



Consumo sostenible y consumo verde

El consumo sostenible se refiere a la satisfacción de las necesidades presentes sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las suyas. Nuestro estilo de vida y consumo genera impactos ambientales cada vez más visibles, por lo que se extiende el interés de las personas por mitigar su impacto negativo.

La expansión de nuevas pautas culturales, preocupaciones sociales y ambientales ha modificado tanto la oferta de productos y servicios como la forma en que las empresas comunican sus propuestas. Así surgen etiquetas como "socialmente responsable", "ecológico" entre otros atributos que buscan atraer y fidelizar a quienes comparten estos valores al consumir.

La protección al consumidor acompaña las transformaciones del mercado y de la sociedad. Al igual que en el comercio tradicional, enfrenta el desafío de fomentar las buenas prácticas, la buena fe y combatir la publicidad engañosa. Un riesgo asociado a estas nuevas tendencias es que, afirmaciones que carecen de fundamento, lleven a consumidores y consumidoras a preferir un producto sobre otro sobre esa base.

En este contexto, cobran relevancia las "declaraciones verdes" (green claims), es decir, afirmaciones hechas por marcas en su marketing respecto a la sustentabilidad ambiental de sus productos, procesos o servicios, buscando diferenciarse de sus competidores. Estas afirmaciones pueden referirse al reciclaje, la reutilización, la reducción de desperdicios, entre otros aspectos. Cuando son veraces, permiten decisiones de consumo más responsable por parte de quienes priorizan el cuidado ambiental.

Términos como *ecológico*, *biodegradable*, *amigable con el medioambiente*, *eficiencia energética* o *tecnología limpia* suelen aparecer en estas declaraciones, muchas veces sin respaldo ni referencias claras, y de manera autodeclarada. Estas afirmaciones apelan a quienes activamente buscan productos con menor impacto ambiental o penalizan a aquellos proveedores que no lo hacen.

Pero aquí surge un desafío: el *greenwashing* o lavado verde, que consiste en aparentar sustentabilidad mediante información no veraz, engañosa o confusa. Puede implicar exagerar o tergiversar el impacto ambiental, omitir datos importantes o presentar como relevantes aspectos que no lo son, con falta de transparencia o verificabilidad. En general instalan la idea de que el producto o servicio es inocuo para el ambiente, menos nocivo o incluso, que tiene un impacto positivo.

Frente a esto, es clave que las personas consumidoras estén atentas a que dichas afirmaciones estén respaldadas por datos. Si nos surgen dudas, podemos contactar al servicio de atención al cliente para pedir respaldo de la publicidad, o incluso consultar a proveedores de productos similares para contrastar prácticas.

También es útil recurrir a búsquedas en línea, aplicando juicio crítico sobre la calidad y procedencia de la información. Cuando detectamos que un producto exagera atributos ambientales o minimiza impactos reales sin justificación, o incluso presumimos que la información no es veraz, podemos recurrir a Defensa del Consumidor para consultar o denunciar. Esto contribuye a un mercado más transparente, responsable y justo.



Autor: Alexandre Dulaunoy, Flickr



Considera la vida útil del producto, y la disponibilidad de repuestos y servicio técnico.



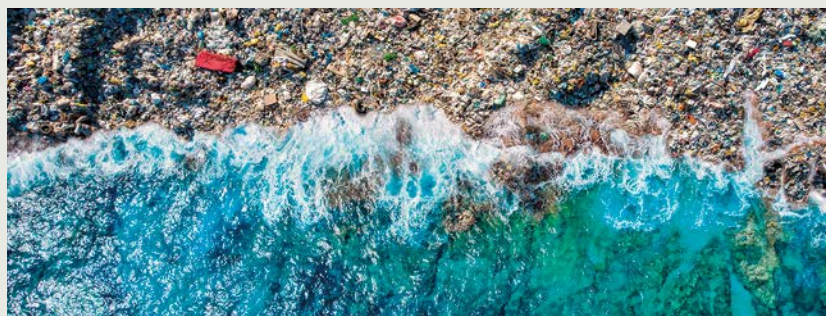
Ten en cuenta la posibilidad de reciclar o reutilizar productos, y de qué forma deben ser tratados para poder hacerlo.



Unidad Defensa del Consumidor Atención al Público

La Unidad Defensa del Consumidor recibe consultas, reclamos y denuncias a través de los formularios web publicados en www.gub.uy/ministerio-economia-finanzas/unidad-defensa-consumidor. Quienes no manejen herramientas informáticas podrán comunicarse al 08007005 para ser asesorados, así como para el seguimiento de los casos.

Una vez iniciada la gestión por el formulario web, el personal asignado a la atención, le contactará para dar curso a lo solicitado.

EFICIENCIA ENERGÉTICA**JUNIO, mes del ambiente**FOTO: Parilov/Adobe Stock, <https://www.un.org>

Desde 1972, las Naciones Unidas designaron el 5 de junio como el *Día Mundial del Medio Ambiente*, con el propósito de fomentar la protección y mejora del entorno natural, así como de generar conciencia sobre el impacto de la acción humana. Esta fecha invita a impulsar cambios en nuestros hábitos de consumo y en las políticas públicas nacionales e internacionales.

En 2025, el foco está puesto en la necesidad de reducir la contaminación por plásticos. Cada año se producen más de 400 millones de toneladas de plástico en el mundo, de las cuales menos del 10 % se recicla. Una parte significativa de estos plásticos termina en lagos, ríos, mares y océanos, afectando tanto a la fauna como a los seres humanos que los ingieren directa o indirectamente.



Como consumidores, tenemos un rol activo y poderoso: podemos **rechazar, reducir, reutilizar, recuperar y reciclar** el plástico. Esto implica, por ejemplo, evitar el uso de plásticos de un solo uso, como bolsas o envases descartables. La realidad nos interpela e invita a repensar el uso del plástico, buscando un futuro más limpio y sostenible.

En caso de duda, puedes asesorarte en forma gratuita en Unidad Defensa del Consumidor a través de los formularios publicados en <https://www.gub.uy/ministerio-economia-finanzas/unidad-defensa-consumidor> o por teléfono **08007005**. La atención es remota para todo el país.

Empresas que envían datos al S.I.P.C.

A.C.E.
Autoservice Patricia
Bela
Carnetel
Carnicería Marymar
COFAS
Cooperativa Policial
Del Fuerte
Devoto
Devoto Express
Disco
Eco Market II
Ecomarket 3
El Clon
El Dorado
El Mastilazo
El Revoltijo
Expres
Farmashop
Frigorey
Frog
Géant
Kinko
La Cabaña
La Colonial
La Pañalera
Liro 3
Macromercado
Malba Tahan
Maresca
Martin Pescador
Marymar
Mercado Helvético
MicroMacro
Mimatec 18 Tacuarembó
Nativo Suarez
Pigalle
Plaza Uno
Prisma Alimentos
Red Market
San Roque
Super Ariel
Super Coco
Super Covadonga
Super Eco Varela
Super Ocasión
Super Pola
Super XXI
Supermercado Italia
Supermercado 18
Supermercado Abril
Supermercado Avenida
Supermercado Bastión
Supermercado Betina
Supermercado Don Paulino
Supermercado Don Pepe
Supermercado El Grillito
Supermercado El Palamar
Supermercado El Paseo
Supermercado La Chacra
Supermercado La Paz
Supermercado La Ranita
Supermercado Los 33
Supermercado los Paraísos
Supermercado Maratón
Supermercado Multieco
Supermercado Persa
Supermercado Planeta
Supermercado Unicentro
Supermercado Zum Felde
Supermercados Frigo
Supersol
Ta-Ta
Tienda Inglesa
Winmart