



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.

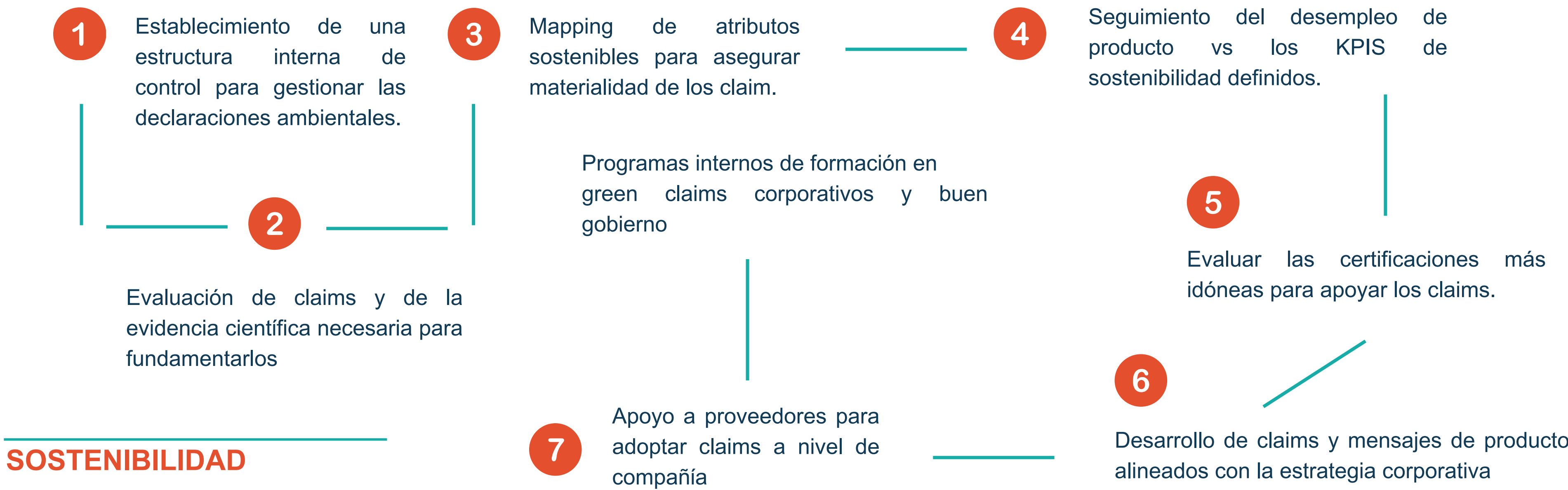


Entrada en vigor: La Directiva (UE) 2024/825 entrará en vigor el 26 de marzo de 2026.

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