

## Novedades Sustentabilidad

Mayo 2017

Por Nora Larosa  
Asesora Programa Hoteles más Verdes

¿Qué es el Greenwashing?  
Consejos para no caer en la tentación.



**Greenwashing** (del inglés green, verde, y whitewash, blanquear o encubrir), **eco blanqueamiento**, **lavado verde** o **lavado de imagen verde** es una forma de propaganda en la que se realiza marketing verde de manera engañosa para promover la percepción de que los productos, objetivos, servicios o políticas de una organización son respetuosos con el medio ambiente, con el único fin de aumentar sus beneficios.

Es meramente de forma y no de fondo, por lo que se convierte en un uso engañoso de la comercialización del tema “verde”.

Mientras que el **Greenwashing** no es una práctica nueva, su uso sí ha aumentado en los últimos años para satisfacer la demanda de los consumidores que buscan productos y servicios respetuosos con el medio ambiente, agravándose el problema debido a la laxitud de las agencias regulatorias.

Muchas empresas utilizan el lavado de imagen verde como una forma de reparar la percepción pública de su marca. La divulgación de información por parte de las empresas se realiza de manera sesgada con el fin de maximizar su percepción de legitimidad.

Sin embargo, hay un número creciente de auditorías sociales y medioambientales que toman posturas y señalan los engaños en la ausencia de supervisión y verificación pública externa.

Las empresas suelen recurrir al **Greenwashing** por varias razones;

- ✓ Una de ellas es el señalamiento por parte de la sociedad respecto de sus malas prácticas;
- ✓ Otra es que actualmente, los productos virtuosos, emergidos de auténticas políticas y programas de responsabilidad social están encontrando buena respuesta por parte de la comunidad.

Es entonces que, tratando de sacar partido de esta nueva tendencia, algunas marcas simplemente se maquillan para lucir como **environmental friendly** sin serlo necesariamente.

Para evitar esta práctica, se debe capacitar a los gerentes de marketing, de ventas, de responsabilidad social y gerentes generales, haciéndoles comprender que la sustentabilidad es un camino holístico y de tres dimensiones: social, económico y ambiental y no una mera campaña publicitaria.

**EI PROGRAMA HOTELES MAS VERDES** con la certificación de su **ECO ETIQUETA** garantiza tanto al dueño del hotel como a sus usuarios a confiar en que la responsabilidad respecto al tema ambiental ha sido demostrada y verificada. Es muy importante que para no ser confundido con quienes mal usan estos principios, se garantice a través de una certificación, etiqueta, proceso u otro modelo de verificación que lo que se dice, se hace.

Si bien el sector turístico, va detrás de otros sectores productivos, obviamente se suma al mercado verde o del consumo de productos “eco”.

# Sustentabilidad

Desde hace años se vende este concepto de turismo como una oferta dirigida a ciertos segmentos de mercado, por lo que hay que ser muy respetuoso de su uso.

Queda mucho por hacer pero se puede y se debe. Es una opción de alojamiento rentable tanto para el hotel, como para el huésped, pero es necesario aplicar la inteligencia creativa y emocional.

Es importante no caer en la tentación del **greenwashing** por eso los invitamos a certificar.



**¡Certificar es el camino seguro y responsable!**