



Consumo Sostenible

Georgina Jiménez

El concepto de consumo sostenible se relaciona con el término “desarrollo sostenible”. En la Declaración de ambiente y desarrollo, documento resultante de la Cumbre de la Tierra en Río, 1992, se hace el vínculo entre desarrollo sostenible y consumo. En el principio 8 dice:

“Para alcanzar un desarrollo sostenible y una mejor calidad de vida para todos, los estados deben reducir y eliminar los patrones insostenibles de producción y consumo y promover políticas demográficas apropiadas.”

Una de las definiciones de consumo sostenible más aceptadas es la adoptada en la tercera sesión de la Comisión de Desarrollo Sostenible en 1995.

“consumo sostenible es el uso de bienes y servicios que responden a las necesidades básicas y mejora la calidad de vida, mientras que minimiza el uso de recursos naturales, materiales tóxicos y desechos y contaminantes a lo largo del ciclo de vida, de manera que no comprometa las necesidades de futuras generaciones.”

Esta definición establece la diferencia entre consumo de bienes y servicios, y consumo de recursos. Es importante aclarar esta diferencia para entender el énfasis del consumo sostenible. Es posible que el consumo de bienes aumente y simultáneamente la razón ‘recursos por bienes’ baje, de manera que se puedan generar más productos con menos recursos. Precisamente este es el reto del consumo sostenible: no se trata de consumir menos, sino de producir más, crear más riqueza utilizando menos recursos.

Otro aspecto importante del consumo sostenible es que contempla el mejoramiento de la calidad de vida, lo cual implica tomar en cuenta diversos aspectos del ámbito social. Para los países en desarrollo, el consumo sostenible deberá abordar temas primordiales tales como satisfacer necesidades básicas de agua, salud, alimentación, trabajo y vivienda para los más pobres. Mientras que en Dinamarca los consumidores están dispuestos a pagar más por un producto por el hecho de ser orgánico o tener un sello verde, en Latinoamérica la mayoría de la población se preocupa por ver si le alcanza el dinero para comer ese día.

Falta de equidad

No tiene sentido hablar de consumo y su sostenibilidad si gran parte de la población no ve satisfechas sus necesidades básicas. Por ello, al tocar el tema de consumo sostenible, necesariamente llaman la atención los problemas de falta de equidad e injusticia en la distribución de la riqueza que sufrimos en nuestro mundo.

Ausencia de equidad en el consumo

En el mundo, cerca de 1.3 billones de personas viven con menos de US\$1 por día, un billón no satisface sus necesidades básicas.
En Latinoamérica, 240 millones de personas viven bajo la línea de pobreza.
Alrededor de 160 millones de niños están malnutridos y más de 250 millones son trabajadores.
De 4.4 billones de personas de los países en desarrollo, cerca de 1.5 billones no tienen acceso a agua potable y 1 billón no tienen vivienda digna.
Por otro lado, una quinta parte de la población de los países desarrollados consume: el 46% de la carne producida en el mundo el 65% de la electricidad el 84% del papel el 85% de los metales y químicos, y es responsable del 70% de las emisiones de dióxido de carbono

Masera, Diego, *Towards Sustainable Consumption in Latin America and the Caribbean*. UNEP.

No obstante, la presión del consumo y su insostenibilidad afecta más a los pobres que a los ricos. Los ricos tienen mayor responsabilidad por la contaminación, el calentamiento global, el abuso en la aplicación de las sustancias tóxicas, explotación de bosques, etc.; sin embargo, los pobres sufren en mayor medida las consecuencias: en nuestros países es común ver casos de intoxicaciones por el uso inadecuado de pesticidas, severos daños de los sistemas respiratorios de quienes viven o laboran en los centros urbanos, daños materiales y pérdida de vidas humanas provocados por los derrumbes debido a la erosión de los cerros y otros. Según algunos expertos, para el 2050 necesitaremos los recursos de dos planetas Tierra para satisfacer las necesidades de consumo tal y como se presentan hoy.

De lo anterior se concluye que la problemática ambiental está relacionada con los problemas económicos y sociales. Por tanto, el modelo de desarrollo que deberán adoptar los países latinoamericanos deberá ser diferente del que siguieron otros países ahora desarrollados. Lógicamente, no se puede pretender salir del subdesarrollo agotando los bosques para criar ganado de forma extensiva o para vender madera de bosque primario.

El proceso de la liberalización de mercados es considerado como una vía para lograr el desarrollo económico de la región, pero tal y como se está dando ahora, el intercambio comercial con países más desarrollados no ha sido igualmente beneficioso para ambas partes. Entre 1990 y el 2000, el crecimiento económico de los países latinoamericanos fue del 3.2%, y según la UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas de Comercio y Desarrollo), el crecimiento deberá ser del 6% si se quiere cerrar la brecha entre países ricos y pobres. Por otro lado, las 200 personas más ricas del planeta más que duplicaron su riqueza neta entre 1998 y 2002, en más de un trillón de dólares. Aún más, en Latinoamérica el 80% de las exportaciones las realizan un número limitado de empresas grandes, mientras que el 85% del empleo del sector industrial lo proveen las micros, pequeñas y medianas empresas.

Este es el gran reto de los gobiernos de los países en desarrollo, lograr el desarrollo económico procurando el bienestar social y a la vez, protegiendo los recursos naturales seriamente amenazados por los patrones de consumo actuales.

Patrones de consumo

Es lamentable observar cómo se repiten los patrones de consumo de los países desarrollados en nuestros países. Este fenómeno se ha acelerado con la globalización; actualmente, los consumidores tienen acceso a más productos y servicios de prácticamente cualquier país del

mundo. El mercadeo y la publicidad de productos ya no se circunscriben a una región específica, nos vemos bombardeados por mensajes que promueven una cultura de consumismo y despilfarro. Un ejemplo reciente es la obesidad, padecimiento que tiende a aumentar en nuestros países, y que ya es un grave problema social en los Estados Unidos.

En este sentido, el papel de los medios de comunicación y las agencias de publicidad y mercadeo es relevante, ya que forman el deseo de los consumidores. Para cambiar los patrones de consumo actuales no solo se requieren productos más sostenibles, sino campañas de publicidad e información que ayuden en este proceso de cambio. Una de las grandes ventajas de la globalización de las comunicaciones es el inmenso potencial que ofrece para concienciar a la población en temas relacionados con la sostenibilidad.

Algunos patrones de consumo ya han empezado a cambiar; según los reportes del PNUD, a nivel mundial se observa una tendencia hacia la disminución en el uso de recursos materiales como resultado de la demanda de productos más pequeños y livianos. Los servicios virtuales son más comunes, lo que da como resultado un proceso de desmaterialización. Las innovaciones tecnológicas buscan mejorar la eficiencia de la producción, utilizando menos materiales y energía. Las tasas de reciclaje van en aumento y el crecimiento de la demanda mundial de metales y minerales ha bajado del 6% en 1960 al 2% en los años noventa. Las regulaciones para controlar los desechos y emisiones al aire tienden a ser más estrictas y en el ámbito político cada día se escucha más la promoción de tecnologías más limpias. En Costa Rica, un buen ejemplo es el esfuerzo que ha realizado el sector industrial que procesa el café para reducir las cargas contaminantes para el aire y los ríos en la última década.

Pese a que se están realizando esfuerzos muy concretos para disminuir la carga contaminante y el uso intensivo de recursos, todavía hay mucho por hacer, no solo desde el punto de vista ambiental, para alivianar la presión sobre los recursos naturales, sino también desde el punto de vista económico y social.

Es necesario distribuir mejor la riqueza y mejorar la calidad de vida de la población en general. Este es el reto del consumo sostenible y es el reto que debemos asumir todos. Para ello se deberá empezar por cambiar los patrones de consumo insostenibles que seguimos en nuestra sociedad. Por un lado está el papel del gobierno, a quien le compete crear un ambiente propicio para el desarrollo de actividades productivas sostenibles. Por otro lado, la industria y las empresas de manufactura y de servicios deberán orientar su estrategia hacia el desarrollo sostenible; se deberán convencer de que las dimensiones económicas, ambientales y sociales del negocio están estrechamente relacionadas, por lo que deberán desempeñarse en equilibrio para lograr su subsistencia a largo plazo. La industria puede influenciar los patrones de consumo hacia unos más sostenibles, y para ello deberá empezar por educar a los consumidores para que adquieran productos más sostenibles.

Por último, la academia y organizaciones no gubernamentales, dentro de las cuales se incluyen las organizaciones que defienden a los consumidores, pueden apoyar a educar a la población en estos temas así como denunciar prácticas y productos no sostenibles. En la medida en que los consumidores demanden productos y servicios más sostenibles, la industria se verá forzada a satisfacer estas demandas.

A continuación se señalan algunos retos concretos que tiene cada uno de los actores mencionados anteriormente.

Papel del gobierno

- Predicar con el ejemplo: crear políticas internas de compra de productos sostenibles en todas las instituciones públicas y llevar a cabo planes de ahorro energético y separación y reciclaje de basura.
- Promover el crecimiento de actividades productivas sostenibles y ser muy crítico en la estrategia de atracción de inversiones.
- Velar por que los procesos de liberalización de mercados aseguren el bienestar de todos, especialmente de los sectores más pobres.
- Aplicar el concepto “el que contamina paga”, imponiendo fuertes sanciones a quienes contaminan.
- Internalizar los costos ambientales y sociales de los recursos que utiliza la población y la industria, y así cobrar más por los servicios con el fin de no estimular el abuso. Lo recaudado deberá invertirse en sistemas de tratamiento de los desechos.
- Aplicar diferentes instrumentos económicos que sirvan de plataforma para estimular las actividades sostenibles: cargos e impuestos a productos perjudiciales para la salud y el medio ambiente, subsidios a productos sostenibles y a tecnologías limpias.
- Liderar iniciativas voluntarias: premios a productos sostenibles, acuerdos voluntarios con sectores industriales.
- Promover y apoyar iniciativas de ecoetiquetado e información de productos.
- Educar a la población para que tome conciencia de la problemática ambiental y cómo se relaciona con la calidad de vida.

Papel de la industria

- Asumir la responsabilidad social y ambiental de sus actividades y de todo el ciclo de vida de sus productos, esto es, desde su diseño y selección de materias primas, hasta su utilización y disposición final.
- Cambiar los parámetros de valorización de la empresa, los cuales tradicionalmente toman en cuenta solamente las ganancias económicas. Los nuevos esquemas valoran aspectos sociales y ambientales.
- Innovar productos y servicios más amigables con el medio ambiente y que mejoren la calidad de vida de los consumidores.
- Reducir costos a través del uso eficiente de los recursos y prevención de la contaminación.

Papel de la academia y ONG

- La academia y las ONG deben luchar por la distribución justa de la riqueza, participando activamente en foros y otros espacios para contribuir en formar opinión a la ciudadanía.
- Apoyar a la industria para mejorar su competitividad y hacer conciencia de su responsabilidad social y ambiental.
- Tienen el reto de concienciar a los consumidores, brindando información sobre los beneficios de los productos más sanos, y promover buenos hábitos de ahorro de energía, reducción y reutilización de empaques, reciclaje, etc.

Conclusiones

La realidad del consumo sostenible parece muy lejana y utópica para nuestros países; sin embargo, al observar y analizar la problemática ambiental, se concluye que no se puede alcanzar desarrollo sin tomar en cuenta el agotamiento de los recursos y la contaminación de aguas y aire, problemas que repercuten directamente en la calidad de vida de la población (especialmente la más desposeída) y en la capacidad de aumentar la producción.

El fenómeno de la globalización hace que sea más apremiante la incorporación del consumo sostenible en las políticas y planes de desarrollo. Se deberán valorar adecuadamente los recursos naturales y humanos, con el fin de competir con fuertes ventajas comparativas en el mercado

internacional, y se deberá buscar la justa distribución de la riqueza. Es claro que tanto el gobierno, como la industria y la sociedad civil deberán asumir su responsabilidad en procura del bienestar para las futuras generaciones.