

Este libro pretende reflexionar acerca de los complejos vínculos existentes entre la sociedad de consumo y el desarrollo humano. Las decisiones de consumo que se toman por parte de los habitantes de los países del Norte tienen importantes repercusiones sobre los recursos naturales del planeta, sobre la producción de materias primas, sobre la contaminación o sobre las condiciones de vida de los habitantes de los países del Sur.

Actualmente parece existir una cierta invasión del consumo en cada vez más ámbitos de la existencia de las personas, configurando toda una cultura del consumo que trata de regir y dar sentido a la vida y comportamiento de las mismas. En plena crisis de ideales en la que parece haber entrado nuestra sociedad, el consumo se presenta para muchas personas como una manera (si no la única) de obtener la felicidad.

El consumo responsable es una forma de combatir las desigualdades desde sus orígenes, desde su causa. Al consumidor responsable se le caracteriza en este libro como un comprador consciente de que sus actos económicos son fuente de transformación del mundo.

Carlos Ballesteros es Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Pontificia de Comillas ICADE y Máster en Economía Social y Dirección de Entidades sin ánimo de lucro por la Universidad de Barcelona. Profesor Propio de Comportamiento del Consumidor de la Facultad de CC.EE. y EE. de la Universidad Pontificia de Comillas de Madrid y Coordinador del Grupo de Investigación *El consumidor y su entorno*.

Ha sido miembro del colectivo *Consumo hasta Morir*, Secretario de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo y Presidente y fundador del GAP (Grupo de Apoyo a Proyectos de Economía basados en las personas).

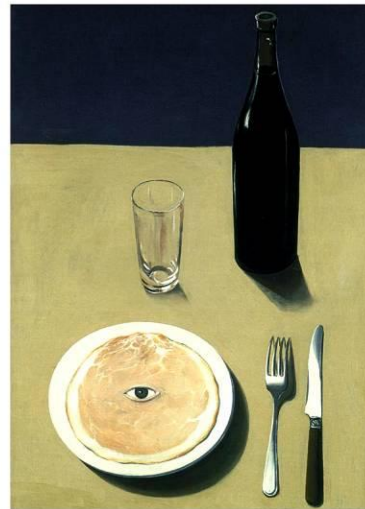
Ha publicado numerosos libros y artículos sobre Comercio Justo, Banca Ética y finanzas solidarias o Economía Alternativa.



Carlos Ballesteros

## TU COMPRA ES TU VOTO

Consumo responsable, ecología y solidaridad



# TU COMPRA ES TU VOTO

## CONSUMO RESPONSABLE, ECOLOGÍA Y SOLIDARIDAD

**CARLOS BALLESTEROS**

### SINOPSIS

Este libro pretende reflexionar acerca de los complejos vínculos existentes entre la sociedad de consumo y el desarrollo humano. Las decisiones de consumo que se toman por parte de los habitantes de los países del Norte tienen importantes repercusiones sobre los recursos naturales del planeta, sobre la producción de materias primas, sobre la contaminación o sobre las condiciones de vida de los habitantes de los países del Sur.

Actualmente parece existir una cierta invasión del consumo en cada vez más ámbitos de la existencia de las personas, configurando toda una cultura del consumo que

trata de regir y dar sentido a la vida y comportamientos de las mismas. En plena crisis de ideales en la que parece haber entrado nuestra sociedad, el consumo se presenta para muchas personas como una manera (si no la única) de obtener la felicidad.

El consumo responsable es una forma de combatir las desigualdades desde sus orígenes, desde su causa. Al consumidor responsable se le caracteriza en este libro como un comprador consciente de que sus actos económicos son fuente de transformación del mundo.

## ÍNDICE

### **CAPÍTULO I**

#### **Introducción. La sociedad de consumo.**

- 1.1 El porqué de este libro
- 1.2 Características de la Sociedad de consumo.
  - 1.2.1 Algunos rasgos y tendencias del consumo de los españoles

### **CAPÍTULO II**

#### **Consumo pobreza y medioambiente. El modelo triangular.**

- 2.1 Las raíces medioambientales de la pobreza.
  - 2.1.1 El agua.
  - 2.1.2 La pérdida de suelo fértil.
  - 2.1.3 El peso de la deuda.
- 2.2 El modelo de consumo vigente genera degradación del medioambiente.
  - 2.2.1 Problemas a escala mundial.
  - 2.2.2 Problemas medioambientales de carácter local.
- 2.3 El modelo de consumo vigente genera desigualdad.
  - 2.3.1 El acceso al consumo es desigual.
  - 2.3.2 Las relaciones comerciales son injustas.
- 2.4 La *Huella Ecológica* como manifestación gráfica del modelo triangular
  - 2.4.1 Concepto.
  - 2.4.2 Cálculo.
  - 2.4.3 La Huella Ecológica y el Índice de Desarrollo Humano.

### **CAPÍTULO III**

#### **Marco conceptual del consumo responsable.**

- 3.1 El consumidor responsable.
- 3.2 Antecedentes conceptuales.
  - 3.2.1 La postura liberal.
  - 3.2.2 La corriente marxista.
  - 3.2.3 La antropología del consumo.
  - 3.2.4 La ciudadanía económica del consumidor.
  - 3.2.5 El consumo dentro de la teoría del desarrollo.
  - 3.2.6 Otras aportaciones.
  - 3.2.7 Propuesta de un ideario del consumidor responsable.
- 3.3 hacia un modelo de comportamiento del consumidor responsable.
  - 3.3.1 Reconocimiento del problema.
  - 3.3.2 Búsqueda de información y selección de alternativas.

3.3.3 Compra y procesos postcompra.

3.3.4 Consideración final. Los Balances de economía solidaria como herramienta útil para un consumo responsable.

## **CAPÍTULO IV**

### **Marco social y económico.**

4.1 La oferta solidaria del canal tradicional.

4.2 La cesta alternativa.

4.2.1 El Comercio Justo.

4.2.2 La Economía Alternativa y Solidaria.

4.2.3 Otras Ofertas.

## **ANEXOS**

5.1 Algunas pistas para un consumo más responsable.

5.2 Glosario.

5.3 Referencias bibliográficas.

5.3.1 Lecturas básicas.

5.3.2 Recursos en Internet.

5.3.3 Otras referencias bibliográficas.

5.4 Algunas tiendas para ejercer un consumo responsable.