



RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL POR ECOBLANQUEO

POR ANA PAULA SILVA Y SOFÍA MITRE
abogadas de Nader Hayaux & Goebel

Como resultado de la creciente conciencia acerca del impacto que tenemos los humanos en el cambio climático y la urgente necesidad de cambiar nuestra forma de vida para revertir la resultante emergencia climática, el público considera las políticas y prácticas de las empresas en la toma de decisiones de consumo.

Conforme crece la demanda de productos y servicios sostenibles, aumenta el riesgo de que las empresas engañen al público haciéndoles creer que los productos o servicios que ofrecen, o las empresas mismas, son amigables con el medio ambiente o sostenibles, cuando en realidad no lo son. A esta práctica se le conoce como "ecoblanqueo" o "Greenwashing" por su término en inglés.



Ana Paula Silva



Sofía Mitre

Concretamente, el ecoblanqueo es el acto de inducir al error vía la difusión de afirmaciones infundadas o engañosas acerca de prácticas o beneficios ambientales y sostenibles de un producto o servicio que ofrece una empresa, o de las políticas y principios que la rigen. El ecoblanqueo es una práctica actual y recurrente de las empresas. Su uso desmedido ha generado demandas en distintas jurisdicciones por falta de responsabilidad y ética en cuestiones climáticas, por prácticas de divulgación engañosa de productos y para la protección de los consumidores.

Es de interés público y preocupación el incremento de las prácticas de ecoblanqueo, ya que demeritan los esfuerzos para implementar prácticas sostenibles reales.

Un ejemplo de un litigio climático por ecoblanqueo es el de **Beyond Pesticides vs. ExxonMobil Corporation**, resuelto por la Suprema Corte del Distrito de Columbia, en Estados Unidos de América en 2020. La demanda se presentó contra Exxon, una de las empresas petroleras internacionales más grandes, por publicidad falsa y engañosa al declarar que se comprometía con formas limpias de energía a un nivel significativo, cuando dicho compromiso constituía un porcentaje mínimo de su negocio, pues este se basaba en combustibles fósiles. La Corte determinó que Exxon incurrió en una práctica comercial ilícita al tergiversar, tender a engañar y omitir hechos relativos a las características, el nivel, la calidad y el grado de sus prácticas comerciales.

En México, al igual que en todo el mundo, muchas empresas incurren en prácticas de ecoblanqueo al utilizar publicidad engañosa, falsa y fraudulenta respecto de sus prácticas sostenibles. Si bien, no existe un marco regulatorio específico en México que defina, limite y sancione las prácticas de ecoblanqueo, el marco legal de protección al consumidor y usuarios de servicios financieros establecen principios básicos que protegen al consumidor y a los usuarios de servicios financieros de publicidad engañosa.

PROFECO. La Ley Federal de Protección al Consumidor regula las relaciones de comercio y protegen a este de publicidad engañosa y abusiva, estableciendo la obligación de que los proveedores difundan de manera veraz, comprobable y exentas de descripciones que induzcan al error o confusión la publicidad e información de sus bienes, productos o servicios. El incumplimiento a dicha obligación tiene como consecuencia que la PROFECO pueda imponer una

sanción económica de hasta 3 millones de pesos y una sanción administrativa consistente en la clausura total o parcial del negocio.

CONDUSEF. La Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF) mediante disposiciones de carácter general, regula la obligación de las entidades financieras de realizar sus actividades adecuándose a las sanas prácticas, que implica, entre otros, el proporcionar a los usuarios información que no sea engañosa o induzca al error sobre sus operaciones y servicios. En caso de que las entidades financieras incumplan con dicha obligación, la CONDUSEF podrá imponer una multa de hasta MXN \$ 192,440.00.

Empresas Bursátiles. Las empresas bursátiles se encuentran obligadas a divulgar al público mediante eventos relevantes el desarrollo o creación de un nuevo producto. Si las emisoras difunden información falsa respecto de los beneficios ambientales o la sostenibilidad de productos, servicios y/o políticas en las cuales participan, podrían sujetarlas a multas de hasta MXN\$14,433,000.00, o incluso, a responsabilidad penal con cinco a diez años de prisión conforme a los artículos 368 y 383 de la Ley del Mercado de Valores. Si bien en México no existe aún regulación expresa para sancionar dicha práctica, el marco legal aplicable a la protección de los consumidores, a los usuarios de servicios financieros y a los inversionistas, ofrece instrumentos legales para exigir responsabilidad a aquellas empresas que realicen estas prácticas, además del riesgo reputacional inherente a las empresas que son expuestas por publicidad engañosa. ●

REFERENCIAS

<https://bit.ly/3deZVlf> / <https://bit.ly/3p14R5Z> / <https://bit.ly/3bGcBr6> / <https://bit.ly/3SDNcPh>

GANAR.GANAR | SEPTIEMBRE - OCTUBRE 2022 | 25