



Sustainable  
Consumption

# Información sobre Consumo Sustentable y Jóvenes

**Adriana Zacarías Farah**

**Oficial de Programa, UNEP/DTIE.  
División de Industria, Tecnología y Economía.**



Sustainable  
Consumption

## ¿Consumo ... ?



¿Cuáles son nuestras necesidades?

¿Qué consumimos cada día?

¿Qué nos hace felices?

¿Cuál es el impacto de nuestro consumo sobre el medio ambiente?



# ¿Qué es Consumo Sustentable?



**Consumo Sustentable:** Es el uso de bienes y servicios que responde a la satisfacción de las necesidades básicas y a una mejor calidad de vida, mientras, al mismo tiempo **reduce el uso de los recursos naturales, minimiza las emisiones de contaminantes y desechos.**



Sustainable  
Consumption

## En otras palabras...



La meta del Consumo Sustentable es asegurar que las necesidades básicas estén cubiertas para toda la comunidad global, que el exceso y desperdicio sea reducido y el daño ambiental sea eliminado.

**¡Es un Consumo Responsable y Eficiente!**



# ¿Por qué es Importante el Consumo sustentable?



- Nuestro consumo tiene una estrecha relación con el uso de los recursos naturales y los niveles de contaminación. El consumo nacional y global esta creciendo a una tasa acelerada que rebasa la capacidad de regeneración de la tierra.
- Si todos consumiéramos como los Estado Unidos necesitarían **4 planetas**.



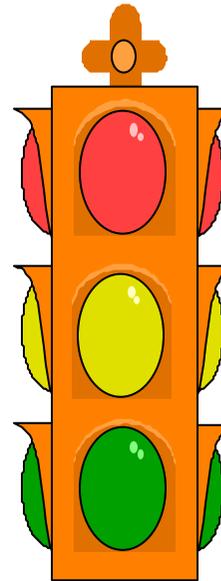
# ¿Por qué es Importante el Consumo sustentable?



- El aumento del consumo no siempre implica un aumento en la **calidad de vida**.
- El actual sistema económico se basa en análisis puramente monetarios y sin considerar los **costos ambientales y sociales reales**.

# Impactos Ambientales del Consumo

- **Las presiones ambientales del consumo van a intensificarse para el año 2020**



Waste Generation  
Personal Travel

Energy Use  
Waste Recycling

Water consumption



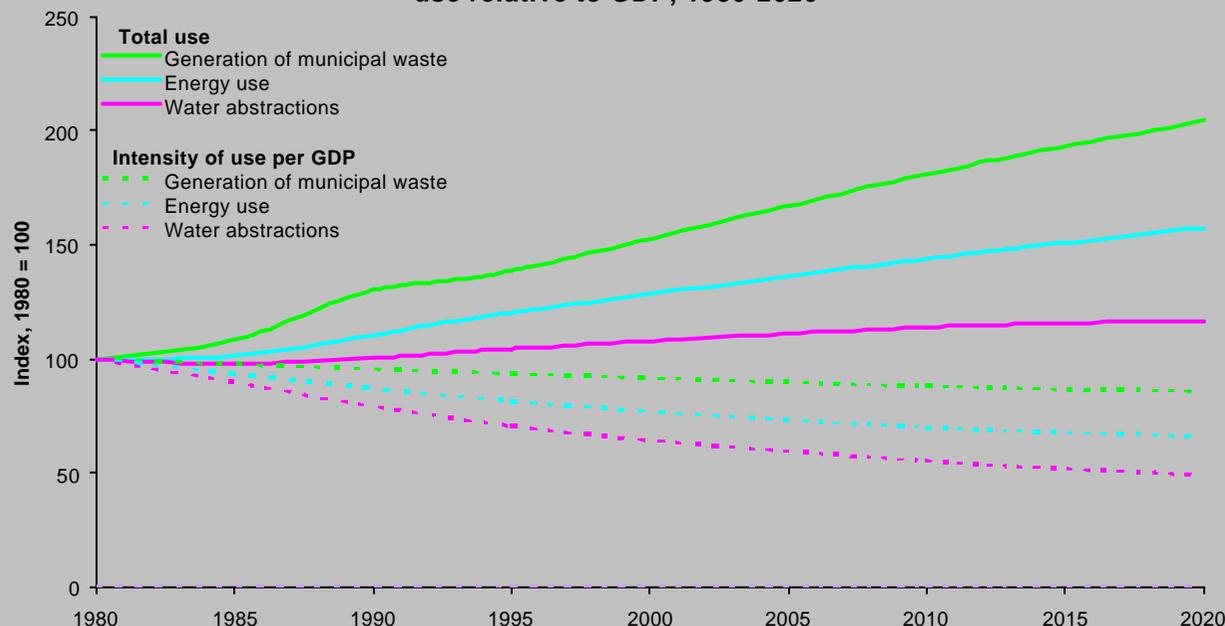
Sustainable  
Consumption

# Impactos Ambientales del Consumo



El uso de energía, consumo de agua y generación de desechos continuará incrementando, a pesar de las mejoras en la eficiencia de recursos y energía.

Figure 1. Resource and material intensity of OECD economies, total use and intensity of use relative to GDP, 1980-2020



Source: OECD, Environmental Outlook, 2001.



Sustainable  
Consumption

## Algunos datos sobre Consumo



**El sector residencial consume 15-25%** del uso nacional de energía. Segundo sector con mayor demanda, después del transporte.

Se espera que el uso de energía residencial **crezca 35% para el 2020.**

💧 **La substracción de agua aumentará 35% a nivel global en 2020.**



Sustainable  
Consumption

# Algunos datos sobre Consumo



El sector residencial genera aprox. **67%** de los **residuos municipales.**

Los desechos **municipales** están proyectados a **aumentar 43%** para el 2020.

Los km. recorridos por vehículo **aumentarán 40%**, el aéreo se triplicara para el año 2020.



Sustainable  
Consumption

# Factores que influyen en el Consumo



■ El análisis de mercado y sociológico identifica los motores clave detrás del consumo:

- **Económico:** Crecimiento económico, ingreso disponible y precios.
- **Demográficos:** hogares con una sola persona, expansión de la esperanza de vida.
- **Social:** estilos de vida, cultura, preferencias, individualismo, horas de trabajo, ocio, moda.
- **Educación e Información:** conciencia ambiental.



Sustainable  
Consumption

# Factores que Influyen en el Consumo



- **Tecnología e infraestructura**, disponibilidad y existencia de productos y servicios sustentables.
- **Marco Político**: instrumentos económicos, regulatorios y sociales.
- Varios de estos factores continuarán aumentando la presión sobre el consumo, por ende sobre los recursos naturales
- Algunos de estos factores tienen un efecto dual (ingreso per capita) los cuales podrían mejorar la protección ambiental si se aplican políticas que lo apoyen.



Sustainable  
Consumption

# ¿Quiénes tienen que actuar?



- El consumo sustentable es una **responsabilidad de todos**: gobiernos, industria, sector privado, ONGs, consumidores, medios de comunicación, INGOs, etc.
- Los consumidores tienen que promover cambios en sus **estilos de vida**.
- Los **gobiernos tienen que** asegurar que exista información adecuada, facilidades, infraestructura, incentivos fiscales además de promover la existencia de productos y servicios ambientales.





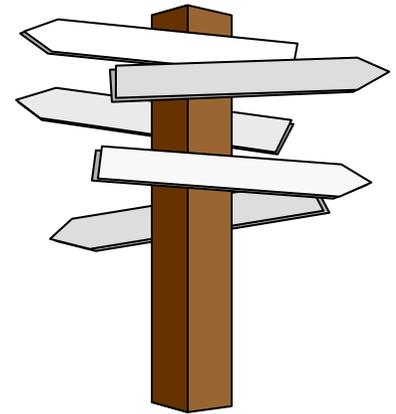
Sustainable  
Consumption

# Información sobre Consumo Sustentable



**Sin embargo, los consumidores se encuentran ante señales y mensaje confusos que los desorientan en su camino hacia la sustentabilidad.**

- ❖ Precios vs sustentabilidad,
- ❖ Moda vs eficiencia,
- ❖ Eco-etiquetados confusos,
- ❖ Más es mejor vs menos es más





Sustainable  
Consumption

# Jóvenes y Consumo Sustentable



- ✓ Los jóvenes con un sector vital en el mercado global.
- ✓ El motor más importante para el cambio de los patrones de consumo.
- ✓ Más del 25% la población mundial se encuentra entre los 10 y 24 años de edad.
- ✓ 90% de estos jóvenes viven en países del Sur.
- ✓ La energía, motivación y creatividad de los jóvenes es necesaria para cambiar los patrones insustentables.



Sustainable  
Consumption

# Canales de Información



Los mayores canales de información que influyen al consumidor en sus decisiones:

- **El Mercado:** precios, etiquetados, publicidad, intermediarios, competencia, internalización de costos ambientales, etc.
- **Medios de Comunicación Masiva:** televisión, radio, periódico, revistas, Internet.
- **Organizaciones Sociales:** difusión de información, educación ambiental, campañas, etiquetados, boycotts, etc.



Sustainable  
Consumption

# Problemas en la Información



- La información es asimétrica y tiene vacíos:
  - Los productores no siempre dan la información al menos que estén motivados u obligados;
  - Escasa información ambiental ( GMOs)
- Frecuentemente los consumidores no tienen información accesible sobre los impactos ambientales de sus patrones de compras y estilos de vida.



# El Dilema de la Información



- Los consumidores son saturados diariamente de información, pero muy poca de ella les ayuda a tomar decisiones sustentables.

## – ¿Qué hacer?

- ¿Menos información, pero mejor enfocada?
- ¿Más información, pero más clara?
- ¿El status quo, pero aumentando la capacidad del consumidor para evaluar la información recibida?



# UNEP/DTIE Programa sobre Consumo Sustentable y Jóvenes



El PNUMA tiene un fuerte interés en la Comunicación y Publicidad sobre consumo sustentable.

UNEP/DTIE ha creado un Foro de Comunicación originado en 1997 en la CDS Rio+5, donde los gobiernos recomendaron a UNEP “motivar e impulsar al sector empresarial, publicitario y de mercadotecnia, así como a los medios de comunicación para que ayuden a moldear patrones sustentable de consumo.

En 1999 obtuvo el mandato de analizar los patrones de consumo de los jóvenes y trabajar con ellos.



Sustainable  
Consumption

# ¿Qué hace el PNUMA?



- Desarrollo de metodologías y herramientas para gobiernos, industria y consumidores.
- Investigación y diseminación de información
- Apoya la transformación de la industria de frente a consumidores informados.
- Desarrolla buenas prácticas de producción
- Apoya la diseminación y aplicación global de acuerdos internacionales como la Agenda 21.
- Programa de jóvenes y consumo sustentable.



# Iniciativas PNUMA sobre consumo sustentable



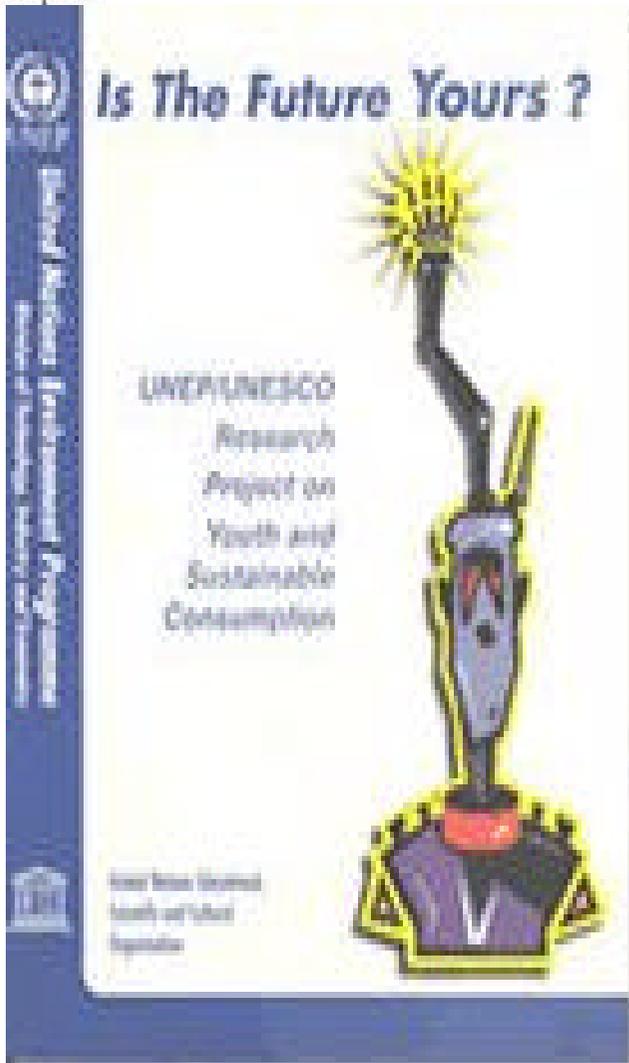
- UNEP DTIE jóvenes y consumo sustentable
- UNEP Lineamientos para la Protección del Consumidor/ Consumo Sustentable.
- UNEP/UNESCO Is the Future Your?
- The UNEP Iniciativa de Publicidad y Comunicación
- Red de Consumo Sustentable - SC.net
- YouthXchange



Sustainable  
Consumption



# ¿Es Nuestro el Futuro?

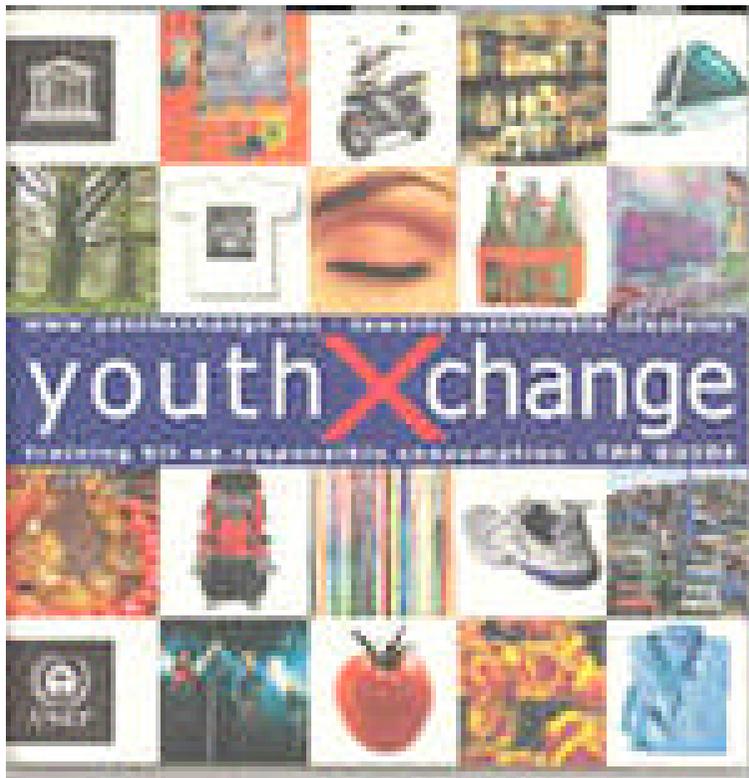


- UNEP/UNESCO realizó 10mil encuesta en 24 países.
- El objetivo: abrir diálogo con los jóvenes (18-25).
- Niveles de conciencia e interés sobre CS.
- Niveles de compromiso s/cs
- Visión del futuro y su papel potencial como líderes.



Sustainable  
Consumption

# YOUTH X CHANGE



Es un paquete de entrenamiento, con una guía y website, diseñada para asistir a maestros, autoridades públicas, ONGs y grupos de jóvenes para brindar información sobre consumo sustentable.

La meta es crear conciencia y motivar a los jóvenes a adoptar patrones sustentables en su vida cotidiana.



Sustainable  
Consumption

# Jóvenes y el Dilema de Información



- Vincular los problemas globales con nuestro consumo cotidiano.
- Dar un mensaje positivo, no moralista.
- Una visión positiva del futuro a través de la acción.
- Hacer del consumo sustentable una moda, y una actividad divertida y deseable.
- No decirles que deben hacer, sino proponer.



# Diseño e Implementación para Campañas Informativas



Proveer un mensaje simple y consistente durante un periodo largo

Usar enfoques interactivos para comunicar y promover la identificación de “marcas verdes”

Hacer mensajes claves, personales, reales, and vivos

Dar un mensaje positivo, imágenes divertidas, hacer del consumo sustentable algo “cool” y deseable.

Dirigirse a una audiencia específica, establecer metas claras, clarificar los resultados esperados, pruebas piloto y monitoreo y evaluación de resultados.



## Antes de Consumir Preguntate:



- ¿Realmente lo necesito?
- ¿Cómo fue hecho? Con qué estándares ambientales y condiciones laborales.
- ¿Qué utilidad me dará y cuánto tiempo?
- ¿Contamina cuando lo uso?
- ¿Adónde se irá después, es reciclable, biodegradable?

**Xplore, Xcite, Xtend, Xercise Choice!**

# Otras Campañas de Consumo Sustentable

Consumers International

La Huella Ecológica

New American Dream



Solid Gold Buy Nothing Day Dancers of MainDance – Vancouver, Canada

•<http://adbusters.org/campaigns/>



Sustainable  
Consumption

**Para mayor información**



**UNEP Programa de Consumo Sustentable**

**[www.uneptie.org/pc/sustain](http://www.uneptie.org/pc/sustain)**

**Red Consumo Sustentable**

**[SC@unep.fr](mailto:SC@unep.fr)**

**YoutXchange**

**[www.youthxchange.net/test-&game](http://www.youthxchange.net/test-&game)**