



EL DESAFÍO PARA TRANSITAR HACIA UNA ECONOMÍA CIRCULAR ES CAMBIAR NUESTRAS FORMAS DE CONSUMO

Cristina Cortinas¹

CONTENIDO

PROPÓSITO DE ESTAS REFLEXIONES	2
QUÉ CAMBIOS EN EL CONSUMO ESTÁN OCURRIENDO EN LA UNIÓN EUROPEA	2
<i>Tendencias</i>	2
<i>Consumo en un contexto circular</i>	3
<i>Compradores circulares</i>	7
<i>Contratación pública verde</i>	10
QUÉ ASPECTOS CRUCIALES ESTÁN SOBRE LA MESA EN LOS DEBATES POLÍTICOS EN MÉXICO	11

¹ La responsabilidad de las reflexiones contenidas en este artículo es solo de su autora. Para mayor información consultar las páginas: www.cristinacortinas.org, www.fundacionccortinas.org y www.ceiba.org.mx

PROPÓSITO DE ESTAS REFLEXIONES

Este artículo da seguimiento a dos artículos previos intitulados TENDENCIAS DE LA ECONOMÍA CIRCULAR EN EL MUNDO y ES TIEMPO PARA IMPLEMENTAR ACCIONES DE ECONOMÍA CIRCULAR EN LOS MUNICIPIOS MEXICANOS², en los cuales se dieron a conocer algunos de los aspectos relevantes cubiertos en la publicación “Accelerating circular economy in Europe — state and outlook 2024”.³ Ello motivado por la realización del World Circular Economy Forum 2024 transmitido en línea los días 15 a 18 de abril 2024 (<https://wcef2024.com/>).⁴

En el presente artículo se abordará cómo se cubre el tema EL CONSUMO EN UNA ECONOMÍA CIRCULAR, en la publicación de la Unión Europea (EU) citada previamente, poniéndolo en perspectiva respecto de la forma en que los partidos políticos que contienden por la presidencia de la República en México en 2024 vislumbran impulsar el crecimiento económico sustentable del país, a fin de identificar oportunidades para avanzar en el sentido deseado.

QUÉ CAMBIOS EN EL CONSUMO ESTÁN OCURRIENDO EN LA UNIÓN EUROPEA

Tendencias

¿Qué sucede con el consumo en el marco del tránsito europeo hacia la economía circular?
<ol style="list-style-type: none">1. El consumo de materiales muestra un desacoplamiento modesto en relación con el crecimiento económico pero los niveles de consumo per cápita siguen siendo muy altos.2. Las aspiraciones y prosperidad de los ciudadanos europeos constituyen sin duda factores que influyen en las altas tasas de consumo, lo que significa que se requieren de esfuerzos mayores para cambiar este comportamiento.3. Los operadores de negocios están introduciendo mayores ofertas de productos más circulares, pero la velocidad con la que lo hacen es lenta y se requiere de acciones políticas más fuertes para acelerar este cambio.

<https://www.eea.europa.eu/en/newsroom/news/now-is-the-time-to?activeAccordion=d5d2896e-954e-4ea5-a620-a83ed3716051>

² Disponibles en la página electrónica www.cristinacortinas.org

³ <https://www.eea.europa.eu/en/newsroom/news/now-is-the-time-to?activeAccordion=d5d2896e-954e-4ea5-a620-a83ed3716051>

⁴ En la página electrónica www.cristinacortinas.org, se ha abierto un espacio para difundir diversos de los documentos a los que se hace referencia en este artículo que tendrán una gran incidencia en el futuro de la economía circular.

En un inicio, la actividad de producir bienes para la seguridad y satisfacción de necesidades de consumidores y usuarios, se convirtió en modelo para construir prosperidad y proporcionar confort.

Actualmente, en el sistema de economía lineal prevaleciente, el consumo constituye uno de los detonadores principales de la extracción excesiva de recursos y de sus impactos climáticos y ambientales asociados.

En el paradigma económico dominante, el sector productivo influye de manera significativa en los consumidores para incentivarlos a incrementar su consumo, impulsando con ello las ganancias de las empresas.

Tales estímulos pueden adoptar la forma de campañas de mercadeo que fomentan la propiedad de nuevos productos de consumo adicionales a los que ya se tienen, hasta estrategias de obsolescencia programada que obligan a los consumidores a cambiar productos que aún funcionan. A medida que la humanidad crece en términos de población y poder adquisitivo, la sociedad aumenta su consumo, a la par que la producción, de una manera no sostenible.

Consumo en un contexto circular

En un contexto de consumo, la circularidad aplica a las organizaciones e individuos que realizan compras y hacen uso de productos y servicios sustentables, así como a las compañías que suministran productos y servicios en forma circular. **La meta es asegurar patrones de consumo y producción responsables que den sustento a los medios de vida de las generaciones presentes y futuras de manera consistente con los objetivos de desarrollo sostenible (Objetivo 12).**

Los volúmenes de consumo en la Unión Europea (UE) no dejan de crecer, aunque hubo un pequeño decremento durante la pandemia de COVID-19. En ausencia de grandes niveles de circularidad, la creciente demanda de productos y servicios se acompaña de un aumento en la demanda de materias primas.

El entendimiento y gestión de los patrones de consumo juegan un papel crucial en el tránsito hacia la economía circular. Por medio de acciones a lo largo del ciclo de vida de los productos se puede lograr la reducción de las presiones ambientales del consumo, **pero se justifica un enfoque particular centrado en los aspectos que anteceden el uso de los productos.**

Marco de acciones para incrementar la circularidad de los productos de consumo		
Antes de uso	Durante uso	Después del uso
Rechazar Repensar Reducir	Retener Reutilizar y compartir Reparar Remanufacturar	Reciclar Retornar

<https://www.eea.europa.eu/en/newsroom/news/now-is-the-time-to?activeAccordion=d5d2896e-954e-4ea5-a620-a83ed3716051>



<https://ecozap.es/productos-reutilizables/los-efectos-de-no-consumir-de-manera-responsable/>

La contribución del consumo a las acciones de rechazo, repensar y reducir se reflejan en los tres principios centrales del consumo circular.

Principios centrales del consumo circular
<ul style="list-style-type: none"> • Consumir mejor al utilizar productos que permiten un consumo circular y reducen el impacto ambiental. • Consumir diferente al adoptar nuevas prácticas como la economía colaborativa o el uso de productos de segunda mano, así como al adquirir bienes y servicios con menores impactos ambientales. • Consumir menos al comprar solo lo necesario y mantener las existencias en uso el mayor tiempo posible.

<https://www.eea.europa.eu/en/newsroom/news/now-is-the-time-to?activeAccordion=d5d2896e-954e-4ea5-a620-a83ed3716051>

Estos principios proporcionan un modelo robusto para aprovechar los principios de la economía circular a fin de hacer efectivo el paradigma de consumo responsable en Europa.

La educación y sensibilización son importantes para informar a los consumidores -individuos y organizaciones- acerca de su papel, en el entendido de que los gobiernos y los negocios requieren actuar a manera de permitir el tránsito hacia la economía circular.

Será necesario el suministro de más bienes de consumo y servicios sustentables, a precios competitivos respecto de las opciones de la economía lineal, junto con adecuados esquemas de recolección e infraestructura de reciclado. Esto a la par de que se informa a los consumidores de los beneficios de retornar los productos usados para su reciclaje, como parte de una buena gestión de residuos.

Para cada uno de esos aspectos, todos los consumidores -desde compradores individuales hasta proveedores corporativos especializados-, deben ser informados y empoderados para que tomen decisiones que contribuyan a mantener los niveles y hábitos de consumo en límites sustentables.

Consumir mejor

La clave para hacer posible el consumo circular descansa en el diseño de productos; esto aplica tanto a los productos manufacturados dentro como fuera de la UE y comercializados en ella.

Al adherirse a los principios del ecodiseño, los productos pueden ser creados para tener una vida útil más larga, ser fácilmente reparables y reciclables. Esto se alinea con la estrategia de REPENSAR, que enfatiza la necesidad de reconsiderar los enfoques tradicionales de diseño de productos. Al implementar estos principios, pueden ponerse a disposición productos durables que contribuyan a una economía circular más sustentable.

Adicionalmente, el ecodiseño puede resultar en productos que no contengan o contengan solo pequeñas cantidades de sustancias tóxicas, lo cual permitirá un ciclo de materiales limpio con una seguridad mejorada.

En muchas aplicaciones, los consumidores pueden escoger entre productos elaborados con materiales renovables que les permiten reducir el impacto ambiental sin sacrificar su funcionalidad.

A nivel organizacional, estos factores pueden ser formalmente integrados en las decisiones de compra al aplicar criterios verdes en los procesos de suministro, tanto para las

organizaciones públicas, como privadas. **Mientras que el ecoetiquetado tiene como propósito informar y estimular a los consumidores a hacer elecciones más sustentables, las políticas sobre productos tienen el poder de convertir a los productos sustentables en la norma.**

Consumir diferente

Una forma de reducir los efectos ambientales del consumo, es optar por consumir alternativas más sustentables y de menor intensidad de materiales.

Los modelos de negocio circulares ofrecen a los productores y consumidores oportunidades de reducir el consumo global en términos de uso de materiales o productos (estrategia de REPENSAR).

Los modelos de consumo colaborativo, por ejemplo, permiten a los consumidores participar en esquemas en los que se comparten o rentan productos, para dar acceso a ellos sin recurrir a la propiedad permanente.

En la medida en la que múltiples personas tienen acceso al producto o servicio, los costos asociados de adquirir su función y de su mantenimiento, se comparten.

Además de las iniciativas de negocios, la expansión de la oferta -accesible y abordable- de servicios públicos puede también reducir la necesidad del consumo privado y facilitar formas nuevas o existentes de consumo comunitario y colaborativo.

Muchos ejemplos ya existen a ese respecto, como es el caso del servicio de transporte y las librerías públicas. No obstante, **para aumentar el compromiso de los consumidores con el consumo colaborativo, los negocios involucrados necesitan implementar plataformas accesibles con opciones de consumo colaborativo.**

La digitalización ha contribuido a promover la adopción de los modelos de consumo colaborativo por la emergencia de un amplio rango de aplicaciones como las plataformas colaborativas y los mercados de productos de segunda mano.

Consumir menos

La adhesión al principio de consumir menos, demanda que las decisiones de compra consideren si realmente existe la necesidad de un nuevo producto o servicio. Este enfoque se alinea con la estrategia de RECHAZAR, la cual enfatiza la importancia de declinar activamente compras innecesarias y su suministro por compañías.

Adicionalmente, **los consumidores y los productores pueden ayudar a otros a evitar compras innecesarias, al participar en sistemas de reúso (estrategia de REÚSO), lo cual puede incluir donar o comprar en instituciones caritativas y comprar en mercados de segunda mano, o bien realizar intercambios de excedentes entre pares, ciudadanos u organizaciones.**

Extender la vida útil de los productos al aumentar su durabilidad y reparabilidad es clave para reducir el uso de materiales asociados con el consumo (estrategia de REPARACIÓN).

Aunada a la durabilidad física, los productos deben ser designados y comercializados para mantener su durabilidad emocional, a manera de que los consumidores deseen conservarlos en uso más tiempo.

Compradores circulares

Los volúmenes de consumo en la UE crecieron bruscamente entre el año 2000 y 2019, y alcanzaron 47% para bienes y servicios domésticos (equipamiento, aparatos y tecnologías de información y comunicación TIC) y 43% para servicios (salud, educación, finanzas, recreación y otros). Entre 2012 y 2019, los gastos domésticos en consumo aumentaron en un 11.2% y actualmente alcanzan cerca de 52.4% del PIB de la UE.

El objetivo de la política europea de consumo, expresado en su 8avo Programa de Acción Ambiental, persigue una reducción significativa de la huella del consumo, para que sus impactos no rebasen los límites planetarios.

El cambio de los hábitos y tendencias del consumo es difícil, ya que satisfacen funciones individuales y sociales que se convirtieron en aspectos centrales de la vida moderna.

Para transitar hacia formas circulares más sostenibles de consumo, es necesario entender porqué los europeos consumen de la manera que lo hacen y qué alternativas sostenibles les pueden ser proporcionadas que les aporten las funciones que les proporciona su forma de consumo actual.

En la construcción de las políticas ambientales en Europa de manera creciente se reconoce el valor que tiene el convencer a los consumidores de hacer elecciones de compra más sostenibles, a la vez que se respeta su derecho a elegir.

Sin embargo, **para diseñar políticas de consumo efectivas, los factores que inciden en el comportamiento de los consumidores requieren ser entendidos adecuadamente.**

Principales factores que afectan el comportamiento de los consumidores
<p>Factores económicos. Incluyen precios y otros costos asociados (costos corrientes, costos de mantenimiento, costos de disposición, costos de mejora, tiempo invertido y costos emocionales), pero también incluyen el ingreso y cómo el consumidor valora los costos y beneficios futuros en comparación con los costos y beneficios actuales. Aunado a ello, se encuentra la percepción de los riesgos e incertidumbres.</p> <p>Muchos estudios y encuestas a consumidores identifican a este grupo de factores como los más importantes para ellos. Frecuentemente, las soluciones circulares no tienen una alta demanda, porque son, o por lo menos son percibidas, costosas en comparación con las soluciones lineales.</p>
<p>Ajuste entre necesidades y oferta. Se refiere a la medida en la cual los productos y servicios pueden satisfacer las necesidades de los consumidores. Abarca la dimensión de disponibilidad, calidad, desempeño y características de los productos y servicios. Estos factores requieren ser analizados junto con las necesidades y preferencias de los consumidores cubiertas abajo. Aunque las soluciones circulares son ampliamente conocidas, su suministro, o por lo menos la percepción de su suministro, es frecuentemente limitada. La disponibilidad y costo de acceso comúnmente están relacionadas en el caso de las soluciones circulares.</p>
<p>La información empleada para tomar decisiones. Se refiere a la disponibilidad y comprensión de los elementos usados para que el consumidor tome decisiones. Solamente si los consumidores entienden las características distintivas de las soluciones circulares y tienen información sobre su disponibilidad y posibles impactos, estarán en posición de aceptar una decisión. La publicidad engañosa (Greenwashing) puede distorsionar el entendimiento por parte del consumidor de los impactos de sus elecciones.</p>
<p>Factores Sociales. Se refieren a las normas sociales que aplican en las comunidades respectivas, lo que es práctica común y los ejemplos proporcionados por roles modelo y grupos de referencia.</p>
<p>Preferencias y creencias. Reflejan todas las dimensiones de las necesidades de los consumidores como el confort (conveniencia), prestigio, valor asignado por el consumidor a características ambientales, así como lealtad a las marcas y otros valores personales (ej. materialismo). Esto hace a algunos individuos o grupos más propensos a utilizar soluciones circulares respecto a otros. Desprenderse de algunos de estos factores es difícil sin cambiar las normas culturales; lo cual ocurre gradualmente.</p>

<https://www.eea.europa.eu/en/newsroom/news/now-is-the-time-to?activeAccordion=d5d2896e-954e-4ea5-a620-a83ed3716051>

Síntesis de factores que inciden en las decisiones de compra en los consumidores			
Culturales	Sociales	Personales	Psicológicos
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cultura general 2. Subcultura 3. Cultura de clase social 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Familia 2. Grupos de referencia 3. Nivel de ingreso 4. Roles y estatus 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Edad 2. Ingreso 3. Ocupación 4. Estilo de vida 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Motivación 2. Percepción 3. Actitudes y creencias

<https://www.geeksforgeeks.org/consumer-behaviour-concept-and-major-factors-influencing-buying-behaviour/>

Varios estudios han encontrado que la brecha en el comportamiento-intención representa un papel significativo del consumidor en una economía circular. Quienes respondieron la encuesta que cuestionaba las actitudes de los consumidores indicaban que ellos deseaban implementar diversas estrategias R (Reducir, Reusar, Reciclar), pero que en realidad no las aplicaban, o lo hacían solo la mitad del tiempo, lo cual tiene implicaciones serias para el desarrollo de intervenciones de política efectivas.

Claramente, es difícil cambiar los factores sociales y las actitudes personales que inciden en los comportamientos de los consumidores, con medidas que pueden parecer austeras e indeseables para los ciudadanos. Además las estrategias de mercadeo del sector privado trabajan activamente por medio de publicidad y de personas “influencers” para promover ofertas de productos no sostenibles como la moda rápida que incitan a consumir.

Los diseñadores de políticas pueden incidir en estos factores al desarrollar medidas dirigidas a combatir el consumo excesivo y la publicidad ecológica engañosa o “greenwashing”.

No obstante, no basta con ello para cambiar los patrones de consumo y reducir sus impactos, si los negocios no se comprometen con la agenda sustentable y ofrecen productos y servicios más sustentables.

Más allá de los consumidores individuales

Los intentos por cambiar los patrones de consumo habitualmente se enfocan en las acciones y hábitos de individuos. Sin embargo, las organizaciones tanto en el sector público como privado, son también muy activas en la obtención de bienes y servicios, además de jugar un papel importante en la transición circular.

El gasto gubernamental para proporcionar servicios al público, tales como educación, cuidados médicos y protección ambiental, son también parte del consumo final. En la Unión Europea, las autoridades públicas son grandes consumidoras, con un gasto

cercano a 2 trillones de Euros por la compra de servicios, obras y suministros cada año, lo que representa 14% del producto interno bruto. Como tales, la mejora de la circularidad de estos gastos puede apoyar el desarrollo de mercados de bienes y servicios con un desempeño ambiental mejorado.

De acuerdo con Peter Drucker "El propósito de un negocio es crear y conservar clientes".

Los humanos son seres sociales. Especialmente, considerando los medios sociales, los clientes no son más entidades separadas. En vez de ello, son siempre parte de una comunidad.

Se pueden obtener grandes beneficios de este “efecto comunidad”; reconocer su poder y planear con ese propósito desde un inicio.

Adicionalmente, el análisis de datos facilita más que nunca antes la identificación de comunidades de consumidores.

Thomas Meise

<https://www.linkedin.com/pulse/beyond-individual-customers-thomas-meise>

Contratación pública verde

La contratación pública verde tiene que ver con las compras por autoridades públicas de bienes, servicios y obras que tienen un bajo impacto ambiental a lo largo de su ciclo de vida.

Esto tiene un alto potencial de detonar la transición hacia la circularidad, ya que el volumen de consumo público es lo suficientemente grande como para crear una parte del mercado para los productos y servicios circulares; sin embargo, por el momento no es responsable más que de 7.2% del mercado. **Para activarlo se requiere trabajar en las medidas legales para que se aplique, contar con análisis de ciclo de vida y criterios ambientales para calificar los productos a elegir.**

Las compañías productoras y comercializadoras también tienen un papel crítico a jugar, ya que los patrones de consumo dependen de manera importante por los productos y servicios que se ofrecen en el mercado.

Lo anterior aplica no solo a los consumidores individuales sino también a las compras corporativas y políticas de adquisiciones de gobiernos e instituciones. Para que los consumidores sean capaces de comprar productos remanufacturados, estos bienes tienen que ser producidos y comercializados.

Finalmente, aunque no se cuente como consumo final, el inmenso poder de compra de las compañías del sector privado que participan en transacciones “negocio a negocio”, representan una oportunidad clave para incrementar la circularidad.

Aunque influir en el rango diverso de grupos de interés a lo largo del sector privado es desafiante, el establecer medidas de política dirigidas, así como la puesta de énfasis en los compromisos ambientales, sociales y de gobernanza de las compañías, constituyen señales poderosas que pueden influir en los compradores corporativos.

QUÉ ASPECTOS CRUCIALES ESTÁN SOBRE LA MESA EN LOS DEBATES POLÍTICOS EN 2024 EN MÉXICO

Tras escuchar varias mesas de diálogo entre asesores (generalmente mujeres) de los tres partidos que contienden por la presidencia de la República, se comparten a continuación algunos de los temas que abordaron y que muestran hacia donde se orientan sus propuestas de políticas.

Por lo menos dos de ellos coincidieron en que si bien el crecimiento económico es indispensable, lo importante es que traiga prosperidad para todos y no para unos cuantos, a la vez que contribuya a expandir la clase media y desaparecer la desigualdad. Se trata de lograr un crecimiento con mejor acceso a salud y derechos sociales, ya que la ausencia de tres o más derechos es igual a pobreza extrema. Esto hace necesario impulsar al mismo tiempo los programas sociales y de empleo para fortalecer el mercado interno, prohibiendo el outsourcing y con la debida consideración al aumento del salario mínimo (por primera vez fue mayor a la inflación lo que incrementó el poder adquisitivo de los grupos favorecidos por él).

Se mencionó la creación de 22 polos de bienestar, a la vez que “Por el bien de todos primeros los niños y las niñas”, lo que se alinea con las propuestas de “primeras infancias para la prosperidad del país”.

Específicamente se mencionó la importancia de establecer el SISTEMA NACIONAL DE CUIDADOS, que atienda -entre otros- las necesidades de las mujeres jefas de familia, además de impulsar los programas para que niñas y mujeres reciban una debida educación y un trato que destierre la desigualdad de género, particularmente en el ambiente laboral.

Construir un México próspero que crezca con equidad, justicia y paz, así como en comunión con la naturaleza, implica involucrar a los millones de jóvenes que constituyen alrededor de la tercera parte de nuestra población, además de asegurar una educación apropiada para

los millones de niños y niñas que se han visto afectados por el rezago educativo antes y después de la pandemia COVID-19.

Entre las preguntas que se plantearon se encuentra: ¿cómo hacer para lograr la colaboración entre el sector privado, la academia y la sociedad civil para atraer las inversiones asociadas a la relocalización o nearshoring?. Lo anterior porque ello implica -entre otros- dar certeza jurídica a los inversionistas, realizar los cambios legales necesarios para eliminar barreras que la obstaculicen, contar con mano de obra capacitada y certificada, con una visión de soberanía nacional, además de combatir la inseguridad y la extorsión que afecta los negocios.

Aún cuando todo apunta a que México sería el país de elección para la relocalización de empresas norteamericanas, la situación política de Estados Unidos no garantiza necesariamente que eso ocurra, además de que es un tema ligado a las medidas migratorias que dicho país seguramente endurecerá. Cabe señalar aquí que la Agencia de Protección Ambiental (EPA) de ese país, se encuentra en vías de integración del Programa Frontera 25 y existe interés en que se establezcan las condiciones favorables para que las ciudades de los dos lados de la frontera México-Estados Unidos, tengan un amplio intercambio de materiales valorizables post producción o post consumo, a fin de asegurar el suministro de insumos para la fabricación de bienes o prestación de servicios a sus empresas, a fin de abaratar costos y reducir emisiones en su transporte. Nuevamente, esto puede implicar reformas a ordenamientos jurídicos, aplicación de incentivos económicos y una planeación estratégica de la infraestructura de apoyo a las empresas involucradas en el diseño de productos, prolongación de su vida útil, la preparación para la reutilización y el reciclaje de alta calidad.

La política industrial y de atracción de inversiones -particularmente en el contexto de la relocalización- buscará lograr la “Prosperidad compartida” al impulsar los siguientes ejes estratégicos:

1. Inclusión
2. innovación
3. sostenibilidad
4. vocaciones digitales y
5. regionalización

En este contexto, es conveniente determinar y/o difundir cuáles son los materiales estratégicos con los que México cuenta (por ej. el litio), los que la industria ubicada en su territorio necesita para asegurar su producción y en dónde se necesitan, a manera de definir en dónde tenerlos disponibles, ya sea por medio de la minería extractiva, la minería urbana o de su importación de países cercanos (particularmente los socios comerciales de América Latina y el Caribe, del Acuerdo Asia-Pacífico y otros). Ello a la par de que se tiene claro el nivel de desarrollo (índices de desarrollo humano, de género y de institucionalidad de sus

municipios establecidos en 2020 por el PNUD para municipios mexicanos⁵) en los que se impulsará el fortalecimiento industrial y la relocalización.

En el caso de uno de los partidos políticos, está prevista la creación de 10 corredores industriales, que plantean retos logísticos para contar con la infraestructura y otras condiciones necesarias para su desarrollo, debida cuenta del aseguramiento de su sostenibilidad, satisfacción de los derechos laborales de los trabajadores y del bienestar de las comunidades involucrados; de manera acorde con los principios y prácticas de la economía circular regenerativa, social y solidaria. En materia de capacitación requerida en tales circunstancias las preguntas a responder serían ¿cuál se requiere? ¿qué empleos se requieren? Se ha hecho una mención especial, como una ventaja competitiva, al número de ingenieros graduados en nuestro país que supera al de otros países de América.

Para facilitar la instalación de empresas se apuesta a la digitalización de trámites y su simplificación (y no tanto a la mejora regulatoria), para que sean rápidos y se minimice la posibilidad de corrupción de funcionarios públicos que suele o ha solido estar asociada a ellos. Desde la particular perspectiva de la autora de este artículo, “saltarse las evaluaciones de impacto ambiental y la determinación de las medidas de mitigación de tales impactos, en aras de la rapidez en el otorgamiento de permisos”, es contradictorio con la intención de mitigar la contaminación ambiental provocada por las actividades económicas. En tales circunstancias se requeriría, como ocurre en la Unión Europea, contar con los *documentos de referencia* para los principales sectores de la economía en los cuales se describen las mejores técnicas disponibles para prevenir y controlar la contaminación ambiental. También implicaría el impulso a la aplicación del registro de emisiones y transferencia de contaminantes (RETC) y de su cédula anual de operaciones (COA) para permitir la trazabilidad de las sustancias tóxicas y peligrosas usadas como insumos o generadas durante sus procesos. Ello, además de incentivar la sustitución del uso de tales sustancias en la producción de bienes y prestación de servicios, por otras no peligrosas o de menor peligrosidad. Cabe considerar la contribución a estos fines de la aplicación de la normatividad ISO con fines de mejora del desempeño ambiental de las empresas o de impulso a su circularidad.

Salta a la vista la necesidad de planeación de los requerimientos en materia de estructura estratégica, educación para la relocalización, incentivos fiscales a establecer o aplicar, cambios legales a introducir y fortalecimiento de las instituciones gubernamentales a lograr. Concretamente, se requiere de una promoción efectiva con una oferta aterrizada ¿qué se puede ofrecer dónde?, así como de coinversión e impulso a empresas mexicanas estratégicas. Además de energía suficiente, barata y limpia e inversiones en materia de agua. Sin mejorar la política fiscal no hay forma de financiar los programas sociales, lo cual va de

⁵ PNUD. Informe de Desarrollo Humano Municipal 2010-2020: una década de transformaciones locales en México (2023). <https://www.undp.org/es/mexico/publicaciones/informe-de-desarrollo-humano-municipal-2010-2020-una-decada-de-transformaciones-locales-en-mexico-0>

la mano de incluir como protagonistas a los empresarios con objetivos sociales dispuestos a generar una riqueza holística.

El tema de la crisis hídrica ha merecido una consideración especial en los debates de los asesores políticos, debida cuenta de que se han tenido últimamente cinco años de sequía y gran número de las presas del país están casi vacías y muchos de los ríos o cuerpos de agua en el territorio nacional están contaminados.

Ello lleva a plantearse que en cualquier tipo de gobierno se requerirá de voluntad política, competencia y urgencia para atender el problema, lo cual demanda inversiones considerables (se estimó cercanas a 90 mil millones de pesos). Entre otros se mencionan acciones en curso como el Programa de Agua Saludable en la Laguna, la atención de los requerimientos de diversas presas estratégicas, el Plan Hídrico de Tula, el Distrito de Riego Yaqui y el Parque Ecológico de Texcoco.

Esto pone de relieve la necesidad de establecer un Plan Nacional Hídrico, contar con una nueva ley de aguas que de prioridad al consumo humano, a la tecnificación del campo, eliminación del robo de agua y de las concesiones a las refresqueras que se han apoderado del agua. Ello con pleno reconocimiento de que el 50% de la población no tiene acceso al agua y de que 36,000 escuelas carecen de ella.

Se menciona reforzar el derecho humano al agua y al saneamiento, la declaratoria de emergencia hídrica y creación de un Fondo Mexicano, impulso a la gobernanza hídrica, establecimiento de una Secretaría del Agua, nuevas reglas para las concesiones, nuevas tecnologías para el aprovechamiento del agua, plantas desalinizadoras, cosecha de agua de lluvia, tratamiento y reúso del agua tratada, importancia de incrementar 15% el presupuesto del agua y de crear un sistema nacional del agua, en el que se triplique el número de escuelas con acceso al agua. El tema de la Justicia Hídrica se puso de relieve.

Este breve repaso de algunas de las propuestas o programas a los que hacen alusión representantes de los partidos políticos, solo busca mostrar que nuestro país dista mucho de encontrarse en una situación como la descrita al inicio de este artículo, en la que ciudadanos de la Unión Europea viven en un contexto muy diferente y han logrado niveles de bienestar mucho más altos, los cuales inciden en sus prácticas de consumo.

Queda pendiente para abordar en el siguiente artículo de esta serie, el tema de las prácticas de consumo que caracterizan al México premoderno y moderno, en las diferentes regiones del país y qué oportunidades se tienen para incidir en ellas en el próximo periodo de gobierno nacional en aras de lograr un desarrollo sustentable con prosperidad para toda la población, a la par que se alcanzan los 17 objetivos de desarrollo sostenible para el año 2030.