

# **El Consumo Sostenible: concepto y relevancia para los países de América Latina<sup>1</sup>**

**Eje temático:**

*Las nuevas agendas en política exterior de los Estados Latinoamericanos*

**Autores:**

**Pujadas, Carlos Héctor  
Avelín Cesco, M. Lucila  
Figueroa, María Fernanda  
García, María Laura  
Hernández, Juan Jesús  
Martín, Sofía**

## **1. INTRODUCCIÓN**

La presente ponencia, en primer lugar destaca el contenido y la importancia de la noción de Consumo Sostenible. Además describe algunas de las acciones llevadas adelante por distintos organismos internacionales y Estados (en especial de América Latina) para promover modalidades sostenibles de consumo.

Por último realiza un análisis de la noción Consumo Sostenible desde 4 enfoques: económico, social, antropológico y ecológico. Esto sirve para entender de manera completa las dimensiones que abarca esta noción y para destacar los aspectos que deben tener en cuenta las acciones que pueden llevar adelante los gobiernos, organizaciones o consumidores en un futuro.

Por lo tanto, los objetivos de la presente investigación son los siguientes:

- Describir la importancia del Consumo Sostenible en los organismos internacionales y las definiciones desarrolladas por los mismos.
- Describir las políticas existentes, especialmente en América Latina, sobre Consumo Sostenible.
- Estudiar la noción de Consumo Sostenible desde el punto de vista ecológico.
- Analizar el concepto de Consumo Sostenible desde el punto de vista económico.
- Describir y exponer, desde un punto de vista social, el “consumismo como fenómeno social” que influye en los estilos de vida actuales.
- Desarrollar un análisis antropológico que permita comprender al hombre como consumidor.

La ponencia forma parte del proyecto de investigación titulado “Aproximación multidisciplinaria al concepto de Consumo Sostenible y descripción de su relevancia para el Desarrollo Sostenible. Propuestas para la aplicación del concepto en las carreras de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Católica de Cuyo”, que se desarrolla dentro del marco del Instituto de Desarrollo Sostenible.

## **2. ESTADO DEL ARTE: El camino hacia un Consumo Sostenible**

### **2.1 Primeras Aproximaciones**

---

<sup>1</sup> Una versión anterior de la presente ponencia fue presentada en el “V Encuentro de Investigadores de Ciencias Sociales Región Centro Oeste y 2º binacional con la IV Región de la República Chile” y publicado en la edición digital de la Revista de Ciencia Política Año 3 N° 8 de 2009

La historia post Revolución Industrial, muestra que el desarrollo industrial y tecnológico ha sido la fuente del crecimiento de las economías y que el objetivo de los gobiernos fue mejorar la calidad de vida y el bienestar de las personas a través del aumento del consumo de bienes y servicios. Las actividades productivas y en especial el desarrollo industrial, se multiplicaron desde el siglo XIX.

Las medidas tomadas por los gobiernos, impulsadas fuertemente a partir de la década de 1930, llevaron a los países a promover el crecimiento del consumo, lo que significó la reactivación de la economía: incremento de la demanda, aumento de la oferta, desarrollo industrial y creación de empleo.

Sin embargo este modelo trajo consigo consecuencias en las personas y sus estilos de vida. Se generó una sociedad consumista donde el tener y comprar determinó una posición dentro de la sociedad.

Este modelo de desarrollo de las actividades productivas, en especial las industriales, llevaba implícito el uso y explotación de los recursos naturales, sólo limitados por tenues medidas de preservación medioambiental, que variaban según los países.

Los límites de este modelo de desarrollo se pusieron en evidencia en los últimos 50 años. Paralelamente a las crisis económicas que fueron surgiendo, comenzó a mostrarse cada vez con mayor fuerza el deterioro ambiental que estaba produciéndose.

En la década del '60 la ONU, organizaciones de la sociedad civil y algunos gobiernos comenzaron a plantearse el problema del deterioro del medioambiente a nivel global y en especial en los países desarrollados. El debate ambiental generado entre 1960 y 1980 estuvo centrado en la preocupación por el creciente uso de recursos no renovables. En los '80 y '90 el debate se trasladó a otros factores: la contaminación, el calentamiento global, la pérdida de la biodiversidad y de recursos naturales, entre otros.<sup>2</sup>

Los países más ricos del mundo han consumido en el siglo XX más materia prima y recursos energéticos no renovables que toda la humanidad a lo largo de su historia y prehistoria. En especial son estos países los que poseen la mayor responsabilidad en el deterioro ambiental: el 15 % de la población mundial que vive en los países de altos ingresos es responsable del 56% del consumo total del mundo, mientras que el 40% más pobre en los países de bajos ingresos es responsable solamente del 11% del consumo. En los países desarrollados que sólo poseen una cuarta parte de la población mundial se consumen alrededor del 70% de los recursos de la Tierra<sup>3</sup>

Como consecuencia, fue surgiendo un amplio reconocimiento a nivel global acerca de los serios impactos sociales y ambientales de mantener los actuales patrones de consumo y de la necesidad de plantear el Consumo Sostenible como una alternativa a los hábitos previamente mencionados. Así el consumo sostenible es una nueva forma de consumir, distinta y opuesta al consumismo<sup>4</sup>

El Consumo Sostenible como noción y objetivo, aparece expresado por primera vez en la Cumbre de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo celebrada en Río de Janeiro en 1992. Esta fue la primera vez que la necesidad de modificar los patrones de consumo era plasmada en una iniciativa concreta dentro del marco de la ONU. La declaración de Río en el principio 8 expresa: *“Para alcanzar el desarrollo sostenible y una mejor calidad de vida para todas las personas, los Estados deberían*

---

<sup>2</sup> “Ministerio de Salud y Ambiente de la República Argentina y PNUMA (2006). *“Análisis de las políticas e iniciativas relacionadas con el Consumo Sustentable”*, en [www.aplicaciones.medioambiente.gov.ar/archivos/web/UPLCS/file/documento\\_base\\_cs.pdf](http://www.aplicaciones.medioambiente.gov.ar/archivos/web/UPLCS/file/documento_base_cs.pdf), visitado el 03/05/2009

<sup>3</sup> “Década para una educación por la sostenibilidad” en [www.oei.es/decada/accion08.htm](http://www.oei.es/decada/accion08.htm), visitado el 03/05/2009

<sup>4</sup> “Ministerio de Salud y Ambiente de la República Argentina y PNUMA (2006), op.cit

*reducir y eliminar las modalidades de producción y consumo insostenibles y fomentar políticas demográficas apropiadas”<sup>5</sup>*

En el capítulo cuarto de la Agenda 21, Plan de Acción para el Desarrollo Sostenible aprobado en la Cumbre de Río, se afirma que *“la causa más importante del deterioro del medio ambiente global son los patrones insostenibles de consumo y producción particularmente en los países industrializados”<sup>6</sup>*

Luego, en 1995 la Comisión de Naciones Unidas para el Desarrollo sustentable adoptó oficialmente la siguiente definición para el consumo sustentable: *“El uso de servicios y productos relacionados que responden a las necesidades básicas y conllevan una mejor calidad de vida, minimizando el uso de recursos naturales y materiales tóxicos así como también la emisión de residuos y contaminantes sobre el ciclo de vida, de tal forma que no haga peligrar las necesidades de las futuras generaciones”<sup>7</sup>* En 1998 en el ámbito de la ONU se crea el programa de CS a cargo de la UNEP, mediante su agencia de Producción y Consumo Sostenible, la cual se encuentra en la División de Tecnología, Industria y Economía. El programa tiene como objetivo comprender y analizar las fuerzas motivadoras de los patrones de consumo alrededor del mundo y trasladar estos hallazgos a actividades concretas para las empresas y demás actores. Con ello busca aumentar la calidad de vida de la sociedad y reducir el daño ambiental.

## **2.2 El consumo sostenible en el siglo XXI**

En el ámbito de las Naciones Unidas el siguiente impulso se encuentra en la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible, celebrada en Johannesburgo en el año 2002. El plan de implementación de Johannesburgo en su capítulo III propone los lineamientos necesarios para cambiar los patrones insostenibles de consumo y producción, afirmando que para alcanzar un desarrollo sostenible a nivel global es indispensable generar cambios en la manera en que las sociedades producen y consumen.

A su vez, promueve la generación de un acuerdo marco con acciones a desarrollar por los siguientes 10 años. El mismo busca fortalecer la cooperación internacional y aumentar el intercambio de información necesarios para facilitar la aplicación nacional y regional de programas que fomenten el consumo y la producción sostenibles.

Para implementar el mencionado acuerdo marco la DESA's (Division for Sustainable Development) y la UNEP (United Nations Environmental Program) o PNUMA por sus siglas en castellano (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente) iniciaron el Proceso de Marrakech, en Marruecos en junio de 2003. Es a partir de Marrakech que los conceptos de producción y consumo sostenibles quedan asociados como dos fases de un mismo proceso.

El Proceso de Marrakech incluye reuniones globales y regionales, grupos de trabajo de expertos en diversas disciplinas (Task Forces) y otras actividades para promover el mencionado acuerdo marco.

Una Task Force es una reunión informal de un grupo de países y organizaciones coordinadas por un país determinado. Los mismos trabajan voluntariamente en un tema específico de consumo y/o producción sustentable, comprometiéndose a implementar lo investigado mediante actividades concretas. Las Task Forces que actualmente constituyen el proceso de Marrakech son las siguientes:

- **Sustainable Building and Construction:** Liderado por Finlandia, se encarga del estudio de los modos de construcción sostenible

---

<sup>5</sup> Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo 1992

<sup>6</sup> Programa 21: Plan de acción para el desarrollo sostenible aprobado en la Cumbre de La Tierra, celebrada en Río de Janeiro en 1992.

<sup>7</sup> “Ministerio de Salud y Ambiente de la República Argentina y PNUMA (2006), op. cit

- **Sustainable Lifestyles:** Su objetivo es desarrollar y apoyar la implementación de políticas para cambiar el comportamiento de los consumidores hacia estilos de vida más sustentables. Suecia es el país que lo lidera.
- **Sustainable Public Procurement:** Se reúne en Suiza, investiga medidas a tomar en el sector público para fomentar el CS.
- **Sustainable Products:** El país coordinador de esta Task Force es el Reino Unido y su objetivo es aumentar la concientización sobre las políticas de producción como un medio para alcanzar desarrollo internacional y objetivos ambientales, principalmente mediante la innovación en eco-diseño.
- **Sustainable Tourism:** Su líder es Francia e investiga y propone modalidades de turismo sustentable
- **Cooperation with Africa:** Promovido por Alemania, tiene por objetivo apoyar a los países Africanos en la incorporación del consumo y la producción sustentables en programas existentes.
- **Education for Sustainable Consumption:** Liderado por Italia, busca la introducción de temas de Consumo y Producción Sostenibles en la currícula educativa (educación formal y no formal).

La Cumbre de Johannesburgo también resaltó la importancia de la educación para el Desarrollo Sostenible. En 2005, la DESD (Decade of Education for Sustainable Development) comienza a desarrollarse bajo la coordinación de la UNESCO. La misma reconoce que para alcanzar patrones de consumo más sostenibles son necesarias tanto las prácticas de las empresas como así también las políticas gubernamentales que amplíen el rango de opciones de compra para los consumidores y garanticen información clara y precisa que les permita tomar decisiones ambiental y éticamente responsables. La educación juega un rol particularmente importante como catalizador de este proceso.<sup>8</sup>

La ONU ha jugado un papel fundamental en el desarrollo del CS a nivel mundial. Como se mencionó previamente, esta noción fue dada a conocer por primera vez, internacionalmente, en la Cumbre de Río y desde ese momento la ONU siguió ahondado en sus implicancias.

La metodología de estudio utilizada por esta organización es muy variada e incluye el tratamiento del tema en cumbres internacionales, la creación de grupos de trabajo internacionales y regionales (que estudian la manera de aplicar el concepto en políticas concretas) y la redacción de documentos junto a otras instituciones internacionales. Dentro de esta última metodología, se pueden mencionar varios documentos que representan un gran aporte al estudio al CS:

- Programa 21-Capítulo 4, elaborado por la Cumbre de Río.
- Plan de Implementación de Johannesburgo-Capítulo III, redactado por la Cumbre de Johannesburgo.
- Here and Now - Educación para el consumo sustentable – Recomendaciones y guías de acción, escrito por la UNEP y la Task Force en Educación para el Consumo Sustentable liderado por Italia.
- A nivel regional los documentos más importantes son los Informes elaborados por las Reuniones de Expertos de Gobierno sobre Consumo y Producción Sustentables de América Latina y el Caribe, redactados por PNUMA y diferentes organizaciones oficiales pertenecientes a los Estados donde se realiza cada reunión.

---

<sup>8</sup> ONU - Marrakech Task Force on Education for Sustainable Consumption led by Italy. "Here and Now! Education for Sustainable Consumption. Recommendations and Guidelines". 2009

Los distintos países y bloques regionales han desarrollado algunas iniciativas para la promoción del CS. La Unión Europea ha emitido diferentes disposiciones y documentos donde se trata el tema y se invita a los países a adoptar políticas públicas sobre la materia.

Interesa destacar algunas acciones llevadas a cabo en España y que pueden ser imitadas en otros países. Entre estas se cuenta el “Libro Blanco del Consumo Responsable de Alcohol” elaborado por el instituto IESE de la Universidad de Navarra y la empresa DIAGEO S.A., este es un documento que intenta fomentar el consumo responsable de alcohol, e interesa en tanto es creado en coordinación entre una universidad y una empresa, y es la base de una serie de acciones concretas por parte de DIAGEO dentro de su plan de responsabilidad social empresaria<sup>9</sup>. Por otra parte, el ayuntamiento de Donostia – San Sebastián publica en Internet un diagnóstico acerca de la situación del Consumo Sostenible en esa localidad española; los aspectos que son tenidos en cuenta son: compra verde, consumo de productos “ecológicos”, comercio justo y consumo de productos de segunda mano<sup>10</sup>. Esos aspectos pueden ser observados para diagnosticar el estado situación del CS en otros lugares y a partir de allí poder elaborar indicadores.

Otros actores han realizado algunas acciones en distintas partes del mundo. Algunas empresas han realizado proyectos referidos a ecodiseño, reducción de embalajes y residuos, información a los consumidores, etc. En el mismo sentido, algunas organizaciones no gubernamentales han realizado campañas de educación y concientización de la ciudadanía sobre temáticas relacionadas con el CS y otros temas conexos. Entre estas organizaciones se encuentran: North American Sustainable Consumption Alliance (NASCA) que opera en EE.UU., Canadá y México, Ecologistas en Acción de España, Consumer Citizen Network, Consumers International, World Wildlife Foundation, Sierra Club, World Watche Institute, etc.

Un ejemplo de una organización de la sociedad civil que se encarga de promover el CS es el instituto Akatu que se encuentra en Brasil. La misión expresa de este instituto es concienciar y movilizar al ciudadano brasileño en su rol como agente transformador, como consumidor, para la construcción de la sostenibilidad de la vida en el planeta. Para esto brinda información y desarrolla distintas acciones en coordinación con empresas y otras organizaciones.

### **2.3 En el MERCOSUR**

En el ámbito del MERCOSUR el consumo sostenible es tratado por los órganos que se encargan de promover el cuidado del medioambiente. Tenemos que citar aquí como órganos principales el Subgrupo de Trabajo N° 6 (SGTN<sup>a</sup> 6) y la Reunión de Ministros de Medio Ambiente.

En el MERCOSUR encontramos algunas normativas que tratan sobre consumo y producción sostenibles. En 2001 se aprobó el “Acuerdo Marco sobre Medio Ambiente del MERCOSUR”; aunque éste acuerdo solo tenía un carácter programático incluía dentro de sus propuestas el fomento de actividades productivas ambientalmente sustentables. En él todavía no se menciona el Consumo Sustentable.

La verdadera incorporación de la Producción y el Consumo Sostenibles dentro de la agenda del regional recién se da luego de los compromisos asumidos por los países del bloque tras la Cumbre de Johannesburgo (2002) y el Acuerdo de Marrakech (2003).

---

<sup>9</sup> El libro del Consumo Responsable de Alcohol en España se puede consultar en la página web [http://www.iese.edu/es/files/Diageo\\_LibroBlanco.pdf](http://www.iese.edu/es/files/Diageo_LibroBlanco.pdf)

<sup>10</sup> El documento puede ser consultado en la página web: [http://www.agenda21donostia.com/cas/corporativa/docs/dia\\_consumo.pdf](http://www.agenda21donostia.com/cas/corporativa/docs/dia_consumo.pdf)

En 2002 se inició un proyecto regional destinado a establecer mecanismos de producción más limpia para pequeñas y medianas empresas. El Proyecto Competitividad y Medio Ambiente fue el que introdujo el tema de la Producción Sustentable.

Luego, en 2007 los países del bloque firmarán la principal normativa sobre estos temas: la llamada “Política de Promoción y Cooperación en Producción y Consumo Sostenibles en los países del MERCOSUR”, que fue fruto de la decisión N° 26/07.

Esta última está dirigida a los sectores productivos del bloque y las demás partes interesadas del ámbito público, privado, y de la sociedad civil. Su objetivo es contribuir a la sostenibilidad económica, social y ambiental de los sistemas productivos, mejorando su eficiencia y competitividad. La norma establece principios, objetivos específicos, lineamientos e instrumentos para promover la producción sostenible y contribuir al perfeccionamiento de las políticas de fomento productivo en el MERCOSUR.

EL objetivo de esta política es instrumentar el Acuerdo Marco sobre Medio Ambiente del MERCOSUR a través del desarrollo de acuerdos sectoriales en cuatro áreas temáticas entre las que encontramos: gestión sustentable de los recursos naturales, calidad de vida y planeamiento ambiental, instrumentos de política ambiental y actividades productivas ambientalmente sustentables.

La Política de Promoción y Cooperación en Producción y Consumo Sostenibles se encuentra en un proceso de incorporación a la normativa nacional de los Estados miembros del MERCOSUR, por lo que aún no se encuentra vigente. Esta política carece de poder vinculante porque se estableció como política de promoción y no de regulación.

Esta política es de carácter programática y tuvo la intención de comprometer a los países del bloque a trabajar en pos de la implementación de políticas públicas vinculadas a la producción y consumo sostenibles. Uno de los instrumentos que propone es la elaboración de “programas y proyectos orientados a la inclusión de prácticas de producción y consumo sostenibles en las administraciones públicas”. En este sentido a partir de 2008 el SGTN° 6 junto con el PNUMA inician el “Proyecto Piloto sobre Compras Públicas Sustentables en MERCOSUR”.

El proyecto sienta las bases institucionales para una estrategia regional de compras públicas sustentables con el objeto de introducir criterios y fomentar una cultura de consumo sustentable en las administraciones públicas.

En nuestro país la Dirección de Producción Limpia y Consumo Sostenible de la Nación promueve algunas acciones referidas a lograr compras públicas sostenibles en el marco de programas tales como “municipios sustentables” y algunos talleres de capacitación.

A pesar de las acciones citadas hasta aquí no habido gran éxito en la promoción del Consumo y la Producción Sostenibles dentro del MERCOSUR. Existen algunos factores que actúan como obstáculos e impiden el logro de las metas planteadas en los acuerdos, proyectos o políticas:

- Cuando los planteos de protección del medio ambiente pueden obstaculizar las actividades comerciales, son desechados o solo se llega a consensuar recomendaciones no vinculantes.
- Los órganos que trabajan cuestiones ambientales tienen bajo rango en la jerarquía institucional del MERCOSUR
- Las organizaciones no gubernamentales no registran una participación activa en la elaboración de las normas o proyectos.
- Hay asimetrías o falta de recursos entre los países socios. Esto supedita las acciones a la existencia de financiamiento externo.

- Falta de implementación a nivel nacional de la normativa acordada en el bloque. Esto hace que los acuerdos sean simples expresiones de deseo.
- Inexistencia de un esquema de certificación regional: El MERCOSUR no ha establecido un sistema regional que permita a las empresas organizar sus procesos productivos de acuerdo a criterios regionales de sustentabilidad. Además el hecho de no contar con certificaciones dificulta a los consumidores diferenciar los bienes y servicios que hayan sido producidos en forma sustentable.

Pero además de estos obstáculos, también existen una serie de incentivos que impulsan el proceso hacia delante y pueden superar algunos de los impedimentos antes citados. Un ejemplo de estos incentivos es la oportunidad que brindan los acuerdos internacionales de cooperación que abren la posibilidad de obtener fondos. Además los acuerdos ya logrados proporcionan un marco de referencia para futuras acciones.<sup>11</sup>

## 2.4 En Argentina

En nuestro país la Dirección de Producción Limpia y Consumo Sustentable que depende de la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación, es el principal órgano encargado de promover el Consumo Sustentable.

Esta Dirección ha llevado adelante algunas acciones como la promoción de compras públicas sustentables y una “Política Nacional de Producción más Limpia” que impulsa la producción sustentable dentro de las empresas. Para implementar esta última política se creó la Unidad de Producción Limpia y Consumo Sustentable (UPLYCS)

Dentro de dicha Dirección también se encuentra el Centro de Información de Producción Limpia y Consumo Sustentable (CIPLYCS), el cual se enmarca en el Memorandum de Entendimiento celebrado entre la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable (SAyDS) y la Oficina para América Latina y el Caribe del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA/ORLAC)<sup>12</sup>.

El Centro fue creado bajo dependencia directa del Secretario y de la Unidad mediante Resolución N°552/04, con el fin de impulsar la promoción de la producción limpia y el consumo sustentable.

Los objetivos del Centro son:

- Promover la producción más limpia;
- Promover el consumo sustentable;
- Capacitar técnicamente e intercambiar información;
- Mejorar la calidad ambiental y reducir la contaminación;
- Promover el cambio en los patrones de consumo y;
- Promover el desarrollo industrial sustentable

Además por resolución de la Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Sustentable en 2007 se creó el “Consejo Asesor de Producción y Consumo Sustentable” que reunió a instituciones públicas y privadas, ONG’s y universidades, buscando constituirse en un espacio de diálogo para impulsar la adopción de conceptos de producción y consumo sostenibles.

En el nivel nacional, existen ministerios, secretarías y dependencias que aunque no apunten directamente al consumo sostenible, se conectan con la temática. Por ejemplo:

- la Subsecretaría de Defensa del Consumidor a través de su página web, contiene recomendaciones para los consumidores, empresas y educadores acerca del consumo en general.

<sup>11</sup> FULQUET, Gastón A., (2009) “Políticas Ambientales en MERCOSUR: ¿Hacia una agenda regional de Producción y Consumo Sustentable?”, trabajo presentado en el IX Congreso Nacional de Ciencia Política de la Sociedad Argentina de Análisis Político

<sup>12</sup> <http://www.ambiente.gov.ar/?idseccion=52>. 12/05/09. 16:25 hs.

- La Secretaría de Agricultura , Ganadería, Pesca y Alimentos cuenta con el “Programa de certificación de Productos Orgánicos en la Argentina”
- La Dirección Nacional de Políticas, Coordinación y Desarrollo Hídrico del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios tiene un programa destinado al uso racional del agua (“Cultura del Agua”).

Es importante destacar como ejemplo de política pública en la Argentina, la Ley nacional N° 26093 y su Decreto Reglamentario, que promueve la utilización de biocombustibles en el país estableciendo beneficios impositivos para las inversiones en esta materia, obligando a que se mezcle el biodiesel y bioetanol con el gasoil y la nafta en porcentajes mínimos, etc.

En el nivel provincial y municipal generalmente no existen órganos dedicados específicamente al Desarrollo Sostenible y menos aún al Consumo Sostenible. Generalmente estos temas son abordados por órganos que se ocupan de la problemática ambiental que han elaborado algunas políticas públicas.

En la provincia de San Juan, al igual que en el resto de las provincias el CS no ha sido abordado en forma profunda, pero existen algunas políticas públicas que de distintos modos lo promueve, por ejemplo:

- la Ley General de Ambiente N° 6634 se refiere directamente a la promoción de patrones sustentables de consumo,
- la ley de 7715 adhiere a la Ley Nacional sobre biocombustibles.
- Las empresas mineras deben utilizar biocombustibles en sus actividades
- Se ha promovido el cambio de las lámparas tradicionales por las de bajo consumo en los domicilios
- Ante la escasez frecuente de agua, se suelen establecer restricciones a su uso y campañas de información para fomentar una eficiente utilización de este recurso
- Etc.

Por su parte algunas empresas han colaborado con la promoción del CS de diferentes modos. Sus acciones no han sido muchas, no han logrado un gran impacto. Algunas empresas que y Cámaras que han llevado adelante algunas acciones son: la Cámara Argentina de Productores Orgánicos, Unilever, Nestlé, Edenor, Tetrapack, Telefónica, Telecom, Shell, etc. Generalmente hicieron campañas de promoción del uso eficiente de recursos naturales, compras ecológicas, racionalización en el uso de servicios públicos, etc.

Las organizaciones no gubernamentales se conectan con el CS en forma transversal. Generalmente se trata de organizaciones ambientalistas, protectoras de los productores agrarios o promotoras del desarrollo sostenibles, que entre sus acciones y programas cuentan con algunos que promueve alguna forma de consumo sostenible. Dentro de estas organizaciones se encuentra: el Movimiento Argentino para la Producción Orgánica, la Unión de Usuarios y Consumidores, Adelco, Greenpeace, Titrayju, etc.<sup>13</sup>.

Un ejemplo a destacar dentro del ámbito de la sociedad civil es el Instituto Argentino para el Desarrollo Sustentable que se creó en el año 2007. Se trata de una organización no gubernamental, sin fines de lucro, formada por profesionales de diferentes áreas del conocimiento como economía, ingeniería, biología, ciencia política, derecho, con especialización y amplia experiencia en la temática ambiental y del desarrollo sustentable.

---

<sup>13</sup> Algunos otros datos sobre las acciones llevadas a cabo por empresas, organizaciones de la sociedad civil y gobiernos pueden ser consultadas en el documento publicado por la Unidad de Producción Limpia y Consumo Sustentable en la página web [http://aplicaciones.medioambiente.gov.ar/archivos/web/UPLCS/File/Documento\\_Base\\_CS.pdf](http://aplicaciones.medioambiente.gov.ar/archivos/web/UPLCS/File/Documento_Base_CS.pdf)



Los proyectos y actividades que desarrolla se orientan a la generación de propuestas y acciones que tienden a mejorar la sustentabilidad de los sectores gubernamental, productivo y de la sociedad civil, promoviendo asimismo la modificación de los patrones de consumo actuales.

Dentro de su amplio espectro de programas se encuentra el Programa Consumo Sustentable, el cual persigue los siguientes objetivos:

Objetivo General:

- Promover la incorporación de patrones de consumo sustentables

Objetivos específicos

- Elaborar un programa sobre uso racional de los servicios públicos
- Desarrollar un proyecto sobre comercio justo
- Sensibilizar a través de difusión y educación a actores clave
- Desarrollar un Proyecto piloto en gobierno local

A su vez el Instituto da una particular relevancia al papel de los jóvenes en el consumo y por ello está desarrollando el Programa Jóvenes y Estilos de Vida Sustentables, el cual pretende:

- Lograr que los jóvenes se pregunten sobre las consecuencias ambientales y sociales de su comportamiento como consumidores.
- Que obtengan la formación necesaria para que modifiquen sus actitudes hacia pautas de consumo más responsables.
- Que tengan información para poder canalizar sus compras de bienes y servicios hacia proveedores que tienen un compromiso manifiesto con la sustentabilidad y mantienen políticas empresariales consistentes con el consumo responsable.

## **2.5 Mucho por hacer**

En líneas generales se puede afirmar que hasta fines del siglo XX el CS no había adquirido gran relevancia, figuraba como un tema a tratar en diferentes agendas de cumbres internacionales pero no se traducía en acciones concretas de abordaje del mismo.

A principios del siglo XXI el tema fue estudiado en mayor profundidad, sin embargo el cumplimiento de los objetivos propuestos en las cumbres y tratados sigue siendo escaso. En nuestro país la legislación existente y las acciones llevadas a cabo por los distintos actores (empresas, organizaciones no gubernamentales y gobiernos) son pocas y sin grandes impactos.

Es digno de destacar que en el ámbito de la ONU, el MERCOSUR y en nuestro país, el consumo sostenible se halla estrechamente vinculado a la producción sostenible, tanto en las propuestas que se hacen como en los órganos encargados de atender estos temas.

Ante esta situación la presente investigación ha decidido estudiar específicamente el Consumo Sostenible destacando su importancia, ya que considera al consumo como un orientador de la oferta que tiene una fuerte influencia sobre los patrones de producción. Los sectores productivos desarrollan productos y servicios que buscan satisfacer las necesidades y requerimientos de los consumidores. Por ello, cualquier cambio hacia patrones de consumo sostenibles generará un giro hacia patrones de producción sostenibles.

Con respecto a la definición de Consumo Sostenible hoy el desafío es precisarlo, teniendo en cuenta que no solo debe contener una propuesta de reducción del consumo de determinados bienes perjudiciales para el medio ambiente, o de los niveles de consumo en general, sino que debe promover nuevos patrones de consumo a escala

global y local que contemplen la satisfacción de las necesidades básicas de las personas, el desarrollo social, económico y la preservación del medio ambiente.

Finalmente, se puede decir con respecto al CS que algunas acciones se han llevado a cabo: existe un concepto del mismo, forma parte de las agendas públicas y ha sido objeto de acuerdos internacionales. Sin embargo lo logrado hasta ahora no es suficiente para generar un impacto considerable sobre los niveles y estándares de consumo a nivel mundial y/o regional y el CS no es considerado de vital importancia por los Estados ya que las políticas adoptadas tienen como objetivo principal lograr la preservación medioambiental y no buscan crear modalidades socioculturales y patrones de consumo que sean sostenibles y que permitan hacer del CS un estilo de vida.

### **3. EL CONSUMO SOSTENIBLE FRENTE AL CONSUMISMO Y AL CONSUMO NO SOSTENIBLE**

Para definir al Consumo Sostenible es necesario determinar qué se entiende por consumismo y consumo no sostenible, por ello a continuación se profundiza en estas nociones.

#### **3.1 El consumismo**

El consumo es un proceso que forma parte de la vida social y es una función imprescindible de la vida biológica que se da en toda la historia y en toda época; el consumo trae consigo vínculos y relaciones humanas. Por el contrario, según el sociólogo Zygmunt Bauman el consumismo es un tipo de acuerdo social que resulta de la reconversión de los deseos, ganas o anhelos humanos en la principal fuerza de impulso y de operaciones de la sociedad; esta fuerza coordina la reproducción sistémica, la integración y estratificación social y la formación del individuo.

El contraste entre ambos conceptos, es que el consumo es propio del organismo humano y de toda época, mientras que el consumismo es una adquisición o una característica de una sociedad histórica concreta, el cual no es inherente a la naturaleza del individuo. La sociedad posmoderna tiene como una de sus características el consumismo.<sup>14</sup>

#### **3.2 Consumo No Sostenible**

Los patrones de consumo no sostenibles han sido objeto de debate en varias cumbres de la ONU, donde se hicieron aproximaciones a esta noción en relación al desarrollo y consumo sostenibles:

- "Para lograr un desarrollo sostenible y una mayor calidad de vida para sus pueblos, los estados deberán reducir y eliminar los patrones insostenibles de producción y consumo y promover políticas demográficas apropiadas".<sup>15</sup>
- "Debemos considerar la necesidad de adoptar nuevos conceptos de riqueza y prosperidad, lo cual no sólo permitirá alcanzar mayores estándares de vida mediante el cambio de los estilos de vida, sino también nos hará menos dependientes de los recursos finitos de la Tierra y nos colocará en armonía con las capacidades de ésta"<sup>16</sup>.

---

<sup>14</sup> Zygmunt Bauman. Vida de Consumo

<sup>15</sup> Informe de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. Principio 8, resultado de la Cumbre de la Tierra en Río (1992).

<sup>16</sup> Capítulo 4 de la Agenda 21, documento creado en la Cumbre de la Tierra.

- "...la causa más importante del deterioro continuo del medio ambiente global son los patrones insostenibles de consumo y producción, particularmente en los países industrializados..."<sup>17</sup>
- "...lograr un desarrollo sostenible requerirá tanto de la eficiencia en los procesos de producción como de los cambios en los patrones de consumo... en muchas instancias, esto requerirá de una reorientación en los procesos de producción actuales y los patrones de consumo, los cuales han surgido predominantemente de los países desarrollados y están siendo imitados cada vez con mayor frecuencia en la mayor parte del mundo, incluyendo a los países en vías de desarrollo"<sup>18</sup>

Finalmente se puede afirmar que el CS es opuesto a todas las formas de Consumo no Sostenible, una de ellas es el consumismo. Como se mencionó previamente, el consumismo es una característica de la sociedad actual, que consiste en un estilo de vida volcado a consumir siempre más, sin control, y por supuesto sin responsabilidad hacia los efectos que produce sobre la ecología y en relación con los que menos tienen. Entonces el consumismo se refiere a un estilo de vida, en cambio el Consumo no Sostenible hace referencia a consumos concretos; una persona puede consumir insosteniblemente sin caer por ello en el consumismo. Por ejemplo: una persona posee una heladera obsoleta que consume mucha energía (consumo no sostenible) pero a su vez es una persona austera, no consumista.

### 3.3 Consumo Sostenible

La presente investigación pretende analizar y desarrollar el concepto de Consumo Sostenible, el cual nace de la noción de consumo anteriormente descrito, un consumo como parte inherente al hombre que le permite satisfacer sus necesidades y desarrollarse como tal.

El término CS tiene su origen en el término Desarrollo Sostenible. La definición más común de desarrollo sostenible es la utilizada por la Comisión Brundtland: "Es aquel desarrollo que cubre las necesidades presentes sin poner en riesgo la habilidad de próximas generaciones para cubrir sus propias necesidades" (WCED, 1987:43).

A continuación se detallarán las diferentes definiciones de CS que han presentado diferentes organizaciones:

- "Conjunto de acciones que tratan de encontrar soluciones viables a los desequilibrios (sociales y ambientales) por medio de una conducta más responsable. El objetivo es asegurar que se satisfagan las necesidades básicas de la comunidad global en su conjunto mientras se reducen los excesos y se evita el daño ambiental."<sup>19</sup>

En este concepto se expresa claramente que no se trata sólo de consumir menos sino de consumir de manera diferente y eficiente. En muchos casos lo que se necesita es redistribuir la oportunidad de consumir, puesto que un gran número de personas en el mundo necesitan consumir más, tan sólo para sobrevivir. Otros muchos deberían hacer elecciones más responsables. Al final, eso significaría un menor uso de recursos, una disminución en la generación de emisiones contaminantes y se cubrirían las necesidades de la población mundial.

<sup>17</sup> Capítulo 4 de la Agenda 21

<sup>18</sup> Capítulo 4 de la Agenda 21.

<sup>19</sup> Manual de educación para un consumo sostenible youth x change (Jóvenes por el cambio). Se trata de un programa de las Naciones Unidas y del UNEP, por medio del cual pretenden informar y educar a los jóvenes para que cambien sus hábitos de consumo.

- “El uso de servicios y productos relacionados que responden a las necesidades básicas y conllevan una mejor calidad de vida, minimizando el uso de recursos naturales y materiales tóxicos así como también la emisión de residuos y contaminantes sobre el ciclo de vida, de tal forma que no haga peligrar las necesidades de las futuras generaciones”.<sup>20</sup>

En esta definición, la noción de consumo sostenible, es tratada como un concepto dinámico que indica la dirección del cambio deseado o necesario, pudiendo modificarse a medida que se obtiene nueva información y se establecen preferencias políticas.

- El consumo sostenible es un término sombrilla que reúne en sí mismo toda una serie de factores como -satisfacción de necesidades, mejoramiento de la calidad de vida, mejoramiento en la eficiencia de los recursos, incremento del uso de recursos energéticos renovables, reducción de desperdicios, adopción de una perspectiva responsable del ciclo de vida del producto y consideración por la dimensión de equidad. Integrar estos componentes es la cuestión central de cómo brindar los mismos o mejores servicios para satisfacer las necesidades básicas de la vida y las aspiraciones de mejora de las generaciones presente y futura, mientras se continúa reduciendo el daño ambiental y el riesgo de la salud humana. Por lo tanto, un problema central es la manera en la cual se pueden llevar a cabo las mejoras necesarias en la calidad ambiental mediante la implantación de bienes y servicios más eficientes y menos contaminantes (patrones de consumo), más que en la reducción del consumo de bienes y servicios (niveles de consumo). La realidad política en las sociedades democráticas es tal que será más fácil cambiar los patrones de consumo, más que los volúmenes de consumo, aunque es necesario atender ambos problemas".<sup>21</sup>

Un obstáculo importante para lograr los factores propuestos de eficiencia, está relacionado con el hecho de que el sistema económico actual no toma en cuenta los factores sociales, éticos y ambientales del consumo y la producción.

Como conclusión de este apartado, se puede sostener que la definición del concepto de Consumo Sostenible está en proceso de construcción. Actualmente las definiciones ponen énfasis en un consumo que sólo debe cubrir las necesidades básicas, sin embargo el hombre debe satisfacer otras necesidades que hacen a su desarrollo humano integral, concepto en el cual se profundizará en la conclusión de este trabajo.

En esta investigación se sostiene que cualquier estudio sobre CS debe abarcar no solo una definición conceptual escueta, sino también un análisis de las dimensiones o aspectos que el CS involucra. La mayoría de las definiciones ponen su acento en lo ecológico. Es necesario abrir este espectro, y considerar no solo esta dimensión sino también otras tales como la económica y la social.

#### **4. EL CONSUMO SOSTENIBLE DESDE TRES ENFOQUES**

Una vez comprendidos los conceptos de Consumo Sostenible acuñados internacionalmente, se puede avanzar en el análisis de los enfoques ecológico, económico y social. Este análisis multidisciplinar aporta una visión superadora de la

<sup>20</sup> Comisión de Naciones Unidas para el Desarrollo Sustentable. 1995. Fuente: Ministerio de Salud y Ambiente de la República Argentina y PNUMA (2006),

<sup>21</sup> Mesa Redonda sobre Producción y Consumo Sostenible en Oslo, 1995

perspectiva puramente ecológica que ha caracterizado la mayoría de los estudios sobre el CS.

#### **4.1 Enfoque Ecológico: la necesidad ecológica de cambiar los patrones de consumo actuales**

El deterioro del medio ambiente ha sido la consecuencia más evidente de los patrones insostenibles de producción y consumo. La toma de conciencia acerca de las consecuencias desastrosas del cambio climático y del calentamiento global ha movido a la sociedad a replantearse la manera de vincularse con el medio ambiente y a examinar con mayor rigor los modelos de producción y consumo, tanto personales como corporativos y estatales.

El cuidado del medio ambiente es un aspecto central del CS, tanto es así que la preocupación por preservarlo lleva a los organismos internacionales y organizaciones civiles alrededor del mundo a plantear cambios concretos en el consumo actual, tendiendo a la implementación de un consumo más sostenible.

Ya desde la Cumbre de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo celebrada en Río de Janeiro en 1992, también denominada Cumbre de la Tierra, la comunidad mundial ha hecho pública su preocupación al respecto:

“Debe prestarse particular atención a la demanda de recursos naturales generada por el consumo insostenible, así como al uso eficiente de esos recursos, de manera coherente con el objetivo de reducir al mínimo el agotamiento de esos recursos y reducir la contaminación”

Muchos gobiernos han aplicado incentivos económicos y reglamentarios, como los impuestos ambientales, los impuestos por contaminación, las tasas de incumplimiento, las garantías de desempeño y los códigos de conducta voluntarios.

Las empresas, por su parte, han introducido procesos de producción menos contaminantes y más eficientes desde el punto de vista ecológico y han reducido la contaminación y otros efectos ambientales mediante el diseño, el envasado y el etiquetado ecológicamente beneficiosos.

Los ciudadanos también son protagonistas de este cambio ya que han adquirido más conciencia sobre las responsabilidades y las opciones de los consumidores. Cada vez son más los que practican las tres "R" (reducir, reutilizar y reciclar) y existe la voluntad de pagar más por productos orgánicos y no perjudiciales para el medio ambiente.<sup>22</sup>

En el marco de los acuerdos internacionales, hubo un paso importante con el Protocolo de Kyoto firmado en diciembre de 1997 por más de 40 países que se comprometen a reducir el total de sus emisiones de gases de efecto invernadero a un nivel no inferior en 5% al de 1990 en el período de compromiso comprendido entre el año 2008 y el 2012.

A su vez, el Protocolo incita a los firmantes al desarrollo de energías más eficientes, promoción de prácticas sostenibles de gestión forestal, forestación y reforestación, promoción de modalidades agrícolas sostenibles a la luz de las consideraciones del cambio climático, limitación y/o reducción de las emisiones de metano mediante su recuperación y utilización en la gestión de los desechos, la producción, el transporte y la distribución de energía.

En la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible, celebrada en Johannesburgo en el año 2002 se manifiesta un alto interés en la transferencia de tecnología eco-eficiente desde los países desarrollados hacia las economías en transición. El punto 22 de su Capítulo III trata de la reducción de los efectos adversos que se generan sobre el medio ambiente en los países en desarrollo mediante la disminución de los desechos y el aumento de la reutilización, reciclaje y uso de materiales eco-eficientes.

<sup>22</sup> [www.un.org/CONSUMORESPONSABLE/CumbredeJohannesburgo2002](http://www.un.org/CONSUMORESPONSABLE/CumbredeJohannesburgo2002). Visitado 04/05/09 20 hs.

También hace hincapié en la necesidad de implementar estrategias de transporte sustentables mediante el desarrollo de tecnologías automotrices ecológicamente responsables.

En 2007 la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD por sus siglas en inglés) desarrolló la iniciativa del BioTrade o BioComercio. El término BioComercio es entendido como aquellas actividades de recolección, producción, transformación y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa (recursos genéticos, especies y ecosistemas) que involucran prácticas de conservación y uso sostenible, y son generados con criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica.<sup>23</sup> Los Principios de esta iniciativa son:

1. Conservación de la biodiversidad
2. Uso sostenible de la biodiversidad
3. Distribución justa y equitativa de beneficios derivados del uso de la biodiversidad
4. Sostenibilidad socio-económica (de gestión, productiva, financiera y de mercado) Cumplimiento de la legislación nacional e internacional
5. Respeto de los derechos de los actores involucrados en el BioComercio
6. Claridad sobre la tenencia de la tierra, el uso y acceso a los recursos naturales y a los conocimientos

Este modelo busca generar una producción sostenible, mediante un consumo y utilización moderada de materias primas que provienen de la biodiversidad.

#### **4.1.1 Situación Actual**

Sin perder de vista los progresos anteriormente mencionados, es preciso exhibir una visión general de los efectos de los patrones actuales de consumo en el medio ambiente, como así también los retos a los cuales deberá enfrentarse la población mundial.

Según el Manual de Educación para un Consumo Sostenible desarrollado por el programa Jóvenes por el Cambio dependiente de la UNESCO y PNUMA, nuestro planeta pierde cada año una superficie de tierra fértil más o menos del tamaño de Irlanda como resultado de la sobreexplotación del suelo y la deforestación. Los datos del Fondo Mundial para la Vida Silvestre (WWF por sus siglas en inglés) muestran que un ciudadano medio en el mundo requiere 2,3 hectáreas para producir lo que consume cada año y depositar los residuos que genera. Eso supone un 40% más de lo que es sostenible. Si se habla de un europeo, el mismo necesita el doble de la superficie mencionada, los estadounidenses, 25 veces más. Por el contrario, los ciudadanos de Bangladesh utilizan tan sólo la tercera parte de dicha superficie. Esto indica claramente el desequilibrio del consumo, el cual está muy por encima de los niveles sostenibles en los países desarrollados y muy por debajo de lo necesario en los países subdesarrollados.

Además de la contaminación de la tierra, los hábitos de consumo actuales también contaminan el aire. La flota de automóviles, que es considerada como parámetro de crecimiento y progreso de las economías, puede en muchos casos ser contraproducente. Si bien los automóviles son esenciales en la vida moderna, también es correcto afirmar que el mal uso que se hace de ellos genera graves problemas ecológicos. El 80% de los automóviles en el mundo pertenecen al 20% de la población mundial, principalmente en los países desarrollados. Hay más automóviles en Los Ángeles que en la India, China, Indonesia, Pakistán y Bangladesh juntos. Las emisiones de CO<sup>2</sup> están contaminando ciudades a niveles críticos y las calles se encuentran severamente congestionadas por el volumen del tráfico. Las emisiones de este gas en EE.UU. sumaron un total de 291

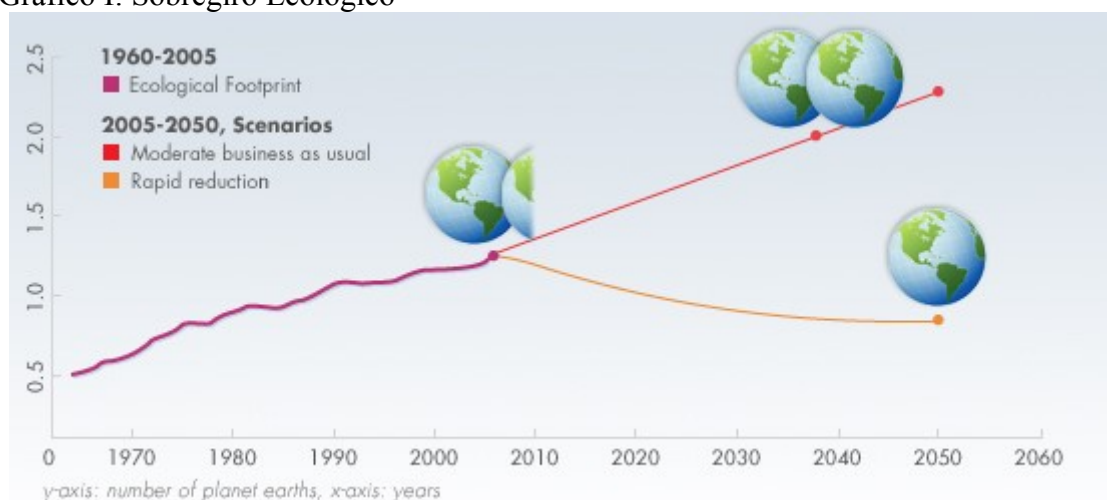
---

<sup>23</sup> Cfr. UNCTAD. UNCTAD/DITC/TED/2007/4. Publicación de las Naciones Unidas. 2007

millones de toneladas en 1997, lo que excedió el total de emisiones generadas en casi todo el mundo.<sup>24</sup>

Un nuevo concepto que está siendo usado por científicos, empresas, gobiernos e individuos comprometidos con el cuidado del medio ambiente es el de la Huella Ecológica. En 1990 Mathis Wackernagel y William Rees de la Universidad de la Columbia Británica desarrollaron este parámetro que mide cuánta área de la tierra y del agua requiere una población humana para producir el recurso que consume y absorber sus desechos usando la tecnología prevaleciente. En su portal Web puede encontrarse información sobre el denominado “Sobregiro Ecológico” que significa que los recursos se convierten en desechos más rápidamente que los desechos se convierten en recursos. Hoy la humanidad utiliza el equivalente de 1.3 planetas cada año, es decir que actualmente le cuesta a la tierra un año y cuatro meses para regenerar lo que el hombre utiliza en un año. La ONU sugiere que si las tendencias actuales de la población y del consumo continúan, para el año 2050 se necesitará el equivalente a dos tierras.

Gráfico I: Sobregiro Ecológico



Fuente: The Ecological Footprint

Algunos de los efectos más notables del sobregiro son: El colapso de las industrias pesqueras, disminución de la cubierta forestal, agotamiento de los sistemas de agua fresca, la acumulación de contaminación y el cambio del clima global.

El sobregiro también contribuye a los conflictos y guerras sobre los recursos, las migraciones masivas, el hambre, la enfermedad y otras tragedias humanas; además tiende a tener un impacto desproporcionado en los pobres, quienes no pueden comprar su salida del problema consiguiendo recursos de otras regiones.<sup>25</sup>

El análisis ecológico de la necesidad del CS muestra que es evidente que las sociedades no pueden continuar consumiendo como hasta ahora. Es imperioso tomar conciencia de que los patrones de consumo deben cambiar a fin de encontrar un equilibrio en el uso de los recursos naturales. Además, hay una grave inequidad en el consumo por parte del Primer Mundo con respecto a los países pobres del planeta.

Tanto los productores como los consumidores, los individuos, las corporaciones y el mismo Estado deben ser responsables con el medio ambiente y desarrollar patrones de producción y consumo ecológicamente sostenibles.

## 4.2 Enfoque social: La necesidad social de un Consumo Sostenible

<sup>24</sup> Jóvenes por el Cambio. Manual de educación para un consumo sostenible. UNESCO / UNEP. 2002

<sup>25</sup> [www.earthday.net/footprint](http://www.earthday.net/footprint). Visitado 10/08/09 15:00 hs.

La noción de Consumo Sostenible abraza distintas dimensiones. Dentro de éstas, la dimensión económica y la ambiental han sido analizadas en mayor profundidad por los organismos internacionales y gobiernos. Plantear la necesidad de un Consumo Sostenible ha significado proponer medidas o soluciones ante problemáticas medioambientales o económicas. A pesar de que la dimensión social ha formado parte de algunos conceptos, poco se ha profundizado en ella.

La sociedad necesita practicar un consumo sostenible. Lograr esto implicaría modificar hábitos de consumo y modos de relación social. Estas modificaciones son cruciales para alcanzar la meta del Desarrollo Sostenible.

Los hábitos de consumo de personas y familias son motivados por una serie de factores o criterios, algunos de los cuales son de interés personal (precio, calidad, preferencias individuales, etc.) y otros son motivos sociales (cultura, identidad, contexto social, preocupaciones ambientales y sociales, etc.).<sup>26</sup> Es decir, los aspectos sociales son uno de los determinantes de los patrones de consumo de las personas. A su vez, los patrones insostenibles de consumo generan impactos sociales (también económicos y ambientales).

Por otra parte, no sirve que el Consumo Sostenible sea practicado solo por personas individuales (aunque sean muchas), es necesario que sea una sociedad la que adopte patrones sostenibles de consumo, para que el cambio sea factible y real.

Roberto Guimarães, reconocido cuentista social latinoamericano, proclama la insustentabilidad del estilo actual de desarrollo debido a la creciente exclusión que genera. Destaca que la economía de mercado es excelente generadora de riquezas, pero es también productora de profundas asimetrías sociales. No es la riqueza la condición para el desarrollo humano, sino el uso que se hace de esa riqueza.

*“Pese a que hemos sido llevados a creer ciegamente que mientras más nos transformemos de ciudadanos en consumidores, más nos acercamos a la libertad y la felicidad, la verdad es que nos tornamos menos humanos en el camino”.*<sup>27</sup>

Zygmunt Bauman, sociólogo polaco, acuñó el término “modernidad líquida” para referirse a la posmodernidad o la fase actual de la historia de la modernidad. En distintas obras analiza las características del consumo en estas sociedades.

En su obra Vida de Consumo opone los conceptos consumo y consumismo. El consumo es un proceso que forma parte de la vida social, es inalienable y es una función imprescindible de la vida biológica que se da en toda la historia y en toda época; el consumo trae consigo vínculos y relaciones humanas. Por el contrario, el consumismo es un tipo de acuerdo social que resulta de la reconversión de los deseos, ganas o anhelos humanos en la principal fuerza de impulso y de operaciones de la sociedad; esta fuerza coordina la reproducción sistémica, la integración y estratificación social y la formación del individuo. El contraste entre ambos conceptos, es que el consumo es propio del organismo humano y de toda época, mientras que el consumismo es una adquisición o una característica de una sociedad histórica concreta, el cual no es inherente a la naturaleza del individuo. La sociedad posmoderna o “líquida” tiene como una de sus características el consumismo.

El consumismo trae consecuencias: desafecta los vínculos, aumenta la desigualdad entre los hombres, socava la confianza en el otro y profundiza los sentimientos de miedo e inseguridad.

---

<sup>26</sup> “¿Hacia un consumo sostenible en los hogares? Tendencias y políticas en los países de la OCDE”, en [http://www.ecodes.org/pages/especial/documentos/consumo\\_sostenible\\_OCDE.pdf](http://www.ecodes.org/pages/especial/documentos/consumo_sostenible_OCDE.pdf).

<sup>27</sup> GUIMARÃES, Roberto P., “Modernidad, Medio Ambiente y Ética: un nuevo paradigma de desarrollo” presentado en la Conferencia Internacional Amazonia 21, Brasil, 1997



Bauman, en otra de sus obras llamada “La Sociedad Sitiada” sostiene que en la sociedad de consumo actual ha desaparecido el impulso a la acumulación de posesiones, ya que las personas se apropian de los objetos no para conservarlos, sino para usarlos, y por tanto para tenerlos por el tiempo que se los usa y no más. Hoy, un objeto es útil, no por su capacidad de prestar un servicio, sino *“por el deseo que quien lo adquirió siente por sus servicios”*. Por esto: *“puede que el objeto esté en perfectas condiciones de funcionamiento, pero si sus usos han perdido el valor agregado de la novedad o si otros objetos ofrecen servicios más tentadores (quizá solo porque aún no se los probó), no sirve más... de modo que se convierte en basura, cuyo lugar natural debe ser el basurero.”* Y más adelante agrega, *“cuanto más alto sea el puesto de un país en la jerarquía de desarrollo económico, mayor será la masa de desechos que produzca, incluso aunque otros índices de bienestar no hayan podido alcanzar un nivel respetable”*<sup>28</sup>

Con estas frases el autor comenta y retrata una característica del estilo de desarrollo no sostenible, la existencia de un consumo no sostenible, que consume y desecha demasiado; un ejemplo es el gran recambio de celulares, que terminan en la basura en cuanto su propietario descubre que hay un modelo nuevo.

En esta modernidad líquida, las personas no experimentan las necesidades de consumo como un estado de tensión desagradable, ni identifican la felicidad con la eliminación de esa tensión cuando se obtiene aquello que se necesita para satisfacer esa necesidad. Hoy el consumo ha dejado de ser un medio para transformarse en un fin en sí mismo y una vocación. Un fin que tiene por propósito perpetuarse e intensificarse. Una vocación frente a la cual las personas miden y explican la corrección e incorrección, los éxitos y fracasos, y la felicidad e infelicidad.<sup>29</sup>

*“En una sociedad de consumidores todos tienen que ser, deben ser y necesitan ser consumidores de vocación... En esa sociedad el consumo como vocación es un derecho humano universal y una obligación humana universal que no admite excepciones”*<sup>30</sup>

Esa sociedad de consumidores promete felicidad terrenal, aquí y ahora, instantánea y perpetua; pero esa felicidad que se lograría por satisfacer necesidades al consumir, tiene un umbral específico y pasado ese límite el consumidor no encuentra felicidad sino que se somete a un yugo hedonista, y surgen en él sentimientos antisociales, inconformismo, inseguridad, infelicidad, depresión, estrés y consumo acelerado.<sup>31</sup>

En la actualidad, destaca Bauman, la satisfacción de necesidades ya no es el motor del consumo y no es la supervivencia su principal propósito. *“La sociedad de consumo proclama abiertamente la imposibilidad de satisfacción”*. Ni siquiera es el deseo el que mueve al consumidor actual (como lo fue en algún momento), sino el anhelo. El anhelo es la *“liberación de fantasías inciertas”* y lo que mantiene en marcha a la sociedad de consumo. Es un estimulante más poderoso que el deseo. *“El anhelo completa la liberación del principio del placer, purgando los últimos residuos de cualquier impedimento que aún pueda oponerle el principio de la realidad”*<sup>32</sup>.

Por lo antes dicho, existe una necesidad social de lograr patrones de CS. Lograrlo implica un cambio que lleve a abandonar ese modelo de sociedad consumista.

La sociedad consumista, sería lo que Fromm<sup>33</sup> denomina una sociedad orientada al tener. Dentro de ésta los hombres y grupos definen su vida y existencia por lo que tienen y puedan tener, fundamentalmente cosas materiales, pero también personas,

<sup>28</sup> Bauman, Z. (2002), “La Sociedad Sitiada”, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica. Pág 188

<sup>29</sup> Bauman, Z. (2002), Pág. 183-185

<sup>30</sup> Bauman, Z. (2007). Pág. 81

<sup>31</sup> Bauman, Z. (2007). Pág. 69

<sup>32</sup> Bauman, Z. (2002), op.cit., Pág. 225-227

<sup>33</sup> FROMM, Erich. “Del tener al ser”. Paidós. 1993

valores, cultura; todo puede convertirse en objeto de consumo. Estos objetos toman mucha importancia ya que la valoración social y personal depende de ellos. Según Fromm, el problema no reside en el consumo, sino en definir mi ser a partir de él.

Esta modalidad de existencia presenta dos características fundamentales que van a influir en la calidad de los vínculos sociales que se establezcan: El narcisismo y el egoísmo.

El narcisismo es una orientación por la que todo interés y toda pasión se dirigen a la propia persona, para el narcisista lo único que le atañe es él mismo, su propio placer y bienestar, por lo tanto va ligado al hedonismo. El narcisista levanta un muro invisible en torno suyo, por lo tanto su sentimiento de realidad se vuelve escaso y es incapaz de amor o interés por fuera de estos límites.

El egoísmo consiste en querer todo para sí, al egoísta no le gusta dar ni compartir, no encuentra satisfacción en la solidaridad, la cooperación ni el amor. Vive receloso de los demás, ansioso de tomar y reacio a dar. Está solo, sin relaciones auténticas y su fuerza está en lo que tiene.

Estas dos características demarcan la calidad de los vínculos que en una sociedad consumista pueden darse y obstaculizan una abierta y sincera interacción con el otro, ya que prevalece el interés por el propio beneficio.

En la sociedad consumista las relaciones no implican una comunicación auténtica entre un yo y un tú y no conducen a un enriquecimiento mutuo, ni al compromiso. Por el contrario, se entablan por diversión, por la capacidad de éstas de brindar placer. Por lo general al cabo de un tiempo aburren y deben ser intercambiadas por otras, que por novedosas resultan más atractivas.

Otras relaciones son iniciadas y conservadas por interés, debido a que acarrear algún beneficio económico, político o social. Tienen una utilidad específica, por ejemplo aquellas que sirven para ensalzar el estatus. En cuanto dejan de cumplir su función son descartadas.

Por otro lado aquellos objetos que definen a la persona necesitan ser mostrados para tener valor. Es la mirada del otro la que confirma, la que avala en cuanto sujeto. Una persona con todas sus posesiones carece de importancia si nadie la mira, o admira. Por lo tanto los otros pueden servir como meros espectadores.

Así, se puede decir que modalidad consumista afecta las relaciones, ya que dificulta una comunicación auténtica entre dos personas que se miran y aprecian en su individualidad y dignidad.

Un camino para vencer las desigualdades económicas y sociales entre las personas (que en la sociedad actual son en buena medida desigualdades en los niveles y tipo de consumo) es terminar con la mentalidad personal y el ethos consumista.

En el ámbito del poder político de los estados, de las grandes empresas y de las organizaciones internacionales, poco se habla de cambios sociales para lograr un consumo sostenible. No solo porque es muy difícil encontrar instrumentos eficaces para lograr ese cambio, sino también porque quienes deciden forman parte de la misma sociedad consumista. Todos somos parte de esta sociedad, que para cambiar necesita reconocer sus problemas.

Hoy no hay nadie que se declare expresamente opuesto al desarrollo sustentable. Sin embargo, las acciones concretas para conseguirlo son difíciles de concretar. En realidad, no se puede esperar que los actores promotores del desarrollo sustentable sean los mismos que se benefician con el actual modelo insustentable, ya que éstos tendrán mucho que perder con el cambio. La solución solo podrá venir de una amplia alianza entre grupos y estratos sociales.

Esto nos plantea la necesidad de pensar quienes podrían ser los actores que promuevan la existencia de patrones de consumo sostenible, y quienes se podrían oponer a ello. Quienes se opongan quizá no lo hagan expresamente, puede ocurrir también que respeten la idea de CS en general, y solo se opongan a cambiar las modalidades de consumo que a ellos no les conviene que cambien.

Estos actores que podrían oponerse a los cambios son aquellos que se benefician con el modelo de sociedad consumista y con el desarrollo derrochador y contaminador. Algunos podrían ser por ejemplo:

- Las empresas que producen bienes de lujo cuya demanda existe solo si la sociedad tiene modalidades de consumo que podríamos calificar como consumista.
- Las empresas que en sus procesos productivos contaminan, y en las cuales no es posible o es muy oneroso, reconvertir estos procesos de manera de lograr una producción limpia o responsable con el medio ambiente y la sociedad.
- Los gobiernos de aquellos países o regiones cuyas economías se sostienen con industrias de este tipo.
- Los medios de comunicación que obtienen sus ingresos a partir de pautas publicitarias de empresas que fomentan patrones de consumo insostenibles.
- Los grupos sociales que se definen según las pautas de la sociedad consumista: Si lo que determina el valor de un sujeto o grupo es la cantidad y ostentación de objetos de lujo que posee, resulta difícil que se incline a la moderación y responsabilidad en el uso de los mismos, ya que su sentimiento de identidad depende de ellos.

Estos actores pueden tener un peso relativo importante, ya que pueden ser las empresas claves dentro de una economía provincial o nacional, generadoras de empleo y valor agregado, y con una fuerte influencia sobre los medios de comunicación y el Estado. O pueden ser gobiernos nacionales, de países desarrollados o no, que participen de cumbres internacionales donde se traten problemas medioambientales y que obstaculicen la firma de acuerdos que establezcan compromisos importantes en materia de reducción de la contaminación o del consumo de bienes perjudiciales para el hombre o para el ecosistema.

Las estrategias que empleen estos actores pueden ser diversas. Se resistirán a cambios en sus conductas, y estarán dispuestos a luchar para defender sus hábitos de producción y consumo. Más aún estarán dispuestos a utilizar todos sus recursos, para evitar cambios que hagan peligrar su existencia.

Se podría imaginar por ejemplo una región cuya economía se sostiene con industrias altamente contaminantes, que en algún momento decide cambiar su modelo de desarrollo y fomentar la existencia de empresas cuyas producciones sean sostenibles y cobrar impuestos a las industrias contaminantes. Éstas últimas, junto con sus proveedores y clientes se opondrán al nuevo modelo.

Los ejemplos de actores que se puedan oponer a modalidades de consumo sostenibles pueden ser muchos. Aunque se pueda llegar a un acuerdo mayoritario entre los Estados y entre sus habitantes de que hay que lograr patrones de CS, esto no evitará que haya quienes se opongan a los cambios y desplieguen distintas estrategias (influencias políticas, presencia en los medios de comunicación, propagandas que resalten las bondades de sus actividades, etc.).

Pero habrá otros actores que claves en la promoción del CS. Ellos podrían estar dispuestos a adoptar nuevas modalidades de consumo y desarrollo. Algunos serían:

- Algunas organizaciones de la sociedad civil.

- Estados en donde las industrias más importantes no sean contaminantes o tengan la posibilidad de modificar sus procesos productivos con el fin de lograr contaminar menos, usar menos recursos naturales, etc.
- Instituciones educativas tales como escuelas o universidades.
- Algunos medios de comunicación que estén dispuestos a cumplir un rol social de promotor del CS.
- Empresas que produzcan bienes o servicios que no sean perjudiciales para el medio ambiente y que no formen parte de la canasta de artículos que son demandados solo si la sociedad es consumista.
- Organizaciones internacionales de distinto tipo.

La lista podría ser más amplia. Pero estos actores quizá sean los claves. Si alguna sociedad empieza a adquirir patrones de consumo sostenible van a existir empresas que se van a beneficiar, por ejemplo aquellas que cumplan con estándares de producción limpia, produzcan bienes que puedan ser sustitutos de aquellos contaminantes, las que podrían obtener subsidios si se aplica el esquema de impuestos y subsidios cruzados explicado en el enfoque económico de esta investigación, entre otras.

Estas empresas podrían contribuir al CS de diversas maneras: utilizando eficientemente el agua, la energía y los recursos, recuperando residuos reciclables, incorporándose al sistema de productos provenientes del comercio justo, brindando información a los consumidores, implementando prácticas de producción limpia, entre otras.

Las organizaciones de la sociedad civil pueden jugar un rol importante. Ellas pueden ayudar a promover pautas de consumo sostenible en la población a través de campañas de información, charlas, presión a las empresas contaminantes, colaboración con gobiernos y empresas, etc.

Las organizaciones internacionales formadas por Estados pueden promover compromisos entre países. Aquellas otras, que no están formadas por Estados, sino por actores de la sociedad civil, pueden realizar campañas de promoción del CS, que pueden tener algunos efectos importantes.

Las instituciones educativas son claves. Desde las escuelas se pueden enseñar nuevas modalidades de consumo, tales como reducción de residuos, reutilización de bienes, reciclaje, difusión de valores que se opongan al consumismo, etc. Se puede estimular la capacidad crítica sobre las formas de consumir de la sociedad y sobre las publicidades de bienes que aparecen en los medios de comunicación, etc. La universidad también puede jugar un papel central porque prepara profesionales en diferentes áreas que van a cumplir roles esenciales en la sociedad, ya sea como académicos o responsables de empresas o gobiernos. Por tanto, la universidad forma personas con capacidad de decisión, o por lo menos con influencia, para determinar las modalidades de producción de las empresas o la formulación de políticas públicas. Si un número importante de éstos profesionales fueran formados para que conocieran y promovieron pautas sostenibles de consumo y producción, los impactos sobre la sociedad y la economía podrían ser importantes y positivos.

Estos entes educativos deben contribuir a que se vaya instalando paulatinamente una mayor cohesión social, que permita una comprensión de la interdependencia de los hombres entre sí y con el planeta. Para alcanzar una mayor responsabilidad por las propias acciones, por el prójimo y por las futuras generaciones.<sup>34</sup>

Un rol clave tiene el Estado, ya que es él quien fomenta explícita o implícitamente un modelo de desarrollo, y tiene recursos para promover determinadas actividades productivas sostenibles (por ejemplo, sistema de impuestos y subsidios cruzados), para

<sup>34</sup> World Business Council for Sustainable Development. "Vision 50: the new agenda for business". En <http://www.wbcsd.org/web/vision2050.htm>

crear políticas públicas que promueven la información y la educación de la población en pro de cambiar pautas de consumo. También tiene la capacidad de legislar, y por tanto de regular o prohibir determinadas actividades que sean perjudiciales para el medio ambiente o para el hombre. Esas políticas deberán formularse en consulta con las empresas, las organizaciones ecologistas y de consumidores y con otros grupos interesados.

El rol de los medios de comunicación es interesante de analizar, ya que son ellos quienes pueden difundir distintos modos de consumir y generar impactos amplios en la población. Los medios de comunicación genera son agentes claves en la alianza de actores que puedan promover el abandono de la sociedad consumista. Así como difunden estilos de vida y publicidades que fomentan el consumo exacerbado, innecesario y el derroche, también podrán exhibir propagandas que promuevan el Consumo Sostenible.

Este análisis de los actores es tan solo un planteo general acerca de un escenario futuro probable. Para que se dé ese escenario deben existir actores convencidos que promuevan el Consumo Sostenible y que sepan conseguir apoyo por parte de otros actores que por convencimiento moral o conveniencia económica estén dispuestos a fomentar cambios en las modalidades de consumo de los individuos, de las empresas o de las oficinas públicas. Esta alianza entre actores debe ser lo más amplia posible, y lograr consenso en puntos básicos, de manera de tener poder suficiente para derrotar oposiciones que siempre tendrán y también mediante la negociación incorporar a nuevos actores.

Un nuevo modelo de desarrollo solo es posible si muchos actores sociales creen que es factible de realizar y están dispuestas a promover acciones concretas y cambios en las modalidades propias y ajenas de consumo.

El Consumo Sostenible no es la solución a todos los males y tensiones sociales. Pero sí es un camino para abandonar el consumismo y sus dañinas consecuencias.

Por último, hay que llamar la atención sobre las asimetrías sociales que producen los estilos insustentables de desarrollo. El desarrollo sostenible debe reducir, y en lo posible eliminar la pobreza. Debe ser un desarrollo para todo el hombre y para todos los hombres. De la misma manera el Consumo Sostenible, no se puede pensar sin la reducción o eliminación de la pobreza. Promover el consumo sostenible no solo implica que algunos reduzcan su nivel de consumo, sino también que otros lo aumenten. Por tanto, las políticas públicas, propagandas, instituciones educativas, etc., que promuevan el CS, deben buscar crear mecanismos que disminuyan el consumo exacerbado y perjudicial para el medio ambiente y la sociedad que tienen algunos individuos y empresas, pero a su vez deben promover que todas las personas tengan los bienes y servicios indispensables para lograr un desarrollo humano integral.

En nuestro país se debe tener en cuenta el gran número de pobres. Este es el escenario en el cual hay que situarse y a partir de allí evaluar las posibilidades, límites y características de toda acción que fomente el CS.

El mensaje a transmitir no es consumir menos, sino consumir mejor y elegir bien lo que se consume. De manera que surja un nuevo tipo de consumidor, informado, con capacidad para decidir libremente, con patrones de conducta amigables con el medio ambiente y que consuma (y pueda consumir) aquello que contribuya y no perjudique su desarrollo humano integral.

### **4.3 Enfoque Económico**

#### **Introducción.**

#### **4.3.1**

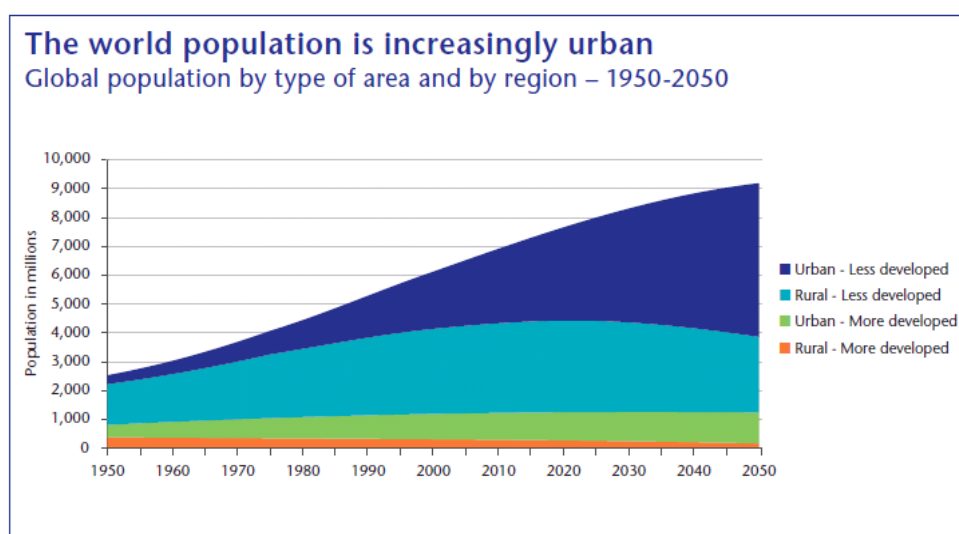
En la presente sección se busca analizar el consumo sostenible desde una perspectiva económica. Para ello se partirá de plantear a grandes rasgos la situación mundial actual y la tendencia esperada en la evolución de algunas variables claves.

Luego se buscará ahondar en el papel que juegan los distintos actores económicos en el consumo sustentable y como puede, cada uno de ellos, incorporar conductas acordes a este concepto. Con este objetivo, en el apartado 3, se profundizará en la actuación de las empresas, tanto como productoras y oferentes de bienes y servicios como en su rol de demandantes de insumos y materias primas. En el siguiente apartado se buscará delinear el comportamiento de la demanda analizando los factores que influyen en el modo de consumir con el propósito de reorientar los patrones hacia el consumo responsable. Por su parte, en el apartado 5 se focaliza el estudio en el rol del Estado como regulador y de las Organizaciones Internacionales como coordinadoras de objetivos y políticas a nivel mundial. Finalmente, se hace un breve repaso de los avances en dirección al consumo y producción sostenible en algunos mercados específicos para luego arribar a las conclusiones y propuestas finales de la investigación.

#### 4.3.2

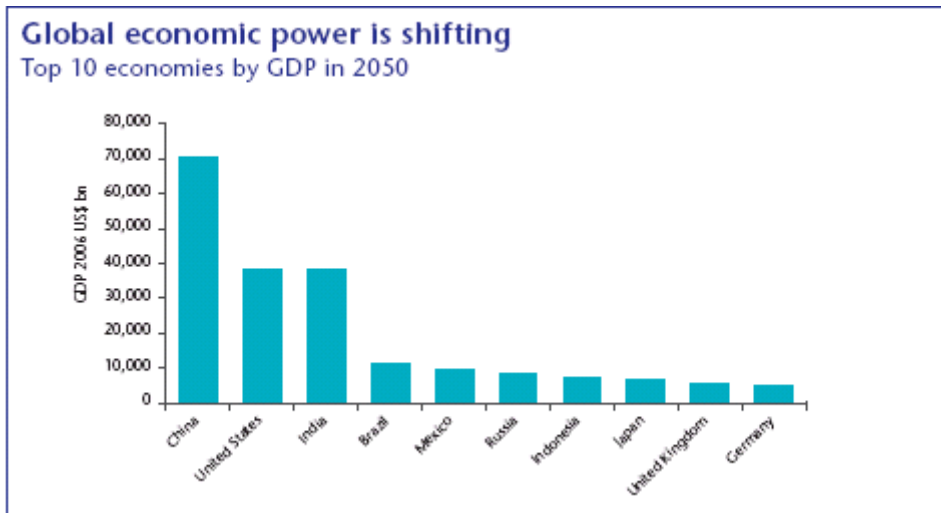
##### **Contexto.**

Según estimaciones, en el año 2050 la población mundial va a haber aumentado un 30% alcanzando los 9 mil millones de habitantes. El 98% de este crecimiento se estima que ocurra en los países emergentes o en desarrollo mientras que se espera una estabilización de la población de los países desarrollados. Asimismo, para el año 2050 la población global será principalmente urbana, siendo ésta el doble de la población urbana actual.



Fuente: “Visión 2050” de la World Business Council for Sustainable Development

En cuanto al crecimiento, se espera que los países emergentes o en desarrollo liderados por China, sean los que presenten un mayor crecimiento económico. Esto llevaría a que una gran parte de la población mundial pase a integrar la clase media socioeconómica, incrementando la cantidad de recursos per capita consumidos.

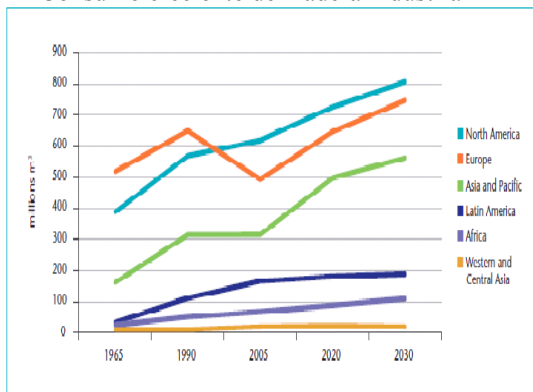


Fuente: "Visión 2050" de la World Business Council for Sustainable Development

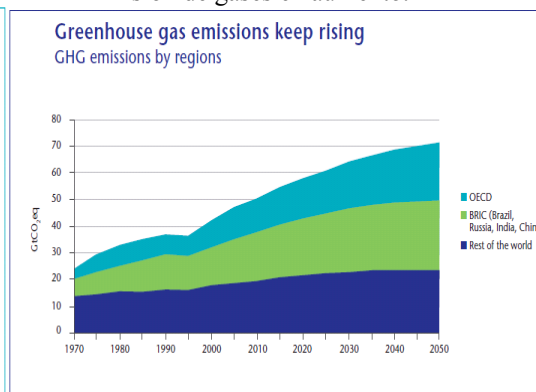
Este no es un dato menor, ya que los recursos naturales existentes son limitados y deberían ser administrados de forma tal que cada individuo fuera capaz de obtener un nivel de vida digno, incluyendo a las generaciones futuras.

A partir de esto es que ha tomado mucha importancia el concepto de desarrollo y consumo sostenible como modo de seguir evolucionando como sociedad mundial pero teniendo en cuenta la restricción que ponen los recursos naturales y el impacto ambiental que causa el actual modelo económico. Es decir que el desarrollo sostenible debe ser no sólo un importante tema de estudio e investigaciones sino también un claro objetivo que debemos perseguir como sociedad mundial en el mediano y largo plazo. Esto implica un replanteo de la economía y de los modos actuales de producción y consumo.

Consumo creciente de madera industrial



Emisión de gases en aumento.



Fuente: "Visión 2050" de la World Business Council for Sustainable Development

Ahora bien, como sabemos vivimos en un mundo que se guía, por lo menos en estos tiempos y en la mayoría de los países, por la economía de mercado. Esto tiene sus consecuencias a la hora de analizar el camino a seguir para alcanzar el consumo sostenible.

### 4.3.3 El Consumo Sostenible Desde Las Empresas Productoras.

Gran parte de los productores de bienes son a su vez demandantes de bienes intermedios y de materias primas que utilizan en el proceso productivo. Por ello, es de vital importancia que la empresa como actor económico fundamental incorpore una visión sostenible, entendiendo como tal el aumento en la eficiencia de sus procesos

productivos (disminuyendo al mínimo posible la cantidad de insumos utilizados) y la reducción en los niveles de contaminación.

La necesidad planteada de invertir en nuevas tecnologías podría ser percibida por las compañías como un perjuicio competitivo. Sin embargo, es posible mostrar como innovaciones tecnológicas ahorradoras de recursos pueden representar disminución en los costos y un posicionamiento preferencial de la compañía, mejorando la competitividad.

#### 4.3.3.1. Impacto en los costos de una tecnología sustentable.

Para profundizar sobre la forma en que la implementación de una gestión alineada con el concepto de sustentabilidad puede llevar a la disminución en los costos se clasifican los mismos en cuatro grupos<sup>35</sup>

Tipo de Costo	Definición	Ejemplos
<p><b>1. COSTOS INTERNOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos directos</li> <li>• Costos indirectos</li> </ul>	<p>Costos relacionados con el proceso productivo.</p> <p>Pueden ser imputados directamente al producto o actividad específica.</p> <p>Son los relacionados con el proceso productivo pero que no pueden ser directamente atribuidos a un cierto producto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos de producción (materias primas, insumos)</li> <li>• Costos de gestión de residuos del proceso.</li> <li>• Costos de I&amp;D de proyectos medioambientales.</li> <li>• Costos de capacitación de empleados en temas medioambientales.</li> </ul>
<p><b>2. COSTOS EXTERNOS</b></p>	<p>Costos relacionados con consecuencias medioambientales negativas provocadas fuera de la organización como consecuencia de la actividad misma de la empresa y que pueden ser traducidos a términos económicos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Multas por no cumplimiento de normas legales.</li> <li>• Compensaciones por daños en la calidad de vida local.</li> <li>• Costo en la salud de los propios empleados y sus familias.</li> </ul>
<p><b>3. COSTOS CONTINGENTES</b></p>	<p>Costos relacionados con la posibilidad de que en el futuro ocurran eventos que generen un costo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos provocados por el cumplimiento de futuras modificaciones en la regulación medioambiental.</li> <li>• Costos por potenciales responsabilidades</li> </ul>

<sup>35</sup> Juan Alberto Aragón, Vera Ferrón y José Manuel de la Torre “Posibilidades y restricciones para compatibilizar mercado y gestión ambiental empresarial: una visión estratégica”. Como integrar sostenibilidad y mercado. Fundación Banco Santander.



		medioambientales.
<b>4. COSTOS DE IMAGEN Y RELACIONES PUBLICAS</b>	Gastos incurridos con el objetivo de lograr una imagen corporativa positiva relacionada a su gestión ambiental o a la mejora en las relaciones con los reguladores, clientes, proveedores y público.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos de la publicidad medioambiental.</li> <li>• Costos por una imagen medioambiental negativa.</li> <li>• Costos de campañas de RRPP ambientales.</li> </ul>

Ahora bien, es posible observar como la implementación de nuevos modos de producción harían aumentar inicialmente los costos internos indirectos (costos de investigación e implementación de la nueva tecnología) como así también los costos de publicidad necesarios para asociar la imagen de la compañía con la de una empresa que tiene en cuenta el cuidado del medio ambiente.

Por otro lado, reduciría sustancialmente los costos internos directos, por cuanto gracias a la optimización del proceso se ahorrarían insumos y disminuirían los desechos no utilizables. El hecho de ahorrar recursos se traduciría en un importante ahorro de costos (y por lo tanto ganancia de competitividad), principalmente cuando el precio de los recursos naturales comience a aumentar debido a su escasez. Asimismo, tanto los costos externos como los contingentes se verían reducidos gracias a la ecoeficiencia<sup>36</sup> y se eliminarían los costos de tener una mala imagen ambiental.

Es decir que existe la posibilidad de que la actualización de las tecnologías utilizadas no sólo sea una necesidad social sino también una opción rentable y por lo tanto atractiva para las compañías.

#### *4.3.3.2 Impacto en las capacidades organizacionales de una tecnología sustentable.*

La manera en que una compañía se compromete con el cuidado del medio ambiente influye en la forma en que desarrolla habilidades para gestionar los recursos que posee. Es decir, si una empresa posee una sólida cultura ambientalista, es de esperar que surjan formas de organización y habilidades coherentes con esa cultura organizacional.

La capacidad de innovar por parte de la empresa, la capacidad de relacionarse con los agentes de su entorno o la capacidad de contar con una visión de futuro compartida son habilidades que las compañías son capaces de desarrollar a partir de la internalización de una cultura de cuidado del entorno y que generarán en cierto momento una ventaja comparativa por ser un activo propio y diferenciador de esa empresa. Así es que, mientras que las acciones dedicadas a evitar la polución pueden generar capacidades organizacionales ligadas a la ventaja en costos, este tipo de capacidades se relacionan con la *capacidad de diferenciación* de una compañía.

Por otro lado, la estrategia de negocio de una empresa surge de la combinación de los recursos y las capacidades que posee una compañía. Es posible a su vez definir la estrategia medioambiental de negocio como los planteamientos ambientales que una organización hace para alcanzar una determinada ventaja comparativa. Así, Aragón Correa (1998) propone cinco categorías de estrategias medioambientales:

- No cumplimiento de la legislación ambiental.

<sup>36</sup> Reducción de los costos de la empresa (aumento de la eficiencia) a través de la reducción en los impactos ambientales generados.

- Cumplimiento estricto de la normativa medioambiental con carácter reactivo.
- “Plus de cumplimiento”: además del cumplimiento legal, la empresa desarrolla voluntariamente acciones poco arriesgadas para lograr ventajas competitivas y medioambientales para la empresa.
- “Excelencia ambiental”: la empresa integra de forma sistemática la gestión de sus impactos ambientales.
- “Liderazgo medioambiental”: la compañía se convierte en referente en los desarrollos medioambientales del sector.

Cada una de estas estrategias medioambientales de negocio posee un cierto potencial para generar ventajas comparativas. La forma de aprovecharlo dependerá en última instancia de las capacidades que cada organización haya desarrollado, de los recursos que posea y del entorno en el que se encuentre (Aragón-Correa y Sharma, 2003).

A esto se le debe sumar que fortalecer el concepto de la Responsabilidad Social Empresaria tiene un gran valor si consideramos las dimensiones social, económica y ambiental de la definición de consumo sostenible. Las empresas pueden hacer un gran aporte si internalizan este concepto y si lo toman como parte de su identidad empresarial.

Finalmente entonces, esta visión debería ser percibida como una oportunidad para invertir en investigación y desarrollo de nuevas tecnologías ahorradoras de recursos y no contaminantes. El ciclo de vida del producto es un aspecto interesante en lo que también puede innovarse. La implementación de estas innovaciones en los procesos es una potencial ventaja competitiva, ya que repercute tanto en una reducción de los costos como en la generación de nuevas capacidades organizativas. Si a esto le sumamos la implementación de políticas fiscales y de patentes<sup>37</sup> que incentiven la investigación y obliguen a la internalización de los costos de las externalidades, la rentabilidad de destinar recursos a esos fines sería mucho mayor y más atractiva para las empresas. Sin duda las empresas que logren implementar tecnologías innovadoras cuentan con más probabilidades de transformarse en líderes en el mediano y largo plazo.

Si bien no fue particularmente aclarado, es necesario que las empresas comiencen a tomar decisiones en base a un horizonte temporal más largo, considerando no solo los beneficios tradicionales sino también creando un “valor de largo plazo” adicional. Para ello es importante que se desenvuelvan en un contexto económico relativamente estable que les permita proyectar en el largo plazo.

Es importante también destacar que una reasignación de los recursos como la planteada no debe retraer la frontera de posibilidades de producción de ninguna unidad económica (ya sea países, provincias o empresas) sino que debe representar una oportunidad para alcanzar nuevas tecnologías que le permitan ampliarla en el largo plazo (o al menos lograr la reasignación de los recursos mediante el cambio en los precios relativos de los insumos renovables y no renovables).

#### **4.3.4 El Consumo Sostenible Desde Los Demandantes de Bienes y Servicios.**

En el esquema mundial actual la demanda juega un papel fundamental como motor de la economía. Es por ello que es de suma importancia estudiar los elementos con los que se cuenta para orientarla hacia un consumo sostenible y compatible con el bienestar de

---

<sup>37</sup> A través de un buen sistema de patentes y delimitación de la propiedad intelectual se puede incentivar la innovación, permitiendo la apropiación de los beneficios adicionales a los individuos o entidades que destinaron recursos a la I&D.

las generaciones futuras, principalmente teniendo en cuenta el esperado crecimiento poblacional para los próximos años.

Es fundamental aclarar que lo que en realidad se busca no es una caída en los niveles de consumo sino más bien un cambio en los patrones del mismo, es decir, reorientar el consumo hacia un consumo responsable y sustentable en el tiempo.

Para ello es necesario analizar todos los determinantes que influyen sobre la demanda a la hora de consumir, que a grandes rasgos pueden dividirse en tres grandes grupos: Factores económicos, Valores y Costumbres y Educación<sup>38</sup>.

#### *4.3.4.1 Factores económicos.*

En cuanto al análisis desde lo meramente económico, tanto el precio del bien a adquirir como el ingreso del consumidor, el precio de los bienes sustitutos, el precio de los complementarios, las modas y los gustos personales, determinan las elecciones a la hora de consumir. Es por ello que debería buscarse desde estos determinantes incentivar el consumo de bienes que cumplan con los objetivos del consumo sostenible.

Un posible sistema de incentivos de impuestos y subsidios cruzados que modifica los precios relativos de bienes producidos usando la tecnología actual y los producidos considerando la sostenibilidad (encareciendo los primeros en relación a los segundos), sería válido, si consideramos los bienes producidos con la tecnología ahorradora de recursos como sustitutos de los bienes actuales.

Por otro lado, medidas que logren una distribución más equitativa del ingreso ayudarían sin duda a evitar el consumo excesivo de bienes por los sectores o países más ricos para permitir el consumo de bienes básicos para la subsistencia por los países o estratos más pobres. Un ejemplo de esto se observó durante la última crisis financiera de las subprime. EEUU es el principal destino de las exportaciones de países como China o la India. Cuando esa demanda empezó a contraerse gran cantidad de fondos (principalmente de esos países asiáticos) se movieron hacia EEUU con el objetivo de sostener la demanda de esas exportaciones. Ahora bien, ¿que hubiese sucedido si esos fondos hubieran sido destinados a países subdesarrollados? Sin duda también hubiese repercutido en el comercio internacional, aunque quizás los bienes demandados por estos países hubiesen sido bienes ligados a necesidades más básicas. Hubiese sido una forma de redistribución de la riqueza mundial. Buscar nuevos mercados en los países del tercer mundo no es una utopía sino por el contrario una gran oportunidad que aparecería con la redistribución de la riqueza.

Adicionalmente un cambio en las preferencias de los consumidores debería repercutir en la forma de consumir. Este cambio puede darse por la toma de conciencia o por una “moda verde” por ejemplo.

#### *4.3.4.2 Valores y costumbres*

La cultura del consumismo es la principal enemiga del consumo sustentable. El exagerado valor social dado a la tenencia de bienes va contra el consumo responsable que pretende la sostenibilidad. Es por esto que es de vital importancia la revalorización social de los valores humanos más básicos. Es indispensable que se abandone la idea de asociar socialmente el éxito con la cantidad de bienes que es posible adquirir para que empiecen a ser valorados otros aspectos del ser humano.

Por otro lado el consumismo desliga el consumo a la satisfacción de necesidades. El constante avance de la tecnología lleva a considerar obsoletos bienes que en realidad no lo son, y a crear “necesidades” que, en realidad, no lo son tanto. Esto conlleva un

---

<sup>38</sup> La incidencia de los valores y costumbres y de la educación en el consumo será abordada más profundamente en la visión antropológica y sociológica del consumo sostenible.

consumo exacerbado de bienes que podría evitarse si los individuos valoraran más otros aspectos del ser humano como determinantes del éxito.

#### *4.3.4.3 Educación.*

La educación es el otro pilar fundamental en la transformación que pretende el consumo sustentable. La toma de conciencia del daño causado al planeta por mantener los niveles actuales de consumo y el consiguiente compromiso de todos los habitantes con su cuidado es un paso más que importante en la modificación de los patrones de consumo que se busca. Es de esperar que a través de la educación se fueran modificando las preferencias de los demandantes de bienes y servicios, generando mayor utilidad el consumo de bienes que cumplan con el objetivo de sostenibilidad que aquellos que no lo hagan. Los consumidores se volverían más exigentes y selectivos a la hora de comprar, haciendo elecciones más responsables.

Crear esta conciencia de cuidado del planeta un proceso de largo plazo que debería iniciarse en los primeros años de la educación formal y que debería alcanzar a todos los habitantes del planeta. El papel fundamental de las universidades en este proceso es innegable. Si los habitantes del planeta lograran comprender la externalidad positiva que genera ser responsables en el consumo, sin duda alguna los patrones deberían modificarse.

Por otro lado, la educación es de gran importancia a la hora de dotar a la gente de la capacidad y la información necesaria para innovar en los procesos productivos y permitir el avance de la tecnología de un modo sustentable.

#### **4.3.5 Papel Del Estado En El Desarrollo Sostenible: Justificaciones a La Intervención Estatal Y De Organismos Supranacionales. Regulación.**

Como bien se dijo, estamos inmersos en un mundo cuya economía se guía básicamente por leyes de mercado. Si bien se mostraron razones por las cuales tanto las empresas como los consumidores tendrían que alinearse con la sostenibilidad, existen casos donde la asignación hecha por el mercado no es la óptima constituyendo lo que se denominan “fallas de mercado”. Cuando esto ocurre es necesaria la intervención del Estado como órgano regulador.

Uno de los casos en los que esto ocurre es cuando estamos en presencia de **externalidades** ya sean positivas o negativas. El concepto económico de externalidad (negativo en este caso) se aplica cuando hay diferencias entre el Costo percibido por la sociedad de una actividad económica con el costo reconocido y asumido por el agente económico productor. Un claro ejemplo de esto es la contaminación de recursos naturales como el agua o el aire por alguna empresa, ya que el costo para la sociedad de producir el bien no es sólo el costo de los insumos y el proceso productivo (costo asumido por la empresa) sino también el costo que representa la contaminación del recurso natural (costo no internalizado por la empresa).

Otro caso en donde es necesaria la presencia del Estado es cuando hablamos de **bienes de propiedad común**, es decir que pertenecen a un grupo de individuos, comunidad o sociedad. Estos bienes presentan dos características:

- Rivalidad en el consumo: El consumo realizado por una persona disminuye la cantidad disponible del bien para el consumo de otro individuo.
- Imposibilidad de exclusión: No es posible evitar que un individuo consuma el bien.

Esto lleva a que estos bienes (por ejemplo los recursos naturales de un país) se exploten o utilicen más de lo socialmente óptimo por lo que generalmente son administrados por

el Estado quien debe aplicar instrumentos de gestión que eviten el deterioro de los stocks y procure la recuperación de los mismos.

Estas dos justificaciones a la intervención del Estado en realidad están muy relacionadas. Por ejemplo si un río contaminado por una industria fuera de propiedad privada, ambos propietarios podrían acordar un precio que representara el derecho del productor a contaminar el agua, pero dado que los ríos son de propiedad común, la presencia del Estado para regular esta actividad es indispensable.

Asimismo, dado que la contaminación es un fenómeno global y que hay recursos y actividades que afectan a más de un país<sup>39</sup>, es necesaria la presencia de organismos multinacionales que coordinen y regulen esas actividades y que le den un marco global a la economía sustentable. Es por eso que no sólo organismos como la ONU se ocupan del estudio del consumo sostenible sino también múltiples fundaciones privadas como la fundación Santander o la World Business Council for Sustainable Development (fundación que nuclea a las mayores corporaciones del mundo).

Ahora bien, a grandes rasgos existen tres tipos de instrumentos a través de los cuales el Estado u organismos multinacionales pueden intervenir:

- a. De Precio: modificando el precio percibido mediante impuestos y subsidios.
- b. De cantidad: limitando la cantidad por ejemplo poniendo topes a la emisión de gases durante la producción.
- c. Regulando la explotación de los recursos naturales (recursos de propiedad común)

*a. Instrumentos de Precio. Impuestos verdes y subsidios.*

Como se introdujo previamente, cuando estamos frente a una externalidad es necesaria la intervención del Estado para igualar el costo o beneficio marginal privado con el social, entendiéndose como costo o beneficio *marginal* el costo o beneficio de producir una unidad adicional del bien.

La contaminación por parte de empresas (o la explotación desmedida de recursos no renovables) es un claro ejemplo de una externalidad negativa. Las empresas contaminantes solo tienen en cuenta sus costos privados en el cálculo de la cantidad a producir, sin contabilizar el daño causado a la sociedad por la contaminación (denominado Costo marginal externo<sup>40</sup>). Esto lleva a que su costo privado sea menor al percibido socialmente por lo que la cantidad a producir es mayor a la que la sociedad advierte como óptima.

Esto que podría representarse como:

$$CMS = CM_{priv} + CM_{externo \text{ de la contaminación}}$$

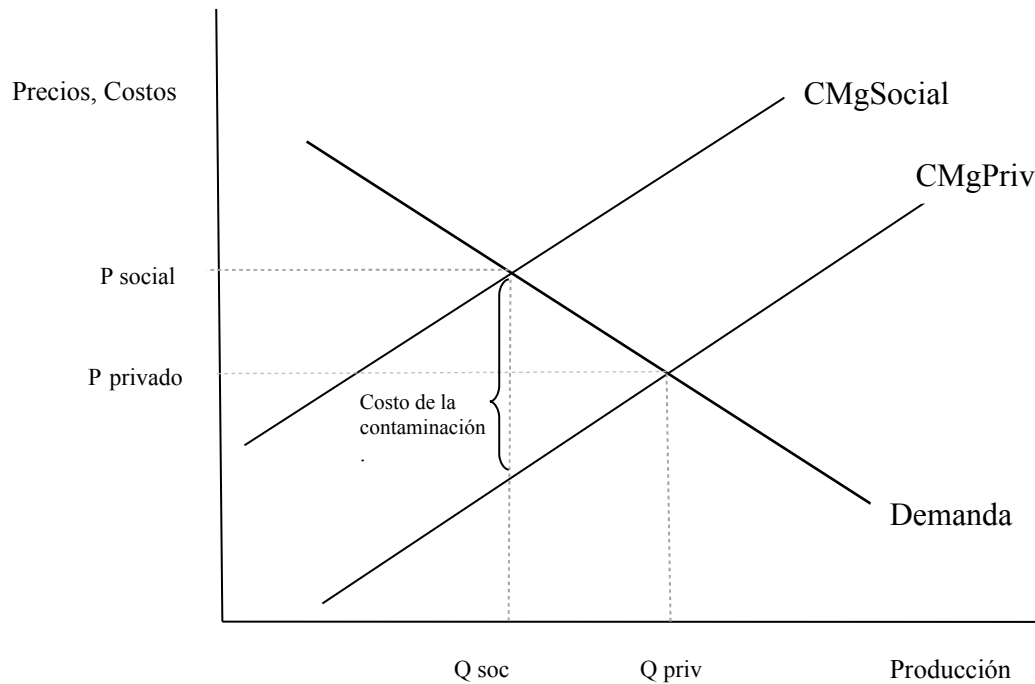
Por lo que:  $CMS > CM_{priv} \rightarrow Q_{priv}^* > Q_{soc}^*$

Gráficamente:

---

<sup>39</sup> La contaminación de un río cuyas costas pertenezcan a distintos países, como el conflicto por las papeleras instaladas en el Río de la Plata, es un claro ejemplo.

<sup>40</sup> CM externo es el costo de producir una unidad adicional del bien o servicio que recae sobre terceros distintos al productor



Ahora bien, el Estado puede hacer que la cantidad producida se iguale a la socialmente óptima mediante la implementación de un impuesto que iguale ambos Costos Marginales, es decir que el monto del impuesto debería ser igual al Costo Marginal externo de la contaminación (gráficamente la distancia entre la curva de CMP y la curva de CMS). Entonces si:

$$t = CM_{externo}$$

$$CMS = CM_{priv} + t$$

Y dado que el impuesto deberá ser pagado por el productor, el costo de producir cada unidad se vería incrementado en el monto del impuesto, haciendo que el productor perciba un aumento en sus costos (por la internalización del costo de la contaminación) y retraiga la producción hasta el nivel socialmente óptimo.

La implementación de impuestos ambientales es una buena manera de penalizar a las compañías que utilicen métodos de producción no compatibles con el desarrollo sustentable, es decir, penalizar aquellas empresas que liberen alta cantidad de Gases de Efecto Invernadero (GEI), contaminen las aguas o utilicen gran cantidad de recursos no renovables haciendo que el propio sistema de precios las lleve a reducir la producción o bien invertir en nuevas tecnologías no contaminantes.

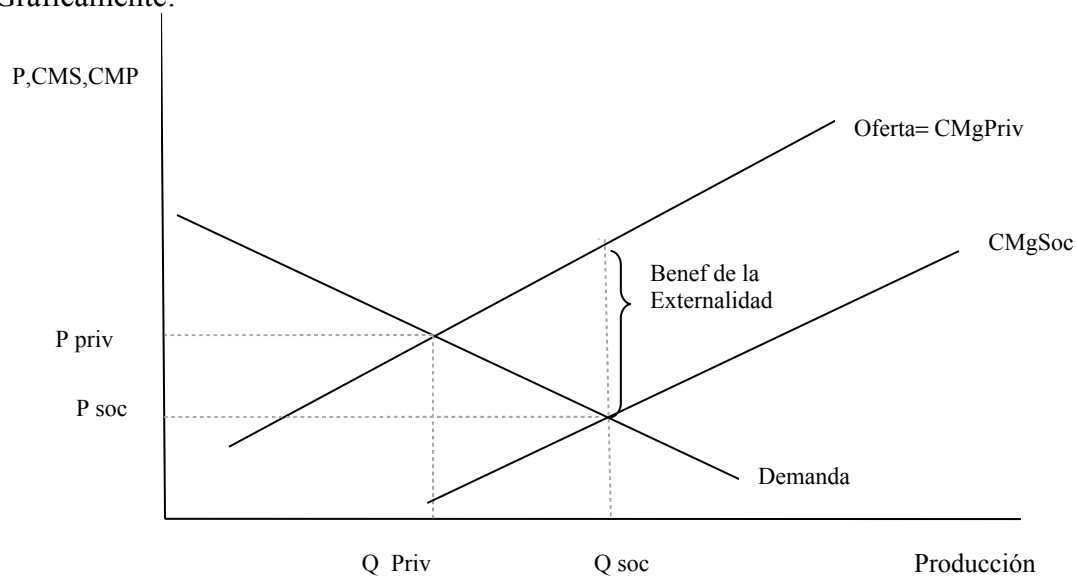
Este incentivo puede ser claramente acompañado por subsidios a las empresas que, contrariamente a las anteriores, produzcan con tecnologías que generan un beneficio social, ya sea porque ahorran recursos no renovables o porque benefician de alguna manera al medio ambiente. Análogamente, el subsidio destinado debería ser el que igualara el BMpriv al BMSocial, es decir, debería ser igual al valor del BMexterno ya que:

$$CMS = CM_{Priv} - Benef\ de\ la\ externalidad \rightarrow CM_{Priv} > CMS \rightarrow Q_{priv}^* < Q_{soc}^*$$

Entonces si:

$$S = \text{Benef de la externalidad} \rightarrow CMS = CM_{Priv} - S \rightarrow Q_{soc}^* = Q_{priv}^*$$

Gráficamente:



Quizás podría entonces lograrse un esquema, donde mediante impuestos y subsidios cruzados, las empresas que utilizan una alta cantidad de recursos no renovables (o generen altos niveles de contaminación ambiental) “subsidién” a las que produzcan utilizando recursos alternativos o renovables. Esto sería un fuerte incentivo a la inversión en investigación de nuevas tecnologías (y la innovación de procesos productivos) por parte de las compañías.

Desde ya que esto afectaría también la formación de precios de ambos productos, incrementándose el precio relativo del bien que no utiliza los recursos alternativos. Esto sería una señal también para la demanda para sustituir el consumo de estos bienes (ahora relativamente más caros) por el consumo de los bienes producidos con la nueva tecnología.

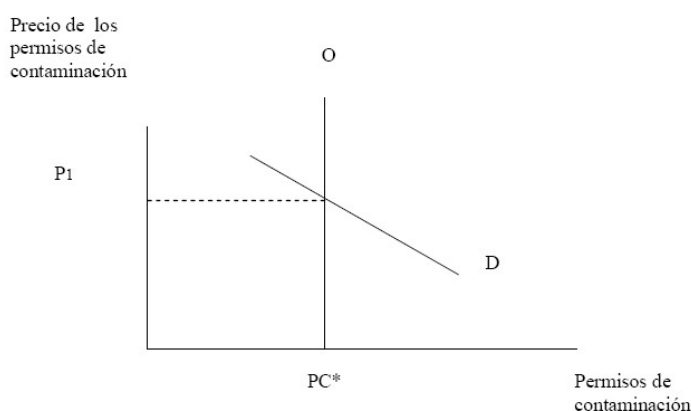
*b. Instrumentos de Cantidad: Mecanismos de Desarrollo Limpio y Bonos verdes.*

Otro tipo de mecanismo con el que cuenta el Estado es la regulación vía la cantidad. A nivel mundial el más claro ejemplo de esto surgió del protocolo de Kyoto, donde los países miembro asumieron el compromiso de reducir para 2012 sus emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) en un 5,2% respecto de 1990. Para ello se pusieron en funcionamiento los Certificados de Reducción de emisiones (CER) o también llamados “Bonos Verdes” que son otorgados a proyectos que reducen las emisiones de GEI (cada tonelada de dióxido de carbono que se reduce representa un CER). De esta manera,

países desarrollados pueden financiar proyectos de Mecanismos de Desarrollo Limpio<sup>41</sup> (MDL) en países en desarrollo a través de la compra (en los mercados y bolsas de valores) de los Bonos Verdes que éste genere, facilitando la transferencia de recursos y tecnología desde los países desarrollados a los que están en desarrollo.

Con este mecanismo se ha limitado a nivel mundial la cantidad de GEI que pueden ser emitidos a la vez que se incentiva la transferencia de recursos de países ricos a los países menos desarrollados.

Como dato adicional es importante resaltar el continuo crecimiento del mercado de bonos verdes a nivel mundial. Sin ir más lejos el volumen transado en Mt de Co2e<sup>42</sup> va de 100 en el 2004 a 450 en el año 2006. Esa proporción es aun mayor para los últimos años. Esto implica que a medida que aumente la demanda de estos bonos su precio se incrementará, aumentando la cantidad de recursos disponibles para el financiamiento de MDL:



Como afirma Rodríguez Marat, el esquema funcionará mientras existan empresas (o países) para los cuales sea más barato comprar permisos (o CERs) que afrontar ellas mismas los costos de reducir sus emisiones. Por ende, el esquema permite que las empresas puedan “tercerizar” su reducción de emisiones, logrando los objetivos ambientales buscados al mínimo costo.

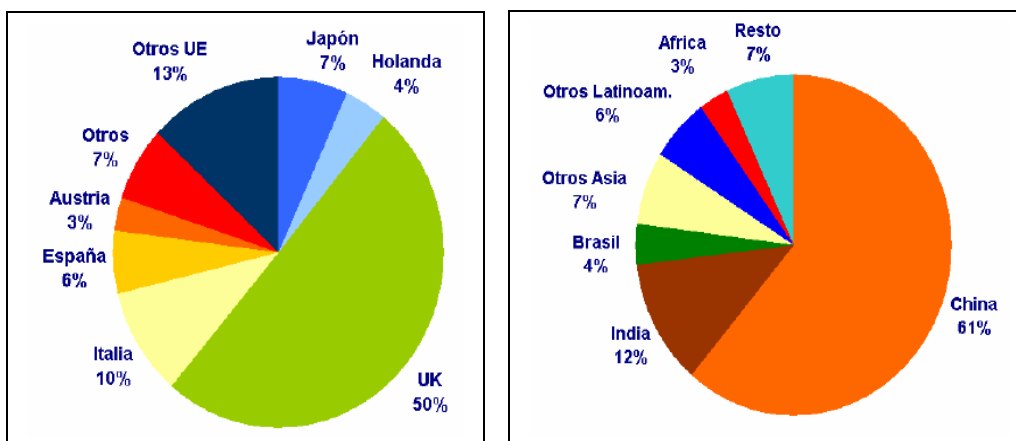
Países compradores de CER

Países vendedores de CER

<sup>41</sup> Este mecanismo permite que países en desarrollo suscriban proyectos que reduzcan la cantidad de carbono presente en la atmósfera. Así lo países industrializados pueden adquirir esas reducciones de emisión para cumplir con el protocolo de Kyoto.

<sup>42</sup> Co2e es el dióxido de carbono equivalente. Medida de unidad común utilizada para referenciar los distintos GEI al dióxido de carbono.





Fuente: Deloitte.

c. *Regulación de recursos de propiedad común y normativas.*

Como se planteó al inicio, es necesario que el Estado o algún organismo o acuerdo internacional sea capaz de aplicar instrumentos de gestión que eviten el deterioro de los stocks de los recursos naturales y procuren su recuperación.

Siguiendo a Elinor Ostrom, reciente ganadora del premio Nobel de Economía, para lograr lo dicho previamente es necesario definir tanto los derechos de propiedad como las reglas<sup>43</sup>. Asimismo remarca la importancia de determinar con precisión los niveles de acción que deberían ser “tanto operacionales como de decisión colectiva”.

Dentro de los niveles de acción operacionales distingue a los criterios de acceso de los criterios de extracción. Los primeros son el derecho a ingresar en una propiedad física determinada mientras que los segundos abarcan los derechos a obtener los productos de los recursos.

Por su parte define a los criterios de decisión colectiva como los que enmarcan los derechos futuros y que incluyen:

- la capacidad de gestión: derecho a regular los modelos de uso interno y a transformar el recurso mediante mejoras
- el derecho de exclusión: para determinar quién tendrá el derecho de acceso y cómo ese derecho puede ser transferido.
- el derecho de alineación: derecho a vender o arrendar uno o varios de los derechos colectivos

Así, cuando el individuo o empresa se convierte en titular de derechos de gestión de un bien de propiedad común tendrían autoridad para determinar cómo, cuándo y dónde se pueden realizar capturas o explotaciones del recurso; y, al mismo tiempo, cómo poder cambiar la estructura del mismo. El derecho de exclusión les permitiría establecer los requisitos a cumplir para acceder al recurso mientras que el derecho de alineación es un derecho colectivo que permitiría a su titular transferir parte o el total de sus derechos colectivos a otro individuo o grupo.

De esta manera el derecho de alineación es fundamental para un uso eficiente de los recursos; al igual que el derecho de alineación combinado con el derecho de exclusión, que permite generar incentivos con los que los dueños pueden acometer inversiones a largo plazo. Igualmente, la alineación permite que un recurso pase de ser menos productivo a tener un uso más productivo; aunque también es cierto que el simple hecho de que exista un dueño no garantiza la supervivencia del recurso.

<sup>43</sup> *Derecho de propiedad: autorización para emprender acciones específicas limitadas a una esfera concreta*  
*Reglas: autorizan o demandan acciones específicas en el ejercicio del derecho de propiedad*

Las aportaciones de Ostrom buscan reforzar los derechos de los propietarios confiando a estos últimos mayores niveles de responsabilidad y hacerles recaer la mayor capacidad de poder establecer derechos de exclusión y de alineación. Es evidente que bajo este análisis se busca evitar la degradación del recurso y la sobre-inversión; permitiendo a través de acuerdos de propiedad efectivos en la mayoría de los casos poder actuar de manera más estable y más garantizada.

En base a lo analizado en todo este apartado, es oportuno decir es necesaria la participación de los Gobiernos para alcanzar estrategias de desarrollo sostenible, tanto generando incentivos en sus mercados, regulando las actividades de explotación de recursos o limitando los niveles permitidos de contaminación.

#### **4.3.6 La Economía Sustentable En Algunos Mercados Particulares**

Siguiendo los aportes del documento “Visión 2050” de la World Business Council for Sustainable Development, se pueden mencionar acciones implementadas o a seguir en pro del CS en algunos de los siguientes mercados:

##### *4.3.6.1 Agricultura.*

La innovación en las prácticas agrícolas y en la biotecnología, la eficiencia en el uso del agua y la productividad ganada permitieron que la producción agrícola se duplicara sin el correspondiente incremento en el uso de agua y tierra utilizadas.

Adicionalmente, esa ganancia de productividad y la importante cantidad de fondos destinados a la I&D dieron como resultado una gran contribución de la agricultura a la oferta de energía y a la creación de nuevos biocombustibles.

La revolución verde del último siglo tiene la característica de ser intensiva en conocimiento, permitiendo que los poseedores de tierras desarrollen la capacidad de administrarlas de forma tal de alcanzar alta productividad y eficiencia en el uso de insumos y recursos naturales. Asimismo, los conocimientos biológicos y genéticos permiten innovaciones en las variedades de cultivos y las formas de irrigación.

Por otro lado, la Revolución verde también se percibe en la maquinaria, el uso del agua, el acceso a los mercados y al crédito, los insumos utilizados y el manejo del riesgo.

##### *4.3.6.2 Mercado Forestal.*

Es de vital importancia tomar conciencia del papel que juegan los bosques en la defensa de la biodiversidad y en la mitigación de los efectos del cambio climático. Esto lleva a que la deforestación sea significativamente reducida y a que los bosques primarios no sean usados para obtener madera o biomasa sino valorados como captadores de carbón y protectores de la biodiversidad.

La implementación de mecanismos como los bonos verdes es un fuerte incentivo para la conservación y expansión de los ecosistemas, ya que financia proyectos sustentables como bosques que realizan un gran aporte reduciendo de la cantidad de carbono presente en el ambiente. En Argentina, varios proyectos forestales fueron puestos en marcha a partir de la aplicación de los MDL.

Asimismo, incentivos financieros para la preservación de los bosques primarios son pagados por países e instituciones donantes, donde se implementan metodologías de monitoreo, reportes, verificación de la preservación ambiental e inclusión de comunidades autóctonas y aborígenes en la preservación.

Por otro lado, gracias a avances tecnológicos, ahora hay mayor cantidad de biomasa dedicada a la generación de energía y combustibles, lo cual es positivo por ser un sustituto de los combustibles fósiles no renovables.

#### *4.3.6.3 Energía.*

La creación de fuentes de energías alternativas es un punto central en el desarrollo sustentable. Es de vital importancia aumentar las formas de creación de energía que no conlleven un uso intensivo de recursos no renovables como los combustibles fósiles y que sean de bajo contenido de carbón.

La creación de estas fuentes alternativas requiere inversión en tecnología que debe ser percibida como la creación de nuevas oportunidades y mercados, así como también la posibilidad de reemplazar el stock de capital existente por infraestructura limpia.

El precio de las emisiones de carbón es una restricción al consumo de combustibles fósiles y debería ser un incentivo para lograr ganancias de eficiencia y promover fuentes de energía de bajo contenido de carbón.

Fuentes alternativas de energía como la eólica, la solar, la nuclear o la hidroeléctrica deben ser destino de fuertes inversiones y políticas de incentivo, para ir lentamente reemplazando las fuentes de energía actuales por aquellas que utilizan insumos renovables.

#### *4.3.6.4 Sector de la Construcción.*

El sector de la construcción ha presenciado numerables cambios en los últimos tiempos. Edificios de diseños integrales, materiales y equipos de alta performance y nuevas soluciones financieras son algunos de los avances presentes en este mercado.

Las innovaciones en el sector presentan vastas oportunidades para contribuir al cuidado del medio ambiente, ya que los edificios ofrecen el camino más económico para ahorrar energía y reducir las emisiones de CO<sub>2</sub>.

Por otro lado, esta es una industria que crea gran cantidad de puestos de trabajo y que se espera que siga la tendencia de hacerse más conocida intensiva.

El aprovechamiento de las oportunidades de negocios, los incentivos fiscales y el planeamiento integrado lleva a que se implementen programas vocacionales para aquellos que construyen, renuevan o mantienen edificios así como también entrenamientos en el uso eficiente de la energía.

La construcción de edificios inteligentes es la mejor expresión de los avances de esta industria en lo que se refiere al uso de insumos y gasto de energía, ya que son edificios diseñados para usar la tecnología de la información y las comunicaciones para lograr eficiencia en el consumo de energía.

#### *4.3.6.5 Transporte*

La eficiencia en el transporte ha aumentado gracias a los avances en la tecnología, por ejemplo a través de los vehículos eléctricos o los de alta eficiencia en el aprovechamiento del combustible. El uso de materiales livianos, el diseño de modelos aerodinámicos y la eficiencia en la ingeniería también son aspectos que han sido desarrollados y han ayudado a lograr vehículos más eficientes.

Por otro lado, los combustibles alternativos como los biocombustibles, hidrógeno y electricidad producidos con fuentes de bajo contenido de carbón, reducen sustancialmente las emisiones de dióxido de carbono y óxido de nitrógeno de los vehículos. A la vez deben ser adoptados estándares internacionales para los biocombustibles sustentables.

El comportamiento de los conductores también es un punto importante, ya que deben adoptar técnicas de manejo más eficiente, para lo que debieran ser dotados de información a través de campañas organizadas.

La producción de vehículos, la industria de la gasolina, los policymakers, los proveedores de la infraestructura, los usuarios y compradores de los vehículos y medios de transporte, los diseñadores de la logística y de las rutas son actores importantes en la ganancia de eficiencia de esta industria.

Desde los Estados es oportuno brindar incentivos a la I&D de los nuevos tipos de combustibles así como también a los nuevos diseños que los utilicen de manera eficiente. El desarrollo de los biocombustibles avanzados, que no degradan el medio ambiente y tienen un ciclo de vida del carbón con buena huella ecológica debe ser motivo de incentivo.

Asimismo se espera que el uso de los biocombustibles aumente un 30% para el 2030 en las aeronaves, que sacarán ventaja de la precisión de los sistemas de información y control y de las tecnologías en diseño y comunicación para optimizar el consumo.

Los biocombustibles comienzan también a ser usados en el transporte acuático y de alta velocidad como trenes.

#### *4.3.6.6 Materiales.*

Para lograr un óptimo uso de los materiales e insumos primarios deberá ser necesario una mejora en la eficiencia del uso de la energía en la producción de cemento, aluminio y hierro entre otros. Diseñar principios y procesos de producción eficientes y revisar las cadenas de valor y el diseño de los productos también será requerido para lograr la sostenibilidad, siendo importante también el precio del carbón y la formación de precios que reflejen valores y costos reales.

La colaboración de distintos actores y la innovación lleva a que se acelere la reducción de la cantidad de material usada por unidad de valor, haciendo más eficientes los productos finales.

Por su parte, la industria del cemento y los metales se focalizan en la eficiencia y en el desarrollo de la tecnología de captura de carbón. Las investigaciones para lograr la captura de dióxido de carbono vía reactores y conversiones catalíticas se han incrementado gracias al respaldo de esta industria.

En la industria química, las emisiones son combatidas cambiando las fuentes de combustible del petróleo al gas, y del carbón a la biomasa. Esta industria le encuentra más beneficios sociales al uso de petróleo que al combustible. Asimismo ya se empieza a utilizar insumos renovables en vez de los fósiles para la producción de plásticos, polímero y otros productos.

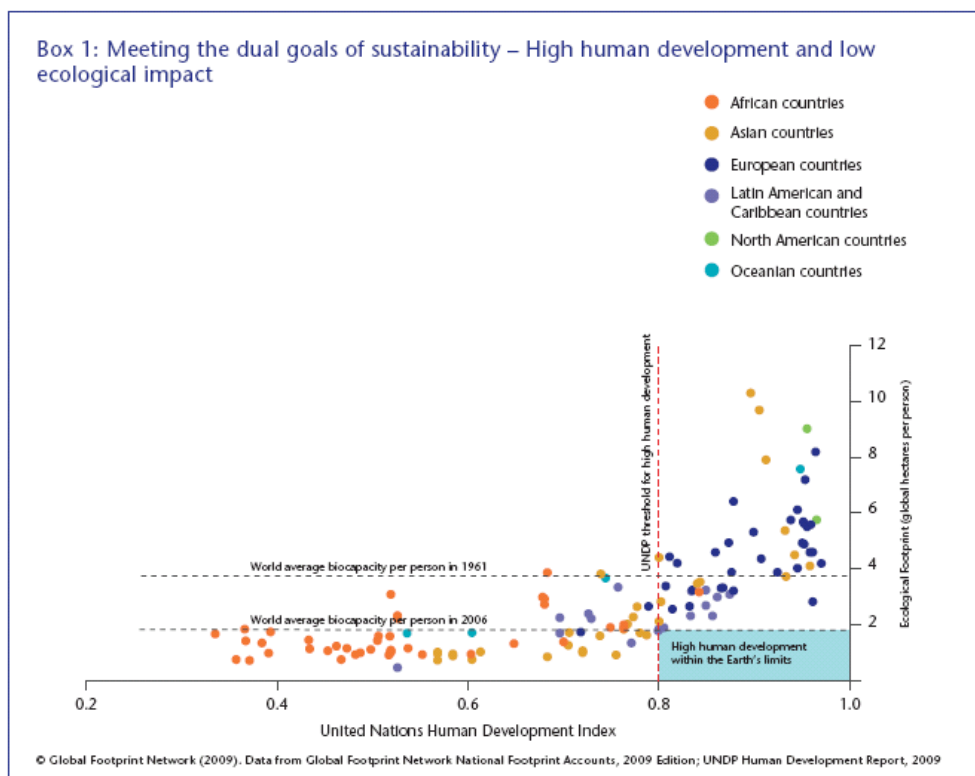
Adicionalmente, el packaging de los bienes busca ser cada vez más óptimo (así como el diseño del bien en sí mismo) para incrementar su funcionalidad y facilitar luego su reciclaje (que se ha transformado en un negocio creciente). Una nueva generación de productos y servicios se basan en la larga vida del producto y el bajo uso de energía y materiales.

El mercado de materiales es capaz tanto de producir con ecoeficiencia como de crear y ofrecer servicios medioambientales. Es así que las compañías más exitosas de esta industria han reducido el consumo de energía para ahorrar en el costo de ese insumo, de las emisiones y de los impuestos penalizadores.

#### **4.3.7 Conclusiones del enfoque económico**

Es imperante la necesidad de un cambio en el rumbo de la economía. Como fue analizado, los niveles y patrones de consumos actuales son incompatibles con el medio ambiente a largo plazo pero... ¿hacia donde vamos?

Podría decirse que se debieran dirigir todos los esfuerzos a alcanzar un nivel mínimo aceptable de desarrollo humano integral<sup>44</sup> de cada individuo pero enmarcado dentro de los límites que nos permiten el medio ambiente y los recursos existentes<sup>45</sup>. Para ello la WBCSD en su “Visión 2050” presenta de forma clara el objetivo dual de la sostenibilidad: **Alto desarrollo humano integral y bajo impacto ambiental**.



El objetivo entonces que debemos perseguir como sociedad mundial es lograr que todos los países se ubiquen en la zona sombreada, es decir, que alcancen ambos objetivos simultáneamente.

Para lograrlo será necesario reorientar la economía por lo que podría ser importante comenzar a tener en cuenta lo siguiente:

- Incluir a las generaciones futuras a la hora de decidir, reservando para ellas la posibilidad de un desarrollo humano integral.
- Toma de decisiones en base a los costos reales (incluyendo externalidades).

<sup>44</sup> En las décadas pasadas se utilizaba la renta por habitante para medir el grado de riqueza y desarrollo de un país. Esta variable, sin embargo, no refleja la desigualdad en el reparto de la riqueza. El **Índice de Desarrollo Humano** es un indicador creado por la ONU que además de los ingresos medios per cápita contempla varios aspectos sociales para evaluar el nivel de desarrollo de un país, tales como lo alfabetización de la población, acceso a la sanidad, la esperanza vida al nacer, a Igualdad entre hombres y mujeres, entre otros.

<sup>45</sup> Para medir esto se utiliza el concepto de la **huella ecológica** que es un indicador agregado definido como «el área de territorio ecológicamente productivo (cultivos, pastos, bosques o ecosistemas acuáticos) necesaria para producir los recursos utilizados y para asimilar los residuos producidos por una población dada con un modo de vida específico de forma indefinida». Su objetivo fundamental consiste en evaluar el impacto sobre el planeta de un determinado modo o forma de vida y, comparado con la biocapacidad del planeta. Consecuentemente es un indicador clave para la [sostenibilidad](#).

- Implementación de Impuestos verdes y profundización de los MDL y bonos verdes.
- Incentivos a la innovación de procesos productivos y a proyectos no contaminantes.
- Esfuerzos para crear fuentes de energía alternativas y sustituir los recursos no renovables como insumos.
- Desarrollo de una visión de largo plazo tanto de empresas como de Estados.
- Coordinación mundial de políticas y regulaciones a través de Estados y organismos multilaterales.
- Importancia de la educación en la toma de conciencia y en la formación de consumidores responsables para modificar las preferencias y los patrones de consumo. El papel fundamental de las Universidades en este proceso.
- Revalorización de los valores humanos vs. el consumismo.

Desde ya que lograr un consumo sostenible implica compromiso de todos los sectores de la sociedad (Gobiernos de todos los niveles, empresas, consumidores, intelectuales, organizaciones intermedias, educadores, etc.) cada uno desde el lugar que ocupa y cumpliendo el rol que tiene asignado. Si se pretende como sociedad mundial prolongar en el horizonte temporal nuestros actuales niveles de consumo, es necesario que se aprendan a administrar los recursos, principalmente los no renovables. Es de suma importancia la iniciativa tomada, y merece realmente repensar la cultura del consumismo como cultura compatible con la vida y el medio ambiente a largo plazo. Tomar conciencia de la escasez de los recursos naturales es un paso fundamental para buscar camino que nos guíe como sociedad al desarrollo sustentable.

#### **4.4 Enfoque Antropológico**

Exponer que el Consumo Sostenible (C. S.) es necesario para el mundo y la sociedad es en primera instancia, postular que el hombre tiene el deber de realizar sus consumos de modo sostenible.

En este apartado se buscará explorar qué incidencia tiene el consumismo en el ser del hombre y de esta forma comprender cuales serán los beneficios del C. S.

Gastaldi, en su obra “Aproximaciones al misterio del Hombre”, expresa que el centro de la moralidad es la persona humana: es bueno lo que contribuye a la realización de la persona y malo lo que la deteriora. Es decir, la norma para medir el bien y el mal es la estructura misma de la naturaleza humana, teniendo en cuenta todas sus dimensiones.<sup>46</sup>

Por lo tanto, proponer que ciertas prácticas o hábitos de consumo afectan negativamente al hombre remite a un planteo filosófico acerca de la naturaleza humana. Partiendo de una concepción del hombre, se podría evaluar qué cosas lo engrandecen o deterioran.

Gastaldi propone la siguiente definición de persona:

“La persona se manifiesta esencialmente como un ser ÚNICO, irrepetible, dotado de INTERIORIDAD (AUTOCONCIENCIA Y LIBERTAD), y destinado a la COMUNIÓN; es decir, es un SUJETO, que existe CORPORALMENTE CON OTROS EN EL MUNDO, para REALIZARSE con ellos, personal y comunitariamente, tomando una actitud, o lo que es lo mismo, COMPROMETIENDOSE LIBREMENTE frente a los valores, a las demás personas y sobre todo, frente a DIOS.”<sup>47</sup>

<sup>46</sup> Cfr. GASTALDI, Italo. “Aproximaciones al misterio del hombre”. Editorial Don Bosco. p 90

<sup>47</sup> GASTALDI, Op. Cit. p 89

Las notas de la persona que se acaban de mencionar permiten verla como una realidad absoluta no supeditada a ninguna realidad inferior, estas notas hacen a la dignidad de la persona, tomándola como un fin en si misma, y no simplemente como medio.

Si no se toma en cuenta esta noción abarcativa e integral de naturaleza humana, corremos el riesgo de reducirla a algunos de sus aspectos, y por lo tanto tener una visión empobrecida de ella.

El psicólogo vienés Víctor Frankl, propone una Antropología ontológica-dimensional. Esta plantea que en la persona se pueden encontrar tres dimensiones: somática, psíquica y espiritual, sin embargo, estas no son compartimentos estancos, sino que están unificadas formando una totalidad. Con esta teoría busca compatibilizar la unidad antropológica y las diferencias ontológicas de sus dimensiones. Así, hace referencia al ser humano como una “totalidad en unidad”, donde las diferencias cualitativas en ningún momento destruyen la unidad de la estructura.

A esto agrega que si bien el hombre no es exclusivamente espiritual, solo esta dimensión constituye lo propiamente humano. Cuando el hombre es proyectado fuera de su dimensión específicamente humana, y es visto únicamente en función de sus dimensiones inferiores, no se tiene en cuenta el verdadero ser del hombre y aparecen los reduccionismos<sup>48</sup>. La visión determinista, psicologista, estatista, entre otros.

#### **4.4.1 Reduccionismos del Hombre**

Uno de los grandes reduccionismos es el materialismo. Según Juan Luis Lorda, este concepto ha marcado culturalmente al Siglo XX. La idea de que toda la realidad, o por lo menos todo lo valioso y auténtico de la realidad vienen de la materia, ha dominado este siglo. Este materialismo ha tenido tres importantes expresiones culturales:

- **El materialismo de la ciencia moderna**

El método científico consiste en medir y experimentar y sólo se puede medir y experimental lo material.

El éxito de las ciencias experimentales ha sido tan espectacular que muchos hombres del siglo XX han llegado a convencerse de que es el único conocimiento válido.

Lo mismo sucede con el Hombre, estudiado con el método científico-experimental, lo único que se descubre es su aspecto material; no existe ninguna realidad que responda a lo que se entiende por “espíritu” o “alma”<sup>49</sup>

- **El materialismo marxista**

El marxismo nació en el contexto del materialismo científico y es una filosofía materialista constituida precisamente con ese principio como base. Marx piensa que todo lo que sucedió en el mundo puede explicarse desde la materia, no solo la naturaleza, sino también la historia. Haber intentado explicar la misma como historia de la materia es quizá la mayor osadía de Marx.<sup>50</sup>

- **El materialismo práctico**

Es el materialismo propio de las sociedades industrializadas, fruto de la inmensa expansión de los conocimientos científicos y técnicos en el Siglo XX. El triunfo de la técnica sobre la naturaleza permitió un dominio de la materia hasta entonces desconocido, multiplicó sin límites la producción industrial y generó esa sociedad opulenta, intensamente enriquecida y materializada, que se conoce como “sociedad de consumo”. Esta sociedad sólo sabe medir el progreso en términos de bienes materiales.

---

<sup>48</sup> Cfr. FRANKL, Víctor. “Psicoanálisis y Existencialismo”. Fondo de Cultura Económica. 1950. p 43-58.

<sup>49</sup> Cfr. LORDA, Juan Luis. “Antropología del Concilio Vaticano II a Juan Pablo II”. Ediciones Palabra. Madrid. 1996. Pág. 18-20

<sup>50</sup> Cfr. LORDA, Juan Luis. Op. Cit. Pág. 20-23

Así han predominado dos tipos de problemas graves que no sabe aliviar: El problema ecológico, por su inmensa manipulación de la naturaleza y los problemas de degradación humana (marginación, desarraigo, droga, entre otros.)

Este materialismo práctico encuentra una justificación teórica débil en la exaltación de la libertad individual y privada. Sin llegar a ser propiamente un sistema de pensamiento, crea cierta mentalidad que se va imponiendo entre las clases más adineradas de occidente.<sup>51</sup>

#### **4.4.2 Marxismo Vs. Sociedad del consumo**

Mientras que el personaje característico del materialismo marxista podría ser el revolucionario, idealista y ateo, algo místico y sin escrúpulos morales; el modelo de la sociedad opulenta es el hombre burgués, adinerado, agnóstico y egocéntrico, que trabaja con eficacia controlada y que se paga las comodidades posibles.

Detrás de estos modelos de sociedad hay graves errores sobre la naturaleza del hombre, en definitiva errores en la concepción antropológica del mismo. Se pasa del marxismo al capitalismo, supuestamente para “aliviar los efectos negativos” del primero, pero el hombre sigue fundamentando el progreso y el desarrollo en lo material, cayendo nuevamente en un error antropológico y en un grave reduccionismo.<sup>52</sup>

En la presente investigación se pondrá mayor énfasis en la visión consumista (o materialismo práctico), dado que es uno de los principales problemas que enfrenta la sociedad actual.

Este reduccionismo consiste, según Gastaldi, en ver a la persona humana como un engranaje de la máquina de producción industrial y se la ve apenas como instrumento de producción y objeto de consumo.<sup>53</sup>

El hombre es sin duda un ser económico, si por economía se entiende la parte del saber humano que se centra en cumplir la satisfacción de necesidades, imprescindibles para el desarrollo armónico del resto de las actividades humanas.<sup>54</sup>

Sin embargo el hombre no es sólo esto, ni constituye su dimensión más específicamente humana.

Para que el consumo sea beneficioso para el hombre debe tomar en cuenta al hombre como totalidad y en su dignidad personal y no como mero consumidor de bienes, ya que esto lo despersonaliza.

#### **4.4.3 Contradicciones entre la visión consumista y una concepción integral del hombre**

- **El hombre es único e irreplicable:** Hace referencia a que es “inédito, diferente, inconfundible, no sumable dentro de una especie, no sustituible por ninguna otra cosa”.<sup>55</sup> No es reemplazable, no es objeto de producción en serie.

Esto, trae aparejada una actitud de respeto reconociendo su dignidad. Todas las personas deben ser reconocidas como personas concretas, con una identidad propia y diferente a las demás, nacida de su biografía, su situación, su cultura y del ejercicio de su libertad.<sup>56</sup>

Todo esto hace que la persona sea un fin en sí misma, usar a las personas es instrumentalizarlas, tratarlas como seres no libres, cosificarlas.

---

<sup>51</sup> *Ibíd.* Pág. 23-25

<sup>52</sup> Cfr. LORDA, Juan Luis. *Op. Cit* Pág. 25.

<sup>53</sup> Cfr. GASTALDI. *Op. Cit.* p 37

<sup>54</sup> Cfr. YEPES, ARANGUREN, “Fundamentos de antropología”. Eunsa. 2003. p 259

<sup>55</sup> Cfr. GASTALDI. *Op. Cit.* p 76.

<sup>56</sup> Cfr. YEPES, ARANGUREN. *Op.Cit.* p. 71.



Cuando se ve al hombre como un engranaje más de la máquina de producción y consumo, cuando se lo utiliza únicamente para fines económicos, sin tener en cuenta su verdadero bien, se está pasando por alto su verdadera dignidad.

- **El hombre busca realizarse, comprometiéndose libremente con valores, con los otros y con Dios:** Un hombre realizado, es un hombre feliz. La felicidad es aquello a lo que todos aspiramos, por el mero hecho de vivir. Felicidad significa para el hombre, plenitud, perfección, por eso, todo proyecto vital, es búsqueda de ella.<sup>57</sup>

La felicidad incluye en primer lugar el bienestar, es decir, unas condiciones materiales que permitan estar bien. Sin embargo, no puede quedar reducida a éste.

En la actualidad se ha creído que se alcanzaría la felicidad cuando se alcanzaran unas determinadas condiciones de bienestar material, y un cierto nivel de vida, con el propósito de evitar riesgos y males. Esto se haría mediante el desarrollo económico, adelantos y comodidades de la tecnología.

Se sustituye el proyecto personal de vida por la adquisición de unas determinadas condiciones de bienestar y seguridad. Con ello la felicidad se convierte en objeto de consumo, está en oferta, se anuncia, se vende y conseguida, decepciona.<sup>58</sup>

Poner en un determinado objeto o conjunto de ellos la felicidad es un engaño, ya que nunca podrá ser obtenida por estos medios. Quizás se podrá obtener una sensación agradable o placentera de determinada duración, sin embargo en el largo plazo, una vida orientada por el consumismo trae aparejada una sensación de vacío.

Esta sensación es denominada por Frankl como “vacío existencial”, que ocurre cuando el hombre se cierra al mundo y a los valores. Cuando es denegada la autotranscendencia, la propia existencia queda distorsionada.<sup>59</sup> Esto sucede, porque se olvida que la felicidad no significa solamente estar bien, sino, estar haciendo algo que llene la vida. Esta felicidad solo podrá ser posible a través del compromiso con un proyecto de vida y llevarlo a cabo, pues solo somos felices en la medida en que alcanzamos aquello a lo que aspiramos.<sup>60</sup>

- **El hombre está destinado a la comunión:** Si el objetivo de la vida humana es el bienestar y el placer, como se propone desde el consumismo, puede resultar dificultoso pensar en el prójimo. Llano lo expresa así: *“El hedonismo es egoísta. Si lo que me domina es el deseo de conseguir placer con la mayor intensidad posible, el bienestar ajeno ha de traerme sin cuidado, a no ser que influya en el mío. El placer como meta invita al ensimismamiento y no quiere saber nada de la solidaridad”*<sup>61</sup>

Por otro lado, una de las formas de entrar en comunión con los hombres y de expresar lo que hay de único e irreplicable en nosotros es a través del trabajo.

Cuando el trabajo deja de ser fuente valores creativos y pasa a ser considerado meramente como una fuente de dinero y por lo tanto de éxito y poder se deshumaniza y por ende su realización no aporta felicidad al hombre, sino lo hace sentir como un esclavo.

<sup>57</sup> Cfr. YEPES, ARANGUREN. Op. Cit p 157.

<sup>58</sup> Cfr. YEPES, ARANGUREN. Op. Cit. p 176.

<sup>59</sup> Cfr. FRANKL, Victor. Op. Cit. p 32-35.

<sup>60</sup> YEPES, ARANGUREN. Op. Cit. p 158

<sup>61</sup> LLANO, Alejandro. “La vida lograda”, Ariel. 2003. p 72.

Además, la costumbre de usar y tirar, propia del consumismo, se ha extendido también a las personas<sup>62</sup>, fundamentalmente en sus puestos de trabajo, de los que son removidos cuando dejan de ser eficientes, en función del acelerado ritmo que se les impone.

Las contradicciones evaluadas anteriormente, muestran que la visión consumista afecta al hombre en su fuero más íntimo, impidiéndole realizarse con todas sus potencialidades, dado que únicamente considera algunos aspectos del mismo, como su bienestar económico. Una visión integral del hombre es la que permite reflejar su naturaleza con todas sus dimensiones y de este modo mostrar cuáles son los caminos para su crecimiento y desarrollo.

#### **4.4.4 Paradigma de Desarrollo Humano.**

Este enfoque nace con la finalidad de ampliar la mirada de las concepciones de desarrollo del hombre predominantes hasta 1980 que explicaban el mismo meramente a partir del desarrollo económico.

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), estudia este nuevo enfoque, aplicándolo a temas mundiales y basándose en las teorías del economista Amartya Sen, entre otros.

*“El Desarrollo Humano es definido como el proceso de **ampliación de las opciones de las personas y mejora de las capacidades humanas** (la diversidad de cosas que las personas pueden hacer o ser en la vida) y **las libertades**, para que las personas puedan vivir una vida larga y saludable, tener acceso a la educación y a un nivel de vida digno, y participar en la vida de su comunidad y en las decisiones que afecten sus vidas.”*<sup>63</sup>

Así se observa que el Desarrollo Humano mira a la persona en su totalidad, contemplando todas sus potencialidades y pretende engrandecerla, no únicamente a partir de lo económico. En palabras de Amartya Sen: “El desarrollo humano, como enfoque, se ocupa de lo que yo considero la idea básica de desarrollo: concretamente, el aumento de la riqueza de la vida humana en lugar de la riqueza de la economía en la que los seres humanos viven, que es sólo una parte de la vida misma”.<sup>64</sup>

El Desarrollo Humano es un paradigma de desarrollo que va mucho más allá del aumento o la disminución de los ingresos de un país. Comprende la creación de un entorno en el que las personas puedan desarrollar su máximo potencial y llevar adelante una vida productiva y creativa de acuerdo con sus necesidades e intereses.

Las personas son la verdadera riqueza de las naciones. Por lo tanto, el desarrollo implica ampliar las oportunidades para que cada persona pueda vivir una vida que valore. El desarrollo es entonces mucho más que el crecimiento económico, que constituye sólo un medio —si bien muy importante— para que cada persona tenga más oportunidades. Para ello lo fundamental es desarrollar las capacidades humanas. Las capacidades más esenciales para el desarrollo humano son disfrutar de una vida larga y saludable, haber sido educado, acceder a los recursos necesarios para lograr un nivel de vida digno y poder participar en la vida de la comunidad. Sin estas capacidades, se limita considerablemente la variedad de opciones disponibles y muchas oportunidades en la vida permanecen inaccesibles.

El objetivo es la **libertad** del ser humano. Una libertad que es fundamental para desarrollar las capacidades y ejercer los derechos. Las personas deben ser libres para hacer uso de sus alternativas y participar en la toma de decisiones que afectan sus vidas. El desarrollo humano y los derechos humanos se reafirman mutuamente y ayudan a

<sup>62</sup> LLANO, Alejandro. “La vida lograda”, Ariel. 2003. p. 60.

<sup>63</sup> PNUD “Orígenes del enfoque de Desarrollo Humano”. En <http://hdr.undp.org/es/desarrollohumano>.

<sup>64</sup> SEN, Amartya. “Orígenes del enfoque de Desarrollo Humano”. En [www.revistadesarrollohumano.org/quees.asp](http://www.revistadesarrollohumano.org/quees.asp).

garantizar el bienestar y la dignidad de todas las personas, forjar el respeto propio y el respeto por los demás.<sup>65</sup>

Los cuatro índices principales de Desarrollo Humano, determinados por el Informe de Desarrollo Humano son:

- Índice de Desarrollo Humano: Combina indicadores como esperanza de vida, logros educacionales e ingreso.
- Índice de desarrollo relativo al género: mide el progreso de las variables anteriores, reflejando desigualdades entre hombres y mujeres.
- Índice de Potenciación de Género: Evalúa el progreso de las mujeres en su participación en foros políticos y económicos.
- Índice de Pobreza Humana: Mide dimensiones como vida corta, falta de educación básica, falta de acceso a recursos públicos y privados.<sup>66</sup>

#### 4.4.5 Motivaciones Humanas

Se ha expuesto reiteradamente a lo largo de este apartado que lo que motiva al hombre no es meramente el bienestar material, si bien este es necesario, hay anhelos del hombre (y específicamente humanos), que se encuentran más allá de unas condiciones de vida saludables. Ahora bien, ¿Qué es lo que motiva al hombre?

Existen numerosas teorías de la motivación, que muestran cómo la conducta humana puede estar movilizada por necesidades de diferente orden. Algunas de ellas resultan explicativas para conocer qué lleva al hombre a consumir en forma desmedida.

- **Teoría de Abraham Maslow<sup>67</sup>:** Este psicólogo americano elaboró una teoría sobre las necesidades humanas. Agrupó las diferentes necesidades y las ordenó jerárquicamente en diferentes niveles.

El esquema de Maslow estaba representado por una pirámide, de la siguiente forma:



<sup>65</sup> Cfr. PNUD. “Concepto de Desarrollo Humano”. En <http://hdr.undp.org/es/desarrollohumano>.

<sup>66</sup> Cfr. PNUD. “Índices de Desarrollo Humano”. En <http://hdr.undp.org/es/desarrollohumano>.

<sup>67</sup> Cfr. ROBBINS, Stephen. “Comportamiento Organizacional”. Pearson Educación. 10ª edición, México. 2004. p 157-158.

Los cuatro estratos inferiores, son denominadas por Maslow como necesidades de déficit y el último como necesidades del ser. Las necesidades de los estratos superiores sólo son susceptibles de motivar al sujeto en tanto las de orden inferior estén satisfechas.

Es a través de la satisfacción de las necesidades de autorrealización, que se encuentran en la cima de la jerarquía, que el hombre encuentra el sentido de la vida. Esto solo es posible cuando las necesidades inferiores han sido satisfechas, al menos en cierta medida.

Por lo tanto esta teoría, lleva supuesto algunos puntos:

-que las necesidades no satisfechas son las que mueven al hombre, mientras que las necesidades satisfechas no generan comportamiento.

- que las necesidades siguen un trayecto unidireccional ascendente y mientras no se hayan satisfecho las mas bajas, las mas altas no poseen poder de motivación.

- **Teoria de ERG de Alderfer**<sup>68</sup>: Este autor estaba de acuerdo con Maslow en su mayor parte, sin embargo difiere en algunos cuestiones esenciales.

Alderfer propone tres tipos de necesidades:

- Existencia (necesarias para subsistir)
- Relación (relaciones interpersonales)
- Crecimiento (creatividad personal)

Sin embargo el cambio de nomenclatura no es la única diferencia con Maslow. Difieren además en los siguientes puntos:

- En una persona pueden estar actuando dos o más necesidades a la vez sin importar la jerarquía.
- El hecho de que una necesidad haya sido satisfecha no implica que desaparezca su potencial motivador.
- En caso de frustración de alguna necesidad superior, las necesidades de nivel inferior, pueden reaparecer y acrecentarse.

Siguiendo a Maslow, vemos como en la actualidad prevalecen las necesidades de déficit, por sobre las de autorrealización. Lo que lleva a la imposibilidad de hallar la plenitud y el sentido de la vida, a través de esas vías.

Resulta fundamental el aporte que hace Alderfer a la teoría de Maslow, ya que permite comprender cómo estas necesidades (deficitarias) siguen teniendo potencial motivador, a pesar de hallarse satisfechas.

Por ejemplo, vemos como en personas ricas, el hecho de tener acceso a numerosos bienes, no disminuye la necesidad de seguir adquiriéndolos en forma desmedida.

Por otro lado, en la actualidad los medios de comunicación proponen productos que prometen brindarle la felicidad al hombre, este deseo se frustra o tiene una duración muy corta, ya que el medio a través del cual se busca no es el correcto. Como propone Maslow, esto sólo sería posible si se satisfacen las necesidades de autorrealización.

Siguiendo el principio de frustración-regresión que propone Alderfer, según el cual ante una frustración de una necesidad de orden superior se produce una regresión y acrecentamiento de necesidades inferiores, se ve que a mayor frustración o imposibilidad del hombre de autorrealizarse, busca más desmedida y compulsivamente satisfacer sus necesidades de déficit, lo que acarrea mayor frustración y el círculo vicioso va en aumento.

---

<sup>68</sup> Cfr. ROBBINS, Stephen. Op. Cit. p 162.

Hoy en día se ve cómo incansablemente las personas intentan llenar el vacío existencial, consumiendo bienes y servicios, con la esperanza de que esto les permita alcanzar la felicidad, sin notar que por este camino solo conseguirán acrecentar ese vacío.

- **Teoría de Perez Lopez<sup>69</sup>:** Esta teoría, más reciente, podría contribuir a la comprensión de cuales serían las motivaciones que podrían conducir a las personas a implementar el Consumo Sostenible. Este autor propone la existencia de tres tipos de motivaciones: Extrínsecas, Intrínsecas y Trascendentes.
  - Motivaciones extrínsecas: La persona se mueve por las consecuencias que espera que se sigan de la acción realizada (alguna clase de premio) o por la evitación de una consecuencia no deseada (algún tipo de privación). El dinero es el paradigma de las motivaciones extrínsecas, si esto es lo que motiva la realización de un trabajo, ya que lo que buscaría el individuo, no es la realización de la acción misma, sino la recompensa que pueda obtener.
  - Motivaciones intrínsecas: La persona se mueve por las consecuencias que se espera que se produzcan en ella, en virtud de la acción ejecutada. Un ejemplo podría ser la satisfacción producida por la adquisición de un determinado aprendizaje.
  - Motivaciones trascendentes: La persona se mueve por las consecuencias que espera que produzca su acción en otra u otras personas de su entorno, o en la sociedad en su conjunto. Estas últimas se refieren a la importancia que el sujeto otorga a las consecuencias que su actuación puede tener para otras personas, es decir, reflejan el valor que se da a las repercusiones sobre los demás. Los ejemplos de este tipo pueden variar desde ayudar a un compañero de trabajo, hasta colaboraciones entre países, donde la acción es movida por el deseo de ayudar al otro.

Los tres tipos de motivos se encuentran presentes en todas las personas y en cada una de sus decisiones; lo que varía –y determina la calidad motivacional de una persona- es la importancia que cada uno de esos tipos de motivos tiene en sus decisiones.

Para lograr un Consumo Sostenible en la sociedad hay que apelar al desarrollo de las Motivaciones Trascendentes. El cambio en los estilos de vida y patrones de consumo, serán posibles si se apela a la potencialidad del ser humano de modificar y motivar su conducta en función de las consecuencias que éstas tendrán para otros, por ejemplo, para generaciones futuras o regiones desfavorecidas en el mundo. Para hacer del consumo sostenible un estilo de vida es necesario dar un salto cualitativo, exaltando las motivaciones que permitan al ser humano trascender su propia persona, salir del encierro del egoísmo y buscar con ahínco el beneficio de todos y del mundo en que vivimos.

#### **4.4.6 Conclusiones del enfoque antropológico**

El consumismo, como visión y como práctica, afecta negativamente el ser del hombre reduciéndolo en su naturaleza y dignidad.

Para que el consumo sea beneficioso para el hombre debe tener en cuenta lo siguiente:

- El hombre debe ser considerado como persona en toda su integridad y no meramente como consumidor de bienes.

---

<sup>69</sup>Cfr. MARCO PERLES, Gines Santiago. “Ética y liderazgo empresarial”. Universidad de Valencia. En [www.eben-spain.org/docs/Papeles/VIII/3\\_Marco00.pdf](http://www.eben-spain.org/docs/Papeles/VIII/3_Marco00.pdf)

- Los objetos de consumo deben estar en el marco de un proyecto de vida valioso, donde adquieran su verdadero peso y medida.
- El consumo personal no puede ser hedonista, y por tanto individualista, sino solidario, con las generaciones actuales y futuras y con el medio ambiente.
- El desarrollo Humano Integral debe ser el eje de la economía de una sociedad.

## 5. CONCLUSIONES GENERALES

La presente ponencia es un avance de la investigación titulada “Aproximación multidisciplinaria al concepto de Consumo Sostenible y descripción de su relevancia para el Desarrollo Sostenible. Propuestas para la aplicación del concepto en las carreras de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Católica de Cuyo”, que se desarrolla dentro del marco del Instituto de Desarrollo Sostenible de la Universidad Católica de Cuyo en la provincia de San Juan.

Esta investigación no ha concluido aún, por lo tanto los resultados obtenidos son parciales y sujetos a revisión.

Algunas conclusiones preliminares que se pueden establecer son las siguientes:

- El CS pretende lograr cambios en los patrones de consumo, en los estilos de vida y en el funcionamiento de las economías.
- El CS debe tener como objetivo lograr un desarrollo humano integral de todas las personas.
- El comprar es un acto moral. Existe una responsabilidad social del consumidor que viene a sumarse a la responsabilidad social de la empresa.
  - La Universidad es un actor clave en la promoción del CS: Es necesaria la inclusión de esta noción en las carreras económicas, sociales y en las ingenierías.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

ARAGON, Juan Alberto, Vera FERRÓN y José Manuel DE LA TORRE “Posibilidades y restricciones para compatibilizar mercado y gestión ambiental empresarial: una visión estratégica”. En Como integrar sostenibilidad y mercado. Fundación Banco Santander. Madrid, 2009

BAUMAN, Z. (2002), “*La Sociedad Sitiada*”, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

BAUMAN, Zygmunt. Vida de Consumo

FRANKL, Víctor. “Psicoanálisis y Existencialismo”. Fondo de Cultura Económica. 1950.

FROMM, Erich. “Del tener al ser”. Paidós. 1993.

FULQUET, Gastón A., (2009) “Políticas Ambientales en MERCOSUR: ¿Hacia una agenda regional de Producción y Consumo Sustentable?, trabajo presentado en el IX Congreso Nacional de Ciencia Política de la Sociedad Argentina de Análisis Político

GASTALDI, Italo. “Aproximaciones al misterio del hombre”. Editorial Don Bosco.

- GONZÁLEZ LAXE, Fernando, "Elinor Ostrom y la pesca". El País, ed. Galicia, Galicia.
- GUIMARÃES, Roberto P., "*Modernidad, Medio Ambiente y Ética: un nuevo paradigma de desarrollo*" presentado en la Conferencia Internacional Amazonia 21, Brasil, 1997
- IESE Business School, Universidad de Navarra, "El libro del Consumo Responsable de Alcohol en España" en [http://www.iese.edu/es/files/Diageo\\_LibroBlanco.pdf](http://www.iese.edu/es/files/Diageo_LibroBlanco.pdf)
- KOTLLER, PHILIP. Marketing management. Ed. Mc Graw Hill. 1991
- LLANO, Alejandro. "La vida lograda", Ariel. 2003.
- LORDA, Juan Luis. "Antropología del Concilio Vaticano II a Juan Pablo II". Ediciones Palabra. Madrid. 1996.
- MARCO PERLES, Gines Santiago. "Ética y liderazgo empresarial". Universidad de Valencia. En [www.eben-spain.org/docs/Papeles/VIII/3\\_Marco00.pdf](http://www.eben-spain.org/docs/Papeles/VIII/3_Marco00.pdf)
- MESA Redonda sobre Producción y Consumo Sostenible, Oslo, 1995
- OCDE, "¿Hacia un consumo sostenible en los hogares? Tendencias y políticas en los países de la OCDE", en [http://www.ecodes.org/pages/especial/documentos/consumo\\_sostenible\\_OCDE.pdf](http://www.ecodes.org/pages/especial/documentos/consumo_sostenible_OCDE.pdf)-  
[Septiembre de 2002.](http://www.ecodes.org/pages/especial/documentos/consumo_sostenible_OCDE.pdf)
- NACIONES Unidas, Cumbre de Johannesburgo, en [www.un.org/CONSUMORESPONSABLE/CumbredeJohannesburgo2002](http://www.un.org/CONSUMORESPONSABLE/CumbredeJohannesburgo2002)
- ONU, Marrakech Task Force on Education for Sustainable Consumption led by Italy. "Here and Now! Education for Sustainable Consumption. Recommendations and Guidelines". 2009.
- ORGANIZACIÓN de Estados Iberoamericanos, "Década para una educación por la sostenibilidad" en [www.oei.es/decada/accion08.htm](http://www.oei.es/decada/accion08.htm)
- ORGANIZACIÓN de las Naciones Unidas, "Informe de la Conferencia sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo". Procedimientos de la Cumbre de la Tierra. Río de Janeiro, 1992.
- OGANIZACIÓN de las Naciones Unidas, "Programa 21: Plan de acción para el desarrollo sostenible", Procedimientos de la Cumbre de la Tierra, Río de Janeiro, 1992.
- PNUD. "Concepto de Desarrollo Humano". En <http://hdr.undp.org/es/desarrollohumano>
- PNUD. "Índices de Desarrollo Humano". En <http://hdr.undp.org/es/desarrollohumano>.
- PNUD "Orígenes del enfoque de Desarrollo Humano". En <http://hdr.undp.org/es/desarrollohumano>.

República Argentina, Ministerio de Salud y Ambiente y PNUMA. “Análisis de las políticas e iniciativas relacionadas con el Consumo Sustentable”, en [www.aplicaciones.medioambiente.gov.ar/archivos/web/UPLCS/file/documento\\_base\\_cs.pdf](http://www.aplicaciones.medioambiente.gov.ar/archivos/web/UPLCS/file/documento_base_cs.pdf). 2006

República Argentina, Secretaría de Desarrollo Sustentable y Política Ambiental, Unidad de Producción Limpia y Consumo Sustentable “Análisis de Políticas e iniciativas relacionadas con el Consumo Sustentable; Experiencias internacionales destacadas y el caso argentino”, en [http://aplicaciones.medioambiente.gov.ar/archivos/web/UPLCS/File/Documento\\_Base\\_CS.pdf](http://aplicaciones.medioambiente.gov.ar/archivos/web/UPLCS/File/Documento_Base_CS.pdf), 2006.

ROBBINS, Stephen. “Comportamiento Organizacional”. Pearson Educación. 10ª edición, México. 2004.

SEN, Amartya. “Orígenes del enfoque de Desarrollo Humano”. En [www.revistadesarrollohumano.org/quees.asp](http://www.revistadesarrollohumano.org/quees.asp).

UNCTAD. UNCTAD/DITC/TED/2007/4. Publicación de las Naciones Unidas. 2007

UNESCO / UNEP, “Jóvenes por el Cambio: Manual de educación para un consumo sostenible”. 2002

WORD Business Council for Sustainable Development. “Vision 2050: the new agenda for business”. En <http://www.wbcds.org/web/vision2050.htm>

YEPES, Ricardo, Javier ARANGUREN, “Fundamentos de antropología”. Eunsa. 2003.