



ALERTA COMPETENCIA

Indecopi presenta “Guía de Publicidad Ambiental”

REBAZA,
ALCÁZAR
& DE LAS
CASAS



El día de ayer, 18 de octubre de 2023, se celebró el “Día de la Leal Competencia” en el Perú. Para conmemorarlo, el Indecopi realizó una ceremonia en la cual presentó la versión final de la “Guía de Publicidad Ambiental” elaborada por la Secretaría Técnica de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal del Indecopi.

Esta guía brinda lineamientos y recomendaciones para las empresas que difunden publicidad con contenido ambiental, conocida también como Publicidad Verde, a efectos de promover la leal competencia en el mercado y evitar posibles infracciones a la legislación publicitaria. Además, busca prevenir prácticas de comunicación publicitaria que sean perjudiciales al consumidor, induciéndolo a adquirir productos o servicios bajo la idea de que ello beneficia al ambiente.

En este importante documento, el Indecopi ha identificado que, en el marco de la Publicidad Verde, conocida como la publicidad de productos o servicios con alegaciones o afirmaciones referidas a su impacto positivo en el medio ambiente y sobre su sostenibilidad, se presenta el fenómeno del *greenwashing* como una práctica nociva en la publicidad ambiental.

El *greenwashing* es definido por el Indecopi como “*un intento de engañar a los consumidores comercializando productos que se presentan como más inocuos para el medio ambiente de lo que realmente son*”. Estos casos pueden evidenciarse en una exageración de un mejor desempeño ambiental, o una afirmación que no puede verificarse, o una afirmación que resulte irrelevante o falsa.





A fin de evitar este fenómeno, el Indecopi realizó las siguientes recomendaciones para los anunciantes:

– La Publicidad Verde deberá ser elaborada de conformidad con los siguientes principios:

- (i) **Sustanciación previa:** La publicidad debe sustentarse en evidencia recabada de manera previa a su difusión, para lo cual, el mensaje debe ajustarse a los datos verificables que posee el anunciante, siendo además que los anunciantes deben asegurarse de que los métodos y datos utilizados por los expertos para demostrar sus afirmaciones sean modernos, a fin de apartarse de cualquier error.
- (ii) **Claridad:** Brindar información útil al consumidor, que lo ayude a comprender su función en la mejora del desempeño de los productos y las repercusiones de su consumo, de manera explícita y de fácil comprensión. Al respecto, se debe evitar afirmaciones vagas, ambiguas y amplias sobre los “beneficios” ambientales, así como el uso excesivo de términos científicos que pueda confundir a los consumidores.
- (iii) **Pertinencia:** Poner en relieve las características del producto o las innovaciones que realmente marcan una diferencia para el desempeño global en materia de sostenibilidad del producto. Asimismo, comprobar si existen requerimientos regulatorios sectoriales antes de formular una afirmación, a fin de evitar difundir publicidad que contravenga el ordenamiento normativo

(iv) **Transparencia:** Se encuentra prohibido el ocultamiento de información relevante respecto a las afirmaciones de la Publicidad Verde, por tanto, se deberá informar no solo aspectos positivos en el medio ambiente y sostenibilidad, sino también los efectos nocivos que puedan ser relevantes para los consumidores.

(v) **Comparación leal:** Toda publicidad comparativa (referencia conjunta e inequívoca a la oferta propia y a la de otro o varios competidores con la finalidad de presentar ventajas de la oferta propia frente a desventajas de la oferta competidora), debe sustentarse en información clara, vigente y objetiva.

- La Publicidad Verde deberá ser diseñada considerando el respeto al marco normativo establecido en la Ley de Represión de la Competencia Desleal y considerando las regulaciones sectoriales de índole ambiental y técnica que puedan resultar aplicables.
- Los anunciantes deberán evitar utilizar imágenes, colores y afirmaciones de carácter general, que no precisen los beneficios específicos de los productos y/o servicios.

Pueden acceder a la Guía en el siguiente enlace:

<https://www.gob.pe/institucion/indecopi/informes-publicaciones/4749865-guia-de-publicidad-ambiental>



NUESTRO EQUIPO



ALBERTO REBAZA

SOCIO

alberto.rebaza@rebaza-alcazar.com



LUIS MIGUEL ELÍAS

SOCIO

luismiguel.elias@rebaza-alcazar.com



MARCIA ARELLANO

SOCIA

marcia.arellano@rebaza-alcazar.com



MAGALY VARELA

ASOCIADA SENIOR

magaly.varela@rebaza-alcazar.com



FERNANDO RODRÍGUEZ

ASOCIADO

fernando.rodriguez@rebaza-alcazar.com



ROSARIO MIRANDA

ASOCIADA

rosario.miranda@rebaza-alcazar.com

LIMA

Av. Víctor Andrés Belaúnde 147,
Vía Principal 133, Piso 3
Edificio Real Dos, San Isidro
Teléfono (511) 442-5100

SANTIAGO DE CHILE

Av. Apoquindo 3650, Piso 12
Las Condes
Teléfono (562) 2244-68432

REBAZA,
ALCÁZAR
& DE LAS
CASAS