

El Indecopi realizó más de 700 investigaciones preliminares a publicidad medioambiental

- ✓ **Labor fue destacada durante capacitación a diversas agencias del mundo, en el marco del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.**

Desde el 2020 a la fecha, la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal del Indecopi (CCD), ha iniciado 717 investigaciones preliminares a empresas y/o personas naturales que difunden publicidad en plataformas digitales, redes sociales, entre otros, con afirmaciones como “100% orgánico”, “ecológico”, “biodegradable”, “sostenible”, “ecoamigable”, entre otras.

Esta activa labor ejecutada como parte de la campaña mundial para supervisar la publicidad medioambiental engañosa es impulsada por la Red Internacional de Protección al Consumidor y Cumplimiento de la Ley (ICPEN, por sus siglas en inglés) y apuesta por un trabajo preventivo y educador y no solamente sancionador.

Así, continuamente se llevan adelante fiscalizaciones orientativas, charlas y entrevistas, además la CCD remite cartas informativas, a efectos de concientizar a empresas y consumidores sobre esta importante materia.

Producto de dicha labor preventiva, la CCD ha logrado un cambio de conducta positivo del 60% de empresas y/o personas naturales investigadas, las cuales eliminaron las publicaciones de manera inmediata y/o brindaron el sustento correspondiente que acredite sus afirmaciones.

Capacitación

Precisamente la experiencia peruana sobre la fiscalización de la publicidad con alegaciones referidas al medioambiente fue expuesta ante funcionarios de diversas agencias del mundo, en el marco de las labores que realiza el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP, por sus siglas en inglés), autoridad ambiental líder en el mundo, para la promoción del desarrollo sostenible y el cuidado del medio ambiente en el sistema de las Naciones Unidas.

En dicha capacitación, Andrea Vega, en representación de la CCD, explicó sobre las acciones que se vienen realizando para prevenir la difusión de publicidad con alegaciones medioambientales que sea engañosa, a efectos de que el consumidor no sea engañado y promover acciones positivas destinadas al cuidado del medioambiente.

Finalmente, en el marco de la capacitación realizada, la CCD resaltó que el trabajo que viene realizando se encuentra alineado con las directrices emitidas por la ONU en el documento “Orientaciones para el suministro de información relativa a la sostenibilidad de los productos” cuya versión en español se encuentra disponible en el siguiente enlace: https://www.oneplanetnetwork.org/sites/default/files/from-crm/guidelines_full_spanish_0.pdf

Lima, 26 de junio de 2022