

GreenWashing

Eco-etiquetado

Christine Weidenslaufer

Enrique Vivanco

Asesoría Técnica Parlamentaria



Biblioteca del Congreso
Nacional de Chile / BCN

Greenwashing

También llamado lavado verde, blanqueo ecológico o eco-lavado.

Tendencia de algunas empresas a declarar comportamientos supuestamente sostenibles (ej. incluir temas medioambientales en campañas de marketing o patrocinar asociaciones o iniciativas ambientalistas), con el fin de llamar la atención de los consumidores que están sensibilizados ante el problema medioambiental y obtener, así, mayores ganancias (Ascolani, 2019).

Forma de publicidad engañosa.

Como se regula en el extranjero: Unión Europea

- Nueva Agenda del Consumidor (2020-2025) de la Comisión Europea: Transición ecológica.
- Objetivo: empoderar a los consumidores a través de mejor información.
- Se identificó los sitios web que no cumplían con las normas de protección al consumidor de la UE (expresiones vagas, info. insuficiente, falta de pruebas).

Como se regula en el extranjero: Francia

- Ley 2021-1104 sobre la lucha contra el cambio climático y el fortalecimiento de la resiliencia ante sus efectos (o “Ley Clima y resiliencia”).
- Normas sobre publicidad: sanciona explícitamente el *écoblanchiment*: “cuando la práctica comercial engañosa consista en dar a entender o dar la impresión de que un bien o un servicio tiene un efecto positivo o no tiene incidencia en el medio ambiente o es menos perjudicial para el medio ambiente que los bienes o servicios competidores, la multa podrá aumentarse, de manera proporcional a las ventajas derivadas del delito, al 80% de los gastos contraídos para la realización de la publicidad o de la práctica que constituya dicho delito”.
- Se suman las sanciones del Código del Consumo.

Como se regula en el extranjero: España

- No existe una regulación específica de la publicidad engañosa en forma de greenwashing (que prohíba los mensajes engañosos o difusos de atributos ambientales).
- Se aplican regulaciones sobre publicidad ilícita, competencia desleal y de protección del consumidor.

Como se regula en el extranjero: Brasil

- Llamado “baño verde” (banho verde) o “lavado verde” (lavagem verde).
- No hay norma específica.
- Constitución 1988 (art. 225): derecho a un medio ambiente ecológicamente equilibrado.
- Código de Defensa del Consumidor: prohíbe la publicidad engañosa por omisión sobre datos esenciales del producto o servicio (prueba del proveedor). Además hay autorregulación publicitaria (prueba del anunciante).
- No es un delito ambiental.

Como se regula en el extranjero: EE.UU.

- No hay legislación federal sobre afirmaciones comerciales engañosas en el ámbito ambiental, pero si normas administrativas: Guías Verdes (FTC), desde 1992, orientación para la publicidad (no vinculantes).
- Hay fiscalización activa de la FTC desde 2010.
- Si hay leyes estatales desde principios de los años 90: sanciones civiles y penales.
- Jurisprudencia estatal: 2011 California vs. Endo Plastics, LLC.
- También autorregulación a través de organizaciones profesionales o cumpliendo con esquemas de certificación y etiquetado.

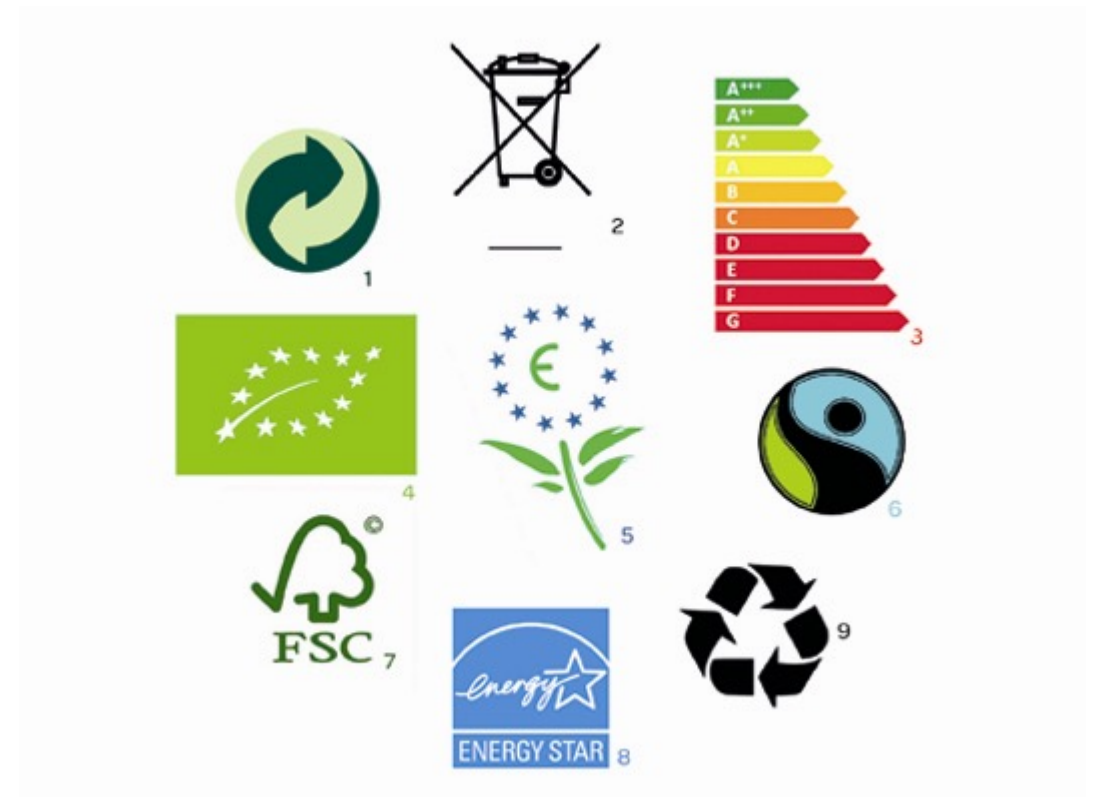
Eco-etiqueta

Conjunto de elementos compuestos por el sello de reciclabilidad y la información para el reciclaje, la cual tiene por objetivo cerrar la brecha de información entre productores y consumidores, relacionada a la sustentabilidad (definición en **Chile. APL 2019**)

Las ecoetiquetas son distintivos que nos ayudan a identificar aquellos productos, materiales o incluso servicios que han sido elaborados con prácticas que contribuyen al cuidado y la conservación del medioambiente. (Oxfam)

Función de las etiquetas, sellos verdes o ecoetiquetas:

- Dan a los consumidores información sobre las características de sustentabilidad de productos o servicios.
- Las ecoetiquetas, proporcionan al consumidor la información necesaria sobre posibles efectos ambientales provocados por el consumo, producción o manejo de dicho producto o servicio.
- Por lo anterior están siendo cada vez más requeridas.



Características del sello de ecoetiquetado (APL)

Las principales características del sello son:

- Expresa que ese envase y/o embalaje es reciclable;
- Es simple, fácil de reconocer;
- Debe aplicarse en la parte frontal del envase de manera que sea visible por los consumidores al momento de la compra, siendo el productor quien define el lugar específico de la cara frontal; y
- Se debe regir por el manual de uso del sello, el cual establece, entre otros aspectos, las proporcionalidades, tipografía y tamaños mínimos en función del tamaño del envase.



Ecoetiqueta APL

Etiqueta productos orgánicos en Chile



Etiquetado de todos los productos procesados que se elaboren en Chile bajo la categoría de “**orgánico**”, “**ecológico**” o “**biológico**”, y que están bajo **fiscalización del SAG**, entidad encargada del **Sistema Nacional de Certificación Orgánica SAG Chile**





Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) que certifica productos orgánicos y promueve la producción agrícola preservando recursos naturales.

“Todos nuestros productos contienen sólo fruta natural y orgánica (certificada), sin azúcar ni agua añadida...”





GLOBAL G.A.P es una norma mundial para las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA)

GLOBALG. A.P. es la norma con reconocimiento internacional para la producción agropecuaria.

¿cómo certificar Global GAP?:

https://www.youtube.com/watch?v=yPHOJsOTi54&ab_channel=GLOBALG.A.P.



La etiqueta GGN es la etiqueta de GLOBALG.A.P. destinada al consumidor. Representa la transparencia y la producción certificada y responsable.

Certificación de ecoetiquetas en Unión Europea (UE)

(excepto del sector de alimentación, bebidas y fármacos)

Etiquetas emitidas por Carbon Trust (UK)

La huella de carbono del producto debe estar certificada según un estándar internacionalmente reconocido, como PAS2050, Estándar de producto del protocolo GHG o ISO14067.



Marine Stewardship Council (MSC)



Productos forestales sostenibles



Alimentos EU



Certificado AENOR de la
Huella de Carbono

Muchas gracias!