



Publicidad engañosa ambiental, Greenwashing y durabilidad de productos: lo que debes saber sobre la circular de consumo sostenible de Sernac

El desarrollo sostenible se ha vuelto un objetivo clave para Chile, por lo que se han adoptado distintas medidas para concretarlo, como por ejemplo la Agenda 2030. En este sentido, el rol de las y los consumidores es clave para esta transición, principalmente por el “consumo sostenible”.

Se entiende por consumo sostenible el “uso de bienes y servicios que responden a necesidades básicas y proporcionan una mejor calidad de vida, al mismo tiempo que minimizan el uso de recursos naturales, materiales tóxicos y emisiones de desperdicios y contaminan-

tes sobre el ciclo de vida, de tal manera que no se ponen en riesgo las necesidades de futuras generaciones”.

Por todo lo anterior, el consumo sostenible toma relevancia para el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), por lo que se lanzó una circular interpretativa al respecto.

En el ámbito del consumo, la Ley del Consumidor (LPDC) establece derechos vinculados al cuidado del medio ambiente, incluyendo información sobre durabilidad y reparación de productos, la seguridad en el consumo y la protección de la salud y el medio ambiente,

o la protección contra la publicidad engañosa ambiental. A partir de lo anterior, la Circular plantea la existencia de un principio de consumo sostenible.

En base a este principio, la nueva circular refuerza los deberes de información que tienen las empresas hacia las personas consumidoras. Se enfatiza, por ejemplo, la necesidad de que los consumidores reciban información clara, veraz y oportuna sobre la durabilidad y las posibilidades de reparación de los productos, así como también sobre el impacto ambiental que conlleva el uso y producción de los mismos.

Para el SERNAC, esta infor-

mación es crucial para que las y los consumidores puedan tomar decisiones más conscientes y sostenibles.

Greenwashing

La circular también aborda el tema del “greenwashing” o blanqueamiento ecológico, una práctica en la que las empresas presentan sus productos como más ecológicos de lo que realmente son.

El SERNAC advierte que este tipo de prácticas no sólo pueden llegar a ser perjudiciales para las personas consumidoras, sino que también desacreditan la legítima preocupación por la sostenibilidad.

“El consumo sostenible es un derecho y una responsabilidad. Desde el SERNAC seremos firmes contra el greenwashing y exigiremos información clara y veraz para que las personas puedan tomar decisiones conscientes y proteger el futuro del planeta”, destacó el Director Nacional del SERNAC, Andrés Herrera.

Para un correcto cumplimiento de la normativa por parte de los proveedores, estos deberán poner a disposición del consumidor interesado, todos aquellos elementos que permitan verificar la veracidad de la información proporcionada.