



# **Puntos clave sobre la Nueva Directiva de Green Claims**

Se utiliza el término **Greenwashing** en los casos en que una empresa se presenta como ecológica o responsable ambientalmente, cuando en realidad no lo es o sus esfuerzos en sostenibilidad son mínimos o falsos.

## ¿Qué consideramos #GreenWashing?

**Afirmaciones falsas o exageradas sobre beneficios ecológicos sin evidencia concreta que lo respalde.** Por ejemplo, hacer afirmaciones que no se pueden respaldar con datos. Destacar el contenido reciclado de un producto, sin indicar el porcentaje real utilizado en el proceso.

**Uso de términos vagos o ambiguos como "natural", "verde" o "eco" sin una explicación clara de lo que significan.** Algunos productos etiquetados como “eco-friendly” no lo son tanto y no se ha realizado en análisis de ciclo de vida que asegure que así sea.

**Información incompleta, destacando solo un aspecto sostenible del producto mientras se ocultan otros impactos negativos.** Por ejemplo, declaraciones de sostenibilidad que citan solo una característica o dan información poco relevante, ocultar datos, omitir información clave.

**Etiquetas o certificaciones engañosas** que no están basadas en estándares verificables o reconocidos. Algunos productos pueden presentar sellos o certificaciones propios, sin verificar por una tercera parte independiente, no oficiales y que pueden ser un fraude.

# Consecuencias del #GreenWashing

**El Greenwashing puede tener serias repercusiones tanto para las empresas como para los consumidores y el medio ambiente.**

**Pérdida de confianza y reputación:** Cuando una empresa es descubierta haciendo greenwashing, puede sufrir un daño significativo a su imagen y credibilidad, lo que puede alejar a los consumidores y reducir las ventas.

**Sanciones legales:** Con regulaciones como la Directiva Green Claims, las empresas que realicen afirmaciones engañosas sobre sostenibilidad pueden enfrentar multas, sanciones o litigios por publicidad engañosa.

**Confusión en los consumidores:** El greenwashing hace que sea más difícil para los consumidores identificar productos genuinamente sostenibles, lo que lleva a decisiones de compra equivocadas y frustra sus esfuerzos por contribuir positivamente al medio ambiente.

**Impacto negativo en el medio ambiente:** Al desviar la atención de prácticas realmente sostenibles, el greenwashing impide que se realicen los cambios necesarios para enfrentar los problemas medioambientales de manera efectiva.

# ¿Cuál es el objetivo de la nueva directiva Green Claims?

**Evitar el Greenwashing:** Busca eliminar las afirmaciones falsas o engañosas sobre sostenibilidad, exigiendo que las empresas demuestren con pruebas cualquier afirmación ambiental que hagan.

**Fomentar la transparencia:** Las empresas deben ser claras y honestas sobre el impacto ambiental de sus productos o servicios, asegurando que los consumidores reciban información verídica y comprensible.

**Empoderar a los consumidores:** Ayuda a las personas a tomar decisiones de compra más informadas y responsables al proporcionarles datos confiables sobre la sostenibilidad de los productos.

# ¿Qué medidas se tomarán para combatirlo?

**Verificación de afirmaciones:** Las empresas deberán respaldar sus declaraciones ambientales con pruebas sólidas y verificables.

**Etiquetas ecológicas:** Se busca limitar la proliferación de etiquetas verdes, estableciendo estándares más estrictos para su certificación y uso.

**Créditos de carbono:** Se requerirá mayor transparencia en el uso de créditos de carbono, especificando si se relacionan con reducción o captura de emisiones.

**Complemento a otras directivas:** Complementa la Directiva de Empoderamiento de los Consumidores para la transición verde (ECD), ampliando el alcance a términos más específicos.

**Verificación independiente:** Se prevé la implementación de un sistema de verificación por terceros independientes para validar las afirmaciones ambientales.

**Mejorar la información que le llega al consumidor.** Se facilitará de manera más detallada la información sobre la durabilidad y reparabilidad de ciertos productos antes de su venta.

# Medidas clave de la directiva

## CLARIDAD EN LAS AFIRMACIONES

Las empresas deben asegurar que cualquier afirmación ambiental sea clara, específica y respaldada por evidencia científica verificable. Términos como "verde", "ecológico" o "sostenible" deben definirse de manera precisa y transparente.

## PROHIBICIÓN DE ENGAÑOS

Se prohíben las afirmaciones engañosas, como etiquetar un producto como "100% natural" cuando contiene componentes sintéticos. Se evitarán términos vagos, imágenes engañosas y exageraciones.

## TRANSPARENCIA DE ETIQUETADO

Se fomenta el uso de etiquetas ecológicas reconocidas y certificaciones de terceros para respaldar las afirmaciones ambientales.

## NORMAS ARMONIZADAS

Se establecen normas uniformes para las reclamaciones verdes en toda la UE, garantizando un enfoque coherente en todos los Estados miembros.

## SANCIONES POR INCUMPLIMIENTO

Se implementarán sanciones y medidas correctivas para las empresas que violen las disposiciones de la directiva, incluyendo multas y órdenes de cesación.

La directiva afecta a **todas las empresas de Europa**, excepto las microempresas y las PYMES, que tendrán un año adicional para adaptarse. Las obligaciones incluyen:

Proporcionar información clara, pertinente y fiable a los consumidores.

Evitar prácticas comerciales engañosas.

Informar sobre opciones de entrega respetuosas con el medio ambiente.

Hacer pública la información sobre impactos medioambientales negativos de productos y servicios.

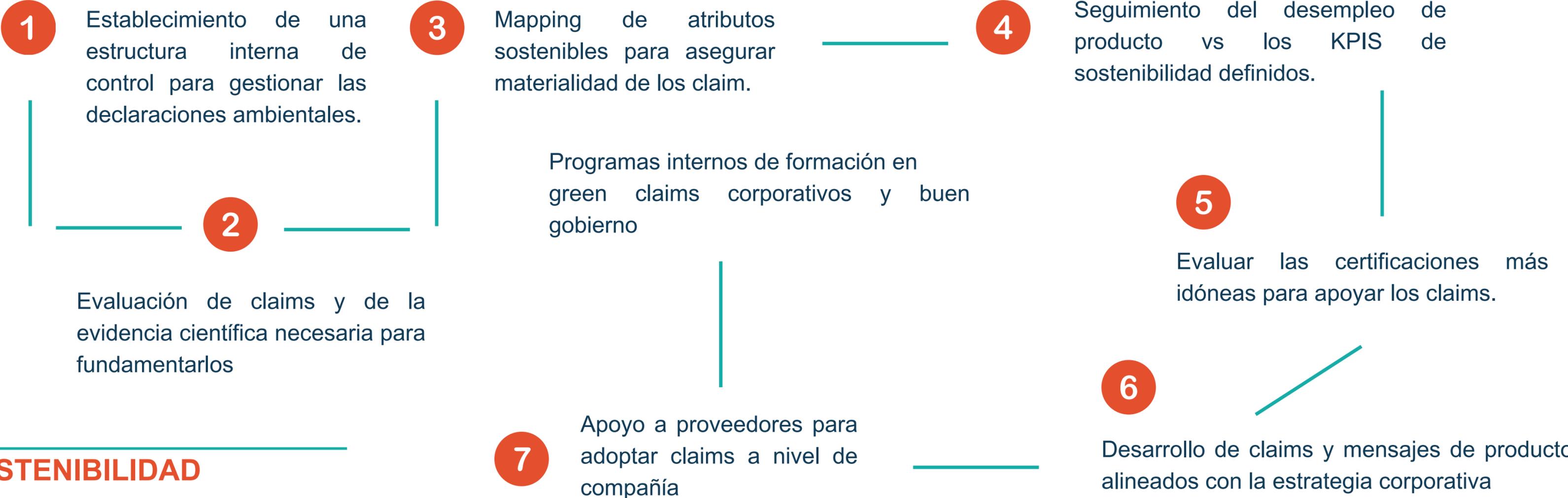


**Entrada en vigor:** La Directiva (UE) 2024/825 entrará en vigor el 26 de marzo de 2026.

**Plazo de transposición:** Los Estados miembros tienen hasta el 27 de septiembre de 2027 para adaptar la directiva a sus normativas nacionales.

**Aplicación anticipada:** Los países tienen la potestad de adelantar el calendario de implementación para proteger a los ciudadanos de información falsa sobre el medio ambiente.

Las empresas deberán implementar un sistema sólido para gestionar sus informes, asegurando la precisión, la claridad y la autenticidad de los datos, con el fin de cumplir con las regulaciones





**Las palabras importan siempre pero,  
en sostenibilidad mucho más.**

Contacta con nosotros:

Llámanos al **678 011 363** o escríbenos a **[raul.antunez@grupcarles.com](mailto:raul.antunez@grupcarles.com)**