciclaje y reutilización, minimización y control de recursos, en pro de ser certificados por todos los entes de control y regulación del medio ambiente.

La empresa Incauca S.A. es otro ejemplo de lo anterior, pues en su informe de sostenibilidad se identifica como certificada por la norma ISO 14001 ya que desde octubre de 2015 ha trabajado en mitigar los impactos causados al medio ambiente, a partir del desarrollo del proyecto de circuito cerrado de agua de sello para la operación de las bombas de vacío que requieren los condensadores tipo pétalo. Este sistema incluye el agua de enfriamiento de otros equipos asociados al proceso de evaporación y cristalización que se operaban en circuito abierto, para reducir los consumos de energía y agua industrial (Lulle, 2014).

Teniendo en cuenta lo anterior, la empresa Incauca hace énfasis en cada uno de sus procesos, desde la zona rural, para la mejora e implementación del sello verde en sus productos.

## Discusión

Con base en lo expuesto previamente, se puede apreciar que el sello verde o la eco-etiqueta creada tras una terrible plaga (Molleví y Serrano, 2007), permitió a los países ver desde otro punto de vista diversos acontecimientos donde no solo se reflejaba el deterioro paulatino del medio ambiente, sino que al mismo tiempo, generó grandes oportunidades de mejora en los procesos de producción e incremento de los estándares de calidad que antes no habían sido distinguidos con claridad en los productos y en la mitigación del impacto ambiental.

En este orden de ideas, la eco-etiqueta ha tenido, con el paso del tiempo, una gran acogida e impacto positivo dentro de la sociedad, cuyos beneficios han sido:

- » Identidad de producto: reconocimiento de país de origen.
- » Cabida a la exportación de cultura.
- » Mayor información del producto.
- » Elevados estándares de calidad.
- » Mayor penetración en el mercado
- » Preservación y cuidado al medio ambiente.

Los anteriores factores permiten a las personas contemplar, analizar e implementar el autocuidado y el de los demás; cabe resaltar que esto se debe a que somos individuos dentro de un sistema sociocultural donde según Vigotski “lo fundamental es entendido no como el contexto social, sino cultural que se encuentra en constantes interrelaciones personales” (Barcelona, 2001, p. 3) y que es fácilmente influenciado por las tendencias de impacto colectivo.

La eco-etiqueta contribuye en pro del buen desarrollo y crecimiento cultural de todas las personas, disminuye en cierta medida el impacto de muertes provocadas por enfermedades ambientales, además de contribuir en el crecimiento del país; también es cierto que según estudios, este elemento favorece a la elaboración de negocios sostenibles puesto que una serie de empresarios han conocido las ventajas, donde se explican conceptos como la gestión de la sostenibilidad empresarial desde la perspectiva de la valoración y comunicación de impactos ambientales. Estos a su vez han

coincido en que las 'eco-etiquetas' representan una ventaja competitiva y permiten además un sustancial ahorro de costes (Las Claves para un Negocio Sostenible, 2011).

En definitiva, gracias a las entidades reguladoras se puede generar un mayor control y seguimiento que permite constatar minuciosamente que los procesos se desarrollan correctamente, y percibir la inexistencia de alteraciones dentro de los mismos.

Entre las leyes que soportan y rigen el reglamento donde se contempla el rotulado de las materias primas podemos encontrar; "ISO 14024 - Eco-etiquetas **TIPO I** - ISO 14021 - Eco-etiquetas **TIPO II** - ISO 14025 - Eco-etiquetas **TIPO III** - ISO 14001" (Comité Técnico ISO/TC 207, s.f.)

También existen varias clasificaciones de etiquetas ambientales las cuales se nombran a continuación:

**"Etiqueta Positiva:** Especifica las ventajas ambientales que contiene el producto.

**Etiqueta Negativa:** Advierte del peligro que puede conllevar la utilización del producto.

**Etiqueta Neutral:** Relaciona los aspectos generales del producto" (Lozano y Molina, 2001)

Es por ello que las eco-etiquetas son un excelente proyecto que permite a las empresas como Alpina, Postobón, Bimbo, Incauca, entre otras, lograr no solo que sus clientes diferencien los productos amigables con el medio ambiente, sino generar una filosofía de los mismos, que concientice de forma indirecta al cliente y a su vez promueva las ventas y la captación de nuevos mercados que traen consigo grandes beneficios como:

- » Promoción de la cultura ciudadana.
- » Autocuidado.
- » Disminución en la tasa de mortalidad.
- » Crecimiento de la industria.
- » Inmersión en mercados extranjeros.

Estos son algunos de los ejemplos claros de éxito:

El experto David Hernández, coordinador Ambiental de Vicinay Cadenas, empresa referente del eco etiquetado, ha explicado el caso práctico de su empresa

y ha cifrado en más de un 11 por ciento el recorte en las emisiones de efecto invernadero en la vida de su producto (Las Claves para un Negocio Sostenible, 2011).

Vicinay Cadenas, uno de los principales fabricantes de cadenas del mundo con una cuota de mercado del 60%, se planteó en 2008 la obtención de una 'eco-etiqueta' europea (EPD-Declaración Ambiental de Producto), práctica ya extendida entre empresas alemanas o italianas de todos los sectores (Las Claves para un Negocio Sostenible, 2011).

Por esta razón, todas las empresas, incluyendo todos los sectores económicos primario, secundario y terciario, deberían implementar las eco etiquetas y hacerlas parte de su trabajo diario. Con ello, acogerían las leyes que la rigen y que están encaminadas a la preservación del medio ambiente.

## Conclusiones

Las eco etiquetas son un elemento de influencia positiva no solo para el medio ambiente y la sociedad, sino para el crecimiento de las organizaciones que contribuyen con el desarrollo del país; además, proporcionan información relevante para el consumidor y transmiten seguridad y confianza respecto al producto o servicio adquirido.

El etiquetado ecológico permite a las organizaciones incursionar en nuevos mercados, tratándose desde luego, como un valor agregado donde se implementan normas internacionales que actúan en pro de la globalización.

Las entidades reguladoras encargadas de verificar la implantación de las eco etiquetas o sellos verdes en los diferentes productos o servicios, se han convertido en el puente transmisor de competitividad y mejora continua entre las organizaciones.

Los sellos verdes, junto con la responsabilidad social empresarial, estimulan a las organizaciones para que actúen bajo principios éticos y se rijan por las leyes que amparan la conservación y cuidado del medio ambiente.

Las eco etiquetas han logrado implementar el uso responsable de los recursos, tanto en las organizaciones como en la sociedad, sin que estas traigan repercusiones negativas o traumatismos al consumidor actual, asegurando y prologando, a su vez, el bienestar de las generaciones futuras mediante el desarrollo sostenible.

Los sellos verdes conciben un factor diferenciador en los bienes y servicios ofrecidos a los consumidores y permiten tener una ventaja frente a sus competidores.

En pocas palabras podemos decir que para la conservación, cuidado, desarrollo y crecimiento de las organizaciones y el medio ambiente, es necesario realizar un trabajo conjunto donde se genere la interacción de todos los individuos y grupos de la sociedad; lo que nos lleva a decir que la eco etiqueta ha sido un elemento importante para el cumplimiento del mismo.

## Referencias

- Alpina S.A. (6 de mayo de 2015). *Propósito superior*. Recuperado de <https://www.alpina.com/corporativo/somos-alpina/quienes-somos/proposito-superior>
- Arroyave, C. (2015). *Tendencias de producción y consumo ecológico en Antioquia*. [artículo de investigación]. Medellín: Universidad de Medellín. Recuperado de <https://bit.ly/2VX1ocq>
- Cámara Oficial de Comercio e Industria de Zaragoza. (2013). *Ecoetiquetas*. Recuperado de <https://sgalera.files.wordpress.com/2013/11/ecoetiquetas-tipos-camara-zaragoza.pdf>
- Carrer, I., Valor, C. y Redondo, R. (2015). Los determinantes de la compra de productos con etiquetas de contenido social y ambiental. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 83, 235-250. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/174/17440036010.pdf>
- Comité Técnico ISO/TC 207. (s.f.). *ISO 14020:2000. Etiquetas y declaraciones ambientales. Principios generales*. Recuperado de <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:14020:ed-2:v1:es>
- Fundación Andaluza de Consumidores y Amas de casa. (s.f.). *Guía informativa sobre el etiquetado de productos*. Recuperado de [http://www.aytojaen.es/portal/RecursosWeb/DOCUMENTOS/1/0\\_7770\\_1.pdf](http://www.aytojaen.es/portal/RecursosWeb/DOCUMENTOS/1/0_7770_1.pdf)
- Gazulla, C. (2010). *Sellos ambientales aplicados a productos*. Recuperado de [http://www.hapro-wine.eu/pdf/fase1/sellos\\_ambientales.pdf](http://www.hapro-wine.eu/pdf/fase1/sellos_ambientales.pdf)
- Generalitat de Catalunya. (15 de junio de 2010). *Tipo de etiquetas ecológicas*. Recuperado de [http://mediambient.gencat.cat/es/05\\_ambits\\_dactuacio/empresa\\_i\\_produccio\\_sostenible/ecoproductes\\_i\\_ecoserveis/etiquetatge\\_ecologic\\_i\\_declaracions\\_ambientals\\_de\\_producto/tipus\\_d\\_etiquetes\\_ecologiques/](http://mediambient.gencat.cat/es/05_ambits_dactuacio/empresa_i_produccio_sostenible/ecoproductes_i_ecoserveis/etiquetatge_ecologic_i_declaracions_ambientals_de_producto/tipus_d_etiquetes_ecologiques/)
- ISO 14001. (2015). *Nueva-ISO-14001*. Recuperado de <https://www.nueva-iso-14001.com/pdfs/FDIS-14001.pdf>
- Las Claves para un Negocio Sostenible. (17 de abril de 2011). *Las ventajas de las 'ecoetiquetas': Representan un factor competitivo y un ahorro de costes*. Recuperado de <https://negociosostenible.wordpress.com/2011/04/17/las-ventajas-de-las-ecoetiquetas-representan-un-factor-competitivo-y-un-ahorro-de-costes/>
- Lozano, S. P. y Molina, A. (2001). *El etiquetado ecológico* (trabajo de grado, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá). Recuperado de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/derecho/dere2/Tesis62.pdf>
- Luna, A. F. (2013). *Eco-etiquetado, estrategia para la mejora de la competitividad de la cadena productiva del cuero, calzado y marroquinería* (tesis maestría, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá). Recuperado de <http://www.bdigital.unal.edu.co/45996/1/822141.2013.pdf>
- Lulle, J. (2014). *Informe de sostenibilidad Incauca*. Recuperado <http://incauca.incc.4cloud.co/wp-content/uploads/2016/07/Sostenibilidad%20incauca.pdf>



- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2016). *Reglamento para la producción primaria, procesamiento, empaçado, etiquetado, almacenamiento, certificación, importación y comercialización de Productos Agropecuarios Ecológicos*. Recuperado de [https://www.minagricultura.gov.co/tramites-servicios/Documents/Reglamento\\_para\\_la\\_produccion\\_Organica.pdf](https://www.minagricultura.gov.co/tramites-servicios/Documents/Reglamento_para_la_produccion_Organica.pdf)
- Ministerio de la Protección Social. (2005). *Resolución 005109, por la cual se 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*. Recuperado de [https://www.invima.gov.co/images/pdf/normatividad/alimentos/resoluciones/resoluciones/2005/resolucion\\_005109\\_2005.pdf](https://www.invima.gov.co/images/pdf/normatividad/alimentos/resoluciones/resoluciones/2005/resolucion_005109_2005.pdf)
- Ministerio de Minas y Energía. (2017). *Informe de rendición de cuentas UPME 2016-2017*. Recuperado de [http://www1.upme.gov.co/InformesGestion/Memorias\\_Rendicion\\_2017.pdf](http://www1.upme.gov.co/InformesGestion/Memorias_Rendicion_2017.pdf)
- Molleví, G. y Serrano, D. (2007). El impacto de la filoxera en Andalucía según la diplomacia francesa. *Cuadernos Geográficos*, 2(1), 133-148. Recuperado de <https://www.ugr.es/~cuadgeo/docs/articulos/040/040-007.pdf>
- Montoya, A. (2014). *El neuromarketing y su aplicación en las estrategias de mercadeo de la empresa Cacharrería Mundial S.A.S.* (tesis especialización, Universidad de Medellín, Medellín). Recuperado de <https://bit.ly/2PGEwkj>
- Organización Mundial de la salud-OMS. (2013). *Contaminación del aire*. Recuperado de [http://www.who.int/topics/air\\_pollution/es/](http://www.who.int/topics/air_pollution/es/)
- Postobón. (2015). Informe de Sostenibilidad 2015. *Comprometidos con Colombia*. Recuperado de [https://www.postobon.com/sites/default/files/informe\\_sostenibilidad-baja1.pdf](https://www.postobon.com/sites/default/files/informe_sostenibilidad-baja1.pdf)
- Pérez, P. (2012). Diseño de etiquetas de vinos: análisis de la imagen de marca con influencia de gráficos o palabras de las culturas originarias argentinas en vinos. *Escritos de la Facultad*, 76, 32-33. Recuperado de [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/vista/detalle\\_articulo.php?id\\_libro=388&id\\_articulo=8451](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=388&id_articulo=8451)
- Perez, R. y Bejarano, A. (2007). Sistema de gestión: Serie ISO 14000. *Revista EAN*, 62, 89-106. Recuperado de <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/viewFile/431/426>
- Ruales, J. J. (18 de octubre de 2012). Sellos verdes y ecoetiquetas. [blog]. *Análisis del Consumidor*. Recuperado de [http://www.icesi.edu.co/blogs\\_estudiantes/mercadeosostenible\\_jhonjaiver\\_ruales/2012/10/18/sellos-verdes-y-ecoetiquetas-2/](http://www.icesi.edu.co/blogs_estudiantes/mercadeosostenible_jhonjaiver_ruales/2012/10/18/sellos-verdes-y-ecoetiquetas-2/)
- Saborio, M. (2012). Declaraciones ambientales tipo III según ISO 14025. *Cesgesti. Éxito Empresarial*, 208, 1-2. Recuperado de [http://www.cegesti.org/exitoempresarial/publicaciones/publicacion\\_208\\_110912\\_es.pdf](http://www.cegesti.org/exitoempresarial/publicaciones/publicacion_208_110912_es.pdf)
- Servitje, R. (2012). *Bimbo Estrategia de Exito empresarial*. 2da ed. Mexico: Pearson Education. Recuperado de <https://unitecorporativa.files.wordpress.com/2012/02/libro.pdf>
- Universidad de Barcelona. (15 de 11 de 2001). *Las perspectivas contextual y sociocultural*. Recuperado de [http://www.ub.edu/dpsed/fvillar/principal/pdf/proyecto/cap\\_07\\_vigotski.pdf](http://www.ub.edu/dpsed/fvillar/principal/pdf/proyecto/cap_07_vigotski.pdf)

