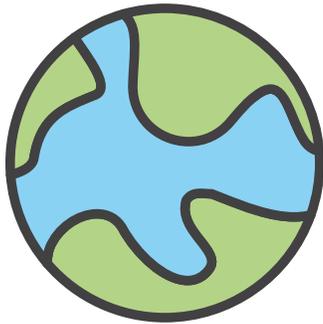


Como personas tenemos múltiples roles, o pautas de conducta en los distintos contextos que enfrentamos.

Cada acción tiene consecuencias para nuestro entorno, y ese gran entorno que hoy se ve perjudicado en nuestro planeta.

¿Cómo desempeñas hoy tu rol como consumidor, usuario o empresa?

Impacto del consumo sobre el medioambiente



¿Sabías que, según datos de Naciones Unidas y de diversas organizaciones preocupadas por el impacto del consumo sobre el medio ambiente, las estimaciones señalan que, si la población mundial alcanzara los 9600 millones en el año 2050, se necesitaría el equivalente a casi 3 planetas para proporcionar los recursos naturales para mantener el estilo de vida actual?

Es más, según los datos de Global Footprint Network, el uso que hacemos de los recursos naturales es 1,7 veces más rápido de lo que los ecosistemas pueden regenerar. Es decir, para satisfacer nuestro ritmo de consumo actual, HOY la humanidad requiere 1,7 planetas similares a la Tierra.

Tan sólo en nuestro país, según datos del Ministerio del Medio Ambiente, el volumen anual de los residuos domiciliarios alcanza 29 veces el tamaño del popular “cerro Santa Lucía”, en tanto que el reciclaje, alcanza el volumen de tan sólo un cerro.

En efecto, según la última Evaluación de Desempeño Ambiental sobre Chile realizada por la OCDE, después de Turquía, Chile es el país que más envía basura a rellenos sanitarios entre los 34 países que integran la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). En la misma línea, un informe del Banco Mundial del año 2018, sobre generación de desechos llamado “What a Waste” indica que, en Chile, generamos un promedio de 1,15 kg de desechos por persona al día.

Este acelerado ritmo de consumo de bienes y recursos, y generación de desechos han puesto en riesgo la sostenibilidad de nuestro planeta.



Por todo lo anterior, han surgido en el último tiempo gran cantidad de iniciativas a nivel mundial que buscan formas de mitigar los efectos adversos para la vida en el ecosistema.

Ejemplo de estas acciones son los objetivos de desarrollo sostenibles (ODS) impulsados por la Organización de Naciones Unidas, particularmente, el ODS 12, relativo a producción y consumo responsables, del cual se desprenden diversas instancias a nivel nacional tales como el Comité de Consumo y Producción Sustentable y la plataforma “Mi código verde”, además de otras iniciativas reglamentarias como la Ley 20.920 (Ley REP), que establece el marco para la gestión de residuos, la responsabilidad extendida del productor y fomento al reciclaje, entre otras.

Si bien la sustentabilidad, se entiende desde 3 ejes: económico, social y ambiental, esta guía se referirá principalmente al atributo ambiental, y su impacto en las decisiones de consumo.

Esta guía, es un intento conjunto de compilar elementos relevantes para la promoción una cultura de consumo responsable y sustentable, a través de la mejor comprensión del impacto del consumo en el medioambiente, y de los deberes y acciones básicas que deben cumplir las empresas en este ámbito, así como también las buenas prácticas que pueden desarrollar las personas a la hora de tomar decisiones de compra, al usar y al desechar sus productos.

Es una forma de interpretar la normativa de protección de los derechos y deberes de los consumidores, y por sobre todo de destacar el poder que tenemos como personas, ciudadanos y consumidores para cambiar los patrones de producción y consumo, y generar un menor impacto negativo en el medio ambiente.

Agradecemos especialmente a todas las organizaciones públicas y privadas que ayudaron a construir esta guía, por sus comentarios e información compartida, especialmente a Asociación de Consumidores Circular, Fundación Basura, Ministerio de Medio Ambiente, algunos miembros de la industria de detergentes, y otras organizaciones, tales como Fundación Chile y miembros del Comité de Consumo y Producción Sustentables, y ONU Ambiente.

Interés por el tema y complejidad del panorama

Según un Estudio de Consumo Sustentable realizado el año 2017 por Fundación Chile, en colaboración con SERNAC y el Ministerio de Medio Ambiente, cada vez existe una mayor cantidad de consumidores interesados en la sustentabilidad, de ellos:



☹️ 37% señala que existe falta de información.

☹️ 32% indica que falta oferta de productos sustentables.

☹️ 12% señalan no confiar en que dicen las empresas de la sustentabilidad de sus productos.

Y, por otra parte, nos encontramos ante una gran cantidad de diferentes sellos y certificaciones que, muchas veces, son mal utilizados, no son fáciles de comprender, o generan confusión entre quienes los adquieren, puesto que abordan distintos aspectos del producto, o simplemente, son desconocidos por los consumidores.



Y, por otra parte, nos encontramos ante una gran cantidad de diferentes sellos y certificaciones que, muchas veces, son mal utilizados, no son fáciles de comprender, o generan confusión entre quienes los adquieren, puesto que abordan distintos aspectos del producto, o simplemente, son desconocidos por los consumidores.

La información que se comunica a través de los productos, en sus sellos, certificaciones, rotulado o información adicional, puede por ejemplo referirse a:

- una etapa de producción del producto o estar basada en su ciclo de vida
- aspectos cualitativos o datos cuantitativos del producto y su impacto
- estudios o certificaciones avalados por terceros, o ser auto declaraciones de quién los fabrica/vende.

También existen normas internacionales como las de “La International Organization for Standardization (ISO)” que identifica algunas categorías de programas voluntarios para la comunicación de aspectos ambientales a los consumidores, que pueden ser utilizadas como referencia por los proveedores. Es importante saber que, normas como la ISO 9001, no abordan aspectos medioambientales, sino que de gestión de procesos. Es decir: No cualquier norma o sello sirve.

¿Qué hacer entonces, para contar con consumidores más y mejor informados?

El programa One Planet, de las Naciones Unidas, en el año 2018 publicó la guía “comunicando sostenibilidad de los productos”, destinada principalmente a las empresas, a fin de entregar directrices y buenas prácticas para una buena comunicación de la sustentabilidad de sus productos de cara a los consumidores.

Básicamente, las orientaciones tienen por objeto dar herramientas a los consumidores para que tomen decisiones sostenibles fundamentadas al elegir, utilizar y desechar los productos.

Las orientaciones para industria se dividen en dos clases: Principios fundamentales y principios deseables. Los Fundamentales dicen relación con que la información entregada por las empresas responda a la:

- Fiabilidad
- Transparencia
- Pertinencia
- Accesibilidad
- Claridad

En tanto que los principios deseables se refieren a generar un cambio comportamiento y repercusiones a largo plazo, abordar las 3 dimensiones de la sustentabilidad, colaboración, enfoque innovador y con múltiples canales, y comparabilidad.

En resumen, **de cara a los consumidores**, la información que comunican las **empresas deben cumplir ciertos principios orientadores**. Esto, a fin de que no caigan en **promesas que no puedan cumplir** o que exageren atributos de sustentabilidad que en realidad sólo corresponden a una parte de la cadena de producción y no es extensible a toda ella. La información o mensaje debe ser:



Fuente: 4C, Guía de comunicación verde, FCh, 2014

¿Qué pasa con las auto declaraciones? ¿las empresas pueden poner lo que quieran en sus productos?

NO. Las empresas pueden poner información adicional en sus productos, pero tal como señalan las 4C, la información debe ser correcta y por sobre todo "comprobable". Por lo tanto, incluso en el caso de tratarse de auto declaraciones, éstas deben ceñirse al principio y deber de "comprobabilidad" que está cautelado por la Ley de Protección de Derechos de los Consumidores en su artículo 33º, y establece que:

"la información que se consigne en los productos, etiquetas, envases, empaques o en la publicidad y difusión de los bienes y servicios deberá ser susceptible de comprobación y no contendrá expresiones que induzcan a error o engaño al consumidor."

Además, las empresas no podrán utilizar frases difusas, generalizadas o que, debido a otras regulaciones sectoriales, deban cumplir con ciertos requisitos específicos adicionales para su utilización.

Tal es el caso, por ejemplo, del uso de los términos "orgánico", "biológico" y "ecológico" en productos de origen agrícola, los que sólo pueden ser utilizados por proveedores registrados en Sistema Nacional de Certificación de Productos Orgánicos Agrícolas, del SAG (Servicio Agrícola y Ganadero), cumpliendo con la normativa y pudiendo usar el sello SAG.

En esta misma línea, el Código Chileno de Ética Publicitaria, de CONAR, señala particularmente, respecto de la publicidad relacionada con el medio ambiente que:

“Las comunicaciones no incitarán ni alentarán comportamientos que perjudiquen el medio ambiente...no deben abusar de la preocupación de los consumidores por el medio ambiente, ni explotar su posible falta de conocimientos o experiencia en esta materia.

Cuando los mensajes contengan aseveraciones explícitas o implícitas, sobre aspectos ambientales o ecológicos relativos a la producción, empaque, distribución, uso, consumo y disposición de productos, éstas deberán ser veraces y demostrables.

Las aseveraciones ambientales deben utilizar un lenguaje comprensible para el consumidor medio, y observar las normas ambientales vigentes de la industria.

...no debe exagerar los atributos ambientales, como aquellos que destacan una mejora marginal como un gran beneficio, o utilizan las estadísticas de manera engañosa.

...En ningún caso podrán sugerir falsamente la existencia de una aprobación oficial o certificación de terceros 2.” Entre otros elementos.

Cuidado con las frases genéricas que no especifican el atributo ambiental correctamente

Existen frases o conceptos que se usan ampliamente en los productos dispuestos en el mercado, pero no necesariamente orientan al consumidor en una decisión de compra informada.

Algunos ejemplos de estos son:

“Verde”, “Amigable con el medio ambiente”, “Eco-friendly”, “100% natural”, “Sustentable”

Son conceptos **muy amplios y vagos** que no dan a entender el impacto real del producto en la sociedad y el medio ambiente y que pueden crear una imagen equivocada en lo que el producto realmente puede ofrecer, distorsionando las decisiones de compra.

Existen ciertas compañías comerciales que atribuyen características de sostenibilidad en sus productos, cuyos efectos no son comprobables. todo esto, para mejorar su imagen, aumentar sus ventas o aparentar responsabilidad social corporativa. A esta tendencia se le conoce como **Greenwashing3** y constituye una **mala práctica de engaño a los consumidores, y es sancionable.**

2 https://www.conar.cl/wp-content/uploads/2019/03/CodigoDeEtica-CONAR_v6.pdf Visitado el 04.09.2019

3 <http://greenwashingindex.com/about-greenwashing/> Visitado el 05.08.2019

CONDUCTAS RELEVANTES PARA UN CONSUMO MÁS SUSTENTABLE

INFORMARSE

Leer las etiquetas y otros espacios adicionales de información que me permitan conocer las características del producto que adquiero: sus advertencias e información general, cuál es su disposición final, de qué materiales está hecho, cuál es su vida útil, ¿lo puedo reciclar?, ¿el envase es reciclable?, ¿tengo a mi disposición lugares para reciclarlo? ¿de qué país viene? ¿es su huella de carbono de alto impacto?, etc.

REDUCIR

Evaluar si realmente necesito el producto, o si es necesario comprar más o menos cantidad. Reemplazar algunos productos (bolsas plásticas, por ejemplo) para consumir menos, también ayuda a reducir.

REUTILIZAR

Productos o componentes de productos, se utilizan de nuevo, ejemplo: utilizar bolsas de género, botellas reutilizables.

Otra buena idea de reutilización es extender la vida útil de los productos, prefiriendo su reparación antes de desecharlos, o darles una nueva utilidad, creando nuevos productos a partir partes y piezas de otros.

No olvides que: si un producto está defectuoso sin ocasión de un mal uso, y está dentro de su período de garantía (legal, o la que el proveedor te ofreció); puedes hacer uso de ella antes de desechar tus productos.

RECICLAR

Emplear un residuo como insumo o materia prima para un nuevo proceso productivo. Para esto, lo primero es aprender a gestionar los desechos: separarlos y clasificarlos correctamente.

EVITAR

Si tienes la posibilidad de hacerlo, evita el consumo de aquellos productos que generan mayores cantidades de residuos e impactos al medio ambiente, y prefiere alternativas más respetuosas con el entorno.

ENSEÑAR

Compartir información sobre los impactos al medioambiente que produce una conducta de consumo poco responsable e informada y orientar a otros en este proceso.

La producción y el consumo sostenibles sólo pueden alcanzarse si todos los agentes que forman parte de la cadena de valor cumplen su papel y se comprometen a emprender actividades más sanas para el medio ambiente y la sociedad 4.

INFORMACIÓN DE UTILIDAD

¿Sabías que no todos los residuos se pueden reciclar? Sólo algunas categorías son posibles de reciclar, ya que ello depende de muchos factores tales como la infraestructura tecnológica disponible para procesar los desechos, la capacidad para gestionar su correcta separación, acopio, el tipo de material del que se trate, etc.

Por ello, en el contexto de la conocida “Ley REP”, sobre responsabilidad extendida del productor en materia de reciclaje, se están realizando esfuerzos para que, de aquí al año 2022, se pueda mejorar ostensiblemente la actual capacidad de nuestro país (alrededor de un 30%), y con ello contribuir a amortizar el impacto ambiental. De momento, debemos aprender a gestionar nuestros residuos correctamente.

Para poder gestionar nuestros residuos y reciclar, primero, todos los envases deben estar limpios y libres de material orgánico al momento de depositarlos en los puntos de reciclaje, y debemos retirar las etiquetas que estos puedan tener, independiente de si es plástico, vidrio, cartón, etc. Tú también puedes aportar en esta tarea:



Limpia

1



Compacta

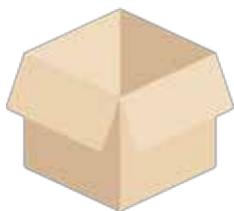
2



Separa

3

Qué residuos podemos gestionar?



Cartón:

Se recicla cartón corrugado, cajas de embalaje, cartulinas, papel kraft, cilindros de papel absorbente e higiénico, entre otros.



Vidrios:

Se reciclan botellas, frascos y vasos de vidrio transparente o de color. No se reciclan parabrisas, ventanas, espejos, ampollitas, tubos fluorescentes, loza, pírex, cristales y vidrio templado.



Latas de metal:

(aluminio y hojalata): Se reciclan principalmente latas de bebidas fabricadas de aluminio y tarros de conservas que son fabricados con hojalata.



Papel:

Se reciclan papel blanco de impresora, hojas de cuaderno, boletas, facturas, guías, sobres, libros sin tapa, diarios y revistas, sin importar si está impreso o escrito, pero sin manchas.



Residuos orgánicos:

Se reciclan cáscaras y restos de frutas, verduras y hojas de vegetales, cáscaras de huevos, pasto, restos de podas, hojas verdes y secas, tierra de jardín, restos de té, café y mate y bolsas de té. Es importante que consultes en tu municipio si tiene un sistema de reciclaje orgánico, sí es así apóyate en ellos. No incluir productos químicos, restos de animales (carnes, huesos, cueros), colillas de cigarros, medicamentos, ni comida cocinada.



Pilas y celulares:

existen pocos, pero nuevos puntos de gestión de este tipo de productos, y es importante no botarlos en cualquier lugar, ya que son altamente contaminantes al terminar su vida útil.

Botellas Plásticas:



En Chile existe capacidad para reciclar algunos tipos de plásticos. Se reciclan botellas desechables para bebidas, contenedores de fruta u otros artículos fabricadas con PET (Nº1). También se reciclan envases de detergente, champús, bidones, envases de leche fabricados de polietileno de alta densidad (Nº2), tapas de botellas y otros artículos fabricados con polipropileno (Nº5, principalmente tipo rígido, como tapas) y bolsas fabricadas con polietileno (Nº2 y Nº4, este último es el más masivo en su reciclaje).



Conceptos “sustentables”

Biodegradabilidad

Es la capacidad de las sustancias de descomponerse bajo condiciones naturales. Para demostrar biodegradabilidad, se deberían realizar los ensayos correspondientes según metodologías OECD o equivalentes. Especificar el TIEMPO es un requisito esencial para cualquier material que dice biodegradable. Los productos sólo pueden ser reconocidos como Biodegradables si tienen evidencia científica de que se descompone completamente en un plazo definido y corto de tiempo bajo métodos normados.



Para el caso de los plásticos, por ejemplo, tan sólo una bolsa puede demorarse 150 años en comenzar a degradarse en tanto que a otra con un real 100% de biodegradabilidad, este proceso le puede llevar 18 meses; la diferencia es sustancial para el medioambiente, y para una decisión de compra informada.

5 Fuente: OECD (Glossary of Environment Statistics, Studies in Methods, Series F, No. 67, United Nations, New York, 1997.) y <http://biopolcom.cl/index.php/conceptos/>

» Certificación

Procedimiento mediante el cual un organismo da una garantía por escrito, respecto a que un producto, proceso o un servicio está conforme a los requisitos especificados. La certificación se materializa en un certificado que es un documento emitido conforme a las reglas de un sistema de certificación (ECOCERT & FAO, 2002). (Fch Guía comunicación Verde, 2014) Esto puede manifestarse además en un sello.

» Ecodiseño

Integración de aspectos ambientales en el diseño del producto, envase, embalaje, etiquetado u otros, con el fin de disminuir las externalidades ambientales a lo largo de todo su ciclo de vida. (art 3° Ley 20.920)

» Ecológico

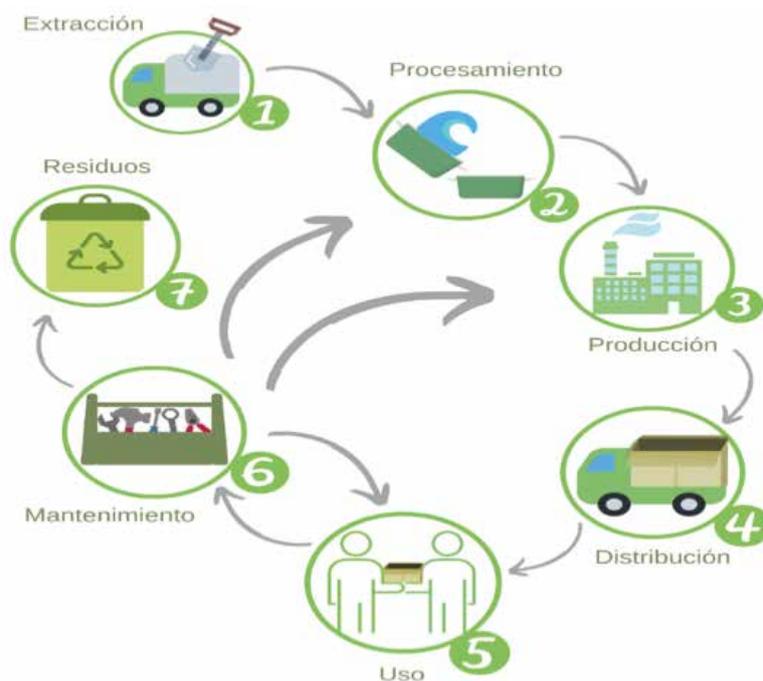
Concepto muy amplio que debe ser correctamente comunicado con información clara, real y precisa para evitar llevar a engaño al consumidor. Importante tener en cuenta los lineamientos para una correcta comunicación de declaraciones ecológicas publicado por Fundación Chile ("Guía de Comunicación Verde", Fundación Chile).

» Impacto Ambiental

La alteración del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por un proyecto o actividad en un área determinada (Ley 19300) - (MINSEGPRES, 1994) (Fch Guía comunicación Verde, 2014)

» Ciclo de vida de un producto

Etapas consecutivas e interrelacionadas de un sistema productivo, desde la adquisición de materias primas o su generación a partir de recursos naturales, hasta su eliminación como residuo. (art 3° Ley 20.920)



» Ingredientes Naturales

Ingrediente o sustancia generada en la naturaleza y no es procesada o es procesada sin modificación química al ingrediente.

» Sustentabilidad

Es el equilibrio dinámico en los procesos de interacción entre la población y la capacidad de carga del medio ambiente, de tal manera que la población se desarrolle a su máximo potencial sin afectar adversa e irreversiblemente la capacidad de carga del medio ambiente del cual depende (Ben-Eli, 2006). (Fch Guía comunicación Verde, 2014)

» Productos orgánicos, ecológicos o biológicos agrícolas

el SAG permite la utilización de estos conceptos en forma equivalente a la de orgánico (art 3º Ley 20.089), es decir, "aquellos provenientes de sistemas holísticos de gestión de la producción en el ámbito agrícola, pecuario o forestal, que fomenta y mejora la salud del agroecosistema y, en particular, la biodiversidad, los ciclos biológicos y la actividad biológica del suelo."

» Punto verde

Es uno o más contenedores, fijos o móviles, ubicados en lugares de uso o acceso público destinados a recibir residuos específicos entregados por la población, para su almacenamiento y envío a instalaciones de valorización o eliminación.

» Punto limpio

Son instalaciones fijas o móviles ubicadas en lugares de acceso público, destinada a recibir selectivamente residuos entregados por la población, para su almacenamiento, posible pretratamiento y envío a centros de acopio o a instalaciones de valorización o eliminación.

Certificaciones de Sustentabilidad

Algunas de las certificaciones de sustentabilidad más utilizadas en Chile en productos de consumo masivo son:

SELLO	SIGNIFICADO
 <p>FSC</p>	<p>Busca promoción de un manejo ambientalmente apropiado, socialmente beneficioso y económicamente viable de los bosques. Garantiza que en la cadena de producción forestal se pueda mantener la biodiversidad, producción y procesos ecológicos, mientras proporciona incentivos para que las comunidades manejen sus recursos locales y puedan generar un negocio que cuide el bosque del cual viven.</p>
 <p>Código de sustentabilidad en Vinos</p>	<p>Certifica que empresas vitivinícolas posean prácticas sustentables que promuevan la producción de uvas y vinos de alta calidad y de bajo impacto. Para esto se trabaja en tres grandes áreas: viñedo, bodega y social, por lo que las viñas deben contar con un sistema de gestión ambiental y social que cumpla como mínimo con la legislación nacional vigente, independientemente de la complejidad de sus operaciones.</p>
 <p>Carbón Neutral</p>	<p>Identifica los productos que han neutralizado sus emisiones de gases de efecto invernadero, minimizando y compensando sus emisiones. Para esto se le proporciona a las empresas un conjunto de requisitos mínimos desde reducciones de emisiones internas hasta la compra de instrumentos como certificados de energía renovable y créditos de carbono.</p>
 <p>Rainforest Alliance</p>	<p>Asegura que en la producción agrícola o pecuaria se han implementado buenas prácticas para minimizar el impacto ambiental y proteger la biodiversidad, así como para proteger a los trabajadores y comunidades y promover el comercio justo con los productores.</p>
 <p>EU Organic Farm</p>	<p>Indica que los productos son orgánicos y cumplen con las normas europeas de sustentabilidad de una agricultura ecológica. Así, se asevera que los productos son elaborados de forma sostenible, garantizando el cumplimiento de normas como la prohibición de organismos genéticamente modificados, prohibición del uso de fertilizantes y pesticidas químicos, condiciones exigidas de bienestar animal, entre otros.</p>

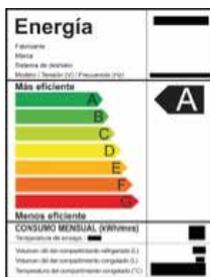
SELLO

SIGNIFICADO



Sello SAG: Productos orgánicos Chile

Para productos a los cuales durante su ciclo de vida, no se le ha aplicado ningún tipo de fertilizante o pesticida químico. Este sello podría tener los siguientes rotulados: 100% Orgánico; Orgánico (constituido por al menos 95% de ingredientes orgánicos); Productos orgánicos en transición (lleva al menos 12 meses bajo un sistema de producción orgánico); Producido con productos orgánicos (contiene al menos 70% de ingredientes orgánicos); Contiene ingredientes orgánicos (inferior al 70%).



Etiqueta de eficiencia energética

Por una parte, la etiqueta contiene las categorías energéticas, unidades y conceptos sobre los que se va a dar información, y por la otra, contiene los datos específicos que corresponden al electrodoméstico que lleva la etiqueta. Por medio de la escala de clases o categorías, se ofrece información sobre el grado de eficiencia energética del electrodoméstico, en comparación con otros aparatos similares. La escala utiliza un código de colores y letras. La gama va desde el color verde y la letra A para los equipos más eficientes, hasta el color rojo y la letra G para los equipos menos eficientes.



PEFC

PEFC (Programa de reconocimiento de Sistemas de Certificación Forestal): productos de origen forestal (madera, papel, corcho, setas, resinas, esencias, etc) certificados por PEFC indican a los consumidores que están comprando productos de bosques gestionados sosteniblemente. De forma similar a lo que ocurre con el FSC, PEFC, busca combatir la corta ilegal y fomentar las principales funciones que juegan los recursos forestales.



ECO LABEL

La Etiqueta Ecológica Europea, es un etiquetado voluntario que persigue identificar y promover productos sostenibles con un impacto medioambiental reducido durante su ciclo de vida y proporcionar a los consumidores información exacta, no engañosa y con base científica sobre su impacto medioambiental.

La certificación es válida en la Unión Europea, Noruega, Liechtenstein, Islandia y Suiza.



ENERGY STAR

Energy Star es un sello, derivado del programa de la Agencia de Protección Ambiental de los Estados Unidos para promover los productos eléctricos con consumo eficiente de electricidad, reduciendo de esta forma la emisión de gas de efecto invernadero por parte de las centrales eléctricas.

Esta etiqueta identifica a una serie de productos que también responden a criterios de eficiencia energética: monitores de ordenador, impresoras, scanners, videos, entre otros similares.

Decálogo de Consumo Sustentable ADC Circular

Consumo Sustentable / DECÁLOGO



Antes de comprar...

- ¿Lo necesito?
- ¿Es saludable?
- ¿A quien estaré financiando?
- ¿Los valores son coherentes con los míos?

- ¿De qué está hecho? (materiales)
- ¿Quién y bajo qué condiciones lo hizo? (producción)
- ¿De dónde viene? (Distribución)
- ¿Es eficiente? (uso)
- ¿Cómo debo cuidarlo? ¿Se puede reparar? (mantenimiento)
- ¿Cuál será su fin de vida? (residuos)

