

# AMBIENTICO

Revista mensual sobre la actualidad ambiental

## CONSUMO SOSTENIBLE PARA DESTERRAR PRÁCTICAS PRODUCTIVAS INSOSTENIBLES



Editorial  
El consumo sostenible y su influencia  
sobre las formas de producir bienes y  
servicios

Rolf Ruge  
La Asociación Amantes de lo Orgánico y  
la Feria Verde de Aranjuez

Silvia Chaves  
Producir competitiva y sosteniblemente  
sustancias para limpieza amigables con el  
ambiente

Diana Vega  
Centralización de la información de los  
proveedores de productos eco-amigables

Sylvia E. Aguilar  
Fomento del trabajo decente a través de  
las compras públicas en Costa Rica

Kifah Sasa  
Redefinir la competitividad de las cadenas  
productivas de materias primas en aras  
del consumo sostenible

Ángela Chévez  
Pesca artesanal y consumo responsable  
en Osa

Jorge F. Alfaro y Erick Ross  
Consumo responsable de productos  
pesqueros

# AMBIENTICO

Revista mensual sobre la actualidad ambiental

## CONSUMO SOSTENIBLE PARA DESTERRAR PRÁCTICAS PRODUCTIVAS INSOSTENIBLES



**Director y editor:** Eduardo Mora  
**Consejo editor:** Manuel Argüello, Gustavo Induni, Wilberth Jiménez, Luis Poveda  
**Asistencia y administración:** Rebeca Bolaños  
**Diseño, diagramación e impresión:** Programa de Publicaciones, UNA  
**Fotografía de portada:** Ecomercado, San Pedro, San José. Alfredo Huerta  
**Teléfono:** 2277-3688. **Fax:** 2277-3289  
**Apartado postal:** 86-3000, Costa Rica  
**Correo electrónico:** [ambientico@una.cr](mailto:ambientico@una.cr)  
**Sitio web:** [www.ambientico.una.ac.cr](http://www.ambientico.una.ac.cr)

*Ambientico*, revista mensual sobre la actualidad ambiental costarricense, nació en 1992 como revista impresa, pero desde hace varios años también es accesible en internet. Si bien cada volumen tiene un tema central, sobre el que escriben especialistas invitados, en todos ellos se trata también otros temas. *Ambientico* se especializa en la publicación de análisis de la problemática ambiental costarricense -y de propuestas sobre cómo enfrentarla- sustentados en información primaria y secundaria, aunque asimismo se le da cabida a ejercicios meramente especulativos. Algunos abordajes de temas que trascienden la realidad costarricense también tienen lugar.

## Sumario

Editorial  
El consumo sostenible y su  
influencia sobre las formas de  
producir bienes y servicios 2

Rolf Ruge  
La Asociación Amantes de lo  
Orgánico y la Feria Verde de  
Aranjuez 5

Silvia Chaves  
Producir competitiva y  
sosteniblemente sustancias para  
limpieza amigables con el ambiente 10

Diana Vega  
Centralización de la información de  
los proveedores de productos eco-  
amigables 14

Sylvia E. Aguilar  
Fomento del trabajo decente a  
través de las compras públicas en  
Costa Rica 18

Kifah Sasa  
Redefinir la competitividad de las  
cadenas productivas de materias  
primas en aras del consumo  
sostenible 25

Ángela Chévez  
Pesca artesanal y consumo  
responsable en Osa 32

Jorge F. Alfaro y Erick Ross  
Consumo responsable de productos  
pesqueros 37

## El consumo sostenible y su influencia sobre las formas de producir bienes y servicios

Hace aproximadamente medio siglo, las sociedades desarrolladas se hicieron consumistas: los individuos “de a pie” pasaron, de casi solo poder satisfacer sus necesidades básicas, a poder satisfacer muchos de sus crecientes y desatados deseos. Aunque a este respecto cabe una observación: una vez que los deseos son compartidos por multitudes y logran ser satisfechos, a muchos de ellos la sociedad pasa a considerarlos “necesidades”, y, cuando esto ocurre, con fuerza emergen nuevos deseos, a los que en su inicio suele tildárseles de “caprichos”, mas, transcurrido un tiempo, si corren la suerte de generalizarse y ser satisfechos, pasan también a ser considerados necesidades y, así, sucesivamente... Es un hecho cierto que los deseos y las necesidades materiales crecen en número y en ambición, y que el consumo ascendente de bienes y servicios presiona cada vez más el stock de recursos naturales y el ambiente, hasta convencernos de que el consumo debe ser disminuido y reorientado, porque la naturaleza da la impresión de no soportar ya tanta explotación.

Desde que el consumismo se desbocó, el consumo brinda al consumidor común, y ya no solo al de élite, la posibilidad de distinguirse del prójimo gracias al prestigio de los bienes y servicios que consume, lo cual es un factor del desbocamiento del consumo. Esa distinción se transfiere al consumidor similarmente a como, en tiempos anteriores (aún hoy), le transferían al individuo distinción (o lo contrario) la nación a la que pertenecía, la religión

que profesaba, la familia de crianza y el oficio heredado... Calidades estas de las que antaño los individuos no se podían desprender, a no ser en especiales momentos históricos o haciendo extremas proezas o bajezas. Actualmente, el escape de esas prisiones “identitarias” es menos dificultoso, pero nada tan a la mano para lograr distinción, acrecentar prestigio y reconstruirse una identidad que escoger “libremente” en el menú de los bienes y servicios que la sociedad de consumo ofrece. Los consumidores se reelaboran una identidad a partir de menús relativamente accesibles, se sacian hasta la emergencia de menús nuevos, la economía lo disfruta fortaleciéndose y la naturaleza lo sufre.

Pero, últimamente, hay una tendencia a disminuir el consumo y reorientarlo de tres maneras que convergen.

Una reorientación del consumo es el llamado consumo *sostenible*, que pone el acento en la protección de la naturaleza: se debe consumir sin atentar contra los equilibrios ecosistémicos, para lo que hay que ser vigilante del modo en que se producen los bienes y servicios y del modo de consumirlos. Otra reorientación es el consumo *responsable*, que es un consumo



Alfredo Huerta. Ciclovía, Cartago.

que no ha de poner en riesgo la naturaleza y que, además, debe velar por que durante la producción, la distribución y el consumo no se violente los derechos humanos ni la justicia. Y otra reorientación es el consumo *sano*, que es el que solamente es precavido con la salud del consumidor, aunque, ciertamente, de rebote rebaja los gastos en que la sociedad



Alfredo Huerta. Ciclovía, Cartago.

incurrir por culpa de los damnificados por su propia glotonería.

Interesantemente, el consumo moderado y controlado también distingue y prestigia a sus practicantes. Mediante él, ellos reelaboran su identidad separándose de las pesadas masas humanas insostenibles. El consumo sostenible, responsable,

sano, convierte a sus seguidores en culturalmente superiores, en humanos de nuevo cuño, en ambientalistas consecuentes. Y así tenemos que, hace décadas, de la esfera económica del consumo surgió una poderosa presión dañina sobre la naturaleza que, recientemente, ha empezado a ser combatida y contrarrestada por otra presión surgida... en esa misma esfera, pudiendo los consumidores, de uno y otro tipo, reconstruirse una identidad y saciar apetencias de distinción mediante uno u otro consumo: el sostenible, en alza, y el insostenible, mayoritario pero muy vilipendiado.

Con razón hoy se argumenta que los consumidores poseen un enorme poder -no acordado formalmente por nadie- sobre los modos de producción de bienes y servicios, pues con sus elecciones de compra ellos pueden influir decisivamente en las prácticas económicas de la sociedad, potenciando las sostenibles y ayudando a desterrar las insostenibles.



Arquitecto. Presidente de la Asociación Amantes de lo Orgánico.

## La Asociación Amantes de lo Orgánico y la Feria Verde de Aranjuez

..... || **Rolf Ruge** || .....

**E**n estos más de cuatro años de estar involucrado en la creación y desarrollo de la Asociación Amantes de lo Orgánico (Aamor), y de su primer proyecto: Feria Verde de Aranjuez -un nuevo corazón en la ciudad-, he tenido la oportunidad de encontrar, poco a poco, algunas palabras más cercanas a la sostenibilidad conceptuada desde muchos posibles enfoques. Aamor es una asociación de productores y consumidores cuya misión es crear espacios de encuentro entre ellos, cuidados con valores. Desde el inicio, aceptamos intermediarios, pero únicamente si trabajan para la unión de productores y consumidores. Y, a partir de eso, hemos soñado, planeado, diseñado y promocionado.

Hace ya más de tres años, con empeño, mucho gozo, entusiasmo y una donación de \$5.000 de la Embajada de Reino Unido, empezamos con nuestro evento de todos los sábados en la mañana en el Parque Polideportivo de Barrio Aranjuez. De esa manera, comenzaron a aparecer en nuestras vidas los frutos maravillosos de esta aventura de encuentro.

Así, de repente, en mi casa todo lo que comemos empezó a tener nombres y apellidos, todo producido por gente que





Alfredo Huerta. Feria Verde de Aranjuez, San José.

cada vez aprecio más. Los quesos de Adri, los tomates de Rodolfo, la miel de Carlos, las tortillas aliñadas de Xinia, las papitas amarillas de Cecilia e Isidro, los panes... Y apareció la primera canasta: la *canasta óptima*... Óptima para nuestro ser: la comida de verdad, fresca, nutritiva, diversa, deliciosa, libre de agroquímicos, libre de aditivos y de otros ingredientes industriales nocivos, libre de transgénicos, con semillas criollas, elaborada artesanalmente; la higiene natural libre de tóxicos, la ropa de fibras naturales, la música en vivo. Óptima para nuestro hogar: lo compostable, lo libre de tóxicos químicos, lo reutilizable, lo artesanal, la información

apropiada. Óptima para nuestras comunidades: lo localmente co-creado, lo comunal, lo cooperativo, el respeto por los pueblos autóctonos, el activismo, el libre intercambio de semillas, el refuerzo, el apoyo y la ampliación de los espacios cívicos, las actividades físicas recreativas inclusivas. Óptima para el ambiente, de cultivo agroecológico, diversificado, mantenedor y restaurador de suelos, minimizando el transporte, cuidando los empaques.

Y cuando miro a mi alrededor, y veo que el país entero, permitido y apoyado por toda la estructura política, se aboca cada vez más a lo que se podría llamar

la canasta pésima, que contiene cada vez menos comida y más lucro, que intoxica nuestros seres y nuestros hogares, que empobrece nuestras comunidades y contamina campos, ríos, playas y mares, cuerpos y mentes... Y que la única otra

canasta "protegida" con intervención política, la canasta básica, no me dice nada de si el arroz es transgénico o no, de si los frijoles son excedentes chinos guardados desde hace más de cinco años, de si el jabón o el desinfectante es tóxico, etc.

No me habla de sostenibilidad esta canasta...

Y siguiendo con la experiencia de este evento feliz para tantos oferentes, continúan apareciendo nuevas palabras para definir a los actores de esta naciente eco-economía. Porque la palabra productor no define si es explotador o no. Y la palabra consumidor, producto estrella de este sistema dominado por los intermediarios, en-necesitado, hipnotizado, desconectado, no describe a la cada vez mayor cantidad de personas que disfrutan y se recrean en Feria Verde. Vienen entonces estas palabras: co-creadores



Alfredo Huerta. Feria Verde de Aranjuez, San José.

inspirados: jardineros y/o elaboradores, que reconocen a todos los participantes de sus procesos creativos y que lo hacen con reverencia por el espíritu de la Tierra; y disfrutadores conscientes: informados, conocedores de los lugares de origen y de las personas involucradas en la elaboración de las delicias cotidianas. Y en vez de intermediarios avaros, que crean una pared de oscuridad donde se esconde el lucro, que se nutre de la separación entre productores y consumidores, nos vienen los facilitadores consagrados: donde el costo de la facilitación es público.

Tenemos la visión de crear y cuidar más corazones en otras partes de Costa Rica. Tenemos el deseo de que la canasta óptima sea asequible para todas las personas que la deseen. A este sueño le llamamos *la canasta esencial*. Y así como en Chile, la joven Camila, encontró cuatro palabras que encendieron el deseo de la mayoría de los chilenos: “educación gratuita de calidad”, nuestro deseo en Amor es compartir con todos el profundo placer de nuestra canasta óptima.

Además de valores, nos han llegado algunos principios que guían nuestros planteamientos:

- La concordia en la diversidad. (Empezamos con una asociación que reúne a dos diferentes tipos de personas: productores y consumidores.)
- La abundancia para todos. (Al integrar, como en la naturaleza, la eco-economía: el corazón y la

circulación, encontramos la inspiración para crear abundancia.)

- La reverencia con el espíritu de la Tierra. (La base de la sostenibilidad.)
- El poder del encuentro. (La unión no puede ser solo teórica.)
- El poder del deseo. (Encontrando las palabras para expresar lo que deseamos: la política del deseo, basada en la abundancia, no en la necesidad, basada en la escasez.)

Hace un tiempo, en la ciudad de Guatemala, invitado por Maela (Movimiento Agroecológico Latinoamericano y del Caribe) para hablar de nuestra experiencia en Feria Verde, quise, muy temprano, volver a visitar el mercado central, que para mis esquemas quedaba detrás de la Catedral. Y, cuando estaba ahí, me puse a pensar si no sería que la Catedral estaba al costado del mercado, y me di cuenta de por qué Jesús, en la única cita bíblica donde se mostró iracundo, echó a los mercaderes del templo. Imagino que al principio el templo y el mercado eran la misma cosa, pero cuando los mercaderes tomaron el control se fueron los dioses. Un mercado sin corazón es el alma de toda la situación global en crisis. Un mercado cuidado con valores se vuelve un templo: regresan los dioses. Y es por eso que en Feria Verde abundan los abrazos, las buenas conversaciones, el intercambio de información, los niños jugando, los perros paseando, la buena música, los bailes espontáneos, la vibración de la concordia...

Como miembro de lo que llamamos corazón ardiente, consejo voluntario que apoya y acuerpa, consensualmente, a los facilitadores que emplean buena parte de su tiempo en la organización, consolidación y crecimiento de este querido evento semanal, como tal pienso que encontrar palabras que guíen nuestra acción hacia una verdadera y profunda sostenibilidad es fundamental para que ese sueño expresado hace más de una década en *La Carta de la Tierra* llegue a convertirse en

realidad. Al principio, creí que era una obra de héroes que se atrevían a nadar contracorriente, con muchísimo esfuerzo y sacrificio. Ahora, cada vez más, me doy cuenta de que no, de que ya hay una fuerza grande hacia la unión y la sostenibilidad: que somos corriente, y que expresamos cada vez más el deseo de más personas.

Concluyo este artículo invitando a encontrarnos al amparo de un más hermoso paradigma que se exprese en una sociedad verdaderamente feliz.



Alfredo Huerta. Feria Verde de Aranjuez, San José.



## Producir competitiva y sosteniblemente sustancias para limpieza amigables con el ambiente

..... || **Silvia Chaves** || .....

Abogada especialista en derecho ambiental. Profesora de la Universidad de Costa Rica. Vicepresidenta de Florex Centroamericana S.A.

**E**s importante empezar reconociendo que, a nivel empresarial, las estrategias de sostenibilidad son estrategias de competitividad. Se trata de modelos de desarrollo de empresas -en forma diferenciada- en procura de aprovechar nuevas oportunidades que surgen en economías globalizadas. La crisis económica ha obligado y acelerado este proceso.

Enhorabuena que esto esté ocurriendo ya en nuestro país: la búsqueda de alternativas para mejorar la competitividad está contribuyendo a la reducción del impacto ambiental de los bienes y servicios producidos en el territorio nacional. Oportunidad para las empresas y para el país en general.

Realmente, ser competitivo es diferenciarse: ofrecer condiciones acordes con las necesidades de clientes y usuarios, ofrecer un producto que otros no ofrecen. La sostenibilidad es una oportunidad de ofrecer esa diferenciación. Los consumidores poco a poco están cambiando sus criterios de consumo; por ejemplo, en Alemania más de la mitad de los consumidores consideran importantes o muy importantes los criterios ecológicos en detergentes para lavar ropa.



Volver al índice



Alfredo Huerta. Feria Orgánica Buena Tierra, Escazú, San José.

El tema ahora es cómo realizar justa y transparentemente las oportunidades para mejorar la competitividad. Esto es necesario hacerlo en forma normalizada y con métrica. Así, en nuestro país, la generación de una norma que regule las condiciones por las cuales un producto se puede considerar amigable con el ambiente es fundamental. Se requiere avanzar en las condiciones del mercado, hoy por hoy poco transparente. Los mercados “ecológicos” o “sostenibles” no necesariamente significan “intercambio justo”.

La influencia de las empresas productoras, y también de las que se ubican

en los canales de comercialización, es fundamental. El papel del Gobierno en la regulación es indispensable. Pero aun más lo es el papel de los consumidores finales, quienes tienen en sus manos la posibilidad de ser más exigentes frente a las etiquetas y la publicidad de las más variadas fuentes, también de favorecer productos locales, de ser críticos ante la información que se les presenta, de ser coherentes entre sus preocupaciones respecto del deterioro ambiental y social y sus patrones cotidianos de consumo.



Partiendo de lo anterior, la empresa Florex Centroamericana S.A., de capital costarricense, dedicada a la limpieza integral, amigable con el ambiente, decidió tomar el liderazgo en la región en la producción y distribución de productos de limpieza biodegradables de alta calidad, bajo su propia marca: Florex. Esta, ya presente en Costa Rica, Guatemala, Honduras y Panamá, produce y distribuye productos químicos biodegradables de alta calidad. La empresa cuenta con una estrategia de sostenibilidad que constituye la estrategia completa empresarial:

ha sustituido las materias primas dañinas para el ambiente y la salud en sus productos de limpieza y cuenta con una fábrica completamente sostenible (un edificio “verde”).

Nacida oficialmente en 2003, pero habiendo empezado a ofertar su servicio de limpieza en 1995, una vez que la empresa se consolidó, inició la producción de químicos. Se probaron desde el inicio muchos tipos de productos, pero existían serias dudas acerca de sus efectos sobre la salud y el ambiente. La investigación continuó hasta poder contar hoy con una



Alfredo Huerta. Feria Orgánica Buena Tierra, Escazú, San José.

variedad de productos de muy buena calidad y diferenciados por sus características ambientales.

La premisa de Florex es que la sostenibilidad consiste en construir para ser una mejor empresa; no se trata, pues, de un estado final sino de un proceso continuo. En consecuencia, el proceso de innovación que ella conduce es constante, logrando desarrollar diferentes líneas de productos que le permiten tener éxito comercial en un mercado -el de la limpieza- altamente competitivo y relativamente cerrado. Tanto es así que las cadenas de supermercados más importantes de Costa Rica y Centroamérica lo han reconocido y han apostado a los productos de Florex, con notable aceptación por parte de los consumidores. Y, además de la línea para el hogar, la empresa cuenta con una amplia línea de productos de limpieza para instituciones -privadas y gubernamentales- con los que abarca el otro gran sector del total del mercado nacional.

Como parte importante de la vivencia de Florex en armonía con el ambiente, la empresa acometió la construcción de una fábrica con características ambientales sobresalientes en el ámbito

centroamericano, asegurando así no solo que sus productos sean amigables con el ambiente sino, también, que el mismo proceso de producción lo sea. Tal planta de producción aprovecha al máximo la luz solar y las corrientes de viento, evitando la utilización de aire acondicionado y reduciendo su consumo eléctrico en un 17,97 % mensualmente por litro producido.

En el proceso de gestión ambiental, Florex monitorea el kilometraje y los recorridos de su flota de transporte y desarrolla rutas que consuman cada vez menos combustible. Además, al producir químicos concentrados ocupa mucho menos espacio de almacenamiento y transporte y maximiza la capacidad de cada entrega (se envía 75 % más producto en cada viaje). Asimismo, se controla el desempeño de los vehículos para aplicar mantenimiento preventivo -con lo que disminuyen sus emisiones- y se aprovecha las rutas de entrega para recuperar los envases de los productos y reutilizarlos o reciclarlos. Como se ve, Florex no aplica prácticas ambientales, sino más bien tiene una estrategia empresarial completamente ambiental, desde la producción hasta la comercialización de sus productos.



## Centralización de la información de los proveedores de productos eco-amigables

..... || **Diana Vega** || .....

Especialista en manejo y protección de recursos naturales. Coordinadora general de Páginas Verdes de Costa Rica ([www.paginasverdescr.com](http://www.paginasverdescr.com)).



A lo largo de las dos últimas décadas, se multiplicaron los llamados de diversos organismos y conferencias internacionales a efectuar cambios en los ámbitos de la producción y el consumo para aliviar la presión que estos hacen sobre el planeta. Mientras, en Costa Rica hemos venido siguiendo los modelos de producción y consumo insostenibles que las sociedades industriales desarrollaron. Pero, afortunadamente, en los últimos años hemos empezado a dar pequeños pasos en la incorporación de prácticas sostenibles en la producción y el consumo, es decir, hemos comenzado a tomar en consideración el impacto sobre el ambiente.

Han surgido, entonces, los llamados productos amigables con el ambiente y se ha acrecentado la oferta de servicios profesionales enfocados en apoyar una gestión empresarial integral y sostenible. Además, ha habido un incremento de organizaciones e instituciones que trabajan a favor de la protección y la conservación, haciendo educación ambiental, etc. Asimismo, nuevos medios de comunicación y un mayor acceso a la información han contribuido

a despertar la conciencia del efecto ambiental, social y económico que nuestras decisiones de compra tienen sobre el planeta y sobre nuestra salud, por lo que muchísimas personas cuestionan ya las implicaciones ambientales de los productos que consumen.

Expresión de lo anterior es que cada día más gente prefiere productos locales, artesanales, certificados, orgánicos, libres de organismos modificados genéticamente, sin sustancias químicas peligrosas, biodegradables, reciclados, etc. Se ha comprobado que las decisiones de los consumidores ejercen una influencia creciente en los mercados, de manera que ellos constituyen un grupo importante para enfocar los esfuerzos e incidir en cambios de modelos ineficientes a otros consecuentes con el desarrollo sostenible.



Páginas Verdes de Costa Rica (PVCR) nació en 2008, como un programa de la Asociación Tierra Viva, con la misión de incentivar el desarrollo sostenible y la responsabilidad social mediante la promoción de productos, servicios y buenas prácticas, a través de la comunicación, la educación y la concientización del público. En función de esto, PVCR desde su inicio se abocó a recoger y centralizar la información referente a las iniciativas organizadas y los proveedores eco-amigables que existen en el país para así poder brindar: (1) una herramienta de búsqueda a los consumidores responsables; (2) una opción, a proveedores e iniciativas eco-amigables, de darse a conocer; también (3) un medio educativo y de sensibilización, y, en síntesis, (4) una oportunidad para contribuir a proteger el planeta y mejorar la calidad de vida.

Desde el momento de su fundación, la trayectoria de PVCR es la siguiente:

2008	<ul style="list-style-type: none"> <li>Investigación, planificación, recopilación de datos, invitación a formar parte del Directorio.</li> </ul>
2009	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lanzamiento del Directorio en Línea a través del sitio web <a href="http://www.paginasverdescr.com">www.paginasverdescr.com</a></li> </ul>
2010	<ul style="list-style-type: none"> <li>Publicación de 5.000 ejemplares de la 1ª edición impresa con el patrocinio del Ice.</li> <li>Recopilación de más de 1.000 contactos para el Directorio.</li> </ul>
2011	<ul style="list-style-type: none"> <li>Renovación del Directorio en Línea (inclusión del componente educativo).</li> <li>Realización de la Eco-Expo, junto con la Embajada Británica e Incae.</li> </ul>
2012	<ul style="list-style-type: none"> <li>Publicación de 2.000 ejemplares de la 2ª edición impresa con el patrocinio de CNFL.</li> <li>Realización de la 1ª edición del Concurso de Ilustración de PVCR para la 2ª edición impresa.</li> <li>9.500 visitas mensuales al Directorio en Línea. 66.000 visitantes nuevos.</li> <li>Más de 4.000 seguidores en redes sociales (facebook).</li> </ul>



Volver al índice

Algunos de los proyectos y servicios que se ofrecen a través de PVCR son:

Directorio en línea	Principal servicio ofrecido a través del portal web <a href="http://www.paginasverdescr.com">www.paginasverdescr.com</a> Las empresas e iniciativas están agrupadas en 21 categorías de acuerdo al tipo de industria o servicio que proveen.
Directorio impreso	Con el fin de poner a disposición de más personas la información del directorio, se han publicado dos ediciones impresas que se distribuyen en Auto Mercado.
Membresía	A partir de julio de 2013 se estableció el pago de una membresía anual simbólica para ser parte del Directorio con el fin de velar por la sostenibilidad financiera del servicio brindado. Iniciativas no comerciales continúan participando de manera gratuita.
Publicidad	Venta de espacios publicitarios en el portal web y ediciones impresas. Publicación de logos, destacados y banners publicitarios.
Publicación de eventos	Publicación gratuita de anuncios sobre cursos, ferias, talleres y eventos en el área ambiental.
Artículos, videos, consejos	Publicación de artículos y videos educativos sobre temas medioambientales. Los usuarios pueden enviar material de este tipo que desean sea publicado.
Amigos de PVCR	Desarrollo de alianzas con empresas y organizaciones que apoyan y contribuyen a mantener y mejorar el servicio de Páginas Verdes de Costa Rica.
Capacitaciones	Programa de capacitaciones para los miembros del Directorio a través de la metodología de <a href="http://www.CompraSustentable.com">www.CompraSustentable.com</a>
Asesorías	Programa de asesorías para los miembros del Directorio con consultores expertos a un precio especial en temas clave. Enfoque por sectores.
Ferias ambientales	Representación de los miembros del Directorio en stands en ferias ambientales importantes en el país. Además de stands compartidos.
Representación de sectores	Participación en diferentes eventos y discusiones sobre temas de interés para los miembros de PVCR (eco-etiquetado, lucha contra el <i>greenwashing</i> , etc.).



Alfredo Huerta. Feria Verde de Aranjuez, San José.



Alfredo Huerta. Feria Verde de Aranjuez, San José.



## Fomento del trabajo decente a través de las compras públicas en Costa Rica

Sylvia Elena Aguilar

Ingeniera industrial.  
Coordinadora del Área  
Ambiente y Desarrollo  
de la fundación Cegesti  
(saguilar@cegesti.org).



Para lograr el desarrollo sostenible es necesario modificar las modalidades de producción y consumo. Aunado a la calidad y costo del producto o servicio, los consumidores deben considerar su impacto ambiental y social. Así, ellos aceptarán la responsabilidad del impacto socio-ambiental de sus decisiones de compra y, por otro lado, las empresas tendrán un incentivo real para adecuar sus productos o servicios y, entonces, ser competitivos en un mercado más sostenible.

El sector público es el mayor comprador en cualquier país y, como tal, está llamado a ser un consumidor ejemplar; no solo como señal del buen manejo de fondos públicos, sino también por el cambio que sus decisiones de compra ocasionan en el mercado: su actividad compradora puede llegar a superar el 15 % del producto interno bruto (Claro, 2007). Por estas razones, existe una fuerte tendencia en el mundo hacia la implementación de compras públicas sostenibles, impulsada tanto por países como por entes supranacionales como Naciones Unidas.

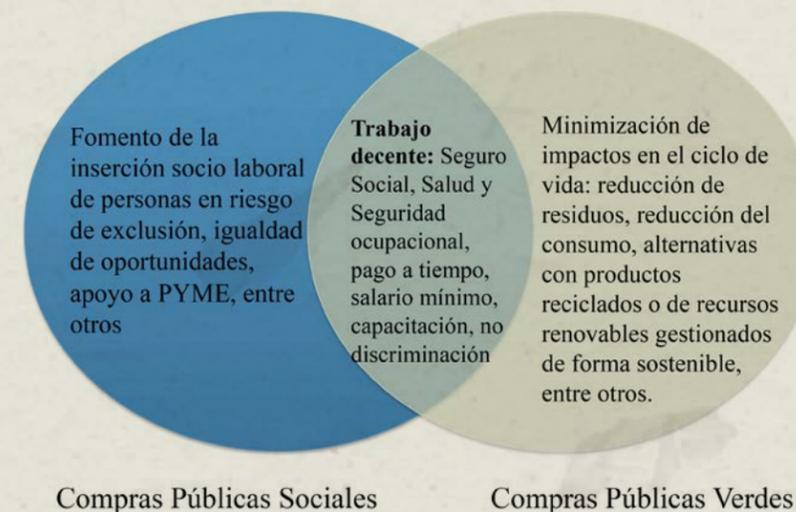


Volver al índice

Las compras públicas sostenibles pretenden obtener el mejor valor por el dinero invertido y abarcan tanto las compras públicas verdes -con el objetivo de minimizar el impacto ambiental- como las compras públicas sociales -que persiguen un retorno social- (ilustradas en la figura 1).

Independientemente del objetivo que se persiga, un tema que Cegesti (2012) ha visualizado como inherente a ambos enfoques es el respeto a los derechos laborales. En el marco del proyecto Fortalecimiento de los Derechos Humanos y el Trabajo Decente, financiado por el Ministerio de Relaciones Exteriores del Reino de los Países Bajos, Cegesti desarrolla el componente de *compras responsables*, en el que una de las principales interrogantes es cuánto se fomenta el trabajo decente con las compras públicas.

Figura 1. Compras Públicas Sostenibles



El concepto de trabajo decente se basa en la convicción de que las personas poseen el derecho a empleos productivos en condiciones de libertad, igualdad, seguridad y dignidad, y consta de cuatro elementos interdependientes e iguales en importancia: trabajo productivo y elegido libremente, principios y derechos fundamentales en el lugar de trabajo (empleos que garanticen ingresos dignos, protección social y diálogo social), igualdad entre hombres y mujeres y no discriminación.

En 2011, el Consejo de Derechos Humanos de las Naciones Unidas (NU, 2011) emitió una serie de principios rectores sobre los derechos humanos y las empresas. Uno es que los Estados deben promover el respeto a los derechos humanos por parte de las empresas con las que lleven a cabo transacciones comerciales. Por medio de los procesos de compra pública, los

Estados realizan múltiples transacciones comerciales y tienen allí una oportunidad excepcional de promover la toma de conciencia y el respeto a los derechos humanos, particularmente al incluir este tipo de cláusulas en los criterios de compra y en los contratos.

La aplicación de la normativa para garantizar los derechos laborales no es una constante en Centroamérica. Al respecto, algunos hechos que cabe destacar son los siguientes:



Alfredo Huerta. Feria Orgánica Buena Tierra, Escazú, San José.

- Si bien la cobertura de los trabajadores por la seguridad social es un derecho protegido en cada país, en los países de la región, exceptuando a Costa Rica y Panamá, tal cobertura no llega ni al 25 % de los ciudadanos. Guatemala y Nicaragua presentan los niveles más bajos de cobertura social, con un 17,4 % y un 18,9 %, respectivamente, en 2008 (Estado de la Región, 2011).
- Sobresale el porcentaje de trabajadores que no perciben el salario mínimo establecido por ley en cada país. En Costa Rica, una investigación reciente afirma que el 30 % de

los trabajadores del sector privado obtienen un salario inferior al mínimo especificado para su ocupación (IICE – UCR, 2010).

- A los hechos anteriores se suma la discriminación a las mujeres. Por ejemplo, el salario promedio de hombres y mujeres recibido por un mismo tipo de puesto varía un 34 % en Guatemala y alrededor de un 20 % en Nicaragua y Costa Rica (Estado de la Región, 2011).
- El trabajo infantil, aunque se ha reducido, continúa presentándose en diversas actividades productivas. En Nicaragua, cerca del 14 % de los

niños, niñas y adolescentes entre 5 y 17 años trabajan (OIT, 2004).

- Las instituciones de control reconocen los limitados recursos de que se dispone para la inspección. Todos los países de la región tienen menos de 7 inspectores por cada 100 mil ocupados, lo cual evidencia una baja probabilidad de detección de infracciones laborales con cualquier tecnología de inspección utilizada (Cepal, 2009).

En una región con una evidente necesidad de reducir los incumplimientos a los derechos laborales, resulta paradójico

que no se cuente con políticas nacionales que fomenten el trabajo decente en las contrataciones públicas, lo cual condiciona que la solicitud de este tipo de requisitos no sea la práctica común en la región. El Estado, como garante de los derechos laborales en cada país, no puede obviar elementos básicos relacionados con el trabajo decente en la relación con sus proveedores -y especialmente en la compra de servicios, en la cual es indiscutible la relación entre quienes brindan el servicio y la institución que lo recibe-.

En la normativa de contratación de los países de Centroamérica se ha incluido aspectos básicos relacionados con el



Alfredo Huerta. Feria Orgánica Buena Tierra, Escazú, San José.

cumplimiento de las empresas que ofertan con el seguro social. Si bien es cierto en los documentos de compra se establece que los contratos no originarán relación laboral alguna entre la institución pública que contrata y los empleados de la empresa que brinda el servicio, y que por lo tanto es esta última la que debe cumplir con todas las disposiciones en materia de riesgos del trabajo, existen instituciones que en sus contrataciones incluyen cláusulas tendientes a promover la salud y la seguridad ocupacional de los empleados de la empresa que brindará el servicio. Cláusulas referentes, por ejemplo, a uso de equipo de protección personal, a capacitación, a duración de las jornadas laborales y a descansos. Asimismo, hay instituciones que, durante la ejecución del contrato, dan seguimiento a otros aspectos relacionados con el trabajo decente, tales como pago de salarios a tiempo, cumplimiento de salarios mínimos y cobertura de seguros, entre otros, y tipifican los incumplimientos que ocasionarán multas, sanciones o inclusive disolución del contrato.

Aunque se encuentra casos de instituciones con este tipo de prácticas, también son comunes documentos de compra en los cuales la Administración simplemente se desliga de la responsabilidad patronal y no le brinda ningún seguimiento durante la ejecución del contrato. Al no incluirse ningún requisito explícito al respecto, la Administración queda imposibilitada de cualquier influencia sobre la empresa durante la ejecución del contrato.

La falta de este tipo de políticas ocasiona que algunos funcionarios se afinquen en posiciones como: “no me corresponde velar por las condiciones laborales de los empleados, yo no soy inspector del Ministerio de Trabajo...”, o “si se pide mucho requisito, van a aumentar los precios de las ofertas y al final sale perdiendo el Gobierno...”, evidenciándose así la complicidad, deliberada o no, con empresas violadoras de los derechos laborales con la excusa de brindar servicios competitivos.

Aunado a la falta de políticas nacionales, los funcionarios que llevan a cabo los procesos de compra suelen desconocer qué requisitos relacionados con derechos laborales podrían incluir en sus compras y cuál sería su responsabilidad durante la ejecución de los contratos. Asimismo, hay falta de consenso en cuanto a la aplicación de multas o sanciones, las cuales típicamente se asocian a atrasos en el avance de la obra (en el caso de construcción) o a defectos de calidad, pero no a incumplimientos de requisitos sociales o ambientales.

El sector que más experiencia tiene en cuanto al cumplimiento de requisitos relacionados con salud y seguridad ocupacional es el de construcción, debido a prácticas aprendidas de entes internacionales como el Banco Interamericano de Desarrollo, el KfW de Alemania y el Banco Mundial, que han financiado proyectos de infraestructura, entes que condicionan los préstamos al cumplimiento de tales políticas.

Un hecho que ocasiona que el fomento a los derechos laborales en las contrataciones públicas dependa de la “buena

voluntad” de cada institución es que en la normativa no es explícita la aplicación de la responsabilidad solidaria en la contratación de servicios transitorios, como limpieza y seguridad, entre otros. Un caso interesante, a emular, es el del Código de Trabajo de Chile (2013), que en el artículo 183-C del título VII -“Del trabajo en régimen de subcontratación y del trabajo en empresas de servicios transitorios”- especifica los derechos de información y retención por parte de empresas que contratan servicios: “La empresa principal, cuando así lo solicite, tendrá derecho a ser informada por los contratistas sobre el monto y estado de cumplimiento de las obligaciones laborales y previsionales que a estos correspondan respecto a sus trabajadores, como asimismo de igual tipo de obligaciones que tengan los subcontratistas con sus trabajadores ... En el caso que el contratista o subcontratista no acredite oportunamente el cumplimiento íntegro de las obligaciones laborales y previsionales en la forma señalada, la empresa principal podrá retener de las obligaciones que tenga a favor de aquel o aquellos el monto de que es responsable en conformidad con este párrafo...”. La empresa principal que haga efectivo su derecho a ser informada y el derecho de retención responde subsidiariamente por los empleados de las empresas que contrate (versus solidariamente):

- Responsabilidad solidaria: Es aquella en que la empresa principal responde conjuntamente con el

contratista o subcontratista, según el caso, respecto de las deudas laborales y previsionales que tengan estos con sus trabajadores. La responsabilidad solidaria permite perseguir el pago de las obligaciones indistintamente del empleador directo (contratista o subcontratista) o de la empresa principal.

- Responsabilidad subsidiaria: Es aquella en que la empresa principal debe responder cuando el contratista o subcontratista, según el caso, no cumple con sus obligaciones laborales y previsionales respecto de sus trabajadores. Para hacer efectiva la responsabilidad subsidiaria el trabajador debe demandar al contratista que es su empleador directo o, en su caso, al subcontratista, y, si este no responde, la acción judicial se encamina hacia la empresa principal. Dicho en otros términos, la empresa principal responde solo una vez que se ha agotado la persecución de la responsabilidad del contratista o subcontratista.

El rol del sector público como comprador responsable significa adjudicar contratos a empresas responsables. Que la empresa esté “al día” con la seguridad social no significa nada para un empleado que brinda servicios en un ministerio (Loaiza, 2010) si él no está en esa planilla, ni le pagan horas extras, ni le respetan sus jornadas de descanso, y, lo peor del caso, la institución conoce de esta

situación pero no hace nada al respecto. Los incumplimientos en materia de derechos laborales en la región requieren maximizar los recursos disponibles para fomentar su cumplimiento. Y uno de los recursos que se puede utilizar es el poder de los consumidores, fomentando un consumo consciente que premie a las empresas con prácticas responsables.



**Alfredo Huerta.** Oficinas de Cegesti en que se desarrolla el componente *compras responsables* del proyecto Derechos Humanos y Trabajo Decente.

**Referencias**

Cegesti. (2012). *Panorama actual de las compras socialmente responsables en Centroamérica*. Disponible en: <http://www.comprasresponsables.org/manuales.html>

Cepal. (2009). *Experiencias de formalización empresarial y laboral en Centroamérica: un análisis comparativo en Guatemala, Honduras y Nicaragua*. Disponible en: [http://www.eclac.org/publicaciones/xml/8/36888/Serie\\_MD\\_88.pdf](http://www.eclac.org/publicaciones/xml/8/36888/Serie_MD_88.pdf)

Claro, J. (2007). *Las compras y contrataciones del Estado en Centroamérica y República Dominicana*. Banco Interamericano de Desarrollo. Disponible en <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=970419>

Código de Trabajo de Chile. (2013). Disponible en <http://www.dt.gob.cl/legislacion/1611/w3-article-95516.html>

Estado de la Región. (2011). *Cuarto Informe Estado de la Región en desarrollo humano sostenible 2011*. Disponible en: <http://www.estadonacion.or.cr/index.php/prensa/carpetas/centroamerica/informe-iv>

IICE – UCR. (2010). *Reforzar el cumplimiento de los salarios mínimos en Costa Rica*. Disponible en [http://www.iice.ucr.ac.cr/Salarios%20minimos\\_Costa%20Rica.pdf](http://www.iice.ucr.ac.cr/Salarios%20minimos_Costa%20Rica.pdf)

Loaiza, V. (2010, agosto 12). Trabajo tuvo vigilantes que no recibían sueldo mínimo. *La Nación*. Disponible en <http://www.nacion.com/2010-08-12/ElPais/NotasSecundarias/ElPais2480711.aspx>

Naciones Unidas - Oficina del Alto Comisionado de Derechos Humanos. (2011) *Principios rectores sobre las empresas y los derechos humanos*. Disponible en [http://www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR\\_SP.pdf](http://www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR_SP.pdf)

Organización Internacional del Trabajo. (2004). *Encuesta de Trabajo Infantil y Adolescente, 2000*. Disponible en <http://www.dnicostarica.org/wordpress/wp-content/uploads/pdf/Plataforma%20Subregional/Nicaragua/SintesisdelosResultados.pdf>

# Redefinir la competitividad de las cadenas productivas de materias primas en aras del consumo sostenible



**Kifah Sasa**

Sociólogo. Oficial de medio ambiente y gestión de riesgos del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en Costa Rica.



**E**l consumo global de materias primas es insostenible. La forma como producimos o extraemos la materia necesaria para la actividad económica global es la causa directa del 30 % de las extinciones del planeta (Lensen et al., 2012). Al ser insostenible la base de la actividad económica mundial, debemos replantearnos la lógica de cómo producimos, extraemos o utilizamos estas materias. En este breve artículo se exponen lineamientos generales para repensar la competitividad en el marco de cadenas productivas de materias primas. Se menciona cuatro principios que sirven para orientar discusiones académicas, empresariales y políticas sobre la competitividad.

La competitividad de un país se define como la capacidad de generar la mayor satisfacción en los consumidores de sus bienes y servicios una vez fijado un precio, y depende especialmente de cómo un proveedor diferencia su producto en calidad y precio. A la vez, estos dos factores están relacionados con la productividad, la innovación y la inflación diferencial entre países. Por estas razones, por muchos años se procuró impulsar la competitividad con políticas estatales y



prácticas empresariales para mejorar la productividad, y por medio de una priorización de la estabilidad macroeconómica sobre otras consideraciones, incluso las ambientales. Sin embargo, las consecuencias de esa tendencia son devastadoras para el planeta.

Para producir las quince materias primas más traficadas internacionalmente (entre ellas, madera, algodón, caña de azúcar, soya, aceite de palma, maíz, carne de res y pescados como el salmón, el atún y el camarón), el planeta destina el 40 % de la tierra habitable del mundo, utiliza un 70 % del agua potable y emite un 30 % de gases de efecto de invernadero a la atmósfera. Solo para producir tres de estas materias se calcula que el tamaño de la Amazonia se reducirá de 5,3 a 3,2 millones de kilómetros cuadrados antes del año 2050. Según Fao, la frontera agrícola crece cada año 13 millones de hectáreas, a expensas de los bosques y hábitats naturales que necesitamos para mantener los ciclos de vida. Por eso se estima que requerimos entre 5 y 10 planetas para sobrevivir con los ritmos actuales de consumo desigual. Como consecuencia, mundialmente se han extinguido 10.000 especies en los últimos 100 años, y el número de especies en peligro de extinción crece un 7 % cada año -ritmo más acelerado que el crecimiento económico mundial (Foster, 2012). Anualmente matamos 73 millones de tiburones (Pew Charitable Trust, 2012) y se estima que un 75 % de los bancos pesqueros del mundo ya han

sido completamente explotados, y en el año 2048 los habremos explotado del todo.

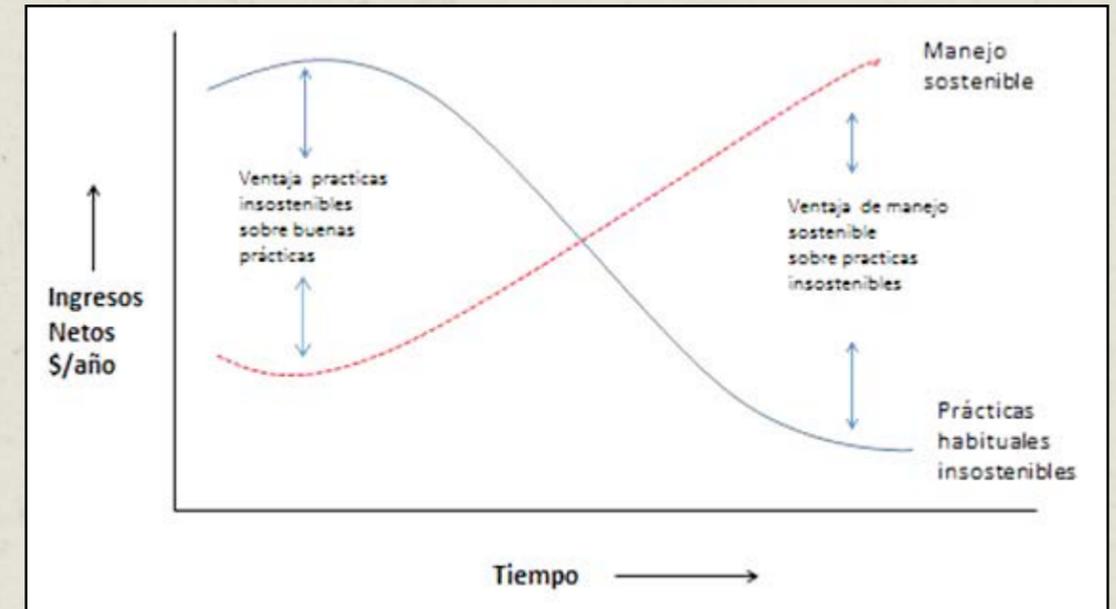
Por lo anterior, podemos concluir que la actividad económica mundial está generando niveles de impacto sin precedentes que ponen en riesgo incluso la vida en el planeta. Esa debería ser la primera premisa para repensar la competitividad: tenemos que considerar las externalidades ambientales porque de eso depende la vida. Podemos tener una sociedad sin economía de mercado, pero no podemos tener una economía de mercado sin sociedad. Del mismo modo, podemos tener una naturaleza sin sociedad pero no una sociedad sin naturaleza.

Sin embargo, aún se argumenta que las fuerzas del mercado con poca regulación pueden distribuir mejor los bienes y servicios que producen los países, e incluso acelerar la distribución de bienes sostenibles. Pero mientras la competitividad se siga definiendo únicamente con base en la diferenciación entre productividad, calidad y precio, y mientras sigamos obviando las externalidades ambientales que genera la producción y el desecho, esta aseveración seguirá siendo falaz.

Afortunadamente, las nuevas orientaciones de la economía ambiental nos permiten entender que ese no es el caso. El Pnud lanzó en el año 2010 el informe regional *Latinoamérica Superpotencia de la Biodiversidad* (Bovarnick et al., 2010), en el que se aplica una metodología de valoración económica comparada entre prácticas habituales insostenibles con prácticas sostenibles en el ámbito de la

agricultura, las pesquerías, el turismo y el manejo de cuencas, entre otros. El argumento central de este informe se resume en el gráfico siguiente, el cual sirve también para explicar cómo deberíamos repensar la competitividad.

cada kilo de nitrógeno aplicado en tierra agrícola se podía obtener 226 kg de maíz, 217 kg de arroz y 131 kg de soya. Pero, en 2006, el promedio de estos productos por hectárea con la misma cantidad de agroquímicos fue de solo 76 kg de maíz, 66 kg



Si comparamos prácticas habituales insostenibles con prácticas sostenibles para cualquier actividad económica, vemos que las prácticas habituales insostenibles pueden generar mayor rédito a corto plazo, pero a largo plazo terminan siendo menos viables económicamente. Por ejemplo, el promedio mundial de consumo de fertilizantes por hectárea para producir materias primas agrícolas es cinco veces mayor hoy que lo que fue en 1961. Pasamos de un promedio mundial de 8,6 kg/ha en 1961 a un promedio mundial de 62,5 kg/ha en el año 2006. Específicamente, en la década de los años sesenta, por

de arroz y 36 kg de soya (Grain, 2009). Los científicos explican esta disminución en la productividad del suelo como producto de la sobreexposición de agroquímicos en las últimas décadas. En los últimos cien años, los niveles promedios de minerales en los suelos agrícolas han bajado a nivel mundial 72 % en Europa, 76 % en Asia y 85 % en América del Norte. En 1927, investigadores del Kings College de la Universidad de Londres empezaron a estudiar el contenido nutricional de los alimentos y ese seguimiento nos permite entender hoy que nuestros alimentos han perdido entre el 20 % y el 60 % de los

minerales que acostumbraban tener. En otras palabras, perdimos productividad del suelo por mantener prácticas insostenibles, con consecuencias para nuestra capacidad de reproducirnos y sobrevivir como especie. Asimismo, nuestras prácticas insostenibles hacen que perdamos ingresos porque cada día va a costar más mantener la productividad del suelo al tener que comprar más insumos. Eso nos lleva a la segunda premisa de un replanteamiento de la competitividad: las externalidades de las prácticas insostenibles son muy costosas a mediano y largo plazo.

Una investigación del equipo de transformación de mercados de WWF analizó los impactos de las cadenas productivas de las 15 materias primas más comerciadas en el mundo (OECD, 2013). Identificaron ahí los detonantes más importantes de la pérdida de biodiversidad: deforestación, degradación del suelo, cambio de hábitat e introducción de especies invasoras, que además impactan negativamente los medios de vida de las personas más pobres del planeta que viven en zonas rurales. Esta investigación inició una nueva tendencia en la cooperación internacional consistente en concentrar esfuerzos en los puntos neurálgicos de las cadenas productivas de materias primas que más impactan el planeta. A ese esfuerzo se han sumado agencias de Naciones Unidas, agencias de cooperación de países de la OECD y las organizaciones no gubernamentales internacionales. Hay un nuevo ímpetu por encontrar la forma de transformar esas cadenas

productivas para que pasen de ser detonantes de deterioro ambiental y extinciones, a contribuir con la preservación de servicios ecosistémicos de nuestros paisajes productivos.

Específicamente, se busca identificar los puntos neurálgicos de cadenas productivas donde la acción de políticas públicas, los incentivos de mercado y la presión de los consumidores tienen mayor relevancia. Concretamente, se responde a la pregunta de si para revertir los impactos de las cadenas productivas agrícolas vamos a tratar de que 1,5 mil millones de productores alrededor del mundo cambien la forma como producen, o si vamos a intentar que 7 mil millones de consumidores consuman responsablemente y solo seleccionen productos sostenibles. La pregunta es retórica, ya que no hay forma de llegar a todos los productores, ni mucho menos a todos los consumidores para que cambien prácticas. La respuesta está en que, según WWF, solo 500 empresas controlan el 70 % de la producción y comercio de esas 15 materias primas alrededor del mundo. Tales 500 empresas transnacionales son, entonces, el punto medular de las cadenas productivas. Por eso es en este punto donde la acción de políticas públicas, de incentivos y también de presión popular se debería centrar. Si se logra modificar las políticas de compra de modo que estas empresas solo compren productos que disminuyan constantemente sus impactos negativos, entonces podremos revertir la situación.



Alfredo Huerta. Feria Orgánica Buena Tierra, Escazú, San José.

Esto nos conduce a la tercera premisa para repensar la competitividad: las políticas públicas, los incentivos y la presión de los consumidores han de ser implacables con los principales involucrados de las cadenas productivas que generan más impactos (los puntos neurálgicos). Por lo anterior, la competitividad de los países no puede centrarse únicamente en políticas de estabilidad macroeconómica o aumento de productividad, sino que debe existir un acercamiento a las empresas que controlan la mayor parte de las cadenas productivas para estimular la modificación de sus políticas de compra, pues eso tiene más impacto que las regulaciones estatales o las certificaciones voluntarias.

La última premisa para repensar la competitividad tiene que ver con reconocer el riesgo "reputacional" como un tema-país. Con esto nos referimos a que las políticas estatales para promover competitividad sean más conscientes de la importancia que dan los compradores internacionales a su reputación. Si un supermercado europeo compra materia prima a un país ignorando las afectaciones ambientales o los impactos sociales negativos relacionados con la producción de esa materia prima de los que habla la prensa, la probabilidad de que ese supermercado vuelva a comprarle a ese país disminuye.

Estudios recientes han demostrado que hay un 80 % de probabilidad de que una empresa pierda hasta un 20 % de su valor de acciones en un mismo mes, luego de un escándalo ambiental que dañe su reputación (un derrame de petróleo o reportajes de incumplimiento de normas ambientales y laborales en algunos países) (Gaines-Ross, 2012). Oxford Metrica, en su Reputation Review del año 2012, revisó las crisis de reputación de las empresas envueltas en escándalos ambientales como Sony, Tepco y Nike. Las empresas más valiosas perdieron casi un tercio del valor de sus acciones, y en casos extremos se perdió hasta un 90 % del valor de las acciones (Beder, 2002).

Entonces, es de interés nacional hacerle frente a los impactos ambientales y sociales negativos de la producción o extracción de materias primas, por la razón lógica de procurar bienestar a la población y porque hoy es un tema de competitividad y marca-país. Por eso, las nuevas estrategias de competitividad de los países deben hacer énfasis en comunicar



Alfredo Huerta. Feria Orgánica Buena Tierra, Escazú, San José.

esfuerzos reales de reducción de impactos de las cadenas productivas. En el mundo actual interconectado y globalizado, la negociación de los impactos, o el tratar de minimizar los daños ambientales o la

inconformidad social relacionada con una cadena productiva no es una opción. Por el contrario, los países agroexportadores que quieran mantenerse competitivos deberán organizar y comunicar al exterior las medidas y medir los avances reales para mejorar continuamente el desempeño ambiental y social de sus productos a largo plazo.

Como hemos visto, es imperativo para nuestra supervivencia repensar la competitividad, específicamente en el marco de las cadenas productivas de materias primas de donde derivan los impactos ambientales más serios del planeta. Para ello debemos focalizar en aquellas materias primas que conglomeran los principales impactos. En este artículo mencionamos materias primas que generan un impacto ponderado global, pero cada país tiene un paisaje productivo muy específico, y para repensar la competitividad de cadenas productivas en un país determinado debemos identificar las que más afectan el equilibrio ecosistémico y social de ese contexto. Hemos de aprender a visibilizar y cuantificar el costo de las externalidades de producción de estas materias productivas y actuar sobre estos costos de manera neurálgica, estimulando u obligando a cambios en las políticas de compra de los involucrados más influyentes de esas cadenas productivas. Todo esto tiene sentido si nos acordamos de que la competitividad implica diferenciación positiva de un (país) proveedor sobre otro. Por esta razón, las políticas estatales para promover competitividad deberán

recordar la importancia del riesgo “reputacional” para nuestros compradores, lo cual nos obliga a hacer esfuerzos reales de mejorar el desempeño ambiental y social de nuestros productos de exportación y comunicarlos asertivamente.

#### Referencias

- Beder, S. (2002). Environmentalists Help Manage Corporate Reputation: Changing Perceptions not Behaviour. *Ecopolitics* 1(4), Springer, pp. 60-72. Disponible en <http://www.uow.edu.au/~sharonb/Reputation.html>
- Bovarnick, A., Alpizar, F. & Schnell, C. (Eds.). (2010). *The Importance of Biodiversity and Ecosystems in Economic Growth and Equity in Latin America and the Caribbean: An economic valuation of ecosystems, United Nations Development Programme*. Disponible en [http://web.undp.org/latinamerica/biodiversity-superpower/English\\_Report.htm](http://web.undp.org/latinamerica/biodiversity-superpower/English_Report.htm)
- Foster, H. (2012). The Year of Extinctions. *Global Animal* 18. Disponible en <http://www.globalanimal.org/2011/12/18/2012-the-year-of-extinction/61240/>
- Gaines-Ross, L. (2012). *The High Cost of Reputational Loss*. Disponible en <http://reputationxchange.com/2012/10/07/the-high-cost-of-reputation-loss/>
- Grain. (2009). *Cuidar el suelo*. Disponible en: [http://www.ecoportal.net/Temas\\_Especiales/Suelos/cuidar\\_el\\_suelo](http://www.ecoportal.net/Temas_Especiales/Suelos/cuidar_el_suelo)
- Lensen, M., Moran, D., Kanemoto, K., Foran, B., Lobje, L. & Geschke, A. (2012, 17 June). International trade drives biodiversity threats in developing nations. *Nature* 109, Vol. 486.
- OECD. (2013). *Building Green Global Value Chains Committed Public-Private Coalitions in Agro-Commodity Markets*. OECD-IDH, Green Growth Papers 2013-03.
- Pew Charitable Trust (2012). *The Global Shark Assessment*. Disponible en <http://www.globalshark.ca/>



## Pesca artesanal y consumo responsable en Osa

Bióloga marina.  
Investigadora de la organización no gubernamental Reserva Playa Tortuga. Funcionaria del proyecto Pesca Artesanal Sostenible Ecosistémica.

Ángela Chévez

• Puede el consumo responsable contribuir a la protección de los recursos naturales? Claro que sí. Aunque muchos son los mercados que ejemplifican esta respuesta, el de la pesca responsable es uno muy actual a destacar. La pesca involucra no solo el recurso natural más extenso que posee Costa Rica, el marino (casi 600 mil km<sup>2</sup> de zona económica exclusiva en el Pacífico y 24 mil en el Caribe) (Fao, 2011; Fao, 2007), sino también a uno de los sectores poblacionales más marginados del país.

Las comunidades costeras representan un 7 % de la población total de Costa Rica (Fao, 2011) y, dentro de la población pesquera, la artesanal representa más del 80 % y es responsable del 75 u 80 % de los desembarcos nacionales (Fao, 2011). Y, si se compara la pesca artesanal con la industrial, resalta que la primera provee más empleo que la segunda, hace una mejor distribución de las ganancias y tiene mayor eficiencia económica en el sentido costo/beneficio (Carvalho et al., 2011) (figura 1). Sin embargo, por la poca ayuda que recibe este sector en Costa Rica, por los bajos precios a que se compra sus productos, por los incentivos



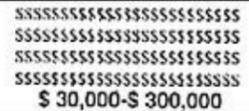
	LARGE SCALE 	SMALL SCALE 
Number of fishermen employed	 AROUND 500,000	 OVER 12,000,000
Annual catch of marine fish for human consumption	 AROUND 29 MILLION TONNES	 AROUND 24 MILLION TONNES
Capital cost of each job on fishing vessels	 \$ 30,000-\$ 300,000	 \$ 250-2,500
Fishermen employed for each \$ 1 million Invested in fishing vessels	 5-30	 500-4,000
Fish destroyed at sea each year as by-catch in shrimp fisheries	 6-16 MILLION TONNES	NONE

Figura 1. Las dos industrias pesqueras a nivel mundial: la pequeña y la industrial.  
Fuente: Adaptado de Thompson (1980).

y subsidios inapropiados, por una gobernanza débil y un sinnúmero de otras limitantes (Salas et al., 2007), los beneficios de la pesca artesanal no se perciben como sí en otros países.

La problemática que enfrentan las pesquerías en el mundo es reconocida, y muchas están al borde del colapso debido a la sobreexplotación de los recursos (Salas et al., 2007). Pero la pesca artesanal, adicionalmente a sus ventajas socioeconómicas, ejerce menos presión sobre el recurso pesquero y la vida marina gracias a sus técnicas (artesanales) y a su menor escala. No obstante, la falta de conocimiento de estas pesquerías dificulta la aplicación de medidas para su manejo,

lo cual pone en riesgo el futuro de las poblaciones humanas que dependen de ellas (Salas et al., 2007).

El proyecto Pesca Artesanal Sostenible Ecosistémica tiene como objetivo promover las pesquerías artesanales del cantón de Osa para que sean ejercidas de manera responsable, avanzando hacia la consolidación de pesquerías artesanales sostenibles. Las pesquerías simplemente responsables se diferencian de las sostenibles en que estas últimas se basan en investigación científica y aplican los conocimientos derivados para asegurar la sostenibilidad ecológica de las poblaciones de peces que están siendo explotadas, además de que, consecuentemente, garantizan

la sostenibilidad económica de las poblaciones humanas que dependen de ellas; mientras, las pesquerías responsables se limitan casi solo a aplicar medidas precautorias para evitar la sobreexplotación de los recursos y el daño ambiental.

Hay dos principales razones para la promoción de pesquerías artesanales sostenibles en Osa: en primer lugar, la sobreexplotación y decadencia que aqueja a los recursos marinos a causa del mal manejo de las pesquerías y de la falta de una política pesquera nacional fundamentada en bases científicas, y, en segundo lugar, la difícil situación socioeconómica de los pescadores artesanales y las comunidades pesqueras artesanales. Estas dos razones

tienen particular peso en Osa porque allí los esfuerzos de investigación, ordenamiento, manejo pesquero y atención a la población pesquera no han sido significativos, habiéndose ellos concentrado en el golfo de Nicoya (Fao, 2011), y solo recientemente enfocándose en el golfo Dulce.

El proyecto Pesca Artesanal Sostenible Ecosistémica se divide en tres secciones interdependientes: investigación, capacitación y comercialización. La primera procura determinar el estado de los recursos marinos utilizados por los pescadores artesanales de Osa, tanto los *stocks* de peces comercialmente importantes como sus hábitats. A partir de esta información se puede implementar medidas de



manejo para ejercer una pesca responsable y mantener ecosistemas marinos saludables. Con la capacitación se pretende brindar a los pescadores el conocimiento y las habilidades necesarias para que se conviertan en los actores principales de las otras dos secciones del proyecto; es decir, que realicen el co-manejo de los recursos marinos de los que dependen y que hagan la comercialización. El ejercicio de la comercialización por ellos mismos apunta a lograr mayor beneficio económico y, para los consumidores y la sociedad, mayor seguridad sanitaria y ecológica.

El consumo responsable, que se basa en la conciencia social y ambiental, implica consumir productos obtenidos de modo ambientalmente sostenible cuya comercialización sea justa para productor y consumidor. Para asegurar la sostenibilidad del recurso, es estrictamente necesaria la investigación (científica) biológica, económica y social, integrando en los estudios al ser humano como actor decisivamente influyente en el ecosistema y a las comunidades asociadas a la actividad pesquera (Ye et al., 2011).

Buenas prácticas en el consumo responsable son comprar lo más directamente posible al productor y que la compra beneficie en especial a pequeños productores y a los sectores más vulnerables del país. La sección de comercialización de nuestro proyecto pretende facilitar estas prácticas, crear vínculos más directos entre pescador y consumidor final, brindando mayor información a este sobre lo que está adquiriendo y mayor seguridad

sanitaria. Para asegurarse esto al consumidor se requiere información sobre la pesca realizada y las técnicas de manipulación del producto, la cual debe ser suministrada directamente por el pescador y, en segundo lugar, por los intermediarios, ya que en última instancia la diferenciación entre pesca responsable y pesca ordinaria, en la perspectiva del consumidor, se da por medio del intercambio de información. Gracias a la información brindada, el consumidor sabrá qué especie está comprando, el estado de conservación de ella, cuándo y dónde se pescó, con qué artes, por cuál asociación y, si se fuera riguroso, quién lo pescó, brindando información ecológica, sanitaria y de beneficiarios directos de la compra.

El consumo responsable es un esfuerzo multilateral, de ambos lados del intercambio comercial (productores y consumidores) y de instituciones externas -gubernamentales o no- reguladoras del comercio o de bien social y/o ambiental. Es mediante la integración de todos los sectores interesados y de sus esfuerzos que se puede lograr un comercio justo, responsable y ecológicamente sostenible. Sin embargo, hay que destacar la gran influencia que el consumidor puede tener sobre el mercado, con base en sus intereses y su conciencia social y ambiental, y a través de sus exigencias. Esto se relaciona con la importancia de la educación a la población en materia de sostenibilidad ecológica y económica, de justicia social, de biología de las especies, de relaciones ecosistémicas, etc., a fin de hacer posible

que las personas elijan responsablemente para su consumo. En función de esto, es necesario hacer disponible la información científica de una manera adecuada y entendible para todos.

Y es que puede dársele al consumidor los productos más ecológicos, frescos y de calidad, puede realizarse un esfuerzo científico que asegure la sostenibilidad ecológica del producto y económica del pequeño productor y, además, puede hacerse un gran esfuerzo capacitando al pescador para que triunfe en su negocio, sí, pero todo esto solo nos llevará hasta la mitad del camino que conduce a la consolidación de mercados sostenibles. El éxito de todos estos esfuerzos dependerá mayoritariamente del grado de conciencia del consumidor, de su educación y de su interés: esto es lo que hará cambiar los mercados modernos. Las personas no perciben el gran poder que tienen para cambiar los mercados; por medio de sus compras pueden sacar adelante a un pequeño productor o hacer que fracase en su negocio, fortalecer a una corporación transnacional o a la empresa nacional. El simple

viaje al supermercado o a la feria define el futuro de los mercados, de los productos, de los productores y, en consecuencia, de la economía costarricense.

**Referencias**

Carvalho, N., Edwards-Jones, G. & Isidro, E. (2011). Defining scale in fisheries: Small versus large-scale fishing operations in the Azores. *Fisheries Research*, 109(2-3), 360–369.

Fao. (2011). Coastal fisheries of the Latin America and the Caribbean. *FAO Fisheries and Aquaculture Technical Paper*. Rome.

Fao. (2007). *Mejoramiento de los mercados internos de productos pesqueros en América Latina y el Caribe. Informe preliminar para la 1ra reunión de los responsables latinoamericanos de comercialización de pescado en mercados internos*. San José.

Salas, S., Chuenpagdee, R., Seijo, J. C. & Charles, A. (2007). Challenges in the assessment and management of small-scale fisheries in Latin America and the Caribbean. *Fisheries Research*, 87(1), 5–16. doi:10.1016/j.fishres.2007.06.015

Thompson, D. (1980). Conflict within the fishing industry. *ICLARM Newsletter*, 3(3), pp. 3–4.

Ye, Y., Cochrane, K. & Qiu, Y. (2011). Using ecological indicators in the context of an ecosystem approach to fisheries for data-limited fisheries. *Fisheries Research*, 112(3), 108–116.

## Consumo responsable de productos pesqueros



Médico veterinario especialista en productos pesqueros en la industria alimentaria. Gerente del Programa de Mercados Sostenibles de la organización Marviva.

..... || **Jorge F. Alfaro y Erick Ross** || .....



Biólogo especialista en recursos marinos y dulceacuícolas. Coordinador de Pesquerías Sostenibles en la organización Marviva.



Los peces son uno de los recursos naturales renovables más importantes del mundo (Sumaila et al., 2012), y las pesquerías marinas son una de las principales fuentes de proteína de un quinto de la población mundial (Sumaila et al., 2007). Sin embargo, el mal manejo ocasionó que en 2009 el 57 % de las poblaciones estuvieran plenamente explotadas y el 29,9 % sobreexplotadas, quedando solo un 12,7 % de no plenamente explotadas ni sobreexplotadas (Fao, 2012).

Conforme la población humana aumenta, la existencia de las pesquerías que puedan seguir proveyendo dependerá de cuánto se puedan recuperar y cuán bien sean manejadas (Sumaila et al., 2012). El buen manejo es el que permite que las poblaciones de peces se recuperen, y para ello hay que incentivar la pesca responsable, que es de bajo impacto, tal que se respete los ciclos de vida de las especies realizando una extracción sostenible. Para lograr esto es necesaria la información de las capturas, que solamente puede lograrse mediante la cooperación entre las comunidades pesqueras, las autoridades de Gobierno, las instituciones de educación



mayor y la sociedad civil. Los Gobiernos y todos los involucrados en el proceso del ordenamiento pesquero debieran adoptar medidas para la conservación y el uso sostenible a largo plazo de los recursos pesqueros, basadas en los datos científicos más fidedignos disponibles, que promuevan la utilización óptima de los recursos con el fin de mantener su disponibilidad para las generaciones actuales y las futuras (Fao, 1995).

Para lograr una pesca responsable, se debe ir un paso más allá de las regulaciones vigentes; la responsabilidad requiere un esfuerzo adicional enfocado hacia:

- El uso de artes de pesca selectivas.
- El respeto a las vedas.
- El respeto a las tallas mínimas por especie.
- No pescar especies amenazadas.
- No usar artes de pesca que afecten cetáceos y tortugas marinas.
- Trazabilidad del producto pesquero para determinar su origen.
- Monitoreo participativo.



Alfredo Huerta. Feria Orgánica Buena Tierra, Escazú, San José.

Al hablar de responsabilidad debemos considerar que toda arte de pesca para capturar recursos marinos y costeros tiene un impacto sobre el ecosistema marino. Hay artes de pesca, como la de red de arrastre, la con rastras y la de



Mar Viva. Productos pesqueros obtenidos responsablemente.

cercos que, por su naturaleza, no son selectivos y es casi imposible reducir su gran impacto. Pero sí es posible reducir el impacto que muchas otras tienen sobre los hábitats marinos y la fauna por medio de diversas técnicas. Dentro de los conceptos de más fácil aplicación están:

- i. No utilizar venenos o explosivos (Fao, 1995).
- ii. No utilizar tipos de carnada que conlleven alta captura incidental de especies vulnerables.
- iii. No utilizar carnada viva debido a los altos índices de captura de peces picudos, tortugas y tiburones.
- iv. No usar reinales metálicos o de monofilamento de grueso calibre, para

- v. Liberar cuidadosamente individuos no deseados, para minimizar el riesgo de lesiones y que puedan recuperarse fácilmente.

Como regla general, para que una pesquería sea considerada responsable ella debe tomar medidas para evitar la captura de ciertas especies o familias y, en caso de capturarlas, debe liberarlas con vida. Las especies longevas, con madurez tardía y baja capacidad reproductiva, generalmente son altamente susceptibles a la pesca y se debe evitar su extracción. Entre las especies y familias ante las que se debe tomar medidas para

reducir su captura incidental están: tiburones, rayas, picudos (pez vela y marlin), peces guitarra, peces sierra, mero goliat o cabrilla de profundidad, corales, tortugas marinas, ballenas y delfines.



Antes de la compra de un producto pesquero, hay que hacerse varias preguntas: ¿qué pescado se está comprando?, ¿es de una especie vulnerable o en vías de extinción?, ¿fue capturado con un arte de pesca selectiva de impacto mínimo sobre el ecosistema o con un arte destructivo que lo alteró significativamente?, ¿fue capturado en época de pesca o durante la veda? y ¿fue capturado en zonas permitidas o en un área protegida?

El hecho de que se respete o no una pesca responsable depende del consumo responsable que el consumidor asuma. Un consumidor de productos pesqueros ilegales, de especies en peligro de extinción o de productos capturados con artes de pesca no selectivas o destructivas estimula la utilización de estos tipos de captura, aumentando cada día más

el impacto al ecosistema marino. Por el contrario, si el consumidor realiza las preguntas necesarias para garantizarse el derecho que tiene a la información sobre lo que consume y garantizar que el producto que va a consumir haya sido capturado de forma responsable y que el impacto sobre los ecosistemas fue mínimo, deja de estimular esa actividad negativa, ilegal o destructiva. Esos productos no encontrarán un nicho en el mercado y así se logrará un cambio en los patrones de comportamiento de los que lo proveen. El cambio está en manos del consumidor.

#### Referencias

- Fao. (1995). *Código de conducta para la pesca responsable*. Roma. 46 pp.
- Fao. (2012). *El estado mundial de la pesca y la acuicultura*. Roma. 231 pp.
- Sumaila, U. R., Khan, A., Watson, R., Munro, G., Zeller, D., Baron, N. & Pauly, D. (2007). The World Trade Organization and global fisheries sustainability. *Fisheries Research* Vol. 88: pp. 1-4.
- Sumaila, U. R., Cheung, W., Dyck, A., Gueye, K., Huang, L., Lam, V., Pauly, D., Srinivasan, T., Swartz, W. & Watson, R. (2012). Benefits of rebuilding global marine fisheries outweigh costs. *PLoS One* Vol. 7(7): e40542 p.