

# CAMBIO DE PARADIGMA PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE

Barcelona, 9 de abril de 2020.

**E**l mundo entero se encuentra atravesando una crisis sanitaria que afecta a todos los sectores de la sociedad, a todas las industrias y, lo más importante, a las personas. Hoy muchos estamos cumpliendo el confinamiento obligatorio y otros se encuentran poniendo su cuerpo, saliendo a trabajar cada día para que el sistema sanitario y las necesidades básicas de cada uno de nosotros se encuentren cubiertas; **¡a todos ellos mi total agradecimiento!**

Estoy convencida de que toda crisis trae grandes desafíos como también oportunidades. Es cuestión de desarrollar la capacidad de adaptación, ser receptivos a los cambios y no resistirlos. En este sentido, las empresas también son víctimas de esta crisis y actualmente los órganos de administración y el *management* de las mismas se encuentran rediseñando sus estrategias para priorizar la salud de los trabajadores y consumidores y adaptarse a la nueva realidad, siendo más flexibles y sensibles a las necesidades de los grupos de interés tanto internos como externos. Claro está que aquellas empresas que ya tienen incorporado en su *business core* políticas y prácticas socialmente responsables están pudiendo dar respuestas rápidamente, adaptándose a la nueva realidad que vivimos, pero el gran desafío está en otras tantas empresas que recién están comenzando a asumir la importancia de ser socialmente responsable.

La crisis del Covid-19, entre otros aspectos, puede ser un buen momento para que los gobiernos, empresarios, accionistas, productores y comerciantes analicen, repiensen y rediseñen el modelo de negocio que será sostenible y rentable en el futuro. Como también es una gran oportunidad para que los consumidores reflexionemos sobre qué tipo de productos y servicios queremos consumir, ya que está en nuestras manos elegir aquellos que sean el resultado de un modelo de negocio donde prime la ética, la sostenibilidad y el compromiso social y ambiental.

Reflexionando sobre las consecuencias que dejará el Covid-19 en el aspecto económico, considero que habrá dos alternativas para superarlas (i) individualmente, buscando el bienestar propio a costa del sufrimiento o la pobreza de otros; o (ii) **colectivamente, repensando la forma de crear riqueza de manera más justa y equitativa, diseñando nuevas estrategias orientadas a un modelo de negocio más ético, sostenible y responsable**. Confío en que todos, o la gran mayoría, no dudamos que la opción (ii) es el futuro que queremos para nosotros y las próximas generaciones.

Por otro lado, muchos profesionales nos encontramos capacitándonos en temas ambientales, sociales, éticos, de innovación, de impacto, etc. con el fin de contribuir a generar un cambio en el ámbito empresarial. Asimismo, se han creado movimientos que agrupan a empresas de impacto/sostenibles, como B Corporation, B Lab Europe, B Lab Spain, Sistema B, World Fair Trade Organization, entre otras. No obstante, no solo las empresas tienen que cambiar para ir hacia una

sociedad más sostenible, sino que cada uno de nosotros como consumidores podemos, o mejor dicho deberíamos, empezar a sensibilizarnos más con el origen de lo que consumimos, analizando su etiquetado, buscando certificaciones ecológicas y apostando a los productos de cercanía (lo que se conoce como Kilómetro 0), valorando el ecodiseño, entre otras ideas.

Cada vez estamos más cerca de que se produzca un cambio de paradigma en relación al consumo, por lo tanto los productores, emprendedores, empresas familiares y, en general, toda aquella empresa que quiera generar un impacto en la sociedad están ante una gran oportunidad para innovar y contribuir a este cambio. Existen varias vías para producir, comerciar y consumir de manera responsable: productos de cercanía (Kilómetro 0), comercio justo, economía circular e inversión socialmente responsable.

Me detendré a explicar en qué consiste cada alternativa, y en caso de que al leer estas líneas sientan curiosidad e interés por saber más ¡los invito a que investiguen y profundicen estos temas!

### Productos de cercanía (Kilómetro 0).

Es una alternativa de producción y consumo que se inició en Estados Unidos en los años 70 e ingresó a Europa en los 80 por Italia con el movimiento *Slow Food*. Este movimiento busca crear un nuevo sistema de producción basado en la sostenibilidad alimentaria, en donde la comida sea sana y buena para el consumidor, para el agricultor y para el medio ambiente. Mediante esta tendencia se fomenta la integración de la producción, procesamiento, distribución y consumo de productos locales, para mejorar la economía, medio ambiente, salud y relaciones sociales de una localidad, comarca o región particular. Esta forma de producción y consumo puede traer las siguientes ventajas: (i) fomenta la economía local y contribuye al desarrollo de los pequeños productores; (ii) reduce el impacto medioambiental, ya que los productos se mueven en un radio máximo de 100 km desde su punto de origen y no atraviesan continentes y océanos como lo hacen actualmente la mayoría de los productos, lo que produce una reducción en la contaminación y en la emisión de gases de efecto invernadero; (iii) reduce los gastos económicos y energéticos derivados de la cadena de intermediación y transporte; (iv) fomenta el consumo de productos de temporada, frescos y naturales; (v) ayuda a conservar las especies vegetales autóctonas; entre otras. Este tipo de producción puede ser sumamente útil para que muchos productores de la industria alimentaria recuperen el terreno que fueron perdiendo ante las marcas blancas (o marcas del distribuidor).



## Comercio justo.

Es un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional, prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los productores y trabajadores desfavorables, especialmente en el Sur. Este movimiento social global no se limita a lo netamente comercial, sino que va más allá, es una forma de negociar que prioriza a las personas y al planeta en lugar de las ganancias, busca combatir la pobreza, el cambio climático, la desigualdad de género y la injusticia social. Las organizaciones que quieran trabajarlo y promoverlo deben cumplir los siguientes principios, que se encuentran alineados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 (también conocidos por su sigla, ODS):

- **Creación de oportunidades para productores con desventajas económicas.** Esto se logra apoyando a los pequeños productores marginados, ya sean empresas familiares independientes o agrupadas en asociaciones o cooperativas.
- **Transparencia y responsabilidad.** Se debe garantizar la transparencia en la gestión y en las relaciones comerciales, siendo responsable ante todos sus grupos de interés tanto internos como externos, asegurando los canales de comunicación e involucrándose en la toma de decisiones.
- **Prácticas comerciales justas.** El bienestar social, económico y ambiental de los pequeños productores marginados debe estar asegurado y no se debe maximizar las ganancias a expensas de ellos. Se crean relaciones a largo plazo, basadas en la solidaridad, la confianza, el respeto mutuo y la comunicación efectiva entre los socios comerciales.
- **Pago justo.** El pago justo es el resultado de una negociación mutua, a través del diálogo y la participación continua de los miembros de la cadena de suministro. El pago justo debe componerse de precios justos, salarios justos y dignos.
- **Garantizar que no haya trabajo infantil o trabajo forzoso.** Se debe procurar que no se utilice el trabajo infantil ni forzoso en la producción directa o en la cadena de intermediarios.
- **Compromiso con la no discriminación, la igualdad de género, el empoderamiento económico de la mujer y la libertad de asociación.** No se debe discriminar a la hora de contratar, remunerar, capacitar, promover, etc. Asimismo, se debe promover la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, así como, garantizar el derecho a la libre asociación y negociación colectiva.
- **Buenas condiciones laborales.** Facilitar un ambiente de trabajo saludable y seguro y las condiciones y horas de trabajo establecidas por las leyes locales y convenios internacionales.
- **Proporcionar el desarrollo de capacidades.** Se debe trabajar en el desarrollo de los pequeños productores, para mejorar sus habilidades, capacidad de producción y el acceso al mercado de comercio justo a nivel local, regional e internacional.
- **Promoción del comercio justo.** Promover la conciencia sobre el objetivo del comercio justo, brindar información a los clientes y consumidores sobre el movimiento, los productos y las organizaciones de productores.



- **Respeto por el medioambiente.** Se debe maximizar el uso de materias primas adquiridas de fuentes gestionadas de forma sostenible, reducir el consumo de energía y, cuando sea posible utilizar energías renovables, materiales reciclados o fácilmente biodegradables para el embalaje, etc.

Como puede verse, este movimiento no concibe al comercio solo como una actividad económica donde prima el intercambio de bienes y servicios, sino que lo considera una interacción social entre personas y, por ello, tiene como base los principios antes mencionados ubicando a las personas y al planeta por delante de los intereses económicos.

## Economía circular.

Actualmente nos encontramos ante una economía lineal que consiste en la extracción, producción, consumo y eliminación, es decir que se fabrica un producto, se compra, se usa y luego se tira. Este modelo de producción y consumo trae grandes secuelas ambientales, tanto al momento en que el producto se fabrica como cuando acaba su ciclo de vida, y ello está generando que los recursos naturales se agoten. Como contrapartida, para asegurar el aprovechamiento de los recursos y la reducción del uso de materias primas, extender la vida útil de los productos y dotarlos de segunda vida, nace la economía circular.

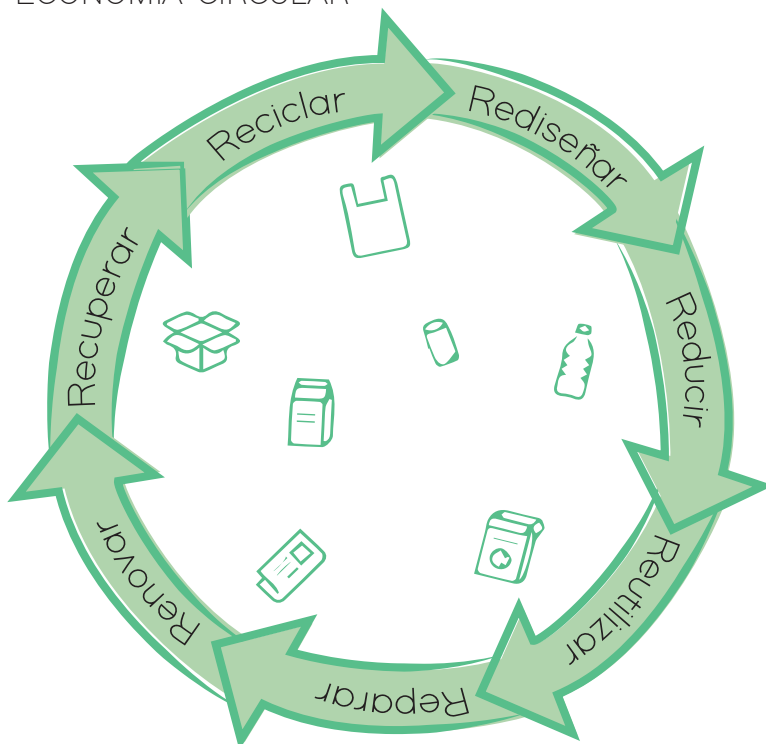
Este modelo es más respetuoso del medioambiente y tiene como fin último que los productos sean diseñados de tal manera que puedan tener una mayor vida útil, sean reutilizados y reciclados. Por ejemplo, los móviles, un modelo de economía circular consistiría en diseñarlos de tal modo que sean fácilmente reparables, actualizables y auténticamente reciclables. Estimo que al leer estas

dos últimas características a muchos se les vino a la cabeza una empresa, que diseña y produce equipos electrónicos, software y servicios en línea, que permite actualizar el software de los dispositivos electrónicos y en 2016 lanzó un programa de reciclaje y renovación de equipos electrónicos. Y este es sólo un ejemplo, ya que la economía circular puede aplicarse a todas las industrias. En la construcción se debería analizar el ciclo de vida de los materiales que se utilizan, los espacios construidos, etc. En la industria automotriz, también se vienen estudiando los costes de los vehículos en relación a su vida útil, y puede mencionarse la estrategia aplicada por una empresa francesa basada en utilizar las partes aprovechables de vehículos que han llegado al final de su ciclo de vida para la fabricación de nuevos vehículos. Se advierte que la economía circular puede ser el futuro; solo es cuestión de que las empresas se comprometan cada vez más y comiencen a diseñar nuevas estrategias y modelos de negocios para adaptar sus productos a este modelo.

### ECONOMÍA LINEAL



### ECONOMÍA CIRCULAR



## Inversión socialmente responsable.

Esta nueva forma de inversión surgió alrededor del año 2000 y consiste en una inversión que no sólo considera la rentabilidad, sino también el impacto social o ambiental para determinar dónde invertir y dónde no. Cada vez es mayor la inversión responsable, ya que los inversores, además de buscar una rentabilidad financiera y minimizar los riesgos, se sensibilizan activamente con los impactos sociales y ambientales derivados de la industria en la que invierten, como también con la buena gobernanza. Esto último, incluye, por ejemplo, actuar de manera activa en la empresa mediante el ejercicio de los derechos políticos en las asambleas de accionistas. Por lo tanto, se ve cómo podemos elevar nuestros estándares como consumidores y exigir una inversión socialmente responsable a aquellos fondos de inversión, generalmente fondos institucionales, que administran e invierten nuestro dinero.

En este sentido, son cada vez más los inversores que tienen en cuenta criterios financieros –como liquidez, rentabilidad y riesgo- como no financieros –ambientales, sociales y de buen gobierno- en la toma de decisiones de inversión. Por lo tanto, este tipo de inversión es una herramienta que puede contribuir a la promoción de políticas responsables en las organizaciones en las que se invierte y de esa manera generar un impacto positivo en relación a los aspectos sociales, medioambientales y de gobernanza corporativa. A modo de ejemplo, se puede mencionar la iniciativa Plan de Inversiones del Pacto Verde Europeo, que pretende ser un medio para movilizar la financiación de la Unión Europea, creando un marco para facilitar y promover las inversiones públicas y privadas necesarias para ir hacia una Europa sostenible. Este plan de inversión tiene como finalidad contribuir en la transición hacia una economía climática neutra, ecológica, competitiva e inclusiva.



Estoy convencida de que **con creatividad e innovación podríamos repensar y rediseñar nuestro futuro para lograr un modelo de sociedad global en el que la reutilización, el reciclaje y la sostenibilidad estén integrados en el día a día**, y así pasar de una economía lineal (actual) a una economía circular, más justa y sostenible.

Por último, si todavía tenés dudas de que nosotros como consumidores tenemos en nuestras manos la posibilidad de generar un cambio, te aconsejo que pienses en todas las veces que has visto una noticia donde se denuncia el trabajo infantil, la precarización laboral, la afectación del medioambiente, lamentablemente la respuesta será “muchas”. Entonces es momento de ser más conscientes a la hora de elegir qué producto o servicio consumir, y contribuyamos a que esos hechos dejen de existir. Por ello, tomemos este tiempo de reflexión para luego pasar a la ACCIÓN y, como consumidores podamos exigirles a las empresas que sean cada vez más responsables socialmente.

El día que puedas volver a tu rutina habitual, que la crisis Covid-19 haya quedado como un suceso que ocurrió a principios del 2020, recuerda que lo que podemos hacer individualmente, perjudica o beneficia a la sociedad en su conjunto, por lo tanto desde donde te toque, sea cual sea el sector, intenta hacer tu aporte y generar un impacto para que la sociedad del futuro (esperemos cercano) sea más justa, equitativa, responsable y sostenible.