

ENTRE MARCAS Y PERSONAS: UN COMPROMISO POR EL ENTORNO

Señora directora:

El Día Mundial de la Conservación de la Naturaleza, que se conmemoró el 28 de julio, invita a reflexionar sobre el impacto ambiental de nuestros hábitos cotidianos. En Chile se generan cerca de 19 millones de toneladas de residuos sólidos al año, según el Reporte del Estado del Medio Ambiente 2023 elaborado por el Ministerio del Medio Ambiente. Una parte importante de estos residuos proviene del consumo masivo, incluido el retail, donde el uso de embalajes innecesarios y productos de corta vida útil generan una presión creciente sobre los ecosistemas.

Ante este escenario, es urgente avan-

zar hacia una cultura de consumo y producción más responsable. Las marcas del retail tienen un rol fundamental: pueden ofrecer productos fabricados con materiales reciclados o compostables, incorporar certificaciones ambientales como FSC, Libres de BPA, OEKO-TEX Standard 100 o RPET, y promover prácticas sostenibles a través de campañas, etiquetado claro y señalización que facilite decisiones más conscientes. Además, es clave priorizar productos más duraderos, que eviten la generación de residuos innecesarios asociados a los desechables o de un solo uso.

Lograr un consumo más sostenible es una tarea compartida. Los consumidores también tienen un papel esencial: practicar la reducción de residuos, dar nuevo ciclo de vida a productos y reciclar de manera informada son gestos que, sumados, contribuyen significativamente a cuidar el entorno.

La conservación de la naturaleza no ocurre solo en áreas protegidas. También se construye día a día, en cada hogar, en cada tienda y en cada decisión de compra. Solo con una acción compartida entre marcas y personas será posible avanzar hacia un futuro más respetuoso con el entorno.

Francisca Leiva

Gerente de sostenibilidad de Casaideas