

## Opinión

# Del Día de la Tierra al Consumo Sostenible



**Félix Mercado**  
 Director  
 Regional  
 del Servicio  
 Nacional del  
 Consumidor  
 Ñuble

**C**ada 22 de abril el mundo vuelve a mirar el estado del planeta. Lo que comenzó hace más de cinco décadas como un llamado urgente por la contaminación y la pérdida de biodiversidad, hoy se transforma en una pregunta que nos interpela directamente: ¿qué tiene que ver la crisis climática con nuestras decisiones de cada día?

La respuesta está más cerca de lo que parece. Existe un hilo invisible que conecta estas crisis globales con nuestro carro de compras. Lo que comemos, vestimos o usamos impacta directamente en el equilibrio de la Tierra, hoy tensionado por un modelo basado en “extraer, producir, usar y desechar”.

En este contexto, el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 12 de las Naciones Unidas nos plantea una meta clara: garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles. Como personas consumidoras, no somos actores pasivos; cada decisión de compra es, en realidad, un voto por el tipo de mundo en el que queremos vivir.

El desafío no es menor. En Chile, aunque el 90% de los consumidores considera importante el impacto ambiental, solo el 14% se siente capaz de

actuar en consecuencia. Esa distancia entre lo que pensamos y lo que hacemos es, justamente, donde está la oportunidad del cambio.

Porque no se trata de hacerlo perfecto, sino de partir por lo posible: preferir productos locales y de temporada, evitar el desperdicio de alimentos, cuestionar cuanto ropa realmente necesitamos o hacernos cargo de nuestros residuos. También implica exigir más, es decir, optar por productos que duren, que se puedan reparar y que no estén diseñados para fallar al poco tiempo. Debemos pasar de ser simples generadores de basura a gestores de recursos mediante por ejemplo el compostaje y la reducción desde el origen.

En este mismo contexto, avanzar hacia un consumo más sostenible no depende únicamente de decisiones individuales, sino también de mercados más transparentes. Para elegir de manera responsable, las personas necesitan información veraz y oportuna sobre los productos y servicios, evitando prácticas que puedan inducir a error, como el greenwashing (estrategias publicitarias que algunas empresas utilizan para presentarse a ellas y sus productos, como respetuosas con el

medio ambiente, cuando no lo son). Asimismo, fortalecer la educación para el consumo es clave para reducir la brecha entre la preocupación ambiental y las decisiones cotidianas.

En este camino, una de las principales tareas de Sernac es entregar herramientas y conocimientos para que las personas puedan ejercer su poder de compra de manera informada y responsable, en todos los ámbitos de consumo.

Por eso, en el marco de esta conmemoración, el Sernac pone a disposición de la ciudadanía el Curso de Consumo Consciente para la Sustentabilidad, disponible desde el 22 de abril en su aula virtual. Instancia donde se pasará del diagnóstico a la acción, se entregarán conocimientos para medir nuestra huella y se aplicarán estrategias como las 7R Rediseñar, Reducir, Reutilizar, Reparar, Renovar, Recuperar y Reciclar, para nuestra vida diaria, entre otras cosas.

La protección de la Tierra no es solo tarea de grandes cumbres internacionales; la solución está en nuestras decisiones cotidianas. Asumir ese rol como personas consumidoras es, quizás, el acto más concreto y accesible que tenemos a disposición.