

The background of the slide is a photograph of a forest with tall, thin trees and sunlight filtering through the canopy. The image is partially obscured by geometric shapes: a light green triangle in the top-left, a dark blue triangle in the bottom-right, and a light green triangle in the bottom-left.

# Marketing v. Greenwashing

Claves del Proyecto de Ley sobre  
Lavado Verde de Imagen

**Paulina Sandoval**  
Abogada UC

# GREENWASHING

Afirmaciones **falsas** o **engañosas** sobre los **atributos** o **beneficios ambientales** de productos o servicios, o sobre las operaciones de una empresa o sus impactos en el medio ambiente, para inducir conductas en consumidores o inversionistas



## Tipos de greenwashing

- Atributos genéricos no verificables (verde, sostenible, ecológico)
- Afirmación sobre un producto cuando corresponde sólo a una parte
- Etiquetas sustentabilidad no amparadas sistema certificación reconocido
- Afirmaciones vagas o poco claras (carbono neutral, net-zero)
- Cumplimiento legal o práctica habitual como elemento diferenciador





## ¿Por qué ocurre?

- Forma de diferenciación
  - Presión partes interesadas
  - Premio en el precio
  - No hay estándares claros que orienten afirmaciones
-

# Tendencias en la Legislación Comparada



## DIRECTRICES

Algunos países establecen directrices para consumidores y empresas i.e. Guía Verde FTC-US



## SANCIONES

Aumento de fiscalización y sanciones i.e. Francia



## CERTIFICACIÓN ETIQUETADO

Pueden ser públicos (etiqueta verde UE) o privados (Forest Stewardship Council sobre uso sostenible bosques)



## REGULACIÓN

General, como en la Ley Protección al Consumidor (Francia o UE) o específica (UE)



## REPORTE ESG

Obligaciones de reporte y estándares comparables



## DIRECTRICES

Guía de Comunicación Verde de Fundación Chile (2015)



## SERNAC

Estudios (2016)



## CÓDIGO AUTORREGULACIÓN PUBLICITARIA

Criterios en materia de publicidad verde para evitar el greenwashing



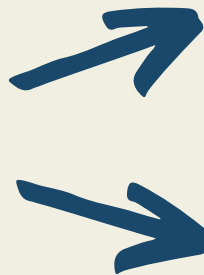
## REGULACIÓN

- Derecho información veraz y oportuna
- Inducir error o engaño componentes del producto, características, no produzca daño MA, reciclable o reutilizable
- Multa 2.250 UTM
- Obligación reporte NCG 461 CMF

# ¿Qué pasa en Chile?

# Proyecto de Ley Lavado Verde de Imagen

- Primer trámite en la Cámara de Diputados
- Aprobó en general en la Comisión MA
- Informe de la CS
- Pendiente votación en la Sala



**Publicidad de sustentabilidad**

**Publicidad de atributos  
ambientales**

## DEFINICIONES

**Afirmación ambiental:** acciones o prácticas que se consideran **beneficiosas para la protección del medio ambiente** o de **menor impacto ambiental**, emitida en medios de comunicación, o en reuniones públicas presenciales o digitales

**Lavado verde de imagen:** la publicidad de la sustentabilidad efectuada en contravención a la ley

**Publicidad de la sustentabilidad:** publicidad que comunica prácticas responsables y sustentables en las dimensiones **sociales, ambientales y económicas** de las empresas, sus marcas, productos y servicios



## DISPOSICIONES GENERALES

Debe entregar información **completa, veraz, verificable, comprensible y precisa**, y no podrán omitir **antecedentes relevantes** que puedan inducir a error

**Reglamento del MMA:** conceptos, adjetivos, indicadores, estándares y certificaciones para publicidad sustentabilidad con respaldo en la experiencia comparada y la mejor evidencia científica disponible

Información sobre prácticas ambientales: **disponible, accesible** y permanentemente **actualizada** en sus sitios web



## PROHIBICIONES

No se puede publicitar como sustentable el **cumplimiento legal o reglamentario**, ni medidas mitigación, reparación o compensación, o compromisos voluntarios Ley 19.300

Los titulares de proyectos en evaluación ambiental y consultores no pueden realizar públicamente afirmaciones ambientales relativas al **proyecto o actividad en evaluación**, salvo obligatorias

No podrán hacer publicidad de sustentabilidad cuando hayan sido condenadas por **daño ambiental** o sancionadas por la SMA por **infracciones graves o gravísimas**

Socios, accionistas, directores o gerentes, hayan sido condenados por delitos en contra de **defensores ambientales**, o por **prácticas antisindicales** o por vulneración de los **derechos fundamentales de sus trabajadores**.

---

## SANCIONES

- Multa 4.500 UTM (\$280 millones): infracción oblig. general, prohibición cumplimiento legal y proyectos SEIA, oblig. transparencia
- Multa 9.000 UTM más prohibición emitir publicidad por 5 años: prohibición sanciones SMA, daño ambiental, delitos defensores, etc.
- Sanción medios comunicación infracción art. 4 (daño ambiental/SMA) o 6 (proyectos SEIA), multa doble beneficio por emisión
- Registro sentencias MMA

## MODIFICA LEY PROTECCIÓN CONSUMIDOR

Amplía casos en que no se pueden realizar afirmaciones falsas o engañosas incluyendo las *"características que se expogan explícita o implícitamente como beneficiosas para el medio ambiente"*

# Desafíos regulación

1

## AFIRMACIONES AMBIENTALES

De la autorregulación de las afirmaciones ambientales a la identificación de obligaciones generales y al establecimiento de sistemas de certificación

2

## REPORTE ESG

- Obligación reporte
- Establecimiento estándares comparables

3

## PROYECTO DE LEY

- Obligación precisa
- Normas transparencia
- Multas mayores LPC
- Identifica algunas prohibiciones generales

4

## CONSISTENCIA PDL

- Sistema de certificación ambiental existente
  - Regulación Ley Protección Consumidor
  - Efectos que pudiera tener con otras normativas
-

The background of the slide is a photograph of a forest with tall, thin trees and sunlight filtering through the canopy. The image is partially obscured by geometric shapes: a light green triangle in the top-left, a dark blue triangle in the bottom-right, and a light green triangle in the bottom-left.

# Marketing v. Greenwashing

Claves del Proyecto de Ley sobre  
Lavado Verde de Imagen

**Paulina Sandoval**  
Abogada UC