

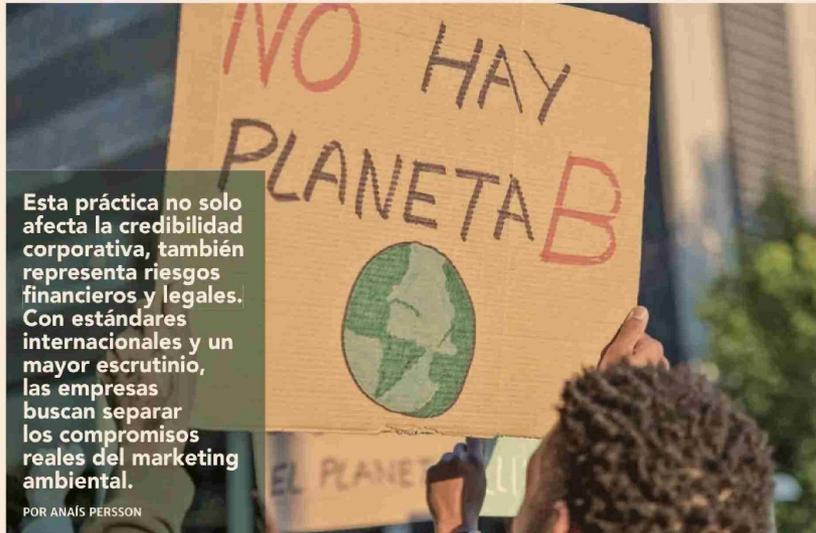
DEL PAPEL A LA ACCIÓN: CÓMO DETECTAR Y PREVENIR EL GREENWASHING CORPORATIVO

En los últimos años, la sostenibilidad ha pasado a ocupar un lugar central en la agenda de empresas, consumidores y gobiernos a nivel global. En Chile, la Comisión para el Mercado Financiero exige desde 2022 a las compañías reportar sus riesgos climáticos bajo el estándar internacional de la TCFD. No obstante, esta creciente relevancia también ha abierto espacio para prácticas cuestionables.

Mientras crece la presión regulatoria, también lo hace el riesgo del *greenwashing*: organizaciones que comunican o maquillan compromisos verdes sin cambios de fondo, distorsionando una práctica clave para el futuro.

Según la gerenta de desarrollo de Acción Empresas, Kathi Müller, estas prácticas “corroen la confianza de clientes, inversionistas y otros grupos de interés en la empresa y la exponen a riesgos reputacionales, además de sanciones legales y financieras”.

El estudio “The Challenge of Greenwashing”, elaborado por



Esta práctica no solo afecta la credibilidad corporativa, también representa riesgos financieros y legales. Con estándares internacionales y un mayor escrutinio, las empresas buscan separar los compromisos reales del marketing ambiental.

POR ANAIS PERSSON

KPMG en 2024, revela que más del 66% de los CEO entrevistados reconoce no estar preparado para enfrentar un escrutinio público respecto al *greenwashing*. Sin embargo, este fenómeno no solo implica un problema de comunicación engañosa: también genera un efecto dominó

en el mercado.

“Puede causar un daño más sistémico, al contribuir a un clima de desconfianza general en las prácticas empresariales, sus compromisos de sostenibilidad y la confiabilidad de rubros específicos o del sector empresarial como tal, por lo cual

el impacto negativo va incluso más allá de la empresa”, menciona la especialista.

Cómo evitarlo

Para la head de ESG en KPMG Chile, Karin Eggers, “la clave es verificar la información ambiental que se

comunica”. Advierte sobre prácticas como “declaraciones vagas, slogans sin respaldo científico o compromisos generales sin detallar acciones”.

La gerenta de finanzas sostenibles en la IFC (Grupo Banco Mundial), Marcela Ponce, detalla que existen tres formas de *greenwashing* que los estándares buscan minimizar: reportes selectivos, promesas exageradas en marketing y metas de carbono neutralidad a largo plazo sin sustento real.

Aunque considera que los marcos internacionales —como los Principios de Bonos Verdes y Sostenibles (ICMA), SBTi, ISSB y las taxonomías de la Unión Europea y Chile— entregan trazabilidad y credibilidad, más allá de los avances regulatorios, advierte que evitar el *greenwashing* no depende solo de reglas, sino también de fortalecer capacidades internas. “Las organizaciones deben entrenar a sus equipos —desde TI y datos hasta marketing, legal y compliance— para identificar riesgos y comprender la complejidad de las afirmaciones ESG”, señala.