



Mercadeo medioambiental

Muchos consumidores buscan productos que produzcan pocos residuos o que no sean perjudiciales para el medio ambiente. Los fabricantes y comerciantes han intentado satisfacer esta demanda mejorando y promoviendo las cualidades medioambientales de sus productos. Por este motivo, a menudo veremos productos que contiene anuncios con las palabras “reciclables”, “reciclados” o “degradables”.

Desafortunadamente, no siempre está claro cuál es el significado de estas afirmaciones. Obviamente, todos hemos escuchado de testimonios de mercadeo medioambiental exagerado, engañoso o falso. No cabe duda que esos testimonios perjudican a las empresas que legítimamente promueven productos respetuosos del medio ambiente.

La ley

La ley de etiquetado de productos respetuosos del medioambiente de Wisconsin (*Wis. Admin. Code ch. ATCP 137*) le ayuda a obtener información clara y confiable. La ley también establece protección para las empresas que honestamente promueven productos respetuosos del medioambiente. Por igual, esta ley limita a las otras empresas que de manera engañosa intentan promover productos que realmente no son medioambientales. La ley establece lo siguiente:

- Las afirmaciones deben expresarse claramente, sin mensajes ambiguos que confundan o engañen al consumidor.
- Las afirmaciones deben estar respaldadas por pruebas fiables. El *Departamento de Agricultura, Comercio y Protección al Consumidor* de Wisconsin tiene la autoridad de requerir que los comerciantes demuestren con pruebas que los productos realmente cumplen con los requerimientos establecidos.
- Las afirmaciones de que un producto es reciclado, reciclable o degradable deben ser válidas en todas las áreas donde se comercialize el producto. De otra manera, debe explicar en qué lugar la afirmación se considera valida.

Mercadeo de productos respetuosos del medioambiente

Ciertos productos aseguran ser productos verdes o respetuosos del medio ambiente. Aunque nos complazca leer este tipo de mensaje, esas afirmaciones son demasiado ambiguas para tener un significado real. La realidad es que todos los productos tienen algún impacto ambiental.

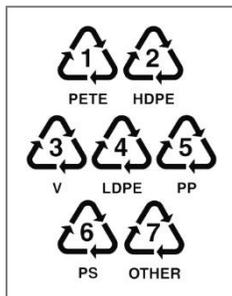
- Las empresas pueden hacer hincapié de que sus **productos “no contienen” (“Free of” en inglés) ciertas sustancias químicas o ingredientes** que puedan ser de preocupación para los consumidores. Los comerciantes deben poder respaldar sus afirmaciones y demostrar que el producto solo contiene cantidades nocivas de esa sustancia, o que carece de cualquier otro ingrediente que pueda producir los riesgos que la sustancia produciría.
- Otro tipo de anuncio a considerar es el de los **productos sin compuestos orgánicos volátiles, (“VOCFree” en inglés)**. Estos son productos que se comercializan como productos que no contienen compuestos orgánicos volátiles, o que contienen un nivel muy bajo de estos compuestos. Estas sustancias se encuentran en productos como pintura, limpiadores domésticos, abrillantadores para pisos, líquido encendedor de carbón, líquido de limpiaparabrisas y algunos productos para peinar el cabello. Estos compuestos se emiten en forma de gases y pueden causar contaminación ambiental al contribuir a la formación de ozono a nivel del suelo o tener efectos negativos en la salud.
- **“Productos sin toxicidad” (“Non-toxic” en inglés)**, son aquellos que se anuncian como productos que no son tóxicos y deben estar sustentados por pruebas de que no son dañinos para los humanos o para el medio ambiente, el producto debe especificar si esto aplica a la seguridad de los humanos o el medio ambiente, o si es una mezcla de ambos.

- **Productos respetuosos del ozono (“Ozone-Friendly” en inglés).** Se debe considerar que las capas de ozono son distintas. La capa de ozono en la atmósfera superior impide que la radiación dañina del sol llegue a la Tierra. Pero el ozono a nivel del suelo forma la niebla tóxica, o smog, que puede causar graves problemas respiratorios a algunas personas. Si una empresa afirma que sus productos son “respetuosos con el ozono” o “seguros para el ozono”, debe tener pruebas de que los productos no dañan la capa superior de ozono ni el aire a nivel del suelo.
- **“Reducción de residuos o desperdicios” (“Less Waste” en inglés)** Los promotores comerciales deben proporcionar suficientes detalles y no limitar sus anuncios a decir que su producto o paquete está fabricado con técnicas de reducción de residuos. Deben dar detalles sobre la comparación. Por ejemplo, una empresa puede decir que un producto tiene un 10 por ciento menos de residuos que un producto anterior.

Reciclable

El reciclaje depende de lo que su comunidad realmente pueda reciclar. Los galones de leche y las botellas de refrescos de plástico, por ejemplo, son reciclables en la mayoría de las comunidades. Pero es posible que muchos otros tipos de plástico y recipientes de plástico no sean reciclables. Los anuncios de reciclajes deben ser claros y especificar cómo y dónde se pueden reciclar los productos.

Símbolos de reciclaje



Estos símbolos indican qué tipo de material se utiliza para fabricar un recipiente. No obstante, eso no significa que el contenedor sea reciclable en su comunidad.

Reciclaje en su localidad

Las etiquetas de los productos pueden ser una buena fuente de información sobre la gestión de residuos. Comuníquese con su agencia de reciclaje de su localidad

para averiguar qué se puede reciclar en su comunidad y cómo.

Biodegradable

Los promotores comerciales suelen afirmar que su producto es “degradable” o “biodegradable”, pero si un producto se dirige a un vertedero (donde termina la mayor parte de la basura), una empresa no debería hacer esta afirmación sin explicar el tiempo de degradación y que cantidad del producto se descompondrá con el tiempo.

Algo que es biodegradable, como los alimentos o las hojas, se descomponen de forma natural al interactuar con los medios biológicos de la naturaleza cuando se exponen a la luz, el aire, la humedad, ciertas bacterias u otros organismos. No obstante, la mayor parte de la basura termina en vertederos diseñados para impedir la entrada de luz solar, aire y humedad. Esto mantiene los contaminantes fuera del aire y del agua potable, pero también retarda la descomposición. Un caso de esto son los alimentos, que normalmente se descomponen rápidamente, y que pueden tardar décadas (o más) en descomponerse en un vertedero.

Si una empresa dice que su producto es “degradable” y normalmente el producto se tira a la basura, la empresa debe tener pruebas de que el producto se descompondrá por completo en un vertedero en el tiempo o al ritmo que se anunció estipula.

Materiales reciclables

Las afirmaciones de que un producto está hecho de material reciclado deben indicar el porcentaje mínimo de material reciclado en el producto. Por ejemplo, si un producto dice “hecho con un 35 % de material reciclado”, al menos el 35 % del producto debe contener material reciclado.

Preste atención a los siguientes:

- **Afirmaciones demasiado amplias o ambiguas.** Las afirmaciones de que un producto es “respetuoso con el medio ambiente” o de “seguridad ecológica” son tan amplias que prácticamente carecen de sentido.
- **Anuncios que no se explican adecuadamente.** Un reclamo debe informarle lo suficiente para saber si es válido en su comunidad.

- **Afirmaciones exageradas.** Algunas afirmaciones pueden ser ciertas, pero los beneficios puede que sean muy pocos o irrelevantes.
- **Jerga.** No dé por sentado que la afirmación es veraz porque han utilizado términos técnicos complicados, que no siquiera son de su conocimiento.

Para obtener más información o poner una queja, visite nuestro sitio web o contáctenos:

Wisconsin Department of Agriculture,
Trade and Consumer Protection
Bureau of Consumer Protection
2811 Agriculture Drive, PO Box 8911
Madison, WI 53708-8911

Correo electrónico: DATCPHotline@wi.gov

Sitio Web: datcp.wi.gov

Teléfono: (800) 422-7128 TTY: (608) 224-5058

EnvironmentalAdvertising943 (rev 10/23)