INFORME DE LA COMISIÓN DE MEDIO AMBIENTE, CAMBIO CLIMÁTICO Y BIENES NACIONALES recaído en el proyecto de ley, en primer trámite constitucional, que estatuye un sistema voluntario de ecoetiquetado de productos, y modifica la Ley que Establece Normas sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, del modo que indica.

BOLETÍN Nº 17.840-12

Objetivo(s) / Constancias / Normas de Quórum Especial (no tiene) / Consulta Excma. Corte Suprema (no hubo) / Asistencia / Antecedentes de Hecho / Aspectos Centrales del Debate / Discusión en General / Votación en General / Texto / Acordado / Resumen Ejecutivo.

HONORABLE SENADO:

La Comisión de Medio Ambiente, Cambio Climático y Bienes Nacionales tiene el honor de informar el proyecto de ley de la referencia, iniciado en Moción, respecto al cual no se ha presentado urgencia.

Se hace presente que, de conformidad a lo dispuesto en el artículo 36 del Reglamento de la Corporación, la Comisión discutió solo en general esta iniciativa de ley, la que resultó aprobada por la unanimidad de sus miembros presentes (3x0).

- - -

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Establecer un marco normativo para la implementación voluntaria de sistemas de ecoetiquetado en productos, contribuyendo en la protección del medio ambiente y garantizando el derecho a la información de los consumidores.

- - -

CONSTANCIAS

- Normas de quórum especial: No tiene.

- Consulta a la Excma. Corte Suprema: No hubo.

- - -

ASISTENCIA

- Representantes del Ejecutivo e invitados:

-Del Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC): la jefa de la Unidad de Seguridad y Sustentabilidad en el Consumo, señora Daniela Parra.

-De la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático: el Subdirector de Producción Sustentable, señor Sebastián Carvallo y la Coordinadora de Acuerdos de Producción Limpia, señora Daniela Vásquez.

-De Fundación Basura: la Directora Ejecutiva, señora Tamara Ortega y la Coordinadora de Proyectos, señora Pamela Maldonado.

- Otros

-Del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, el asesor, señor Daniel Olivares.

-De la Biblioteca del Congreso Nacional, el asesor, señor Enrique Vivanco.

-Los asesores parlamentarios del Honorable Senador De Urresti, señora Fernanda Valencia y señor Luciano Candia; del Honorable Senador Latorre, señora Rocío Olivares y señor Felipe Morales; del Honorable Senador Gahona, señora Zofia Gasiorowska y señores Benjamín Rug y Cristian Livingstone; del Honorable Senador Lagos, señora Valeska Ponce; del Comité Renovación Nacional, señores Eduardo Méndez y Octavio Tapia; y el asesor de la Fundación Jaime Guzmán, señor Joaquín García.

- - -

ANTECEDENTES DE HECHO

Para el debido estudio de este proyecto de ley, se ha tenido en consideración la moción de los Honorables Senadores señores Alfonso De Urresti, Francisco Chahuán, Sergio Gahona, Ricardo Lagos y Juan Ignacio Latorre.

Los autores de la iniciativa legal dan cuenta de un creciente interés y sensibilidad de los consumidores por conocer las características ambientales de los productos, lo que se reflejaría una encuesta de la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) que indica que el 88% de los consumidores

considera útil que los productos ofrezcan información medioambiental, un 63% manifiesta su preferencia por la compra de productos con etiqueta medioambiental y un 44% afirma estar dispuesto a pagar más por productos sostenibles.

Las ecoetiquetas son sistemas de certificación para alimentos o productos de consumo, que permiten identificar aquellos que cumplan con los más altos estándares de respeto al medioambiente. También estos sellos permiten recompensar a las empresas que se empeñan en reducir su impacto medioambiental y poner el foco en la sostenibilidad.

A nivel internacional existen estándares que en materia ambiental son relevantes y que las empresas en el último tiempo han ido incorporando, como los estándares ISO 14000 sobre gestión de la calidad ambiental y los estándares ISO 9000 sobre control de calidad de la producción.

Asimismo, dan cuenta de que la importancia del concepto de ecoetiquetado ha sido reconocida por instituciones internacionales como la Organización Internacional de Normalización (ISO), la Organización Mundial del Comercio (OMC) y el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). Estas entidades han desarrollado directrices, estándares y recomendaciones para asegurar su transparencia, credibilidad y compatibilidad con los mercados internacionales.

En el caso de Chile, la ecoetiqueta ha quedado circunscrita a un conjunto de elementos compuestos por el sello de reciclabilidad y la información para el reciclaje. La ecoetiqueta en el país ha formado parte del proyecto de “Elijo Reciclar”, en donde el sello permite proveer información y certeza al consumidor de que el producto adquirido tiene al menos un 80% del peso del envase hecho de materiales técnicamente reciclables.

El etiquetado descrito tiene su fundamento en la ley N°20.920, que establece un marco para la gestión de residuos, la responsabilidad extendida del productor y fomento al reciclaje, específicamente en su artículo 4°, y en el artículo 48 ter de la ley 19.300 sobre Bases Generales del Medio Ambiente.

Por tanto, se señala que, si bien Chile ha avanzado en la certificación de productos, esto ha quedado circunscrito al ámbito de la ley REP y las características de reciclabilidad de ellos. Los productos de consumo no entregan información asociada a las características medioambientales que estos poseen en tomo a su fabricación y, en general, a su ciclo de vida.

Así, los autores de la moción proponen un texto con 8 artículos permanentes y un artículo transitorio. En los primeros 7 artículos se establece el objeto de la ley, se define el concepto de ecoetiquetado, se limita el ámbito de aplicación de la ley, se establece el contenido mínimo de la ecoetioqueta,

así como también se refiere a la certificación, la promoción de la educación en el tema y mandata la redacción de un reglamento.

En tanto, con su artículo 8° introduce diversas modificaciones en el Decreto con Fuerza de Ley N° 3 del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que fija texto refundido, coordinado y sistematizado de la ley N° 19.496, que establece normas sobre Protección de los Derechos de los Consumidores.

Finalmente, por medio del artículo transitorio se establece que la entrada en vigor de la ley se efectuará seis meses después de su publicación en el Diario Oficial.

- - -

ASPECTOS CENTRALES DEL DEBATE

Durante el estudio del proyecto de ley en la Comisión, se debatió respecto a la conveniencia de establecer una normativa para regular el uso de ecoetiquetas, así como también respecto a su voluntariedad o si debía tener carácter obligatorio.

- - -

DISCUSIÓN EN GENERAL[1]

A.- Exposiciones de los invitados y debate suscitado en la Comisión con ocasión de ellas.

Iniciando el estudio del proyecto de ley, la Comisión recibió a la **jefa de la Unidad de Seguridad y Sustentabilidad en el Consumo del Servicio Nacional del Consumidor, señora Daniela Parra**, quien expuso acompañada de una presentación en formato PowerPoint.

Iniciando su intervención, adelantó que su exposición tenía como objetivo presentar la perspectiva del Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) en relación con los temas medioambientales en general y el ecoetiquetado en particular.

[1] A continuación, figura el link de cada una de las sesiones, transmitidas por TV Senado, que la Comisión dedicó al estudio del proyecto:
-Sesión 13 de enero 2026
-Sesión 20 de enero 2026

Indicó que el análisis del SERNAC se centró en los aspectos más relevantes del proyecto de ley, destacando como puntos clave: garantizar el derecho a la información de los consumidores respecto del impacto ambiental de los productos; fomentar patrones de producción sostenible en las empresas; paliar la asimetría de información que afecta a los consumidores, tanto en cantidad como en comprensión de los datos; y combatir el fenómeno del greenwashing.

Recordó que la unidad que dirige cambió su denominación hace dos años para abordar explícitamente la materia de consumo sustentable, y que el servicio ha trabajado en conjunto con el Ministerio de Medio Ambiente, la industria y la Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA), participando desde 2013 en el Comité de Producción y Consumo Sustentable. Asimismo, mencionó instrumentos relevantes como la encuesta de 2022, en la que un 42% de los encuestados consideró el impacto ambiental como un factor relevante al elegir una marca, y el estudio de 2025 denominado Patrones de Consumo Sustentable, que reveló que un 90,3% de los consumidores valoraba la información ambiental en sus decisiones de compra, aunque solo un 14,2% afirmaba contar con información suficiente.

Expuso que los hallazgos mostraban una percepción de falta de transparencia en las marcas (87,2%), desconfianza generalizada (más del 70% de los encuestados) y dudas respecto de la veracidad de los sellos ambientales. Así, señaló que las principales barreras para el consumo sustentable son la falta de información, el desconocimiento y la desconfianza, mientras que las motivaciones principales para adquirir productos sustentables eran la protección de la salud familiar y el cuidado del medio ambiente.

Respecto del proyecto de ley en estudio, subrayó la importancia de definir con claridad el sistema de certificación voluntaria, los estándares aplicables (como normas ISO), la homologación de certificados extranjeros y las autoridades competentes. Advirtió que la redacción actual podría limitar los derechos de los consumidores al supeditar la información certificada a condiciones voluntarias.

También observó que la propuesta de multas de hasta 100 UTM resultaba desproporcionada frente al régimen vigente, que contempla sanciones de hasta 300 UTM por infracciones a la ley del consumidor y hasta 1.500 UTM en el caso de publicidad engañosa. Finalmente, valoró la idea de retiro de productos del mercado en caso de reincidencia, aunque señaló que el SERNAC carece de facultades para prohibir la comercialización, lo que requeriría revisión.

El **Honorable Senador señor Latorre** manifestó su interés en el punto relativo a las sanciones, destacando que la multa propuesta en el proyecto (hasta 100 UTM) es muy inferior al estándar vigente de 1.500 UTM para publicidad engañosa. A continuación, solicitó a la señora Parra ejemplos

concretos de sanciones aplicadas en Chile por publicidad engañosa vinculada al greenwashing, considerando que los consumidores valoran cada vez más la información sobre impacto ambiental, huella hídrica y huella de carbono en sus decisiones de compra.

Por su parte, el **Honorable Senador señor Gahona** afirmó que suscribió el proyecto principalmente por su carácter voluntario. Explicó que la industria ya realiza esfuerzos para mostrar información sobre huella de carbono, reciclaje de envases, biodiversidad, eficiencia energética, y existen certificaciones como Rainforest en hortalizas.

Planteó la interrogante de si la voluntariedad de la ley sería suficiente para modificar conductas de consumo o si debiese considerarse un carácter obligatorio, aunque advirtió que las certificaciones implican costos que finalmente se trasladan al consumidor, lo que obliga a evaluar la disposición de las personas a pagar más por productos sustentables.

El **Honorable Senador señor De Urresti** reafirmó el carácter voluntario del proyecto, destacando que los consumidores ya muestran disposición a pagar más por productos que aseguran bienestar animal o sustentabilidad, como los huevos de gallinas libres. Subrayó que lo relevante es que exista regulación y confianza en el ecoetiquetado, que genera incentivos y bienestar ambiental.

La **Jefa de la Unidad de Seguridad y Sustentabilidad en el Consumo del SERNAC, Daniela Parra** respondió en primer lugar al **Senador Latorre,** señalando que no disponía en ese momento de información precisa sobre sanciones aplicadas por publicidad engañosa en materia ambiental, aunque recordó que las multas habían sido modificadas recientemente y que el servicio emitió en el año 2023, una circular sobre consumo sostenible.

Respecto de la consulta sobre voluntariedad versus obligatoriedad, indicó que siempre es necesario realizar una evaluación de impacto regulatorio. Una medida voluntaria permite iniciar pilotos y generar cultura empresarial, y las empresas muestran interés en contar con sellos avalados por una autoridad, situación que genera confianza en los consumidores. Advirtió, sin embargo, que es fundamental definir con claridad los flujos de información y fiscalización para evitar que empresas incumplidoras obtengan respaldo institucional.

El **experto de la Biblioteca del Congreso Nacional, señor Enrique Vivanco**, informó que se analizaron experiencias internacionales en Europa, América y Asia. Señaló que la mayoría de los países aplican sistemas voluntarios de certificación, destacando la tradición de certificadoras europeas y su rol en generar confianza. Países latinoamericanos como Brasil y Colombia están desarrollando estrategias similares, mientras que en Europa se incluyen también criterios de bienestar animal y social.

Añadió que Chile cuenta con experiencia en ecoetiquetados voluntarios, especialmente en el sector agrícola, lo que constituye una base sólida para avanzar en el proyecto de ley.

El **Honorable Senador señor De Urresti** valoró la identificación de elementos como bienestar animal y sustentabilidad, vinculando esos aspectos con el origen de los productos y la confianza que los consumidores depositan en la certificación.

En la siguiente sesión, la Comisión recibió al **Subdirector de Producción Sustentable de la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático, señor Sebastián Carvallo**, quien presentó la experiencia de la agencia en el ecoetiquetado de envases y embalajes desde el año 2018. Explicó que la agencia, como comité Corfo con 25 años de trayectoria, ha sido pionera en la implementación de compromisos voluntarios entre empresas y el Estado mediante los Acuerdos de Producción Limpia (APL), consagrados en la ley N° 20.416.

Relató que en el año 2018, la Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA) impulsó un acuerdo de producción limpia para ecoetiquetado de envases y embalajes, firmado en 2019 y con implementación piloto en 2020. El año 2021, se inició una campaña de difusión y, posteriormente, se firmó un segundo acuerdo para mantener la vigencia del esquema de certificación. Ese proceso involucró a 77 grandes empresas, casas certificadoras como SGS, AENOR, Bureau Veritas, TÜV Rheinland, y organismos validadores como SOFOFA, el Ministerio del Medio Ambiente, el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), la Superintendencia del Medio Ambiente, asociaciones de consumidores y sistemas de gestión como ReSimple y Giro.

Detalló el funcionamiento del sello de ecoetiquetado, compuesto por un sello de reciclabilidad en la cara frontal y etiquetas con información para el reciclaje en la parte posterior del envase. El ecoetiquetado busca cerrar la brecha entre los productores y los consumidores en relación con la sustentabilidad del envase y embalaje, reconociendo las capacidades que tiene el país para recolectar y valorizar materiales y la información para el reciclaje, además se separa por cada uno de los componentes.

A mayor abundamiento, explicó que el proceso de certificación de ecoetiquetado de envases y embalajes funciona mediante la participación de distintos actores y etapas claramente definidas. Así, las empresas productoras, sujetas a la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor, remiten a las casas certificadoras la información detallada de sus envases y embalajes, incluyendo los componentes del material, su gramaje y otras características técnicas.

Indicó que las casas certificadoras revisan dicha información en conjunto con los sistemas de gestión, verificando si los materiales son reciclados o valorizados en Chile. Cuando se confirma que cumplen con las condiciones de reciclabilidad, los envases se consideran validados y las empresas pueden utilizar el sello de ecoetiquetado en la cara frontal y posterior de sus envases para comercializarlos en el mercado.

El procedimiento contempla un análisis inicial para determinar si el componente forma parte de la denominada lista verde, que incluye materiales reciclables en el país, como ciertos plásticos, cartones, aluminio y hojalata. Esa lista se construyó desde el año 2018 y acredita que Chile posee capacidad para valorizar dichos materiales.

Agregó que, si el componente no está en la lista verde, se evalúa si es teóricamente reciclable. Posteriormente, se verifica si los sistemas de gestión reportan capacidad real de valorización, considerando además la existencia de posibles disruptores de demanda, es decir, factores que dificultan el reciclaje por el formato del material o por su contenido.

Ejemplificó que el PET, utilizado en botellas plásticas, es reciclable, pero si contiene sustancias oleosas pierde su capacidad de reciclaje. Señaló también que algunos envases presentan elementos adheridos que afectan su reciclabilidad, como etiquetas o componentes pegados. En el caso del vidrio, si el contenido es clasificado como peligroso, el envase no puede ser reciclado directamente y no obtiene el sello.

Existe un listado gris de envases que, aunque cumplen en teoría con criterios de reciclabilidad, no son reciclables debido a la falta de capacidad instalada o de demanda efectiva. Esos envases se incluyen en dicho listado y no reciben el sello de ecoetiquetado.

Hasta el año 2023, se habían certificado más de 4.400 envases y embalajes de 66 empresas, equivalentes a 65.000 toneladas, con un potencial de reducción de más de 13.000 toneladas de gases de efecto invernadero. El ecoetiquetado ha impulsado cambios en el ecodiseño de envases y que el sello “Elige Reciclar” era conocido por un alto porcentaje de consumidores, según un estudio del SERNAC de 2025.

Concluyó su intervención señalando que se estableció una mesa ejecutiva en Corfo para la productividad, destinada a analizar la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP) en materia de envases y embalajes. Informó que el día viernes recién pasado se entregaron al Ministerio del Medio Ambiente propuestas y conclusiones orientadas a mejorar el decreto supremo que regula dicha ley.

Entre las propuestas se encontraba la implementación de un ecoetiquetado que permitiera reconocer envases con un alto grado de

reciclabilidad e informar sobre su materialidad, con el objetivo de facilitar la segregación en el origen. Indicó que esta medida buscaba formalizar lo ya expuesto previamente, en el sentido de otorgar continuidad al sello de ecoetiquetado, dado que los consumidores ya lo conocen y reconocen su existencia.

La propuesta apunta a que ese sello se incorporara en la actualización del decreto supremo número 12 que el Ministerio del Medio Ambiente debe revisar periódicamente para este producto prioritario en particular sobre metas de recolección y valorización de envases y embalajes.

A continuación, la Comisión escuchó a la **Directora Ejecutiva de Fundación Basura, señora Tamara Ortega**, quien expuso una presentación en formato PowerPoint.

Inició su intervención indicando que la organización que representa es una entidad sin fines de lucro que lleva más de diez años trabajando por el cuidado de la salud planetaria a través de la gestión de residuos. El enfoque en los residuos responde a que constituyen un elemento transversal entre todas las personas y actores de la sociedad, algo que puede ser manejado y trabajado colectivamente, permitiendo combatir de manera abierta la crisis climática. Así, la fundación desarrolla esta labor mediante educación, asesorías e incidencia política.

Posteriormente indicó que como fundación consideran que el proyecto de ley en discusión, constituye una oportunidad para el cambio, subrayando que actualmente se vive una crisis climática de gran magnitud, por lo que distintos proyectos que apoyen o mejoren la calidad de vida de las personas y que promuevan el cuidado de la salud planetaria son profundamente valorados desde su experiencia. Sin embargo, enfatizó que la información ambiental debe ser considerada un derecho básico y no puede ser entendida como un elemento accesorio o voluntario. Precisó que, dada la situación actual, no es posible permitir que la entrega de información ambiental dependa únicamente de voluntades políticas o empresariales, sino que debe constituir un punto de partida obligatorio.

Luego, señaló que más del 90%, de los consumidores considera el impacto ambiental en sus decisiones de consumo, pero solo un 14%, estima que la información disponible es suficiente. Indica que existe un deseo profundo de aportar en estas materias, pero la realidad es deficitaria. Asimismo, destacó que se percibe una brecha de confianza significativa: alrededor de un 64%, de las personas considera que la información entregada por las marcas es poco o nada confiable, y cerca de un 70%, la percibe como poco clara.

Desde la experiencia de la fundación, esta desconfianza se constata a diario. Además, se observa un aumento del fenómeno del

greenwashing, que se refleja en que aproximadamente un 55%, de los consumidores se siente engañado por publicidad sustentable.

Recalcó que, si bien existe un creciente interés ciudadano en reducir el consumo para cuidar la salud planetaria, la falta de información clara constituye un hecho comprobado, tanto por estudios nacionales como internacionales, lo cual genera impactos no solo ambientales, sino también sociales y económicos de gran relevancia.

En cuanto al carácter voluntario del proyecto, sostuvo que, aunque el texto legal es potente y aporta significativamente, no debería plantearse como un sistema voluntario, sino como una exigencia general. Argumentó que la crisis climática exige mayor urgencia que la que permiten las voluntariedades, y la historia demuestra que la autorregulación ha sido insuficiente. Coincidió con las observaciones del SERNAC en cuanto a que supeditar el derecho a la información a la decisión voluntaria del proveedor de certificarse desdibuja el carácter estructural de la protección al consumidor. Reiteró que la información ambiental debe ser un derecho y que, si existe un atributo ambiental en un producto, envase, embalaje o servicio, este debe ser informado siempre, no solo cuando la empresa decida hacerlo. La transparencia, afirmó, debe ser la norma y no la excepción.

Advirtió que también se observa una posible competencia desleal en el ámbito empresarial. Las empresas que invierten seriamente en tecnología e innovación se ven castigadas frente a otras que utilizan términos como “biodegradable”, “eco-friendly” o “natural” sin respaldo ni certificación. En ese sentido, la fundación ha sido testigo en juicios de competencia desleal derivados de prácticas de greenwashing. Por ello, insistió en la necesidad de contar con un sello que valide de manera genuina las afirmaciones ambientales.

En cuanto a las sanciones, expresó que las multas propuestas en UTM resultan irrisorias para grandes corporaciones. Recomendó que estas se cataloguen según la capacidad económica del infractor y su conducta anterior, evitando que se establezca una multa uniforme para todos los casos.

Asimismo, propuso que el ecoetiquetado se base en las “siete alertas” difundidas por la fundación, reconocidas internacionalmente como guía para identificar y prevenir el greenwashing:



Luego, compartió un caso de exitoso para la fundación: la empresa Familand, dedicada a la producción de champú bálsamo y otros, fue contactada por la fundación debido a que sus empaques contenían sellos y afirmaciones ambiguas como “protección de área del medio ambiente” y “biodegradable” sin certificación específica. Tras recibir las sugerencias, la empresa modificó su empaquetado, eliminando la frase ambigua incorporando certificación específica de biodegradabilidad. Este caso, afirmó, demuestra que es posible avanzar hacia un ecoetiquetado genuino y regulado.

Finalmente, concluyó que el proyecto de ley de ecoetiquetado debe orientarse hacia la obligatoriedad, la claridad y la certificación vinculante, señalando que incurrir en comunicaciones falsas equivale a mentir directamente a los consumidores, lo que genera impactos significativos que deben ser regulados con urgencia.

A su turno, el **Honorable Senador señor Lagos** consultó si la brecha de confianza se debe a casos concretos de engaño o a una desconfianza generalizada hacia las empresas y gremios. Preguntó acerca del número de casos exitosos de gestión y cuántos han sido rechazados por las empresas.

La **Directora Ejecutiva de Fundación Basura, señora Tamara Ortega**, respondió que la desconfianza se incrementaba por casos mediáticos, como las bolsas biodegradables de Walmart que no eran realmente biodegradables, o envases supuestamente reciclados que terminan en rellenos sanitarios. En cambio, señaló que los casos positivos no tienen la misma cobertura mediática.

Respecto de los casos exitosos, indicó que existen experiencias diversas: desde empresas que amenazan con demandas por levantar casos de greenwashing, hasta asesorías recientes con Soprole para revisar su empaquetado y evitar prácticas engañosas.

B.-Votación en general

--Puesto en votación el proyecto de ley, en general, fue aprobado por la unanimidad de los miembros presentes, Honorables señores Chahuán, Gahona y De Urresti (Presidente). 3x0

\- - -

TEXTO DEL PROYECTO

En mérito de los acuerdos precedentemente expuestos, la Comisión de Medio Ambiente, Cambio Climático y Bienes Nacionales tiene el honor de proponer a la Sala la aprobación, en general, del siguiente proyecto de ley:

\- - -

PROYECTO DE LEY:

“Artículo 1. Objeto de la ley. La presente ley tiene por objeto establecer la implementación voluntaria de sistemas de ecoetiquetado, con el fin de informar a los consumidores sobre el impacto ambiental de los productos, promover el consumo responsable y fomentar la producción sostenible.

Artículo 2. Definición de ecoetiquetado. Se entiende por ecoetiquetado todo sistema de información visible en el envase, embalaje o documentación de un producto que indique sus características ambientales, tales como:

a) Ciclo de vida del producto (huella de carbono, hídrica, otros).

b) Reciclabilidad o reutilización.

c) Composición de materiales biodegradables o tóxicos.

d) Consumo energético u otras variables relevantes para su impacto ambiental.

La ecoetiqueta es una herramienta de certificación ambiental voluntaria que podrán obtener las empresas, cuyos productos cumplan con ciertos estándares o criterios ambientales, que serán definidos por una entidad calificadora acreditada e independiente.

Artículo 3. Ámbito de aplicación. Esta ley se aplicará a productos nacionales e importados que se comercialicen en el país, especialmente en los siguientes rubros:

a) Productos de consumo masivo (alimentos, envases, textiles, electrodomésticos).

b) Materiales de construcción.

c) Cosméticos y productos de higiene.

d) Productos electrónicos y eléctricos.

Un reglamento podrá establecer las características en detalle aplicable a cada uno de los productos mencionados en el inciso anterior para efecto de la obtención de la ecoetiqueta, velando especialmente porque la información sea visible y de fácil comprensión por la población.

Artículo 4. Contenido mínimo de la ecoetiqueta. Las etiquetas ambientales deberán contener, al menos:

1) Pictograma estandarizado aprobado por la autoridad competente.

2) Parámetros evaluados (por ejemplo, huella de carbono en kg, CO2 eq.).

3) Código QR para acceder a información adicional del producto.

Artículo 5. Certificación. El Ministerio del Medio Ambiente, en el ámbito de sus competencias, podrá certificar la información ambiental provista por los fabricantes y proveedores.

Artículo 6. Educación y concientización. La autoridad ambiental podrá promover campañas de educación ambiental para que la ciudadanía conozca y comprenda el significado de las ecoetiquetas, fomentando un consumo responsable.

Artículo 7. Reglamento. Un reglamento podrá establecer las categorías de productos, los criterios técnicos ambientales para la medición, los requisitos para ser acreditado como organismos certificadores, y el diseño oficial de la ecoetiqueta.

Artículo 8. Introdúcense las siguientes modificaciones en el Decreto con Fuerza de Ley 3 del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que fija texto refundido, coordinado y sistematizado de la ley N° 19.496, que establece normas sobre Protección de los Derechos de los Consumidores:

1. En el artículo 3°, letra b), intercálase, a continuación de la expresión “otras características relevantes de los mismos”, la siguiente frase:

“incluyendo su impacto ambiental cuando dicha información se encuentre disponible mediante sistemas de ecoetiquetado debidamente certificados por las autoridades u otros mecanismos verificables”.

2. En el artículo 3°, letra f), agrégase, a continuación del punto final que pasa a ser punto y coma, la siguiente frase:

“en especial, fomentando el conocimiento y uso de herramientas de información ambiental como la etiquetas con atributos ecológicos o ecoetiquetas, que permitan una toma de decisiones informada y sostenible por parte del consumidor”.”.”.

3. Agrégase el siguiente artículo 15 D, nuevo, en el Párrafo 3° del Título II:

“Artículo 15 D.- Cuando el proveedor opte por utilizar sistemas de ecoetiquetado para informar al consumidor sobre las características ambientales de un bien o servicio, dicha información deberá ser veraz, comprobable y certificada por organismos debidamente acreditados conforme a la normativa vigente.

El uso de etiquetas ambientales o alusiones a beneficios ecológicos o de sostenibilidad que carezcan de sustento técnico, que no hayan sido otorgadas o validadas conforme a procedimientos reglados, o que induzcan a error al consumidor, será considerado publicidad engañosa para los efectos de esta ley.

El proveedor será responsable de acreditar, ante la autoridad competente, la validez y vigencia de la certificación correspondiente al ecoetiquetado utilizado”.

4. Agrégase, en el artículo 28 f), a continuación del punto final que pasa a ser punto seguido:

“Se considerarán condiciones objetivas de la publicidad las declaraciones ambientales contenidas en etiquetas o envases que presenten atributos ecológicos o de sostenibilidad del producto, siempre que éstas estén respaldadas por mecanismos de certificación verificables. En caso contrario, se entenderán como afirmaciones subjetivas no vinculantes para efectos contractuales.”

5. Agrégase el siguiente articulo 55 E, nuevo, en el Título IV:

“Artículo 55 E .- El proveedor que infrinja lo dispuesto en el artículo 15 D, respecto al uso indebido o engañoso de ecoetiquetas, podrá ser sancionado con una multa de hasta 100 unidades tributarias mensuales, sin perjuicio de las sanciones establecidas en otras normas legales cuando corresponda.

En caso de reincidencia, podrá ordenarse, además, el retiro del producto del mercado o la suspensión temporal de su comercialización hasta que se subsane la infracción.”

Artículo primero transitorio.- La entrada en vigencia de la presente ley se efectuará seis meses después de su publicación en el Diario Oficial.

- - -

ACORDADO

Acordado en sesiones celebradas el día 13 de enero de 2026, con asistencia de los Honorables Senadores señores Alfonso De Urresti Longton (Presidente), Francisco Chahuán Chahuán, Sergio Gahona Salazar, Ricardo Lagos Weber y Juan Ignacio Latorre Riveros; y 20 de enero de 2026, con asistencia de los Honorables Senadores señores Alfonso De Urresti Longton (Presidente), Francisco Chahuán Chahuán, Sergio Gahona Salazar y Ricardo Lagos Weber.

Sala de la Comisión, a 22 de enero de 2026.

Araceli Garrido Fernández
Abogado Secretaria (A) de la Comisión

RESUMEN EJECUTIVO

INFORME DE LA COMISIÓN DE MEDIO AMBIENTE, CAMBIO CLIMÁTICO Y BIENES NACIONALES, RECAÍDO EN EL PROYECTO DE LEY, EN PRIMER TRÁMITE CONSTITUCIONAL, QUE ESTATUYE UN SISTEMA VOLUNTARIO DE ECOETIQUETADO DE PRODUCTOS, Y MODIFICA LA LEY QUE ESTABLECE NORMAS SOBRE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES, DEL MODO QUE INDICA (BOLETÍN Nº 17.840-12).

I. OBJETIVO DEL PROYECTO PROPUESTO POR LA COMISIÓN: Establecer un marco normativo para la implementación voluntaria de sistemas de ecoetiquetado en productos, contribuyendo en la protección del medio ambiente y garantizando el derecho a la información de los consumidores.

II. ACUERDOS: aprobado en general por unanimidad de los presentes (3x0)

III. ESTRUCTURA DEL PROYECTO APROBADO POR LA COMISIÓN: consta de 8 artículos permanentes y un artículo transitorio.

IV. NORMAS DE QUÓRUM ESPECIAL: no tiene.

V. URGENCIA: no tiene.

VI. ORIGEN E INICIATIVA: Senado. Moción de los Honorables Senadores señores Alfonso De Urresti, Francisco Chahuán, Sergio Gahona, Ricardo Lagos y Juan Ignacio Latorre.

VII TRÁMITE CONSTITUCIONAL: primero.

VIII. INICIO TRAMITACIÓN EN EL SENADO: lunes 15 de Septiembre, 2025

IX. TRÁMITE REGLAMENTARIO: primer informe, en general.

X. LEYES QUE SE MODIFICAN O QUE SE RELACIONAN CON LA MATERIA:

-Artículo 19 N° 8 de la Constitución Políticas de la República.
-Ley N° 19.300 sobre Bases Generales del Medio Ambiente.
-Ley N° 20.902 que establece marco para la gestión de residuos, la responsabilidad extendida del productor y fomento al reciclaje.
-Decreto con Fuerza de Ley 3 del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que fija texto refundido, coordinado y sistematizado de la ley N°

19.496, que establece normas sobre Protección de los Derechos de los Consumidores.

Valparaíso, a 22 de enero de 2026.

Araceli Garrido Fernández
Abogado Secretaria (A) de la Comisión