

de los consumidores  
declara haber  
comprado **productos  
ecológicos.**

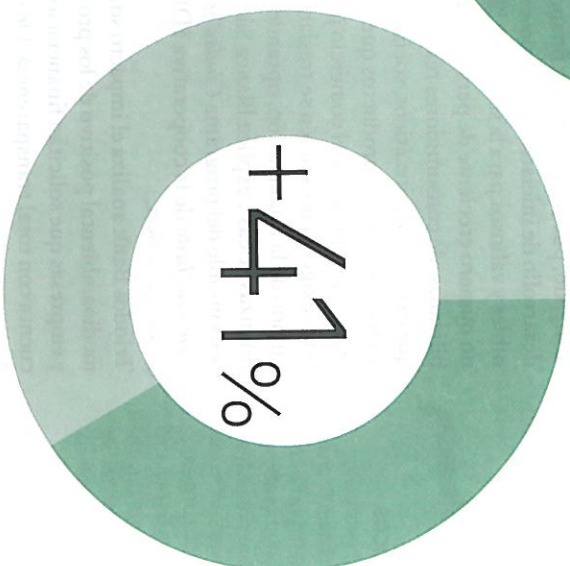


**80%**  
DE LOS CIUDADANOS CREE QUE LA  
PUBLICIDAD SOCIAL Y ECOLÓGICA  
DE LAS EMPRESAS  
NO ES REAL

#### Datos extraídos del estudio

La opinión y valoración de los consumidores sobre la Responsabilidad Social de la Empresa en España, elaborado por la Confederación Española de Consumidores y Usuarios en 2010 en una muestra de 1.004 entrevistas telefónicas.

de los consumidores  
ha comprado alguna  
vez **productos de  
comercio justo.**



## EL CONSUMO RESPONSABLE

### La sociedad de consumo

¿Se ha convertido el consumismo en una nueva religión? Gilles Lipovetsky y Jean Serroy, autores de *La cultura-mundo*, identifican el “hedonismo comercial” como el sustituto o el garante de la felicidad.

Según un informe del Worldwatch Institute, en 2005 la sociedad de consumo la integraban unos 1.700 millones de personas, el 28% de la población mundial agrupados en torno a Estados Unidos, Europa Occidental, Japón y los nuevos países emergentes: China, India y Brasil. Mientras tanto, en la actualidad hay otros 1.400 millones de personas que viven con menos de 1 euro al día, según el último informe de Naciones Unidas. Si los hábitos de consumo de ese 28% de consumidores en el mundo se extendiesen a toda la población mundial, la situación sería completamente insostenible para el medio ambiente y, por lo tanto, para el futuro de la sociedad.

### El consumidor responsable

Si el dinero mueve al mundo, ¿por qué no utilizarlo como herramienta de transformación social en lugar de como un fin en sí mismo? El consumo responsable, también llamado sostenible, consciente o crítico, nos anima a plantearnos una serie de cuestiones a la hora de sacar la cartera a relucir.

Por consumo responsable entendemos la elección de los productos y servicios no atendiendo sólo a su calidad y precio, sino también a su impacto ambiental y social y a la conducta de las empresas que los elaboran. Un consumidor responsable realiza sus compras de manera consciente: se pregunta qué compra, por qué lo compra y dónde lo compra, teniendo en cuenta criterios éticos y ecológicos de producción. El consumidor responsable busca la opción de consumo con menor impacto negativo sobre el medio ambiente y con mejor efecto positivo en la sociedad.

“Cuando compras productos de comercio justo o alimentos de cultivo ecológico, cuando utilizas el transporte público o la bici, cuando usas bombillas de bajo consumo, cuando apuestas por empresas responsables o decides invertir tu dinero en la banca ética,

estás actuando como un consumidor responsable y, por ende, como un ciudadano responsable”, explica Gisela Genebat, responsable de Relaciones con Donantes, Empresas y Fundaciones de Internón Oxtam.

Cambiar nuestra forma de consumir implica modificar decisiones simples vinculadas a qué comemos, qué compramos o cómo invertimos nuestro dinero. Esas mínimas decisiones, sumadas a las de millones de personas, influirán en la forma de hacer negocios, producir alimentos o respetar los derechos humanos. “A nosotros nos toca decidir si nuestro consumo y nuestro dinero apoyan formas de producción social y ambientalmente responsables, o si apoyamos a quienes contaminan, explotan y abusan de su poder económico”, señala Pablo Chamorro, responsable de Educación de Greenpeace.

“La compra es una forma de participar, de opinar. Cuando compramos optamos entre los valores de las diferentes empresas financiando con nuestra compra su actividad”