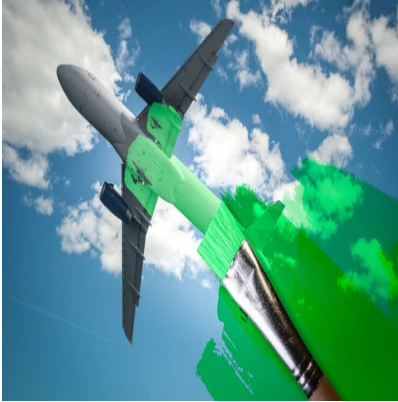




Bustinduy presenta en la UE la ‘Guía de Comunicación Sostenible’ para hacer frente al ‘greenwashing o ecopostureo’

Description

El Greenwashing, también conocido como lavado verde, ecopostureo o lavado de imagen ecológico, es una táctica de marketing fraudulenta y engañosa en la que las empresas hacen afirmaciones sobre el impacto medioambiental de sus acciones y/o productos, para parecer más ecológicas de lo que son en realidad.

Este ecopostureo o ecoblanqueo es una práctica muy usual en el llamado ‘marketing verde’ que está destinada a crear una imagen ilusoria de responsabilidad ecológica. Las ONG emplean con frecuencia el sinónimo greenwashing para denunciar a las empresas que publicitan que se preocupan por el medio ambiente cuando la realidad es que sus actividades son perjudiciales para éste.

Guía de Comunicación Sostenible

Pablo Bustinduy, ministro de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, ha presentado este jueves en Bruselas la [**‘Guía de Comunicación Sostenible’**](#) que puso en marcha el departamento que lidera y que está dirigida a empresas bajo el título «Cómo incluir información medioambiental en tus estrategias y campañas». El acto ha tenido lugar en el seno de la Unión Europea y ha contado con la presencia de Isabelle Pérignon, directora general de Política del Consumidor de la Comisión Europea, y de Agustín Reyna, director general de la Organización Europea de Consumidores.

Esta guía presentada por Bustinduy es pionera en Europa y consta de 60 páginas que han sido traducidas al inglés y en las que se ofrece información detallada de cómo identificar el greenwashing o ecopostureo que llevan a cabo algunas empresas, es decir, promocionar sus productos o sus servicios como respetuosos con el medio ambiente sin que haya una evidencia científica que lo avale.

Pablo Bustinduy ha puesto de relevancia que, según la normativa vigente, una empresa que haga afirmaciones medioambientales no verificadas estaría incurriendo en prácticas desleales ya que supondrían una información engañosa para las personas consumidoras, “y esto les impide evaluar si el producto o el servicio que están comprando es realmente sostenible con el medio ambiente”.

Según datos aportados por Consumo en España, el 42% de las afirmaciones ambientales que hacen las empresas son cuestionables, mientras que el 58% de los productos y de los servicios que se ofertan como respetuosos con el medio ambiente carece de la información necesaria para ser verificadas, es decir, 6 de cada 10 productos. “Tenemos que luchar de forma más decidida contra el ecopostureo y esta guía es una buena herramienta para hacerlo, no solo en

España, también en toda Europa”, ha defendido el ministro Bustinduy, quien ha dicho que el derecho a un consumo sostenible “es fundamental”.

Por ello, ha hecho un llamamiento a las empresas para que cumplan con las regulaciones ambientales y ofrezcan “información veraz con la que puedan avalar que realmente están comprometidas con los objetivos climáticos.”

En la presentación de esta guía también ha estado presente Andrés Barragán, secretario general de Consumo, quien ha puesto en valor que el documento recoge también información sobre la legislación que hay sobre el greenwashing. Si una empresa presenta alegaciones medioambientales no verificables, ha explicado, esto podría considerarse una práctica desleal que infringe el artículo 47.1.m de la Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios, y acarrear sanciones de hasta 100.000 euros, que podrían sobrepasar esas cantidades hasta alcanzar entre cuatro y seis veces el beneficio ilícito obtenido.

Cambio en los términos legislativos

Barragán ha detallado que la guía ofrece, además, información de próximos cambios en términos legislativos, tanto desde el gobierno español como desde Bruselas. Y ha señalado dos proyectos normativos de la Unión Europea que, en España, se traspondrán a través de la futura Ley de Consumo Sostenible:

Directiva (UE) 2024/825 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de febrero de 2024, por la que se modifican las Directivas 2005/29/CE y 2011/83/UE en lo que respecta al empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica mediante una mejor protección contra las prácticas desleales y mediante una mejor información.

Una propuesta de Directiva relativa a la justificación y comunicación de alegaciones medioambientales explícitas (“Green Claims”).

Sobre la futura Ley de Consumo Sostenible, el ministro Bustinduy ha trasladado “el gran impacto positivo que tendrá a nivel ambiental, social y económico” y ha manifestado que va a favorecer “la transición verde y un entorno de confianza para consumir”. Así mismo, ha recalcado que la ley garantizará que todas las personas puedan acceder a productos sostenibles “sin depender de los ingresos que tenga cada una” y que este derecho sólo podrá hacerse realidad si tanto las empresas como las administraciones públicas demuestran su compromiso y combaten el ecopostureo.

Datos de la Guía contra el ecopostureo

Por otra parte, en la presentación se han aportado datos relevantes de esta guía:

Según un estudio de la Comisión Europea, el 80% de las páginas webs, tiendas online o anuncios llevan alegación medioambiental. Y estos certificados influyen positivamente en las compras del 72% de los españoles, tal y como señala una investigación del Observatorio de Producción Local y Consumo Sostenible.

En base a un informe de la Red de Cooperación de para la Protección al Consumidor, el 42% de las alegaciones medioambientales son dudosas y el 57,5% no dan información suficiente para ser verificadas.

Un estudio del centro de análisis Funcas concluye que cerca del 80% de los españoles se muestra muy o bastante preocupado con la amenaza del cambio climático, y nueve de cada diez europeos lo consideran un problema grave atendiendo a datos del Eurobarómetro.

Durante la presentación de la guía se ha puesto en valor también la acción anti ecopostureo que ha liderado Consumo desde España, en coordinación con la Comisión Europea, ante 20 aerolíneas que habrían hecho afirmaciones medioambientales no verificables, y cuya información está siendo monitoreada junto a otras autoridades nacionales de la Red CPC (Red Europea de Cooperación para la Protección a la Persona Consumidora).

Ya en abril de 2024 se derivó una advertencia a estas 20 compañías aéreas de los cambios que tenían que hacer para garantizar el cumplimiento de normativa vigente en materia de ecopostureo. Actualmente, se está en diálogo con estas aerolíneas a las que se ha advertido que, en caso de que no resuelvan los problemas detectados, las autoridades de la

Red CPC podrían adoptar nuevas medidas, incluidas sanciones económicas.

El Maipo/Ecoticias

Date Created

Enero 2025

www.elmaipo.cl