



Vigilancia Ciudadana Eco Etiquetado

(FINAL)

Coordinación técnica y Ejecución

JOSÉ ROA

Ejecución

Paloma Norambuena
Patricia Andrea Espinoza

DICIEMBRE 2022

FONDO CONCURSABLE
para asociaciones de consumidores

“El presente proyecto, se Ejecuta con aportes del Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores, creado por el artículo 11 bis de la Ley N° 19.496, que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores. La información y opiniones generadas a partir de esta iniciativa son de exclusiva responsabilidad de ODECU”.

I. Presentación

El presente estudio tiene por objeto analizar las promesas “verdes” presentes en el etiquetado de productos de limpieza e higiene personal a consumidores en supermercados, y determinar el grado de adhesión a las reglas de protección a los consumidores.

Para esos efectos, se expone en primer lugar la metodología del estudio, para continuar luego con las referencias normativas relativas a las etiquetas ambientales y legislación relacionada en materia de protección al consumidor. Continúa con los resultados del levantamiento preliminar ODECU, para luego entregar los resultados generales del levantamiento ODECU de bienes de la línea de limpieza e higiene personal ofrecidos a consumidores finales en supermercados. Sobre la base de los resultados se continúa con propuesta de desarrollo normativo y se finaliza con las conclusiones.

En anexos se acompañan las referencias internacionales relativas a las etiquetas ambientales; el detalle del levantamiento previo ODECU; el detalle del nuevo levantamiento ODECU con los resultados por productos; y el formato de la carta enviada a los proveedores solicitando comprobabilidad.

II. Metodología

Sobre la base de un pre levantamiento realizado por ODECU previo a la postulación del proyecto, se actualizó en el segmento de limpieza e higiene personal, analizando las promesas “verdes” del etiquetado. Además se realizó una consulta on-line con respecto a la experiencia de los consumidores con ecoetiquetados en productos de su consumo.

Las promesas “verdes” que están sujetas a las reglas de veracidad, univocidad y comprobabilidad que establece la normativa de protección al consumidor.

De tal manera que esas promesas objetivas deben ser veraces, comprobables y no deben inducir a error o engaño a los consumidores.

En ese marco, replicando la experiencia de un consumidor, se contactó al proveedor para solicitar comprobabilidad de dichas aseveraciones.

A continuación los resultados generales del estudio, y en anexos los resultados específicos.

III. Referencias normativas relativas a las etiquetas ambientales y legislación de protección al consumidor relacionada

Podemos definir a la ecoetiqueta como un conjunto de elementos compuestos por el sello de reciclabilidad y por la información para el reciclaje, que tiene por objeto disminuir la asimetría de la información de sustentabilidad entre el proveedor y el consumidor¹.

En ese marco analizaremos en primer lugar, regulación especial de protección al consumidor, para luego terminar con el análisis de las reglas generales de aplicación supletoria en materia de protección a los consumidores aplicables a las promesas verdes presentes en el etiquetado.

1. Ley de bases del medio ambiente (LBMA)

La LBMA establece dentro de las competencias del Ministerio de Medio Ambiente “[o]torgar certificados, rótulos o etiquetas a personas naturales o jurídicas públicas o privadas, respecto de tecnologías, procesos, productos, bienes, servicios o actividades, que cumplan con los criterios de sustentabilidad y contribución a la protección del patrimonio ambiental del país, en conformidad a la ley”.

La propia LBMA desarrolla la certificación, rotulación y etiquetado (Párrafo 6° bis LBMA), estableciendo que “[c]orresponderá al Ministerio del Medio Ambiente otorgar certificados, rótulos o etiquetas a personas naturales o jurídicas públicas o privadas, respecto de tecnologías, procesos, productos, bienes, servicios o actividades, que sean voluntariamente solicitados u obligatoriamente requeridos y cumplan con los criterios de sustentabilidad y contribución a la protección del patrimonio ambiental del país, de acuerdo a los requisitos que establezca el reglamento.

Asimismo, el reglamento deberá determinar el procedimiento al cual se sujetará el otorgamiento de los certificados, rótulos y etiquetas.

Será de cargo del solicitante del certificado, rótulo o etiqueta adjuntar a su petición un informe favorable de cumplimiento de los requisitos que el reglamento señale, emitido por aquellas entidades que la Superintendencia del Medio Ambiente autorice según lo dispuesto en el artículo 3 literal v) de su ley orgánica.

¹ De acuerdo al proyecto “Elijo reciclar” que es parte del Acuerdo de Producción Limpia (APL) de EcoEtiquetado, y es conducido por la Sociedad de Fomento Fabril, el Ministerio del Medio Ambiente y la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático, cuyo objeto es proporcionar certeza al consumidor que el producto adquirido, tiene al menos un 80% del peso del envase hecho de materiales técnicamente reciclables. Disponible en <https://elijoreciclar.mma.gob.cl/>

Dicha Superintendencia será la encargada de fiscalizar el debido cumplimiento de las disposiciones de que trata este artículo, en los casos que corresponda.

La infracción de esta normativa será sancionada de conformidad a lo dispuesto en el Título III de la ley orgánica de la Superintendencia del Medio Ambiente, encontrándose ésta facultada, además, para revocar el certificado, rótulo o etiqueta como sanción. Sin perjuicio de lo anterior, la falsificación o utilización maliciosa de los certificados, rótulos o etiquetas será sancionada según lo establecido en los artículos 193, 194 y 196, según corresponda, del Código Penal. El reglamento definirá el procedimiento que se aplicará en estos casos.”(48 ter LBMA).

2. Ley Marco de Cambio Climático 21.455.

Contempla un Sistema de Certificación Voluntaria de Gases de Efecto Invernadero y Uso del Agua que incluye el otorgamiento de certificados, rótulos o etiquetas por parte del Ministerio del Medio Ambiente.

En efecto, se establece un “[s]istema de Certificación Voluntaria de Gases de Efecto Invernadero y Uso del Agua” entregándole al Ministerio del Medio Ambiente la facultad de “otorgar certificados, rótulos o etiquetas a personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, respecto de la cuantificación, gestión y reporte de las emisiones de gases de efecto invernadero y forzantes climáticos de vida corta, así como la reducción o absorción de dichos gases y forzantes, que sean voluntariamente solicitados y cumplan con los criterios, metodologías y requisitos que establezca un reglamento” y de otorgar “certificados, rótulos o etiquetas relativas a la cuantificación, gestión y reporte del uso eficiente del agua, así como la reducción de su consumo, que sean voluntariamente solicitados y cumplan con los criterios, metodologías y requisitos que establezca un reglamento. Para ello podrán desarrollarse estándares e indicadores, o utilizar los reconocidos internacionalmente” (30).

3. Ley marco para la gestión de residuos, la responsabilidad extendida del productor y fomento al reciclaje (Ley 20.920: REP²).

La ley REP tiene por objeto prevenir la generación y valorización de residuos.

El artículo 4° de este texto legal nos proporciona el foco de la regulación: “De la prevención y valorización” indica que “[t]odo residuo potencialmente valorizable deberá ser destinado a tal fin evitando su eliminación. Para tal efecto, el Ministerio de Medio Ambiente (MMA), considerando el principio de gradualismo y cuando sea pertinente, deberá establecer mediante decreto supremo los siguientes instrumentos destinados a prevenir la generación de residuos y/o promover su valorización:

- a) Ecodiseño.
- b) Certificación, rotulación y etiquetado de uno o más productos.

² 1 Ley 20.920 establece marco para la gestión de residuos, la responsabilidad extendida del productor y fomento al reciclaje. Disponible en: <http://bcn.cl/2qkbb>

- c) Sistemas de depósito y reembolso.
- d) Mecanismos de separación en origen y recolección selectiva de residuos.
- e) Mecanismos para asegurar un manejo ambientalmente racional de residuos.
- f) Mecanismos para prevenir la generación de residuos, incluyendo medidas para evitar que productos aptos para el uso o consumo, según lo determine el decreto supremo respectivo, se conviertan en residuos”.

4. LEY 21.368 que regula la entrega de plásticos de un solo uso y las botellas plásticas. La ley tiene dentro de sus objetos “la certificación de los plásticos de un solo uso” (1). Para esos efectos define “[p]lástico certificado: Plástico compuesto total o parcialmente por materias producidas a partir de recursos renovables, diseñado para ser compostado a nivel domiciliario o industrial, cumpliendo con los requisitos establecidos en el reglamento de esta ley.” (2 k)); regula la certificación de plásticos (6) y el otorgamiento de certificados por parte del Ministerio del Medio Ambiente (10).

5. Ley 20.096 que establece mecanismos de control aplicables a las sustancias agotadoras de la capa de ozono. La ley establece que “[p]ara la comercialización y utilización industrial de productos controlados que no estén prohibidos en conformidad a esta ley, en sus etiquetas y publicidad deberá incluirse un aviso destacado que advierta que dicho producto deteriora la capa de ozono” (16).

Asimismo establece que “[l]os instrumentos y artefactos que emitan radiación ultravioleta, tales como lámparas o ampolletas, deberán incluir en sus especificaciones técnicas o etiquetas, una advertencia de los riesgos a la salud que su uso puede ocasionar” (20).

6. Acuerdo de Producción Limpia: Eco-etiquetado para envases y embalajes³. Propuesta de eco-etiqueta que permite reconocer con un sello a aquellos envases y embalajes con un alto grado de reciclabilidad y que informe a los consumidores sobre la materialidad de los envases para facilitar la segregación en origen.

7. Acuerdo de Producción Limpia: Eco-etiquetado para envases y embalajes II⁴. Documento que establece el procedimiento de certificación para obtener el sello de reciclabilidad e información para el reciclaje de envases y embalajes del área de alimentos y bebidas, limpieza y aseo, librería, cosméticos, perfumería, salud, entre otros. Este procedimiento se enmarca en el contexto del Acuerdo de Producción Limpia de ecoetiquetado II (en adelante, “APL II”), el cual es la continuidad del Acuerdo de Producción

³https://web.sofofa.cl/wp-content/uploads/2020/02/APL-Firmado_compressed.pdf

⁴https://elijoreciclar.mma.gob.cl/wp-content/uploads/2022/05/Esquema_APL-EcoEtiquetado-II-mayo-2022.pdf

Limpia de eco-etiquetado I (en adelante “APL I”) que se llevó a cabo entre enero del 2019 y diciembre del 2021.

8. Resolución N°42 exenta⁵.

Para la implementación de los acuerdos de producción limpia sobre eco-etiquetado para envases y embalajes I y II, la Resolución N°42 exenta de 17 de enero de 2022, se antepone a la elaboración del decreto supremo que regula el etiquetado de uno o más productos.

Establece a considerar lo siguiente:

- a. Se declara la necesidad de regular un etiquetado para envases de alimentos o productos alimenticios, productos de higiene personal y productos de limpieza del hogar.
- b. Considera el diseño e implementación de una etiqueta que entregue información sobre los componentes del envase, su materialidad e instrucciones para el reciclaje.
- c. Examina un esquema de certificación para obtener un sello que destaque la característica de reciclabilidad de envases de ciertos productos como, por ejemplo, que señale si al menos un 80% del peso del envase está hecho de materiales técnicamente reciclables o si los materiales pueden ser separados del resto del envase para su reciclaje.

9. Proyecto Elijo Reciclar del MMA⁶.

Proyecto desarrollado a partir del Acuerdo de Producción Limpia sobre Ecoetiquetado, desarrollado por SOFOFA, la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático, y el Ministerio de Medio Ambiente.

Es un piloto de dos años de duración que recopila experiencia e información sobre la materia para implementar así una segunda fase de mayor alcance y con las mejoras que sean necesarias.

Para usar la ecoetiqueta en uno de sus envases, las empresas postulantes deben, primero, adherir al Acuerdo de Producción Limpia de Eco-Etiquetado, y, segundo, someter el envase al proceso de certificación.

10. Ley de protección al consumidor

La LPC establece el derecho básico a la información veraz y oportuna (3 b) LPC). Por su parte establece el derecho a la protección del medio ambiente (3 d) LPC). Asimismo, establece que “son derechos de todo consumidor los consagrados en leyes, reglamentos y demás normativas que contengan disposiciones relativas a la protección de sus derechos” (3 inc. 3 LPC).

⁵ Resolución 42 exenta (2022). Da inicio al proceso de elaboración del decreto supremo que regula el etiquetado de uno o más productos. Disponible en: <http://bcn.cl/32f2a>

⁶ Elijo Reciclar (s/f). Programa Ministerio de Medio Ambiente. Disponible en: <http://bcn.cl/32f2q>

El derecho a la información, tiene un desarrollo normativo a través de la LPC. Por un lado se desarrollan deberes típicos de información, se regula la institución de la información básica comercial (IBC), y se regula la publicidad, regulando las promociones y ofertas y proscribiendo la publicidad falsa o engañosa.

Por su parte, la LPC establece que “[l]a información que se consigne en los productos, etiquetas, envases, empaques o en la publicidad y difusión de los bienes y servicios deberá ser susceptible de comprobación y no contendrá expresiones que induzcan a error o engaño al consumidor” (33 LPC).

En materia de información, la LPC define la IBC como “los datos, instructivos, antecedentes o indicaciones que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al público consumidor, en cumplimiento de una norma jurídica. (...) En la venta de bienes y prestación de servicios, se considerará información comercial básica, además de lo que dispongan otras normas legales o reglamentarias, la identificación del bien o servicio que se ofrece al consumidor, así como también los instructivos de uso y los términos de la garantía cuando procedan. (...) En el caso de venta de bienes durables se considerará, además, información básica comercial la duración del bien en condiciones previsibles de uso, incluido el plazo en que el proveedor se obliga a disponer de repuestos y servicio técnico para su reparación. (...) La información comercial básica deberá ser suministrada al público por medios que aseguren un acceso claro, expedito y oportuno. Respecto de los instructivos de uso de los bienes y servicios cuyo uso normal represente un riesgo para la integridad y seguridad de las personas, será obligatoria su entrega al consumidor conjuntamente con los bienes y servicios a que acceden” (1 n°3 LPC).

Adicionalmente la LPC regula la IBC estableciendo que “[l]a información básica comercial de los servicios y de los productos de fabricación nacional o de procedencia extranjera, así como su identificación, instructivos de uso y garantías, y la difusión que de ellos se haga, deberán efectuarse en idioma castellano, en términos comprensibles y legibles en moneda de curso legal, y conforme al sistema general de pesos y medidas aplicables en el país, sin perjuicio de que el proveedor o anunciante pueda incluir, adicionalmente, esos mismos datos en otro idioma, unidad monetaria o de medida” (32 LPC).

A su vez, la LPC define de manera amplia publicidad como “la comunicación que el proveedor dirige al público por cualquier medio idóneo al efecto, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio, entendiéndose incorporadas al contrato las condiciones objetivas contenidas en la publicidad hasta el momento de celebrar el contrato. Son condiciones objetivas aquellas señaladas en el artículo 28” (1 n° 4 LPC).

Asimismo la LPC regula la publicidad prohibiendo aquella que induce a error o engaño, al establecer que “[c]omete infracción a las disposiciones de esta ley el que, a sabiendas o debiendo saberlo y a través de cualquier tipo de mensaje publicitario induce a error o engaño respecto de: a) Los componentes del producto y el porcentaje en que concurren; b)

La idoneidad del bien o servicio para los fines que se pretende satisfacer y que haya sido atribuida en forma explícita por el anunciante; c) Las características relevantes del bien o servicio destacadas por el anunciante o que deban ser proporcionadas de acuerdo a las normas de información comercial; d) El precio del bien o la tarifa del servicio, su forma de pago y el costo del crédito en su caso, en conformidad a las normas vigentes; e) Las condiciones en que opera la garantía, y f) Su condición de no producir daño al medio ambiente, a la calidad de vida y de ser reciclable o reutilizable” (28 LPC).

De este modo la LPC, en lo que respecta a la publicidad, con su amplio concepto, vincula el derecho básico del consumidor “d) (...) la protección de (...) el medio ambiente y el deber de evitar los riesgos que puedan afectarles;” (3 d) LPC) , con las hipótesis de publicidad falsa o engañosa “Su condición de no producir daño al medio ambiente, a la calidad de vida y de ser reciclable o reutilizable”(28 f) LPC).

Luego, la misma LPC establece como hipótesis de multa agravada “[e]n caso de que incida en las cualidades de productos o servicios que afecten la salud o la seguridad de la población o el medio ambiente, hará incurrir al anunciante infractor en una multa de hasta 2.250 unidades tributarias mensuales” (24 LPC).

IV. Levantamiento preliminar ODECU

Del levantamiento de productos realizado por ODECU durante la pandemia (ver anexo 2), podemos concluir que los productos que concentran el uso de estas promesas son: (I) Productos limpieza; e (II) Higiene personal.

Respecto del análisis de las promesas, éstas se encuentran asociadas al (1) producto, otras al (2) proceso productivo y otras a la (3) actividad del proveedor, conforme se detalla a continuación.

1. Promesas asociadas al producto

- a. Biodegradable
- b. Reciclado
- c. Compostable
- d. Ecológico
- e. Orgánico
- f. Soil Association Organic
- g. Vegetarian Society Approved
- h. Materiales 100% renovables
- i. Extractos 100% naturales
- j. No afecta capa ozono
- k. Libre de parabenos
- l. Ecofriendly
- m. Extractos Naturales
- n. Con ingredientes naturales
- o. Ingredientes vegetales renovables
- p. Sin perfume ni clorina
- q. Libre de fosfatos, metales pesados y derivados del petróleo
- r. Fórmula Ecoactiva
- s. Suave con el planeta
- t. Inspirado en la naturaleza
- u. Amigable con la naturaleza

2. Promesas asociadas al proceso productivo

- a. Sustentable
- b. Energía Renovable

3. Promesas asociadas al proveedor

- a. Reforestamos

De ellas algunas están relacionadas con el (A) medio ambiente; otras con el (b) derecho de los animales; y otras con otras variables relevantes relativas al (c) desempeño del producto o su (d) seguridad.

Asimismo existen expresiones (i) explícitas que pueden ser (i.a) directas -biodegradable- o (i.b) indirectas -con ingredientes naturales-; y su vez pueden ser (i.aa) precisas o (i.bb) vagas -suave con el planeta-; o pueden ser (ii) implícitas (como el uso de colores, imágenes o recursos que denotan naturaleza).

V. Levantamiento ODECU

En el período de 03/11 al 09/12, ODECU realizó un levantamiento en las distintas tiendas físicas de supermercados de Santiago. Se encontraron 47 productos: 11 shampoo/acondicionadores; 8 detergentes; 7 lavalozas; 7 limpiadores; y 5 toallas húmedas. En total se levantaron 207 promesas “verdes” con un promedio de 4,4 promesas por productos.

Un análisis por presencia arroja los siguientes resultados:

- Biodegradable (38)
- Libre de (35): parabenos (7), fosfatos (7), colorantes (6), metales pesados (5), siliconas (3), sal (3), plástico (1), petróleo (1), formol (1), cloro (1), amoníaco (1).
- No testado en animales, Cruelty Free (23)
- Eco (15): Eco Friendly, Ecoactivo, Ecolavado, Eco Management
- Origen natural de los productos (14)
- Vegano (12)
- Orgánico (12)
- Reciclable: (7)
- Plant Based (6)
- Residuos, basura (4)
- Hipoalergénico, libre de alérgenos (4)
- Energía (4): energía renovable, bajo uso de energía, energía consciente
- Agua (4): cuida (3), 99% agua (1)
- Sustentable (3)
- Reutilizables (3)
- Renovable (3)
- Consciente (3)
- Compostable (3)
- Neutro (2)
- Huella Carbono (2)
- Aceites esenciales (2)
- Conceptos inventados (2): green beauty, green formula
- Planeta, cuida (1)
- Ozono, cuida (1)
- Bioeficiencia (1)

Respecto del análisis de las promesas, éstas se encuentran asociadas al 1) producto (144), otras al 2) proceso productivo (27) y otras de manera 3) más amplia o imprecisa tanto al producto como al proceso productivo (33).

Producto

- Biodegradable (38)
- Libre de (35)
- Origen natural de los productos (14)
- Vegano (12)
- Orgánico (12)
- Reciclable: 7
- Plant Based (6)
- Hipoalergénico, libre de alérgenos (4)
- Reutilizables (3)
- Renovable (3)
- Consciente (3)
- Compostable (3)
- Neutro (2)
- Aceites esenciales (2)

Proceso productivo

- No testado en animales, Cruelty Free (23)
- Energía (4)

Amplio: producto y proceso

- Eco (15)
- Residuos, basura (4)
- Agua (4)
- Sustentable (3)
- Huella Carbono (2)
- Conceptos inventados (2)
- Planeta, cuida (1)
- Ozono, cuida (1)
- Bioeficiencia (1)

De ellas algunas están relacionadas con el A) medio ambiente (114); con B) el producto (77); y otras con C) los animales (35).

Relación con el medio ambiente

- Biodegradable (38)
- Eco (15): Eco Friendly, Ecoactivo, Ecolavado, Eco Management
- Orgánico (12)
- Reciclable: (7)
- Plant Based (6)
- Residuos, basura (4)
- Energía (4): energía renovable, bajo uso de energía, energía consciente
- Agua (4): cuida (3), 99% agua (1)

- Sustentable (3)
- Reutilizables (3)
- Renovable (3)
- Consciente (3)
- Compostable (3)
- Neutro (2)
- Huella Carbono (2)
- Conceptos inventados (2): green beauty, green formula
- Planeta, cuida (1)
- Ozono, cuida (1)
- Bioeficiencia (1)

Relación con el producto (ingredientes o libre de):

- Libre de (35): parabenos (7), fosfatos (7), colorantes (6), metales pesados (5), siliconas (3), sal (3), plástico (1), petróleo (1), formol (1), cloro (1), amoníaco (1).
- Origen natural de los productos (14)
- Vegano (12)
- Plant Based (6)
- Hipoalergénico, libre de alérgenos (4)
- Neutro (2)
- Aceites esenciales (2)

Relación con los animales:

- No testado en animales, Cruelty Free (23)
- Vegano (12)

En general, las promesas “verdes” utilizan menciones diversas para referirse a atributos relacionados lo que dificulta la comprensión de los consumidores y la posibilidad de comparar el producto con alternativas del mercado.

Las promesas verdes no cuentan con antecedentes en el mismo producto que permitan al consumidor verificar su veracidad, dejando en manos del consumidor las tareas de investigación. Marginalmente, se incluyen menciones de certificados, sellos, referencias a normas internacionales u organismos, sin contener información que permita verificar su veracidad y extensión para una adecuada comprensión.

Las promesas verdes relevadas no permiten al consumidor poder evaluar su relevancia sobre los impactos del producto en su ciclo de vida o respecto del comportamiento ambiental de la empresa.

Las promesas verdes relevadas por el proveedor no contienen información suficiente para determinar si son atributos propios del producto que incentivan su consumo en general; si se trata de un atributo diferenciador respecto de la competencia; ni si se trata de un atributo voluntario o de un atributo resultados de exigencias regulatorias específicas.

Algunas promesas “verdes” utilizan expresiones amplias, vagas o imprecisas que impiden al consumidor determinar los contornos de la promesa. Asimismo utilizan como recursos la utilización de colores e imágenes que referencian indirectamente promesas “verdes” que pueden inducir a error o engaño a los consumidores.

En general, se utilizan colores “naturales” como tonos verdes, tonos azules asociados al agua, o tonos asociados a la tierra. Utilizan también imágenes de hojas, agua, animales, o naturaleza en general, y simbologías representativas del sol, el planeta tierra.

Como hallazgos adicionales, se evidencian otras expresiones susceptibles de comprobabilidad como “mata el 99,9% de las bacterias”; “elimina un 99,9% de gérmenes y bacterias”; “mata el covid 19, SARS cov 2”; “elimina el 99,99% de virus en tan solo 30 segundos. Gérmenes y Bacterias”; “testado para coronavirus”.

A nuestro juicio, las normas de la LPC, en su carácter de normas generales y abstractas, tienen la aptitud de poder disciplinar este fenómeno. El deber genérico de información, los requisitos de la información básica comercial, las normas que sancionan la falsedad o falta de comprobabilidad o la aptitud de inducir a error o engaño, todo respecto de condiciones o restricciones relevantes, permiten justificar reproches jurídicos, sancionarlos y ordenar indemnizaciones, devoluciones y reparaciones.

Los resultados fueron comunicados a los proveedores (ver anexo 4) en que se solicitó la comprobabilidad de las “aseveraciones verdes” esto es información de respaldo tales como estudios o investigaciones que acrediten o comprueben sus aseveraciones, haciendo mención que la Ley de Protección a los Derechos de los Consumidores (LPC), establece que “[l]a información que se consigne en los productos, etiquetas, envases, empaques o en la publicidad y difusión de los bienes y servicios deberá ser susceptible de comprobación y no contendrá expresiones que induzcan a error o engaño al consumidor” (33 LPC); y que ODECU, en cuanto asociación de consumidores, puede “[r]epresentar (...) el interés colectivo y difuso de los consumidores ante las autoridades jurisdiccionales o administrativas, mediante el ejercicio de las acciones y recursos que procedan” (8 e) LPC).

De los 47 productos, solamente en 30 de ellos se logró obtener un contacto dónde enviar la consulta de Comprobabilidad, para los otros 17 productos los canales de comunicación dispuestos en los envases o páginas web no funcionan, ya que se llenaron formularios o se enviaron correos previos para solicitar el contacto del responsable por los respectivos productos y hasta el cierre de este informe no se obtuvo respuesta.

Los 30 productos que sí se logró tener el nombre o área responsable, son de 15 empresas distintas, ya que algunas empresas son las responsables por más de 1 producto.

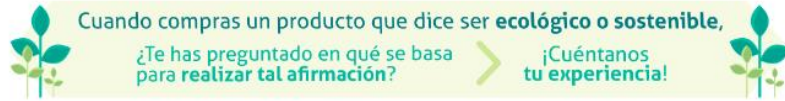
En general los proveedores no dieron respuesta a las solicitudes de comprobabilidad. Tres de ellos acusaron recibo o indicaron derivaciones internas sin dar respuesta final; y en dos casos se dio respuesta.

Se hace presente que el presente estudio no tiene por objeto calificar la información entregada para comprobar sus aseveraciones. Con todo en el caso de Popeye se dio respuesta razonada a lo solicitado, lo que da cuenta de un cumplimiento formal de dicha obligación.

Por su parte, en el caso de Best House (limpiador de biberones marca Pigeon) adjuntaron 3 documentos en inglés, lo que incumple los requisitos de información básica comercial, y en consecuencia no da cumplimiento formal de dicha obligación.

VI. Consulta Ciudadana Sitio ODECU y Redes Sociales

El 15/11/2022 ODECU colocó en su portada de la página WEB una consulta ciudadana que buscaba conocer posibles experiencias de los consumidores con productos que contengan ecoetiquetas o eco-mensajes los cuales se hace difícil su entendimiento o que el consumidor tenga dudas con respecto a su comprobabilidad.



Esta consulta fue difundida en redes sociales y permanecerá disponible en el sitio hasta lograr recabar más información, ya que hasta el cierre de este informe solo se obtuvo una respuesta y que no hace referencia a los ecoetiquetados y sí a la reciclabilidad de los envases como ecológicos y en realidad don envases que no se pueden reciclar en Chile, ya que son de plástico número 7. El tema de la reciclabilidad no es el objeto de este estudio, no obstante, nos sirve como información relevante de campañas que podrían ser engañosas.

VII. Recomendaciones normativas: lege Ferendae

El diseño del sistema está construido sobre la base de la libertad publicitaria del proveedores, la confianza sobre la veracidad y univocidad de los mensajes publicitarios del proveedor, con un sistema de control represivo orientado a la sanción de las conductas desviadas y a la reparación del daño causado a los consumidores.

Sin embargo, la publicidad se basa en la confianza de los consumidores en los mensajes de las empresas y sus marcas, por lo que su defraudación pone en riesgo la fe pública sobre la información del mercado, lo que justifica las sanciones agravadas atribuidas a las contravenciones en materia de publicidad en medios de comunicación social.

Con todo, la LPC regula el sentido o la utilización de determinadas expresiones, por ejemplo, definiendo qué se entiende por promoción u oferta, o regulando el uso de expresiones garantizado o garantía.

Por su parte, a nivel reglamentario, existen ciertas experiencias de regulación de ciertos términos como sucede en el reglamento sanitario de alimentos con un conjunto de expresiones como “diet” o “light”, por ejemplo.

En este caso, dada la presencia de estas promesas verdes, y la relevancia que tienen para los consumidores, el desarrollo normativo debería orientarse antes de todo a evitar la inclusión de expresiones falsas o engañosas en la información y publicidad dirigida a los consumidores, de manera de evitar la ocurrencia del daño.

Esto puede realizarse administrativamente, regulando por un lado el deber de comprobabilidad, estableciendo estándares de transparencia proactiva de los proveedores respecto de sus aseveraciones; prohibiendo frases genéricas, vagas o ambiguas; regulando frases problemáticas; estableciendo orientaciones en torno a estándares de verificación y comparabilidad de las promesas verdes.

Existen espacios para normar los espacios de colaboración que tiene la autorregulación de la industria, por ejemplo, mirando la experiencia de las entidades sujetas a la fiscalización de la CMF que se encuentran obligadas a autorregularse conforme a lo establecido por la Ley N°21.000.

Finalmente, se podría avanzar en incentivos para la litigación privada en temas de interés público, como lo sería la litigación de las Asociaciones de Consumidores en temas donde está comprometido el interés general, como información o publicidad no comprobable, falsa o engañosa.⁷

⁷ Por ejemplo, en Perú, el Indecopi y los organismos reguladores de los servicios públicos puedan asignar un porcentaje de hasta el 50% de las multas administrativas impuestas en los procesos que promueva una asociación de consumidores , conforme a la labor de investigación desarrollada; su participación en el procedimiento; la trascendencia en el mercado de la infractora; el impacto económico y perjuicios del hecho; entre otros.

VIII. Conclusiones

- Las promesas “verdes” no están estandarizadas, lo que permitiría al consumidor comparar los productos de una misma categoría, lo que da cuenta de la falta de regulación
- Las promesas verdes no cuentan con antecedentes en el mismo producto que den cuenta de su veracidad, y por el contrario, exigen una tarea del consumidor (consulta en la web o solicitud de comprobabilidad) para verificar su comprobabilidad
- Las promesas verdes marginalmente se encuentran apoyadas por la presencia de sellos o menciones a organismos certificadores o normas internacionales, sin otorgar antecedentes en el producto que permitan verificar su veracidad.
- En las promesas verdes no existe información que permita al consumidor discernir si estarán relevando atributos propios del producto o si se trata de atributos diferenciadores con la competencia;
- En las promesas verdes no existe información sobre la relevancia del atributo destacado respecto del “desempeño verde” del producto en todo su ciclo de vida ni del desempeño verde de la empresa;
- En las promesas verdes se utilizan expresiones vagas e imprecisas, así como recursos de colores e imágenes para transmitir atributos verdes.
- Con respecto al contacto con los proveedores, dónde sólo hubo 2 respuestas de 15 cartas enviadas, se demuestra que las empresas o no están preparadas para responder a estos cuestionamientos.
- Existe espacio para que la autoridad administrativa avance coordinadamente en vigilancia y regulación, y en su relación con la industria.

ANEXO 1: Referencias internacionales relativas a las etiquetas ambientales

1. Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Que establecen como “Objetivo 12”, el garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles como un requisito esencial para el desarrollo sostenible.

2. Certificación de ecoetiquetas en Unión Europea (UE)⁸.

El objetivo del sello es informar a los consumidores sobre ciertas ventajas de los productos adquiridos. De esta forma, se intenta:

- a. Demostrar a sus clientes y consumidores que su producto cumple criterios ecológicos estrictos;
- b. El sello es verificado por un proceso, y está reconocido en todos los países de la UE;
- y
- c. El bien o servicio mejora su reputación al demostrar su responsabilidad social.
- d.

Están sujetos a este sello todos los bienes o servicios suministrados para su distribución, consumo o uso en el mercado del Espacio Económico Europeo (Unión Europea, Islandia, Liechtenstein y Noruega). También, son elegibles los fabricantes, importadores, proveedores de servicios, mayoristas y minoristas que producen bienes o prestan servicios y que se ajustan a cualquiera de los criterios establecidos para la obtención del ecosello. Asimismo, la ecoetiqueta de la UE no aplica a los medicamentos de uso humano o veterinario, ni a ningún tipo de dispositivo médico.

3. Eco-etiquetado en el sistema alemán⁹.

El primer programa de eco-etiquetado surgió el año 1978 en Alemania y se denomina Blue Angel.

Es un sistema público por medio del cual es expedido por el Ministerio Federal para el Medio Ambiente, de la Conservación de la Naturaleza y la Seguridad Nuclear, una etiqueta positiva; es decir, destaca que el producto cumple los criterios establecidos.

La decisión de los grupos de productos, criterios a los que se someterán en su evaluación y el procedimiento de medición, son determinados por un organismo técnico.

Este sistema solo mide la polución de los productos y se otorga en relación con el índice contaminante que genera un determinado producto respecto a otros productos semejantes.

⁸ EU (2021). Etiqueta ecológica de la UE. Disponible en: <http://bcn.cl/32f2w>

⁹ Puede revisarse en <https://www.blauer-engel.de/en>

Anexo 2: Levantamiento previo ODECU

1. Producto 1: Pañales Bio Baby
 - a. Producto con causa
 - b. Reforestamos
 - c. Responsabilidad Social
 - d. Producto no probado en animales
 - e. Biodegradable
 - f. Sustentable
 - g. Energía Renovable
 - h. Sin Fragancia
 - i. Extractos Naturales
 - j. Con prebióticos
 - k. Ecofriendly

2. Producto 2: Toallitas Húmedas Simonds
 - a. No aceite animal
 - b. Hipoalergénico
 - c. Clínicamente testeado
 - d. Con ingredientes naturales
 - e. Sin alcohol

3. Producto 3: Lavalozas Virginia
 - a. No o poder desengrasante

4. Producto 4: Detergente Líquido Popeye
 - a. Hipoalergénico

5. Producto 5: Tampones Nutra Care
 - a. Orgánico
 - b. Sin perfume ni clorina
 - c. Soil Association Organic
 - d. Vegetarian Society Approved

6. Producto 6: Detergente Líquido Matic Popeye
 - a. Fórmula Ecoactiva
 - b. Ecofriendly
 - c. Ingredientes vegetales renovables
 - d. Suave con el planeta
 - e. Libre de fosfatos, metales pesados y derivados del petróleo
 - f. No testeado en animales
 - g. Sin colorantes

7. Producto 7: Detergente Bio Matic

- a. Inspirado en la naturaleza
 - b. Para aguas chilenas. Mayor eficiencia
8. Producto 8: Bolsa Basura Home Care
- a. Reciclado
9. Producto 9: Paño Esponja Seco
- a. Compostable
 - b. Biodegradable
 - c. Ecológico
 - d. Materiales 100% renovables
10. Producto 10: Bolsa Basura Superior
- a. Material reciclado
11. Producto 11: CIF
- a. Elimina 99,9% de bacterias
 - b. Remueve alérgenos y ácaros
12. Producto 12: Blem
- a. No afecta capa ozono
13. Producto 13: Suavizante
- a. Clínicamente testeado
 - b. Libre de parabenos
14. Producto 14: Jabón Familand
- a. Biodegradable
 - b. Amigable con la naturaleza
 - c. Hipoalergénico
- Extractos 100% naturales

Anexo 3 Levantamiento ODECU

GARNIER FRUCTIS HAIR FOOD AGUACATE MASCARILLA DE NUTRICIÓN 1 MINUTO

1. 98% Ingredientes de Origen Natural
2. Fórmula Vegana
3. Fórmula 98% Biodegradable

INSECTICIDA ORGÁNICO TANAX

4. Insecticida Orgánico
5. Eco
6. A base de aceites esenciales Guayacol
7. Este aerosol no daña la capa de Ozono
8. 100% Biodegradable

DETERGENTE CONCENTRADO AROMA MANZANA FREEMET

9. Cuidar el agua es amar la vida
10. Certificados: Hipoalergénico
11. Certificados: Biodegradable
12. Certificados: Vegano
13. Biodegradable (OECD 301B) Se descompone naturalmente, cuidando el agua del planeta.
14. Libre de fosfatos
15. Libre de nitratos
16. Producto Chile: Su producción local reduce la huella de carbono y potencia la economía del país
17. Innovación Patentada: Con micropartículas naturales que extraen metales pesados
18. Respetamos a los animales: Certificado como Cruelty Free por ONG Te Protejo
19. Basura Cero: Prevenimos y minimizamos los residuos durante todo el ciclo de vida de nuestros productos.
20. Reutiliza tu envase recargándolo con FreeMet

LAVALOZAS FREEMET

21. Libre de metales pesados
22. Libre de fosfatos
23. Libre de parabenos
24. Cuidar el agua es amar la vida
25. Biodegradable (OECD 301B) Se descompone naturalmente, cuidando el agua del planeta.
26. Libre de fosfatos
27. Libre de nitratos

- 28. Empresa B: Pyme mujer comprometida con la comunidad y el medioambiente
- 29. Producto chileno: Su producción local reduce la huella de carbono y potencia la economía del país
- 30. Innovación patentada: Con micropartículas naturales que extraen metales pesados
- 31. Respetamos a los animales: Certificado Cruelty Free por ONG Te Protejo
- 32. Basura Cero: Prevenimos y minimizamos los residuos durante todo el ciclo de vida de nuestros productos.
- 33. Reutiliza tu envase recargándolo con FreeMet
- 34. Producto Vegano

LIMPIADOR MULTIUSO FREEMET

- 35. Sin amonio cuaternario
- 36. Sin cloro y formol
- 37. Sin fosfatos
- 38. Cuidar el agua es amar la vida
- 39. Biodegradable (OECD 301-B): Se descompone naturalmente, cuidando el agua del planeta.
- 40. Libre de fosfatos
- 41. Libre de nitratos
- 42. Producto Chileno: Su producción local reduce la huella de carbono y potencia la economía del país
- 43. Innovación Patentada: Con micropartículas naturales que extraen metales pesados
- 44. Respetamos a los animales: Certificado como Cruelty Free por ONG Te Protejo
- 45. Basura Cero: Prevenimos y minimizamos los residuos durante todo el ciclo de vida de nuestros productos

GARNIER ORIGINAL REMEDIES SHAMPOO + ACONDICIONADOR PARA CABELLO SECO

- 46. Origen Natural 98%
- 47. Cruelty Free Internacional
- 48. Garnier comprometido con Green Beauty
- 49. Sin siliconas
- 50. Sin Parabenos

MAGIC - JABÓN DE POLVO A LÍQUIDO

- 51. No testado en animales
- 52. Vegano
- 53. No contiene Parabenos

MATIC BIO FRESCURA

- 54. Fórmula Bioeficiente
- 55. Certificada Biodegradable

- 56. Biodegradable
- 57. Bolsa 100% reciclable
- 58. Producido con energía 100% renovable
- 59. No testado en animales

ACONDICIONADOR - FUERZA E HIDRATACIÓN UMAI

- 60. Libre de sulfatos
- 61. Libre de Siliconas
- 62. Cruelty Free
- 63. Fórmula Vegana
- 64. Aloe Orgánico
- 65. Si cruelty free
- 66. Sí vegano
- 67. Si Jugo de aloe orgánico
- 68. Si 99% fragancia biodegradable
- 69. Belleza consciente

SHAMPOO - FUERZA E HIDRATACIÓN UMAI

- 70. Libre de sulfatos
- 71. Libre de Siliconas
- 72. Cruelty Free
- 73. Fórmula Vegana
- 74. Aloe Orgánico
- 75. Si cruelty free
- 76. Sí vegano
- 77. Si Jugo de aloe orgánico
- 78. Si 99% fragancia biodegradable

FUZOL BIO LAVALOZAS ECOLÓGICO

- 79. Ecológico (en el nombre)
- 80. Fórmula Biodegradable
- 81. 94% ingredientes de origen natural
- 82. Cuida tus manos y el planeta
- 83. No testado en animales

SHAMPOO BALLERINA NATURAL DELICADO Y NATURAL

- 84. Ingredientes de Origen Natural 92%
- 85. No testado en animales
- 86. Producido con Energía Renovable

QUIX BIO-ACTIVOS PUREZA ESENCIAL

- 87. Agente de limpieza Renovable
- 88. Activos 100% Biodegradables
- 89. Sin colorante

ACONDICIONADOR EXTRACTOS 100% NATURALES FAMILAND

- 90. Extractos 100% Naturales
- 91. Biodegradable
- 92. No testeado en Animales
- 93. Vegano

BABY WASH SHAMPOO & JABÓN SIMONDS

- 94. Sin sal
- 95. Sin Colorantes
- 96. Sin Parabenos
- 97. Neutro
- 98. Biodegradables
- 99. Sin Sal* Sin adición de cloruro de sodio
- 100. Producto no testeado en animales

SHAMPOO EXTRACTOS 100% NATURALES FAMILAND

- 101. Extractos 100% Naturales
- 102. Biodegradable
- 103. No testeado en Animales
- 104. Vegano

BABY SHAMPOO SIMOND'S

- 105. No testeado en animales
- 106. Sin Sal
- 107. Sin Parabenos

DETERGENTE LÍQUIDO MATIC POPEYE

- 108. Fórmula Ecoactiva
- 109. EcoFriendly
- 110. Libre de fosfatos
- 111. Libre de Metales Pesados
- 112. Libre de derivados del petróleo
- 113. No testeado en animales
- 114. Sin colorantes
- 115. La nueva fórmula ecoactiva del detergente líquido Popeye
- 116. Ecofriendly
- 117. Está compuesta por ingredientes vegetales renovables

- 118. Amigable con el medioambiente
- 119. Fórmula biodegradable
- 120. Proceso de fabricación con bajo uso de energía

HIPOALERGÉNICO POPEYE BEBÉ

- 121. Hipoalergénico (en el nombre)
- 122. Compuesta a base de ingredientes vegetales renovables
- 123. Fórmula Natural desde 1949

POPEYE MATIC

- 124. Más de 80% Reciclable - Ministerio del Medio Ambiente
- 125. Su fórmula contiene surfactantes biodegradables

D-WIPES TOALLITAS LIMPIADORAS Y DESINFECTANTES BIODEGRADABLES

- 126. Eco Friendly
- 127. Biodegradables

D-WIPES TRAPERO HÚMEDO CON OJAL

- 128. Biodegradable
- 129. Ecofriendly

BABY WIPES TOALLITAS BATITU

- 130. Biodegradable
- 131. 99,9% Agua
- 132. Cruelty Free

LAVALOZAS MEGA CONCENTRADO TEZA

- 133. 100% Biodegradable
- 134. Todos los ingredientes utilizados son biodegradables
- 135. No testado en animales

TEZA LIMPIA PISOS

- 136. 100% Biodegradable
- 137. Limpieza sustentable
- 138. Envase reutilizable

ARIEL DOBLE PODER

- 139. Poder Biodegradable (**)
 - 140. Sin Fosfato Añadido 0%
- **Activos Biodegradables: Enzimas y Surfactantes

MRS. MEYER'S CLEAN DAY DISH SOAP DETERGENTE LÍQUIDO PARA PLATOS

- 141. Biodegradable
- 142. Nota: contiene el símbolo del conejo, sin embargo, no está escrito que es libre de testeo en animales
- 143. Made with: PLANT-DERIVED CLEANING INGREDIENTS, ESSENTIAL OILS, ALOE VERA EXTRACT, GLYCERIN
- 144. Made without: PARABENS & PHTHLATES, MEA & DEA, ARTIFICIAL COLORS

MURANA SHAMPOO + ACONDICIONADOR RESTAURACIÓN Y BRILLO

- 145. No testado en animales

LIQUID CLEANER LIMPIADOR DE BIBERONES PIGEON

- 146. Biodegradable naturalmente
- 147. 100% ingredientes de grado alimenticio* (Basado en la Ley de Sanidad de Alimentos de Japón)

BIO GLAS & FLÄCHEN LIMPIADOR DE VIDRIO & SUPERFICIE ORGÁNICO POLYBOY

- 148. Limpiador de vidrio y superficie orgánico
- 149. Con aceite de pomelo orgánico

BIO KÜCHE LIMPIADOR DE COCINA ORGÁNICO POLYBOY

- 150. Limpiador de cocina orgánico
- 151. Con aceite de limón orgánico

MRS. MEYER*S CLEAN DAY MULTI-SURFACE EVERYDAY CLEANER

- 152. USDA CERTIFIED BIOBASED PRODUCT 97%
- 153. Nota: contiene el símbolo del conejo, sin embargo, no está escrito que es libre de testeo en animales

MAGISTRAL LAVALOZA CONCENTRADO

- 154. Con ingredientes Biodegradables*** Con surfactantes Biodegradables
- 155. Botella Reciclable** La tapa y la etiqueta de esta botella no son reciclables

HERBAL ESSENCES BÍO REW ARGAN OIL OF MOROCCO REPAIR

- 156. 90% de Ingredientes de Origen Natural
- 157. 0% Parabenos
- 158. 0% Colorantes
- 159. Shampoo/Acondicionador hecho en una fábrica con 0% residuos al relleno sanitario

BIO BABY TOALLITAS HÚMEDAS

- 160. Eco-Friendly
- 161. Tela Biodegradable

- 162. Suave y resistente tela 100% de origen natural y biodegradable
- 163. Procesada de manera sustentable (sin dañar el planeta)
- 164. Se reintegra al medio ambiente naturalmente

SHAMPOO + BODY WASH BABY ORGANICS

- 165. Organics (en el nombre del producto)
- 166. Formulated with: plant-derived ingredients*
- 167. Producto no testado en animales

PAÑOS DESINFECTANTES COMPOSTABLES Y BIODEGRADABLES MULTIUSO FIBRO CHILE

- 168. Compostables
- 169. Biodegradables
- 170. Toallitas compuestas en un 100% de fibra vegetal

LIMPIADOR MULTIUSO TREMEX

- 171. Ecofriendly
- 172. Organic
- 173. Extracto orgánico de Té verde con propiedades anti-microbiales
- 174. 0% colorante
- 175. Activos biodegradables
- 176. Producto ecoactivo
- 177. Fragancia libre de alérgenos

CIF VIDRIOS & MULTIUSO

- 178. Agentes de limpieza biodegradables
- 179. Sin Amoniaco
- 180. 100% Plástico Reciclado*

DRIVE EVOLUTION

- 181. Nueva Fórmula con Ingredientes Biodegradables
- 182. Con Enzimas de Origen Natural
- 183. Rinde hasta 60 Ecolavados

OMO DETERGENTE LÍQUIDO

- 184. Fórmula con Activos Biodegradables* Biodegradabilidad Mín. 80%

RINSO MATIC 5 EN 1

- 185. Con activos Biodegradables
- 186. Producto formulado con Tensoactivos Biodegradables: Biodegradabilidad Min.80%

VIRUTEX ANTIGRASAS BIODEGRADABLE

- 187. Biodegradable* Antigrasa con fórmula Biodegradable
- 188. Limpieza más consciente
- 189. Envase con 25% material reciclado

VIRUTEX LAVALOZA CONCENTRADO

- 190. Biodegradable** Fórmula Biodegradable certificado por el DICTUC

WATER WIPES TOALLITAS HÚMADAS PARA BEBÉ

- 191. Toallitas Libres de Plástico
- 192. Toallitas 100% a base de plantas

VIRUTEX TOALLAS MULTIUSO COMPOSTABLES

- 193. Compostables* Certificado por DICTUC
- 194. Limpieza más consciente
- 195. Compostable residencialmente

UNIVERSAL CLEANER NEUTRAL HOGAR MULTIUSOS NEUTRO MARKE FROSCH

- 196. Neutral
- 197. Green Force Formula
- 198. Natural active ingredients
- 199. Only surfactants from renewable plant-based origin
- 200. High and fast biodegradability
- 201. Free of Phosphate, Borate, Formaldehyde, EDTA and halogenorganic compounds
- 202. Minimized use of materials and pioneering approach using recycled and recyclable
- 203. Vegan
- 204. Free from animal-derived ingredients
- 205. Sustainable
- 206. Energy-conscious
- 207. Manufacturing at production sites with EMAS, ISO 50001 and A.I.S.E.- certified eco-management.

Anexo 4: Carta Proveedores Comprobabilidad

[Empresa fabricante]

[Empresa importadora]

REF.: **Solicita comprobabilidad.**

Junto con saludarles le presentamos a **ODECU - La Organización de Consumidores y Usuarios de Chile**, una institución privada que cuenta con personalidad jurídica otorgada por el Ministerio de Economía de Chile; miembro de *Consumers International* (Federación Internacional de Asociaciones de Consumidores), de *International Consumers Research and Testing* (ICRT) y de Organizaciones de Consumidores de Latino América y Caribe (OCLAC).

En ODECU trabajamos en la promoción y defensa de los derechos de los consumidores y el ejercicio de sus responsabilidades; como también por la transparencia y equidad en las relaciones de mercado, favoreciendo el desarrollo democrático, igualitario y sustentable de la sociedad.

Con el objetivo de conocer el mercado, ODECU realiza investigaciones, estudios y pruebas técnicas en productos y servicios, los cuales son realizados en Chile o en otros países miembros de las asociaciones antes descritas, cuyos resultados son publicitados por medio de nuestra página en internet, redes sociales y a través de los medios que presenten interés en los temas estudiados.

En esta oportunidad, ODECU realizó un estudio sobre protección de los consumidores en el eco etiquetado. En su caso respecto del producto *[Producto]*, marca *[marca]*, tipo/modelo *[Tipo/modelo]* de *[cantidad por envase]* cantidad por envase.

En ese marco solicitamos la comprobabilidad, esto es información de respaldo tales como estudios o investigaciones que acrediten o comprueben las siguientes aseveraciones:

[frases/imagen destacada]

[frases/imagen destacada]

[frases/imagen destacada]

[Otras informaciones relevantes]

Se hace presente que la Ley de Protección a los Derechos de los Consumidores (LPC), establece que “[I]a información que se consigne en los productos, etiquetas, envases, empaques o en la publicidad y difusión de los bienes y servicios deberá ser susceptible de comprobación y no contendrá expresiones que induzcan a error o engaño al consumidor” (33 LPC).

Asimismo, ODECU, en cuanto asociación de consumidores, puede “[r]epresentar (...) el interés colectivo y difuso de los consumidores ante las autoridades jurisdiccionales o administrativas, mediante el ejercicio de las acciones y recursos que procedan” (8 e) LPC).

Esperamos su respuesta en el correo estudios@odecu.cl hasta el día **fecha**.

*Es de real importancia destacar que **ODECU no autoriza la divulgación de todo o parte del contenido editorial de los estudios y resultados**, principalmente para fines promocionales y/o comerciales. Cualquier divulgación o promoción apelando a esos resultados y sin nuestra previa autorización formal redundará en la adopción de medidas judiciales. Este procedimiento tiene como objetivo garantizar la mantención de nuestra reputación e independencia.*

Sin más que agregar, nos despedimos y reiteramos nuestra disposición para cualquiera otra aclaración.

Atentamente,

Lorena Zapata Contreras
Coordinadora de Estudios