

CONSUMO SOSTENIBLE



CONTENIDOS

Introducción.....	2
El Desafío de la Sostenibilidad	2
El Sobreconsumo - un problema creciente	4
Cambiarse a la Energía Baja, Economía Circular	4
El Rol del Consumidor.....	4
1. Las elecciones que hacemos.....	5
2. La forma en que los consumidores usan productos y servicios	5
3. 3. Cómo los consumidores desechan / reutilizan productos	7
4. Llamando al cambio.....	9
Qué necesitan los Consumidores.....	9
El rol de las organizaciones de consumidores.....	10
Día Mundial de los Derechos del Consumidor.....	11

INTRODUCCIÓN

Como movimiento de consumidores, podemos agregar un valor particular al centrarnos en los sectores que involucran a los consumidores como usuarios finales, donde se crea la legislación y donde las organizaciones de consumidores tienen la experiencia, los conocimientos, la legitimidad y el espacio para actuar: la energía y los alimentos son dos de los más grandes. Aquí también es donde el movimiento de consumidores podría tener el mayor impacto.

Esta sesión informativa se centra en el papel que los consumidores pueden tener para crear un cambio y ayudar a construir un modelo de consumo circular más sostenible.

EL DESAFÍO DE LA SOSTENIBILIDAD

Actualmente estamos encerrados en un modelo de alto desperdicio basado en combustibles fósiles que vincula el crecimiento con el uso de recursos. Es vital que se cambie el modelo de consumo. Pero que se haga de una manera que apoye en lugar de socavar el progreso en los desafíos de la pobreza, el hambre, la desigualdad, la mala salud y la vivienda inadecuada. Estos problemas dañan a las comunidades en todo el mundo y se sienten con mayor intensidad en el sur global, también donde el cambio climático está teniendo el mayor impacto.

Compromisos globales

Líderes de todo el mundo se han unido para abordar la crisis climática y la pérdida de biodiversidad. Los más importantes de estos compromisos globales son:

- [Objetivos climáticos \(París 2015\)](#): el Acuerdo de París tiene como objetivo mantener el aumento de la temperatura global en este siglo muy por debajo de los 2 grados centígrados por encima de los niveles preindustriales y continuar los esfuerzos para limitar el aumento de la temperatura aún más a 1,5 grados centígrados.
- [Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS \(2030\)](#): los ODS son un ambicioso conjunto de 17 objetivos globales con objetivos para 2030 que establecen un nuevo paradigma para el desarrollo económico y social y contienen muchos objetivos relacionados con los desafíos ambientales.

Sin embargo, se prevé que [no cumplamos todos los objetivos de desarrollo sostenible y el acuerdo de París](#). Cambiar esto requiere velocidad, acción multilateral y un esfuerzo global intensivo.

¿Qué es el consumo sostenible?

El consumo sostenible tiene como objetivo aumentar la eficiencia de los recursos y el comercio justo al tiempo que ayuda a aliviar la pobreza y permitir que todos disfruten de una buena calidad de vida con acceso a alimentos, agua, energía, medicamentos y más.

El consumo sostenible no solo nos ayudará a garantizar que exista un mundo para las generaciones futuras, sino que también puede brindar beneficios más inmediatos. Por ejemplo, ayudar a las personas a alejarse de la [mala calidad, el combustible de biomasa inseguro](#) no solo beneficiará al medio ambiente sino a la salud de las personas.

Una transición justa

La transición a un modelo económico más sostenible puede suceder de manera equitativa o inequitativa. Creemos que además de salvaguardar nuestros recursos naturales esenciales, cualquier transición también debe brindar justicia social, derechos humanos y necesidades.

Cualquier sistema futuro debe ofrecer precios justos, productos seguros y de alta calidad, acceso abierto, respeto a la dignidad humana y privacidad según lo previsto por los principales derechos y necesidades del consumidor.

"Lo que los ciudadanos del Reino Unido creen que envían para reciclar en realidad se deja en nuestro país"

Ministro de Malasia, Yeo Bee Yin.

No debe tener mecanismos inequitativos, incentivos injustos u opciones punitivas y, en cambio, debe involucrar y motivar a los consumidores, haciendo de la sostenibilidad la opción fácil y justa. No hacerlo aumenta la probabilidad de una reacción violenta contra los esfuerzos de sostenibilidad y dejar atrás a los consumidores.

SOBRECONSUMO – UN PROBLEMA CRECIENTE

Si todos vivieran el [estilo de vida de una persona promedio en Europa occidental](#), necesitaríamos tres planetas para apoyarnos, mientras que los estilos de vida estadounidenses requerirían cinco planetas.

A medida que las personas en las economías emergentes tienen un ingreso disponible creciente, estamos viendo una mayor demanda de bienes de consumo que están sacando más recursos del planeta. [El Día Mundial del Sobregiro](#), el día del año en que consumimos todos los recursos de la Tierra, se ha vuelto cada vez más temprano. En 2019 fue el 29 de julio. Todos necesitan reducir la cantidad que consumen y cambiar la forma en que lo hacen.

CAMBIARSE A LA ENERGÍA BAJA, ECONOMÍA CIRCULAR

Si se usa, este modelo ayudaría a reducir el cambio climático y revertir la pérdida de biodiversidad. Ya hay algunos buenos ejemplos de empresas tomadas en este modelo. Por ejemplo, [Timberland está fabricando zapatos con neumáticos reciclados](#), DyeCoo ha desarrollado una forma de [teñir telas que no necesita agua y no utiliza productos químicos](#), aparte de los tintes.

“Desacoplar el crecimiento económico de los recursos el uso es uno de los más críticos y complejos desafíos que enfrenta la humanidad hoy ”.

Informe del Secretario General, [Los Objetivos de Desarrollo Sostenible Informe 2018](#)

EL ROL DEL CONSUMIDOR

Las personas en todo el mundo están comenzando a comprender la urgencia de la crisis ambiental y ya la [ven como una de las principales amenazas para su país](#), preocupaciones que han aumentado significativamente desde 2013

Para alcanzar los objetivos, todos deben hacer su parte: los gobiernos, el sector privado, la sociedad civil y las personas como usted.

Naciones Unidas

Los consumidores son un componente esencial de cualquier sistema de producción y consumo y son críticos para el éxito de cualquier cambio.

Las elecciones que realice como consumidor son una oportunidad para influir en el mundo que lo rodea, una fuerza para el bien. Algunas formas clave en que los consumidores pueden influir en el mundo que los rodea son: a través de sus elecciones de qué productos y servicios usar, cómo los usan, qué hacen con ellos cuando llegan al final de su ciclo de vida y presionan para que las cadenas de suministro cambien el sistema o cambios en la regulación.

Sin embargo, incluso como un grupo económico poderoso dentro del modelo actual, los consumidores no siempre tienen la capacidad de influir en el sistema a la escala requerida. Comprender y desbloquear la capacidad de los consumidores para influir más en el sistema ayudará a generar cambios más rápidos y significativos.

Un sistema se refiere a todas las partes de una industria, desde la producción, el comercio minorista, el consumo y la eliminación. Se dirige a los enlaces entre los diferentes puntos y toma una visión general de todo el proceso.

1. Las elecciones que hacemos

La demanda de productos sostenibles está aumentando, especialmente entre los consumidores más jóvenes. [Un estudio global](#) encontró que el 66% de los consumidores dicen que están dispuestos a pagar más por marcas sostenibles.

Sin embargo, varios estudios encuentran que las compras reales de productos sostenibles están en el rango del 20-30% ([aquí](#) y [aquí](#)).

La elección del consumidor tiene un poder fuera de la compra real, al pedir una mejor infraestructura en torno a su compra sostenible, puede alentar una mayor absorción de productos sostenibles. Por ejemplo, si compra una botella de agua reutilizable, puede llamar a su gobierno local o empresa para que le proporcione agua gratis para que la llene. Una vez que más lugares proporcionan agua gratis, más personas compran botellas de agua reutilizables. Los consumidores son una parte poderosa de la economía circular.

Las barreras para que los consumidores elijan la opción sostenible deben desglosarse, ya sea para aumentar el acceso, la asequibilidad y satisfacer las necesidades de los consumidores.

Los hogares consumen el 29% de la energía mundial y, en consecuencia, contribuyen al 21% de las emisiones de CO2 resultantes.

Naciones Unidas

2. La forma en que los consumidores usan productos y servicios

Energía


El acceso a la energía es uno de los principales impulsores del crecimiento inclusivo, pero la producción y el uso de la energía también es uno de los principales contribuyentes a las emisiones de GEI y al cambio climático.

En muchas partes del mundo menos desarrolladas económicamente, las personas no tienen acceso a la energía, en [África solo un 40% tiene acceso](#), y [en todo el mundo alrededor de tres mil millones de personas dependen de quema de combustible que dañan la salud](#). Los problemas críticos incluyen la oferta y los precios inciertos, particularmente en lugares que dependen en gran medida de las importaciones de energía o donde existe el riesgo de clima extremo.

Sin embargo, la energía renovable está creciendo (7.9% en 2018), [un tercio de la capacidad energética mundial ahora se basa en energía renovable](#). Sin embargo, cambiar a las energías renovables puede ser una tarea desalentadora para los consumidores.

Nuestro miembro holandés Consumentenbond [dirige un colectivo de energía](#), donde los consumidores se unen para obtener un mayor poder de negociación. Las compañías de energía ofertan por su negocio colectivo, y el proveedor ganador se compromete a suministrar energía verde 100% europea.

Los consumidores deben tener un acceso más fácil a la energía segura, sostenible y asequible y tener información sobre formas de reducir su uso de energía.



Nuestro [miembro yemení](#) hizo campaña por el uso seguro de los sistemas de energía solar como una solución a los problemas energéticos que enfrentan los consumidores, especialmente durante la crisis en Yemen.

Alimentación

Los sistemas alimentarios contribuyen hasta el [37% de los gases de efecto invernadero mundiales](#). La producción de alimentos, especialmente la agricultura animal, está causando un alto consumo de energía, [deforestación, emisiones de gases de efecto invernadero y uso excesivo de agua](#). El [60% de nuestro plástico](#), gran parte del cual proviene de la industria alimentaria, termina en vertederos o en nuestro medio ambiente. El cultivo y la agricultura han jugado un papel importante en la pérdida significativa de la biodiversidad del suelo y la diversidad genética en especies de cultivos y ganado. De las 6,000 especies de plantas cultivadas para la alimentación, [solo nueve representan el 66 por ciento de la producción total de cultivos](#). Estos desafíos se ven exacerbados por el hecho de que para 2030 el mundo necesitará alimentar a mil millones de personas adicionales a nivel mundial.

Los consumidores pueden desempeñar un papel al comer alimentos de temporada, cultivados localmente, con menos productos de origen animal, y comprando alimentos a productores que utilizan prácticas más sostenibles. Por ejemplo, [una dieta basada en plantas reduce el uso de la tierra en un 76% en comparación con el consumo de carne](#), por lo que reemplazar la cantidad de carne que come con fuentes alternativas de proteínas es una forma de ser más sostenible. Pero el consumo de carne está creciendo en algunas áreas del mundo, en Asia se prevé que [aumente un 78% para 2050](#) (aunque todavía solo lleva el consumo de carne a los [niveles actuales de América del Norte](#)).

La producción mundial de alimentos amenaza la estabilidad climática y la resistencia del ecosistema y constituye el principal impulsor de la degradación ambiental y la transgresión de los límites planetarios. Eat Forum, [Food Planet Health](#)

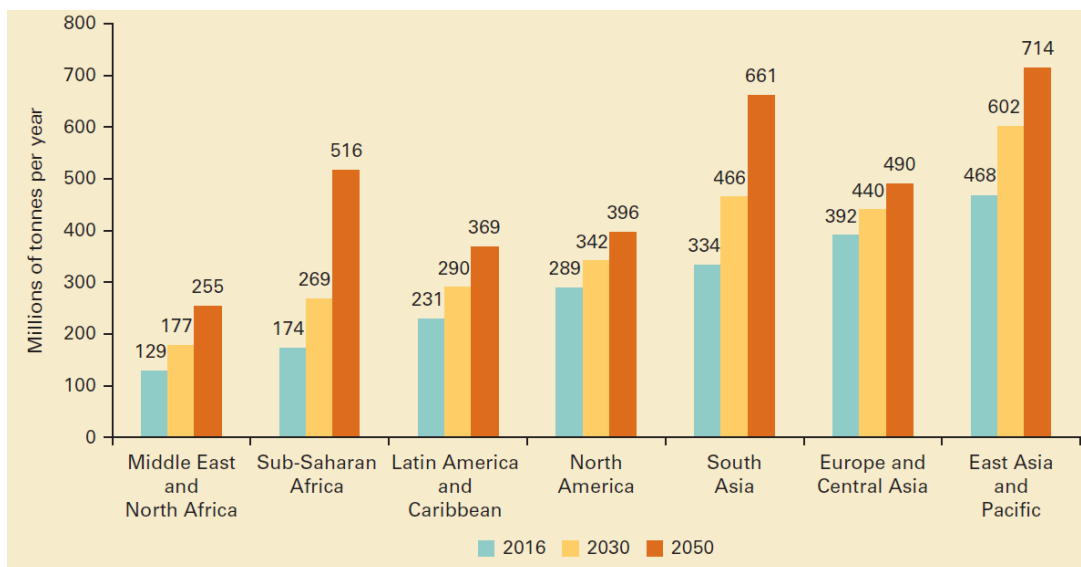
CPAG en Gambia educa a los consumidores acerca de los alimentos ecológicos y crea conciencia sobre los efectos sobre la salud y el medio ambiente del uso de pesticidas en la agricultura.

OCU, España realizó una campana de educación al consumidor sobre desperdicio de alimentos y alimentación de temporada que llegó a 19,600 personas. OCU produjo material promocional que incluye folletos, juegos, sugerencias de recetas para reutilizar las sobras y calendarios que muestran cuándo comprar frutas, verduras y pescado de temporada.

3. Cómo los Consumidores desechan/ reutilizan los productos

En promedio, las personas generaron 0,74 kilogramos de desechos al día, aproximadamente el peso de dos latas llenas de sopa. Los países con altos ingresos (16% de la población mundial) generan el 34 por ciento de sus residuos.

- Se espera que los desechos globales crezcan a 3,40 billones de toneladas para 2050, más del doble de crecimiento de la población durante el mismo período.
- 30% - 40% de todos los alimentos producidos en todo el mundo se pierden o desperdician.
- A nivel mundial, solo el 9% de todo el plástico jamás producido ha sido reciclado, el 79% está en vertederos, vertederos o el medio ambiente y el 12% ha sido incinerado.



[The World Bank](#)

Desechos electrónicos

[Cada año se producen 50 millones de toneladas de desechos electrónicos](#), se prevé que aumente a 120 millones de toneladas para 2050. Los desechos electrónicos liberan una serie de productos químicos altamente tóxicos, que afectan tanto el área donde se almacenan como las personas responsables de procesándolo. Los investigadores encontraron recientemente [huevos de gallinas del área de Agbogbloshe en la capital de Ghana, Accra](#), donde los residentes separan los desechos para recuperar metales, contenían 220 veces los límites de la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria para las dioxinas cloradas, entre otras sustancias nocivas.

Si fuéramos más eficientes con nuestros desechos electrónicos, no solo eliminaríamos un contaminante significativo del medio ambiente, pero podríamos recuperar parte del valor material de nuestros dispositivos gastados, [a nivel mundial esto asciende a \\$ 62.5 mil millones](#).

"Es difícil imaginar incluso 50 millones de toneladas, sin embargo, esto es equivalente en peso a las 4.500 Torres Eiffel, lo suficiente como para cubrir un área del tamaño de Manhattan, y eso es solo un año de los desechos electrónicos que creamos".

Blog para Weforum por: Guy Ryder, Director General, Organización Internacional del Trabajo (OIT)
Houlin Zhao, Secretario General, Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT)

[Altoconsumo en Italia pidió a 200 consumidores que estaban a punto de cambiar sus viejos aparatos electrónicos que agregaran un rastreador GPS](#). Descubrieron que a pesar de que los consumidores pensaban que estaban desechando su responsabilidad, el 40% de los productos que rastrearon no fueron llevados a sitios de reciclaje apropiados. Esta investigación se sumó a la evidencia de que se necesitan controles más estrictos para la eliminación de desechos electrónicos. Altoconsumo ahora se está comunicando con el Ministerio del Medio Ambiente sobre cómo podría ser una solución.

CEJ en México puso la contaminación ambiental y la producción orgánica en la agenda del debate público. Mediante una serie de programas de radio y talleres escolares, CEJ pudo ayudar a los consumidores y productores por igual a comprender que una producción orgánica significativa no será posible en Guadalajara si no se resuelve la contaminación del río Santiago. Se les arreglaron para negociar con las escuelas locales para realizar talleres y charlas en casi 20 escuelas primarias y secundarias en la cuenca alta del río Santiago, discutiendo el tema de esta iniciativa con estudiantes y profesores.

4. Llamando al cambio

[El 73% de los consumidores](#) dicen que definitivamente cambiarían sus hábitos de consumo para reducir su impacto ambiental, pero hay una serie de barreras en el camino: precio, acceso, sobrecarga de información. Los consumidores pueden pedir cambios en estas barreras, pueden exigir más transparencia en la cadena de suministro, pueden presionar a los gobiernos para que implementen legislación o incentivos para una mejor práctica. Los consumidores ya son muy activos en temas ambientales, con [huelgas climáticas](#) y [boicots de marcas insostenibles](#), y esto tiene un enorme potencial para ir más allá.

QUÉ NECESITAN LOS CONSUMIDORES

Para poder tomar las decisiones ambientales que todos debemos tomar, los consumidores necesitan acceso e información. También debe existir una infraestructura detrás de escena que coincida con el compromiso que los consumidores están haciendo. El consumo sostenible debe ser la opción fácil.

Necesitamos trabajar para reducir la confusión acerca de cómo comprar de manera sostenible garantizando que los productores, minoristas y formuladores de políticas hagan todo lo posible para que los productos sean seguros, duraderos y eficientes en recursos; antes de proporcionar información clara y confiable para guiar la elección del consumidor.

Nuevas tecnologías

Hay grandes desafíos por delante y necesitaremos nuevas tecnologías que nos ayuden a enfrentarlos. Algunas de las formas en que la tecnología puede apoyar un consumo más sostenible:

- Crear alternativas de carne de laboratorio o de origen vegetal.
- Contadores de energía inteligentes para monitorear el consumo de energía individual y de toda la ciudad
- Automóviles eléctricos
- Sensores IoT que ayudan a las compañías de energía a [reducir las emisiones \(y eliminar el desperdicio de gas vendible al mismo tiempo\)](#).

Nuestro miembro belga Test-Achats / TestAankoop está respondiendo al desafío de los desechos electrónicos con una herramienta de informes web llamada [Trop-vite-use](#) para crear una base de evidencia de productos que las personas piensan que se han agotado demasiado rápido. Esto ayudará a asesorar a los consumidores sobre qué comprar y demostrar a los fabricantes la demanda de productos más duraderos.

La [Asociación de Consumidores de Penang \(CAP\)](#), Malasia, se compromete a abordar la disminución de los niveles de biodiversidad promoviendo el ahorro y el intercambio de semillas entre los agricultores, los jardineros y el público. Su objetivo es reintroducir variedades tradicionales resistentes de semillas, cultivos menores, especies locales de vegetales y hierbas raras. CAP organizó una feria de intercambio de semillas para jardineros y agricultores en 2018, con una red de intercambio de semillas en línea establecida posteriormente.

EL ROL DE LAS ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES

La protección y el empoderamiento de los consumidores siempre se han preocupado por lograr un medio ambiente sano y sostenible, una asignación equitativa de los recursos y sistemas económicos que funcionen para las personas como consumidores.

Los principios del consumidor definidos por la ONU también pueden ser una herramienta útil cuando se defiende una transición más justa hacia un modelo económico circular sostenible.

Algunos de estos mencionan explícitamente el consumo sostenible, otros son críticamente importantes cuando se piensa en cumplir con los ODS y los enfoques circulares.

- Acceso a bienes y servicios esenciales.
- Protección de los consumidores vulnerables y desfavorecidos.
- Protección contra riesgos para la salud y la seguridad.
- Promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores.
- Acceso a información adecuada para permitir elecciones informadas
- Educación del consumidor, incluida la educación sobre las consecuencias ambientales, sociales y económicas de las elecciones del consumidor.
- Disponibilidad de resolución efectiva de disputas y reparación.
- Libertad para formar grupos y organizaciones de consumidores y presentar sus puntos de vista en los procesos de toma de decisiones.
- La promoción de patrones de consumo sostenibles.
- Protección en el comercio electrónico no inferior a la que ofrecen otras formas de comercio.
- Protección de la privacidad y el libre flujo global de información.

DIA MUNDIAL DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

"El consumidor sostenible" ha sido elegido por nuestra Junta y Consejo como el tema del Día Mundial de los Derechos del Consumidor 2020.

El Día Mundial de los Derechos del Consumidor se centrará en involucrar y empoderar a los consumidores para que tomen las decisiones sostenibles necesarias para cumplir los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Queremos reducir la confusión en torno a la sostenibilidad garantizando que los productores, los minoristas y los encargados de formular políticas hagan todo lo posible para que los productos sean seguros, duraderos y eficientes en recursos, y la sostenibilidad sea la opción más fácil.

Les pedimos a los miembros que usen el Día Mundial de los Derechos del Consumidor como una oportunidad para trabajar con una escuela, colegio o universidad local y organizar una sesión con un pequeño grupo para hablar sobre el consumo sostenible. Luego reuniremos la información de todo el mundo para pintar la imagen global.