

GestioPolis^{com}
CONOCIMIENTO EN NEGOCIOS

U.N.S.E.

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE
SANTIAGO DEL ESTERO**

**FACULTAD DE HUMANIDADES
CIENCIAS SOCIALES Y DE LA
SALUD**

LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

**INFORME FINAL DE LA
INVESTIGACION**

***“IMPACTO DE LA ECOLOGÍA EN LAS
ORGANIZACIONES”***

AUTOR: HUGO DAVID TESEYRA

DIRECTOR: C.P.N. MIGUEL ANGEL CARABAJAL

INDICE:

1.- INTRODUCCION pag. 3

2.- MATERIALES Y METODOS pag. 8

3.- RESULTADOS pag. 9

3.A.- OBJETIVO ESPECIFICO A pag. 10

3.A.1.- META A1 pag. 11

3.A.2.- META A2 pag. 15

3.A.3.- META A3 pag. 35

3.B.- OBJETIVO ESPECIFICO B pag. 39

3.B.1.- META B1 pag. 39

3.B.2.- META B2 pag. 44

3.B.3.- META B3 pag. 51

3.C.- OBJETIVO ESPECIFICO C pag. 64

3.C.1.- META C1 pag. 65

3.C.2.- META C2 pag. 68

3.C.3.- META C3 pag. 72

4.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES pag. 74

4.1.- CONCLUSIONES pag. 75

4.2.- RECOMENDACIONES pag. 76

4.3.- Trabajo Practico: ¿CUÁNDO OBSOLECERÁS?

5.- RESUMEN pag. 78

6.- BIBLIOGRAFIA pag. 85

7.- NOTAS AL FINAL pag. 85

1.-INTRODUCCION

“Porque cubrir el suelo con pieles para no lastimarte al caminar, si con una parte pequeña de ella puedes hacer calzados”ⁱ.

De la imaginación depende el uso que se da a los recursos naturales.

Por simple regla del esfuerzo, nadie hace nada si no le reporta un beneficio, de este modo, es poca la población que piensa en evaluar la herencia polutiva que dejará con su actividad.

Para el Darwinismoⁱⁱ, el paradigma que arrojó a las especies a este momento de la evolución, es la suma de éxitos tras éxitos adaptativos. La Naturaleza, ha dado una especie extraordinaria, que es la suma de los mas grandes éxitos individuales, pero en este momento, la individualidad ha hecho tope, porque no alcanza para definir un horizonte posible a largo plazo.

El planeta se recalienta, la era industrial lo está haciendo, ¿Qué es esto sino la consecuencia de nuestra “exitosa” organización?. Otorgamos valor económico a los esfuerzos humanos y a los bienes materiales, de hecho todo el mundo material y el tiempo laboral de las personas, son susceptibles de tener o generar un valor económico. Valor, la organización económica humana está quemando la biosfera, para satisfacer ¿qué tipo de necesidades?

¿Quien puede pronosticar el resultado ecológico si se consume todo el petróleo del mundo?. Continúa la depredación de recursos, y lo mas alentador para vislumbrar posibilidades de supervivencia en el futuro, es que la ebullición de humanos esta desacelerando su crecimiento, y quizá en algún momento, se establezca en una población

de reemplazo generacionalⁱⁱⁱ; que en el mejor de los casos, habrá aprehendido a convivir con la naturaleza.

La productividad es también eficiencia, especialmente en esfuerzo humano, pero que sea económicamente productivo para un humano, no significa que sea sano para la biosfera. No sé adonde escuche que un antiguo progenitor iniciaba a su hijo en el concepto de convivencia con la naturaleza diciéndole, “*Porque cubrir el suelo con pieles...*”, parece que esa sabiduría no sobrevivió hasta estos días.

El modelo capitalista no tiene forma de aminorar su marcha, puesto que la permanente creación de valor en forma de desarrollo, individual o grupal, constituye el eje del modelo, con él, la civilización obtuvo la forma que tiene actualmente; y no se puede despreciar el extraordinario avance que produjo, sin embargo, de un tiempo a esta parte, el mundo nos quedó chico, tanto, como para hacernos ver como una plaga de humanos, que si no se detiene, puede terminar como todas las plagas, sin recursos para sostener su numero de individuos^{iv}.

La inercia del modelo de desarrollo económico está devastando el planeta, ¿cómo controlar o revertir esta tendencia?, evidentemente la solución excede los límites de las destrezas individuales^v. En el análisis realizado en el Proyecto de Investigación de que parte el presente documento, surgió la pregunta de si seríamos víctimas de un déficit cultural o del coeficiente inteligente global, lo que hizo concentrar el análisis posterior en observar como se prepara la población mundial, para el desafío del incremento de su numero y sus necesidades; luego de profundizado ese análisis, se pudo estimar que ocurra, o estemos a punto de evitar que suceda, una *Catástrofe Maltusiana*^{vi} con rasgos contaminantes.

La expansión demográfica necesita espacio para sostenerse, ese espacio es cada vez mas escaso, aprovecharlo mejor, es una tarea pendiente. Cuanto mas somos, más abusamos del medioambiente en la búsqueda de satisfacer las demandas de nuestro modo de vida en permanente evolución, la naturaleza reproductiva del ser humano da como resultado cada vez mas humanos, los que en su mayoría nacen dentro de una cultura, que orienta a desarrollar reflejos y aprendizajes, relacionados con la faceta de transmisión genética, mas no a aprender sobre la responsabilidad respecto de la conservación de las fuentes de la vida, para los habitantes que poblarán la tierra en el futuro.

No se puede dejar de trabajar, pero de las formas en que se lo hace actualmente contamina^{vii}, el trabajo representa crédito, el trabajo requiere de tiempo, el tiempo trabajado es crédito, el crédito es dinero, inversión, gasto; el tiempo invertido para generar riqueza se traduce en poder consumirla, acumularla, y legarla; el hecho de acumularla nos deriva en una ecuación en la que se adelantan esfuerzos de generaciones para lograr acumulación, el excesivo esfuerzo puede contaminar. La emulación del consumo contamina, las medidas actuales de expresión del éxito individual contaminan, opulencia, ostentación, lujo, derroche; así como la falta de conciencia y de educación^{viii}. También el silencio contamina.

El desarrollo humano a través del Sistema Capitalista malogra la salud del planeta. El sistema Capitalista... ¿se puede desplegar con un modelo que no polucione?^{ix}, ¿cómo se desconecta el magneto que muestra ante nosotros, las posibilidades de confort, y las respuestas de placer, que posee un alto poder adquisitivo?, cuanto mas alto, mas contaminante, pero la oferta social de la moda y la vida glamorosa, es en verdad muy atractiva, y al igual que la sortija de una antigua calesita, emboba a la mayoría, mientras que solo unos pocos consiguen alcanzarla. En esta pirámide de emulación de consumo, está marcada la orientación sexual verticalista, centrada en iconos con exagerados estilos de vida a imitar, los que de poder hacerse realidad para toda la humanidad, requerirían de un gran despliegue y concentración de recursos; sabemos que hoy todos “pueden” ser un rey, o una reina. Esta circunstancia ha hecho tope, puesto que destaca al extremo la conducta reproductivo-consumista de la especie, que junto a la explosión demográfica que acompaña, genera uno de los problemas mas complicados que enfrenta la humanidad: el crecimiento de la población asociado al crecimiento del consumo per capita^x.

Hay muchos seres humanos y cada uno quiere mas crédito, pero el planeta es finito; los modelos socio-culturales actuales encarnan la vanidad de poseer poder de consumo, aunque hoy, los puntos de referencia social podrían hacer que muchos miren con mas simpatía el futuro ecológico del planeta, pero, ¿como haría una estrella para ir en contra del modelo económico que dió vida a su actividad?, ¿cómo se supera a sí misma, para soportar la transición de comenzar a proponer ingenio en el cuidado de la naturaleza, debiendo dejar de inculcar en muchos casos, el placer exagerado del consumismo?.

Todos los seres humanos crecemos con modelos a imitar, y con un cambio de conciencia sobre tablas, quizá la solución esté entre bambalinas. Si el aprehendizaje de la convivencia con la biosfera entre tantas personas, dependiera de que los famosos imitaran una causa verdaderamente reconstructiva, no veo porque la población influenciada no comience a emular el nuevo modo de vida que estos artistas le proponen, tal y como se influyen hoy, con los modelos de vida superconsumista^{xi}.

Por el momento, se continúa otorgando vitalidad al leit motiv del sistema económico, progreso, crecimiento, desarrollo; como único motor para la supervivencia del conjunto, pero es un Modelo Económico lineal, que opera en un planeta finito^{xii}. La condición necesaria para conseguir satisfacer nuestra ingente necesidad de consumo, es el permanente crecimiento económico, hoy, queriendo transformarse en desarrollo sustentable^{xiii}.

Llegar a un desarrollo sustentable con acento en la ecología, significa que las políticas públicas y de organizaciones privadas e intermedias, se acuerden a una necesidad global que vaya siendo entendida por cada vez más personas, y que de a poco se estacione en la fibra cultural de cada vez más pueblos del mundo. Significa, prever que con el tiempo, las poblaciones reaccionaran con un estilo de vida que promoverá el saneamiento del ecosistema mundial; y quizá lo haga con un replanteo del modo de producción y consumo de bienes tal, que los PBI continúen creciendo y la polución per capita disminuya, en un modelo económico de “ahorro” ambiental. Hasta el momento pocas previsiones económicas exceden los 30 años, los ahorros representan valor acumulado de un periodo mayor, pero no se obtiene más por evitar contaminar a la naturaleza, entonces, ¿quién pagará las tareas de limpieza ambiental?, la actividad financiera en la mayoría de los casos obvia las contemplaciones ecológicas a la hora de favorecer algún tipo de negocio, puesto que por ahora solo prima la seguridad de la devolución del capital más una tasa, y son pocos los propósitos “verdes” financiados por caudales privados y públicos. Desde el aspecto bursátil, solo habrá bolsas más ecológicas si el mercado las fomenta, desconozco si pueda partir de un simple ánimo de lucro, la salvación de lo que queda de natural en la tierra.

Al igual que en muchos otros canales televisivos, en el ciclo de documentales de la National Geographic, se emite en horario matutino una serie de programas infantiles,

con muchos consejos sobre como cuidar el planeta; de esta manera, se van formando los productores y consumidores del futuro, los que seguramente, tendrán comportamientos muy diferentes a los de los adultos de la actualidad. Los pequeños, juegan a salvar el planeta, y quizá en sus mentes subyazcan, las soluciones al drama ambiental que hoy no estamos en condiciones de imaginar; son los niños los que incorporan en su aprehendizaje, las temáticas relacionadas con la ecología, y probablemente en sus conciencias, ya habita la solución socio-tecnológica al desastre ocasionado, por las generaciones que los precedieron.

Si se pretendieran limpiar la atmósfera, el agua, o la tierra, quizá entren en juego tecnologías nunca vistas con demasiado despliegue, como la Nanotecnología; la búsqueda de este tipo de soluciones, es tarea de ingenieros y financistas, y quizá pronto puedan ser puestas en practica, hasta que nuestra superpoblación, vea la manera de organizarse para salvar algo, de los cultivos únicos y naturales de la vida.

¿Qué divide el bienestar de la naturaleza del bienestar del humano?. Debido a comportamientos tradicionales que permanecieron en las culturas mundiales durante generaciones, se ocasiona o se permite la devastación de regiones enteras, y junto a ellas de hábitats que, aprovechados con modalidades mas evolucionadas de explotación, podrían servir de sustento para una mayor cantidad de población, con una mejor calidad de vida y por mas tiempo. Uno de los conflictos de la conservación con el desarrollo, es que los ingresos primarios de la depredación, en algunos casos, son la única fuente de ingresos de gente de escasos recursos, sin dinero ni posibilidades de participar de otra manera de la vida económica. Nadie imaginó que la suma de éxitos podría llevar al fracaso, pero hoy la especie modifica los ciclos atmosféricos, transforma a las aguas dulces en inútiles, y ya dejó la tierra, sin gran parte de su cubierta original. El modo de vida humano deja translucir su carácter depredatorio, la noción de supervivencia no se entiende más como el acto diario de llevar adelante, una rutina que permita la subsistencia; al tener ésta asegurada, se cruzó la barrera de la simple supervivencia, para dar vida a seres de placer, que pueden expresar el habla, la risa o el llanto, haciendo una diferencia infinita con las otras especies.

Hoy la mayor preocupación, es encontrar fuentes de energía inocuas, que serán necesarias en múltiples formas y en grandes cantidades, su consumo deliberado hasta

hoy, entorpeció los ciclos vitales, y quien sabe cuando o donde terminará, pero lo cierto es que ya se sabe que quienes más, quienes menos, entre todos, pusimos una cortina de humo en nuestra atmósfera, y esto, la está recalentando con graves consecuencias para el futuro.

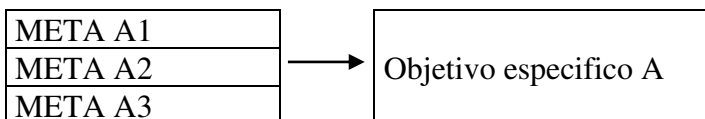
2.- MATERIALES Y METODOS

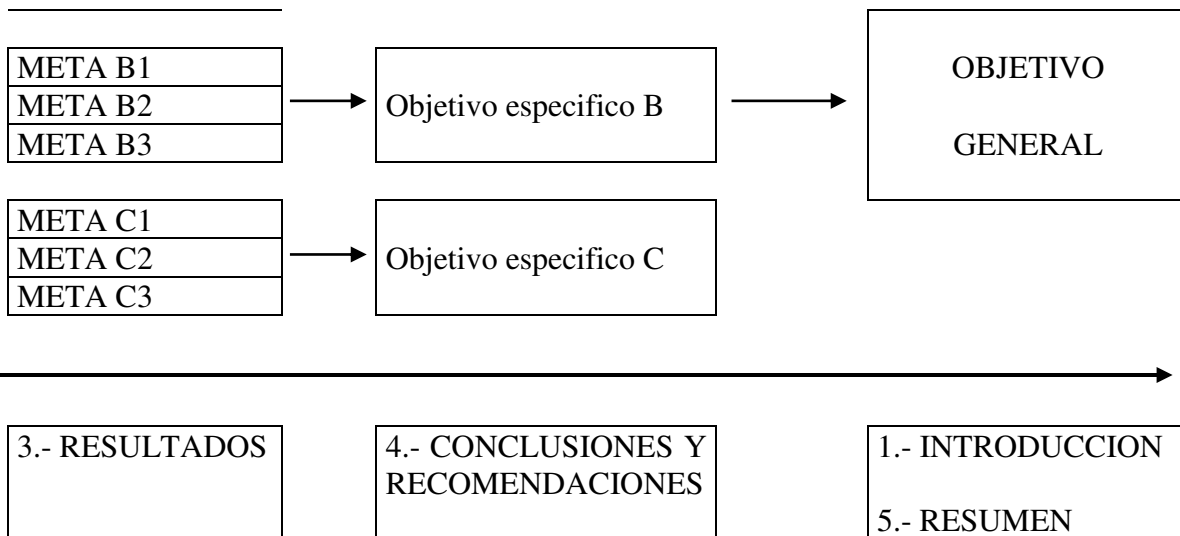
Los materiales y métodos se corresponden con los que en el Proyecto de Investigación determinamos como punto **6.- DISEÑO METODOLOGICO**: “*Se tratará de llegar a la tesis, a través del análisis de tres hipótesis consecutivas, siendo estas: A el análisis del interés local, regional, y mundial en la ecología, B el comportamiento de consumo derivado, y C su impacto en las organizaciones*”.

Para adecuar el razonamiento al modo de exposición establecido en el Reglamento Del Trabajo Final, se abordó el estudio del punto **3.1.- OBJETIVO GENERAL**: “*Analizar el impacto del fenómeno ecológico en las organizaciones*”, previsto en el Proyecto de Investigación; con una estrategia consistente en la resolución de nueve metas, que llevan a concluir sobre tres **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**, a través de los que se elabora el contenido del **OBJETIVO GENERAL**.

Para conseguir este último sirven los razonamientos descritos para el punto **1.- INTRODUCCION** y para el punto **5.- RESUMEN**; con lo obtenido de los Objetivos Específicos A, B, y C, se escribió **4.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**; y con lo obtenido de las **METAS**, se completará el apartado que sigue a continuación, **3.- RESULTADOS**.

Gráficamente:





3.-RESULTADOS

En el apartado **6.- DISEÑO METODOLOGICO**, del Proyecto de Investigación del que parte la presente tesis, se planteó que la generación de respuestas para la obtención del **OBJETIVO GENERAL**: *“Analizar el impacto del fenómeno ecológico en las organizaciones”*, llegaría a través del análisis de tres hipótesis relacionadas en forma consecutiva, siendo estas: **A** el interés en la ecología, **B** el comportamiento de consumo derivado, y **C** su impacto en las organizaciones.

En esta ultima comenzamos a transitar el camino hacia el punto **6.1.- PARA ALCANZAR EL OBJETIVO GENERAL**, y para ello se planteó la metodología siguiente: *“Luego de analizar los tres objetivos específicos siguientes, se resumirán los aspectos sobresalientes de la influencia del fenómeno ambiental sobre el proceso de gerencia estratégica organizacional. Para observar el avance de dicho fenómeno sobre diversos mercados, se investigaran relaciones temporales con los principales rubros, industrias, o explotaciones a enfocar por el adquirente y el entorno”*.

En el apartado **6.2.- PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS**, se proyectó que: *“Se analizará cada objetivo específico de manera consecutiva del A al*

C. La tarea requiere alcanzar tres metas por cada uno que servirán par validar la hipótesis planteada en el objetivo general”.

El punto 3.- OBJETIVO PRINCIPAL del Proyecto de Investigación, se alcanza con los conceptos del punto 1.- INTRODUCCION y 2.- RESUMEN, de este Informe final; también explican al OBJETIVO PRINCIPAL, los conceptos obtenidos en las metas C1, C2 y C3 del OBJETIVO ESPECIFICO C.

A continuación se expondrán con detalle los planteos, el análisis, y las respuestas encontradas, para las METAS (A, B, y C; 1, 2 y 3), con las actualizaciones y modificaciones previstas en el Proyecto de Investigación, las que sirven como base para elaborar apreciaciones que aclaren los Objetivos Específicos A, B, y C; los que no tendrán un resumen en si mismos, sino que seran explicados por el punto 4.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

3.A.- Objetivo Especifico A:

En el Proyecto de investigación identificamos al apartado **3.2.1.- OBJETIVO ESPECIFICO A:** “Analizar la evolución de la atención y el interés sobre temas ambientales”. Al que luego en **6.2.1.- ALCANZAR OBJETIVO ESPECIFICO A**, se le asigno el modelo metodológico siguiente: *Con conclusiones basadas en el análisis de este objetivo, se puede averiguar si preocupan al común de la gente, y cuánto, los temas relacionados con la ecología y la conservación del planeta; partiendo de los conceptos obtenidos de las METAS que se analizan según la siguiente premisa “En base a A1, observaremos el nivel de conocimiento de la población local, con A2 pondremos la mirada en los fenómenos que se manifiestan principalmente en Latinoamérica, y con A3 observaremos la escalada de sucesos a nivel global”.*

3.A.1.- META A1

En el Proyecto de investigación definimos **3.3.1.1.- META A1:** *“Realizar un sondeo, que proyecte la evolución del interés sobre el tema en la población local”*. Que con la aplicación del diseño metodológico determinado en el apartado **6.2.1.1.-** obtuvo los resultados siguientes:

Metodología: Para analizar el estado de conocimiento del tema, se completara el cuestionario de la tabla siguiente, usando el teléfono como herramienta para la consulta, el tono utilizado en la formulación de las preguntas, intentara inducir respuestas espontaneas. La muestra se tomara con las primeras 25 personas que atiendan sendos números telefónicos, tomados al azar de la guía local e interior de la provincia; se hará en diferentes horarios del día para mejorar la dispersión de los datos, y la información se presentará mediante el análisis estadístico. Se corrigió la formulación de la pregunta B.

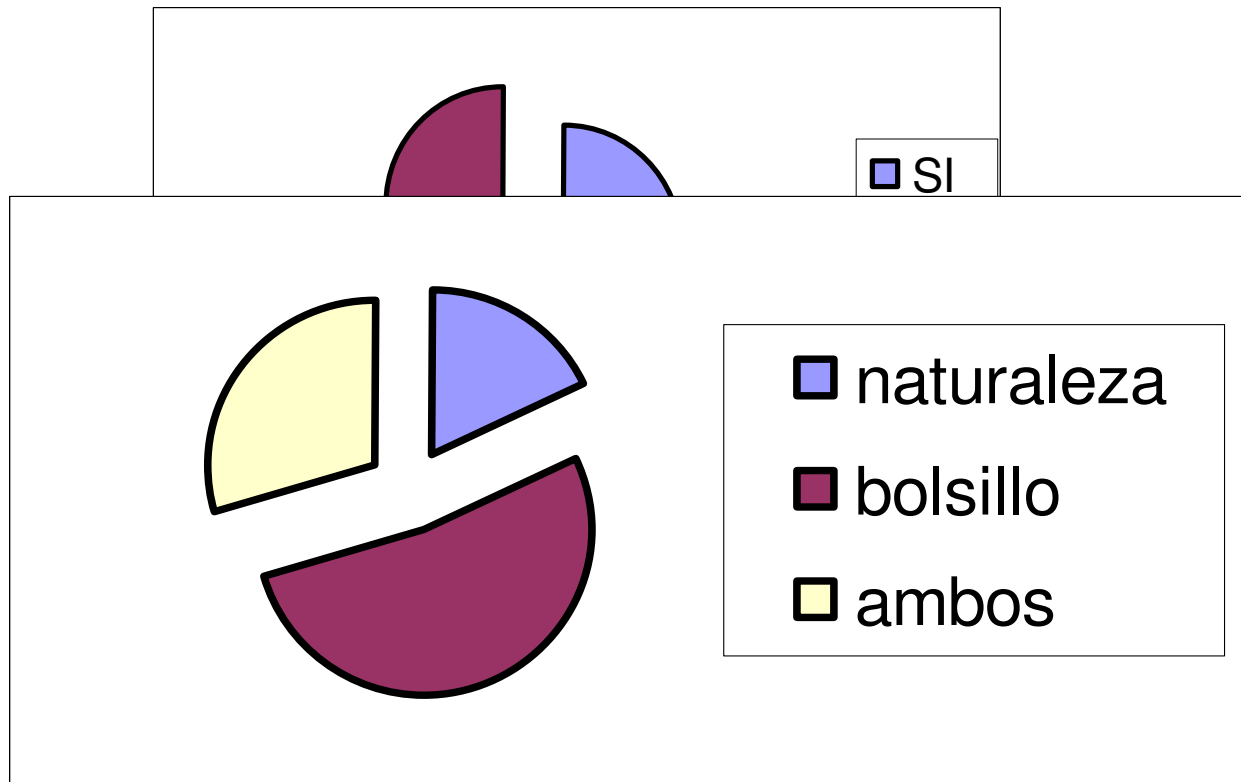
Método de exploración y contacto^{xiv}:

- 1.- Marcar un Numero telefónico al azar
- 2.- Saludar, *“Buenas tardes”, “días”, “noches”* seguido de *“Sr.”* ó *“Sra.”* ., (esperar una afirmación y continuar), *“disculpe la molestia”*, (esperar una afirmación y continuar
- 3.- Hago la presentación y digo motivo de la llamada: *“Mi nombre es Hugo Teseyra, y curso la carrera de Lic. en Administración en la U.N.S.E.,* (esperar una afirmación y continuar), *“realizo en este momento una encuesta sobre el tema ecología”*
- 4.- introducción y comienzo de las preguntas y anotaciones, si me pregunta ¿qué hace?, contesto: *“Marcando números al azar de la guía telefónica, realizo tres preguntas simples sobre la vida cotidiana, y las respuestas se toman por si o por no”*, (esperar una afirmación y continuar), y preguntamos *“¿desea contestarlas?”*, o *“¿las podría contestar?”*, o *“las puedes contestar”*, o *“¿seria tan amable de contestarlas?”*, o

6.- Saludo de despedida y agradecimiento. “Muchísimas gracias” “que tenga/ un buen día”, o “muy buenas tardes”

Resultados analíticos del sondeo:

A.- Cuando preguntamos sobre el **conocimiento de la ecología** en la población Santiaguena, conseguimos 17 preguntas afirmativas y 8 negativas, lo que configura un 68% de respuestas afirmativas y un 32% de respuestas negativas:



B.- Al consultar sobre los parámetros que motivan la elección de un consumo encontramos que de los 17 que manifestaron conocer sobre el tema, 3 pretenden cuidar a la naturaleza al comprar, 9 quieren cuidar su bolsillo, y 5 lo hacen pensando en cuidar ambos.

C.- Nueve (9) de los encuestados tiene entre 10 y 35 años, 9 también, tiene entre 35 y 60, y 7 son de 60 o mas, el sondeo confirma la hipótesis de que son los mas jóvenes los interesados por el estado de la ecosfera, puesto que observamos que el 42% de la población con mas de 60 años dijo no conocer sobre ecología. Probablemente los de edad

intermedia tienen más control de sus ingresos, por eso manifestaron más posibilidades de cuidar a la naturaleza pagando un plus sobre productos de idéntica utilidad, 25% sobre 14% de los jóvenes que prefieren cuidar su bolsillo, aparentemente por no tener el control absoluto de sus ingresos, debido a que reciben efectivo de los adultos, y no por su trabajo personal. Al derivar un pronóstico para la META B3, se estimó que pasarán no menos de 25 años para que Santiago consuma ecológicamente.

	1	2	6	8	10	17	21	23	25			3	5	9	11	13	14	16	22	24			4	7	12	15	18	19	20				
C	<u>A</u>	<u>A</u>	<u>A</u>	<u>A</u>	<u>A</u>	<u>A</u>	<u>A</u>	<u>A</u>	<u>A</u>	9		<u>A</u>	<u>A</u>	<u>A</u>	<u>A</u>	<u>A</u>	<u>A</u>	<u>A</u>	<u>A</u>	<u>A</u>	<u>A</u>			<u>A</u>	<u>A</u>	<u>A</u>	<u>A</u>	<u>A</u>	<u>A</u>	<u>A</u>			25
	<u>B</u>	<u>B</u>	<u>B</u>	<u>B</u>	<u>B</u>	<u>B</u>	<u>B</u>	<u>B</u>	<u>B</u>			<u>B</u>	<u>B</u>	<u>B</u>	<u>B</u>	<u>B</u>	<u>B</u>	<u>B</u>	<u>B</u>	<u>B</u>	9			<u>B</u>	<u>B</u>	<u>B</u>	<u>B</u>	<u>B</u>	<u>B</u>	<u>B</u>			
	<u>C</u>	<u>C</u>	<u>C</u>	<u>C</u>	<u>C</u>	<u>C</u>	<u>C</u>	<u>C</u>	<u>C</u>			<u>C</u>	<u>C</u>	<u>C</u>	<u>C</u>	<u>C</u>	<u>C</u>	<u>C</u>	<u>C</u>	<u>C</u>			<u>C</u>	<u>C</u>	<u>C</u>	<u>C</u>	<u>C</u>	<u>C</u>	<u>C</u>	7			

A	7		6		4		
			.	.				2	22%		.	.				.			3	33%			3	42%		

B	.							1	14%	.				.					2	25%								0	0%
			4					.	.						2		.	.			.		3		
					.	.	2			.								.	2			.					1		

A fin de mejorar el pronóstico del año en que todas las organizaciones habrán girado su mirada a la ecología, se tomará en cuenta el sondeo propuesto en el Proyecto de Investigación para la META B1, el que fue cambiado por el que se verá en el desarrollo de esa meta más adelante; en éste se produjo un resultado tautológico que indicaba que por sesgo de entrevistador y la errónea formulación de la pregunta, se inducían las respuestas al entrevistado; aunque dicho valor de verdad se manifestó por pagar un poco más por productos que no contaminan, se consideró rescatar las respuestas para mejorar la proyección de esta META A1, y considerar que las mismas indican una conciencia conservacionista que subyace en prácticamente todas las personas, nadie dijo en sus respuestas “yo compraría productos de producción contaminante”. Aquí un extracto de dicho sondeo:

Si sabes que una empresa fabrica lo que vos compras, con procesos que contaminan la naturaleza, ¿le seguirías comprando?	Si - Fin	No	Ns/ nc
Si contesta “No” pregunto, ¿y si las que fabrican contaminando venden mas barato que las que fabrican sin contaminar?, ¿a cuál le comprarías?	A las mismas de siempre <u>Aquí ninguna</u> <u>respuesta sobre 25</u>	A empresas ecológicas <u>Aquí TAUTOLOGIA</u>	Ns/ nc

El factor de ajuste a este análisis, resulta de observar que en este caso, la subyacencia inconsciente manifestada, permite pensar en una reacción que motive mas velozmente al consumidor Santiagueño, a la acción conservacionista, se trata de la emulación cultural inconsciente. Ésta se activaría a favor de la conservación en Santiago del Estero, si es que hay indicios mundiales de cambios en este sentido^{xv}.

El análisis entonces, se ajustará en 20 y no 25, como los años restantes para que la población Santiagueña, cuide la naturaleza con su comportamiento de compra.

3.A.2.- META A2

En el Proyecto de investigación definimos **3.3.1.2.- META A2: “Ponderar factores que limitan o crean conciencia sobre el cuidado del medioambiente principalmente en Argentina y Latinoamérica”**, que con el diseño metodológico determinado en el apartado **6.2.1.2.-** obtuvo los resultados siguientes:

Metodología: Comenzaremos a tener idea, de la complejidad de los factores que alientan y desalientan la toma de conciencia del fenómeno en Sudamérica, la puntuación se ponderará en base a una investigación basada en diversas fuentes, internet, bibliografía, observación personal, medios gráficos y audiovisuales; sobre el estado y evolución de cada factor identificado en las filas de la tabla siguiente. La puntuación se hará en base a una ponderación dicotómica, que sumara uno por cada par de fenómenos antagónicos analizados, los que serán nuevamente validados por un coeficiente que ajusta la importancia relativa entre los 10 fenómenos calificados, que, sumados y comparados al

final, reflejarán la compulsión coyuntural, entre la proliferación de ejemplos de creación o limitación, de la construcción de conciencia ecológica en Sudamérica.

TABLA DE PONDERACION: CONCIENCIA ECOLOGICA EN LATINOAMERICA

CREAN	Pun taje	LIMITAN	Pun taje	Ajuste	Puntaje ajustado CREAN	Puntaje ajustado LIMITAN
1.- Papel de los medios en la difusión y acceso a la conciencia ecológica	0.40	Papel de los medios en la limitación de la expansión de la conciencia ecológica	0.60	1.- 0.10	0.04	0.06
2.- Interés de la población por el problema de la contaminación	0.35	Desinterés de la población por el problema de la contaminación	0.65	2.- 0.10	0.035	0.065
3.- Avance del consumo sostenible	0.60	Conservación, del modo de consumo tradicional	0.40	3.- 0.05	0.03	0.02
4.- Adaptación de recursos humanos, a cambios de índole "ecológico"	0.65	Resistencia al cambio de índole ecológico en la organización	0.35	4.- 0.05	0.0325	0.0175
5.- Uso de tecnologías inocuas para el medioambiente	0.35	Uso de tecnologías con elevado impacto ambiental	0.65	5.- 0.10	0.035	0.065
6.- Cantidad de empresas con diferenciación ecológica.	0.30	Cantidad de empresas contaminantes	0.70	6.- 0.10	0.03	0.07
7.- Políticas globales y de gobierno favorables al medioambiente	0.20	Obstáculos a la puesta en practica de eco-políticas, emulación entropica	0.80	7.- 0.15	0.03	0.12
8.- Organizaciones sin animo de lucro con misiones conservacionistas	0.75	Organizaciones sin animo de lucro que disfrazan o apoyan el acto polutivo	0.25	8.- 0.05	0.0375	0.0125
9.- Enseñanza de la temática ambiental en las instituciones educativas	0.70	Limitaciones en el tratamiento del tema en las instituciones educativas	0.30	9.- 0.10	0.07	0.03
10.- Cambios culturales tendientes a solucionar la contaminación humana	0.65	Ostracismo de los arquetipos culturales clásicos, indiferencia social	0.35	10.- 0.20	0.13	0.07
					SUMA CREAN 0.47	SUMA LIMITAN 0.53

Metodología (cont.): Se realizara un análisis fila por fila de la tabla de ponderación, en el encabezado figura la clasificación **CREAN – LIMITAN**, la generación de conciencia ambiental, y la indicación de puntaje para uno de estos ítems dicotómicos. El desarrollo contiene la mención de la fuentes, para validar o para afirmar la puntuación asignada, y para determinar si dichos factores propician la creación o limitan la posibilidad de aumento de la conciencia ecológica en la población. También se incluyen conclusiones necesarias para la ponderación de la META B3, la que requiere el vaticinio de uno y tan solo un año por META, en el que se alcanzará a observar el impacto de un “consumidor ecológico” en todas las organizaciones.

CREAN	Pun taje	LIMITAN	Pun taje	Años boom
1.- Papel de los medios en la difusión y acceso a la conciencia ecológica	0.40	Papel de los medios en la limitación de la expansión de la conciencia ecológica	0.60	15

Los estereotipos de vida modelo que dominan la escena en los medios, muestran el placer, el bienestar, o la felicidad alcanzados por la permanente acumulación y consumo de todo tipo de bienes; generan así el deseo de emular un estilo de vida, que de ser logrado por mas personas, llevaría en conjunto a niveles de emisión de contaminantes que quebrarían velozmente el equilibrio natural de la biosfera^{xvi}.

Gran parte de la gente desea alcanzar las porciones de bienestar que se demuestran como necesidad para obtener el ideal de vida que muestran los medios, esto genera un desgaste emocional en la búsqueda, provocado por el nunca alcanzar lo que se quiere; la publicidad nos dice que cada vez hay mas cosas para desear y necesitar, y esto exagera la sensación de pobreza e infelicidad de quien vive “sin tener”, e impulsa al individuo a acciones cada vez mas irresponsables o peligrosas para conseguir ingresos, que cubran la carencia inducida por la hipnosis de la posesión y el consumo^{xvii}. En este contexto la preocupación por el medioambiente encuentra poco terreno donde asentarse.

Las razones de la postergación de la toma de conciencia global sobre temas ambientales puede endilgarse a diferentes causas, personas, o estructuras de pensamiento; el medio de difusión televisivo se puede observar desactualizado o condicionado, al menos en el caso de Argentina o Santiago del Estero, para que la realidad no sea expuesta en el sentido de la problemática ambiental^{xviii}. Aunque a partir del año 2007, se observa que el tratamiento y difusión de los temas ambientales se incrementó a gran velocidad en todo tipo de medios, y está surgiendo en programas o columnas de diversas áreas de interés, que habitualmente no planteaban una relación entre sus contenidos acostumbrados y la ecología; dando la impresión de que, como lo sucedido con el advenimiento del ordenador, la ecología se extenderá en su aplicación conceptual, a las áreas mas disimiles del desempeño diario.

En muchos casos la verdadera magnitud de una actividad contaminante es velada o silenciada por los interesados en que no se difunda, para que esta no los obligue a tener que cambiar el enfoque para el desempeño personal^{xix}; y a medida que la atención sobre el fenómeno ecológico crece por el flujo creciente de información, continúan desarrollando trabas para evitar la mirada de un publico, que se interesa cada vez mas por el tema.

El acceso a la correcta información continua siendo manipulado, estando en Santiago del Estero solo tenemos que intentar averiguar qué pasa con los focos de contaminación cercanos a nuestra comunidad, para encontrar muy pocos datos, como ejemplo intente buscar datos sobre la contaminación de nuestras aguas en internet, y verá que no es tan sencillo.

El periodismo y los programadores de los medios, ¿quieren o no que los detalles de la contaminación humana se sepan?, el publico, ¿está interesado en saber más?. Por precaución se tomaran 15 años como periodo a transcurrir, para que la toma de conciencia se pueda canalizar solo a través de los medios de comunicación.

CREAN	Pun taje	LIMITAN	Pun taje	Años boom
2.- Interés de la población	0.35	Desinterés de la población	0.65	20

por el problema de la contaminación		por el problema de la contaminación		
-------------------------------------	--	-------------------------------------	--	--

La necesidad de preocuparse por temas socioecológicos globales surgió en un comienzo en el ámbito científico, para luego comenzar a ser difundida y extendida por el mundo, dependen entonces del alcance de la visión personal y de la posibilidad de visión conjunta de todos los Sudamericanos, los cambios que se puedan lograr y la velocidad que estos pueden alcanzar.

Los niños y los jóvenes son sin duda el presente de la ecología y la conservación, su progresivo ingreso a la actividad económica promete oxigenar el tratamiento de los temas ecológicos en las organizaciones, además, la renovación de los estratos etéreos en los mercados, traerá aparejada la reacción natural de consumidores que están modelando sus hábitos de consumo, “empapados” por la temática ambiental.

Latinoamérica es una región con un nutrido promedio de jóvenes y por lo tanto con amplio potencial para desarrollar pronto los cambios necesarios en esta parte del mundo; son generaciones que están mas interesadas, tienen mas tiempo para vivir por tanto un mayor contacto con el futuro que les tocará, y además acceden, o son impactados fácilmente, por la información ecológica^{xx}, y además de ser mas flexibles a desarrollar comportamientos culturales extranjeros, cuentan con la posibilidad de diseñar un modo de convivencia que les asegure bienestar a ellos y a las futuras generaciones. Seguramente deberán implementar muchas de las correcciones necesarias para evitar ser víctimas de los daños que ocasiona el modo de vida actual. Pero no todos son flores, en Sudamérica abundan sectores marginales y también el obnubilado emulo consumista, ambos modelos de un comportamiento de consumo presente para todas las franjas etéreas, que no se detendrían ante un razonamiento de índole “conveniencia para la naturaleza vs. incomodidad siquiera de importarme”.

Como se destacó, existe una inquietud creciente por conocer mas sobre el tema. Para los casos de contaminación geográficamente localizados, la profundidad en el conocimiento depende del interés que poseen las poblaciones de cada zona afectada, existen mediciones de contaminación por país, por ende un numero de emisiones per capita para casi cualquier poblador del mundo, un estudio de la tendencia puede reflejar

si hay interés en la población latinoamericana y mundial por revertir la polución humana, o bien evitar preocuparse por estos problemas. El que más trascendencia cobra por ser el mas urgente es el calentamiento atmosférico global.

En la región N.O.A., los problemas de desmontes y la apertura de minas y mas localmente la contaminación del agua se agudizan, provocando que el interés de la población crezca aun mas, así como también los intentos por dispersarlo^{xxi}.

La sustitución de producción contaminante en un mercado particular, se puede acelerar si los consumidores presionan por conocer los valores que alcanza la huella contaminante de las empresas que operan en la oferta. Si este mecanismo sería el único que operara en la toma de compromisos con la naturaleza por parte de las organizaciones polutivas, las poblaciones Latinoamericanas podrían estar interesadas en hacerlo en no menos de 20 años.

CREAN	Pun taje	LIMITAN	Pun taje	Años boom
3.- Avance del consumo sostenible	0.60	Conservación, del modo de consumo tradicional	0.40	30

¿Como se proporcionara el sostén, para una masa de humanos cada vez mas nutrida, y con cada vez mas necesidades per capita?. Puesto que una gran parte de ella todavía se encuentra en la expectativa de mejorar su estilo de vida, es menester analizar el modo en que se consumen las producciones mas contaminantes, más por su sentido del ahorro y cuidado de no derroche, que por su reemplazo por otras producciones “ecológicas” que quizá aun le son inviables. En este caso el punto álgido son los consumos que mas emisiones a la atmósfera provocan, pasando por consumos menos urgentes de modificar, como el del agua potable, o el packaging excesivo, o producciones que utilizan y desgastan muchos recursos naturales y se lanzan al mercado con poca vida útil, mientras viajan cíclicamente desde su punto de extracción a basurales donde contamina la tierra. En cuanto al avance del modo de consumo sostenible, se encuentran intentos en corrientes relacionadas con el consumo responsable y comercio justo, y mas

recientemente el consumo ecológico^{xxii}; estas son muestras de que el fenómeno de consumo inteligente, que en la presente investigación sirve como base para anticipar los cambios en las organizaciones, ya cuenta con estereotipos que se desarrollan a partir de la necesidad de consumir de manera sustentable. En Latinoamérica se observan modelos de consumo, en los que la mayoría de la población accede a imágenes en las que se observan estilos de vida de países del primer mundo; alcanzar estos estilos de vida se convierte para muchos en el emulo obligado, no importando demasiado si el tipo de producción que se consume contamina, sino por el momento y lamentablemente, sólo la que puede alcanzar. Por tanto creo que es mucho el tiempo para que esta región del mundo compre de manera consciente solo por motu proprio, digamos unos 30 años.

CREAN	Pun taje	LIMITAN	Pun taje	Años boom
4.- Adaptación de recursos humanos, a cambios de índole “ecológicos”	0.65	Resistencia a cambios de índole ecológico en la organización	0.35	5

Al ejecutar estrategias “ecológicas”, el trabajo de vencer la resistencia al cambio en el desempeño laboral, se ve favorecido por el creciente consenso mundial sobre la necesidad de protección de la naturaleza^{xxiii}. Pero por la velocidad con la que se degrada el medioambiente, el suelo y el agua dulce, es aconsejable observar cuanta flexibilidad al cambio podría exigirse de las organizaciones, para que la humanidad evite a través de su comportamiento organizacional, el paso por un *extremo de daño ecológico irreversible*^{xxiv}.

En este momento las generaciones de niños y jóvenes, están absorbiendo contenidos que sirven para orientarlos en el desenvolvimiento de un modo de vida sin impacto negativo sobre la naturaleza. A medida que transcurra el natural reemplazo generacional, se renovara la perspectiva con la que enfrentan la problemática ambiental, debido a que los nuevos individuos en posición de decidir, habrán crecido informados de las inquietudes ecológicas que proponen los programas de estudios, la programación de

los medios, las publicidades, y la cada vez mas utilizada herramienta de internet; los que reciban instrucción en el seno familiar, contarán con mas posibilidades de encontrar un mejor lugar en un hipotético concierto reconstructivo mundial.

En el presente, las generaciones mas resistentes son las que ocupan los espacios de decisión mas importantes, y como ya conformaron su modo de actuar y lo perfeccionaron, lo defenderán, puesto que reacomodarse les reportaría una baja en su desempeño potencial^{xxv}.

La conciencia ecológica en el consumo avanza y constituye un conocimiento que es cada vez mas completo a medida que la población es mas joven, ésta, una vez en posición de decidir, podrá tomar horizontes adecuados para revertir el proceso polutivo actual. La velocidad de respuesta individual de las organizaciones para concretar cambios fundamentales en materia ecológica, depende de la flexibilidad al cambio de su plantilla, y de la tasa de reemplazo de los empleados y directivos de mayor rango, por otros mas jóvenes, y ecológicamente conscientes.

El objetivo global inmediato es el abastecimiento a la creciente población con producción responsable, en primer lugar encontramos la generación de soluciones energéticas inocuas para el medio ambiente^{xxvi}, su búsqueda impulsa la especialización de recursos humanos, en la obtención de energías y materias primas con modos menos contaminantes.

Si se diera el hipotético cambio hacia la ecología en la alta dirección de las organizaciones, estimo que en 5 años, cada organización contará con un numero significativos de Hs. Hombre, en los rangos mas operativos, con poca resistencia a contribuir con el dilema ambiental, a través del trabajo en su organización.

CREAN	Pun taje	LIMITAN	Pun taje	Años boom
5.- Uso de tecnologías inocuas para el medioambiente	0.35	Uso de tecnologías con elevado impacto ambiental	0.65	25

La necesidad de arraigar tecnología “verde” aparenta ser mayor, que las posibilidades de desarrollarlas a escalas suficientes para crear un modelo económico de convivencia con el medioambiente, la optimización de los procesos industriales al punto a que hoy llegaron, llevó muchos años de Investigación y Desarrollo, pero, ¿cuántos años llevará rediseñarlos para hacerlos cero-polutivos, y con capacidad de producción para tantas personas?.

Diseñar métodos productivos en un marco de sustentabilidad e igualdad, comercio justo y consumo consciente, implican acelerar el proceso de investigación y desarrollo de tecnologías productivas de contaminación cero. Si de energía se trata el problema mas urgente, ¿acaso no vivimos en un globo ígneo, que posee calor en sus profundidades?. La inversión privada en nuevas posibilidades todavía se ve remota en estas latitudes, puesto que es atendible considerar el riesgo de crisis financiera o de competitividad, antes que el de obsolescencia tecnológica ocasionada por una demanda ecoconsciente. La orientación de las tecnologías hacia la modificación o reinención de los procesos productivos con objetivos de producir con *contaminación cero* probablemente tardará no menos de 30 años. Antes, necesariamente, deberá manifestarse una conciencia individual y su materialización comenzara con el ahorro o limitación del consumo personal mediante la reducción de la huella contaminante per capita, y un florecimiento de la inversión intelectual en las ingenierías, antes de vernos disfrutando de producciones arraigadas en el replanteo o en la reinención de la manera de brindar bienestar y bienes de oferta ecológica.

Aunque si de reacción tecnológica se habla, muchos de los resultados buscados por la ciencia para los que se pronosticaban largos periodos de tiempo hasta la resolución, fueron descubiertos y desarrollados mucho antes de lo previsto, por el empeño puesto por los investigadores, a instancias de la atención del publico en su trabajo, así, se pronosticó el genoma humano sería descubierto completamente muchos años después de los que realmente sucedió. Si se hace un pronostico contando con este auge tecnológico se achica la brecha temporal para el boom a 25 años.

CREAN	Pun	LIMITAN	Pun	Años
--------------	------------	----------------	------------	-------------

	taje		taje	boom
6.- Volumen de inversiones con diferenciación ecológica.	0.30	Volumen de inversiones contaminantes	0.70	30

Desde el punto de vista financiero se puede aconsejar una inversión solo si ésta se puede recuperar mediante una ventaja competitiva, esto deja fuera los cambios generados por un impulso de conciencia ecológica puro, por parte de la Alta Dirección.

Las empresas, o cadenas de ellas, que liberan más contaminantes ya fueron notadas, y están anunciando y realizando trabajos de reducción polutiva, algunas tuvieron que ser instadas a revisar sus tecnologías para acondicionarlas a una modalidad de producción o desempeño “limpios”. Esta instancia parte del riesgo ecológico - financiero al que hacíamos referencia en el primer párrafo, y el consecuente apoyo de mecanismos globales y estatales de control de riesgo ecológico y promoción financiera, que pretenden revertir la tendencia global^{xxvii}. La necesidad de hacerlo existe y ya la oferta educativa de algunas universidades, incluye conocimientos que atenderán un mercado creciente, que precisa aggiornar su pronóstico a una visión empresaria, que imagina el advenimiento de la ola ecológica^{xxviii}.

No debe ser ignorado en amplios niveles de las gran organización o en niveles ejecutivos de la pequeña, el fenómeno del impacto ambiental a la hora de tomar decisiones de inversión y llevar adelante el desempeño diario, pero aun así son pocos los ejemplos encontrados de empresas que pretenden y realizan acciones palpables para reducir su contaminación; las que lo hacen, es porque vienen siendo compelidas en mayor o menor medida, a cambiar sus metodologías productivas, so pena de obsolecer por el riesgo que representa no invertir en “verde”^{xxix}.

Como ejemplo de emulación entropica y estancamiento organizacional, encontramos a las que:

.- No tienen una visión de gerencia estratégica y por tanto continúan encerradas en su rueda operativa.

.- Tienen estrategias puramente reactivas (Ej: funcionan con la estrategia de la Oruga Canadiense, copiando las innovaciones de la competencia)^{xxx}

- Piensan en que no deben arriesgar hasta ultimo momento.

No será sencillo encontrar posiciones estratégicas favorables innovando ecológicamente solo en base a la reinversion; en algunos casos, excepto que la industria toda coopere para la erradicación de factores contaminantes comunes, nadie dará un paso arriesgando su propio capital, si no le representa una ventaja competitiva.

No obstante, con características de Diferenciación, ubicamos a las empresas que atienden un perfil de un consumidor socioconciente, al que van orientados los esfuerzos organizacionales que lo enfocan como publico objetivo o target group^{xxx}. Estas empresas comenzaron en algún punto del desarrollo de productos y métodos de atención al mercado, a innovar respecto a una especificación requerida por el cliente respecto al cuidado del medioambiente, y es un momento por el que cada vez mas emprendimientos van a pasar.

La velocidad a la que se impulsan los cambios al menos en nuestro país y en Sudamérica indican que falta bastante tiempo para que se produzcan las innovaciones necesarias, para aportar de manera suficiente a los esfuerzos mundiales por mejorar la performance de las organizaciones en materia medioambiental^{xxxii}.

Para América del Sur y Centro es demasiado pedir a los emprendedores que hagan el esfuerzo, es por esto que esta ponderación se va muy lejos en el tiempo, 40 años si es que los cambios solo provienen de la reinversion autofinanciada en activos productivos no contaminantes; pero aclarando que si ésta es motivada por una ventaja competitiva, puede no ser tan al futuro.

CREAN	Pun taje	LIMITAN	Pun taje	Años boom
7.- Políticas globales y de gobierno favorables al medioambiente	0.20	Obstáculos a la puesta en practica de eco-políticas, emulación entropica	0.80	50

La polución es un problema político y económico, gran parte de las soluciones se suponen tarea del sector gobierno, por lo que las Administraciones gubernamentales tienen un papel clave en la promoción de tecnologías más limpias y producciones menos agresivas para el ambiente.

Si se hace un poco de historia, en los años 60 del pasado Siglo XX, la comunidad científica comenzó a alertar a las administraciones sobre los grandes problemas del planeta: pobreza, pérdida de biodiversidad y deterioro medioambiental, ya comenzaban a hacer patentes las interrelaciones físicas entre las actividades humanas y la naturaleza. Más recién desde 2006, el tema del calentamiento global comienza a participar con asiduidad de la agenda política mundial^{xxxiii}.

A nivel local, se creó recientemente un programa que incluye la intención del Gobierno Argentino, de impulsar el desarrollo de producción limpia y comportamientos de consumo ambientalmente sanos en la población^{xxxiv}. Además de la importancia de la educación y capacitación, la historia política de nuestro país sin embargo, nos indica un camino de devastación de recursos naturales, a cambio hoy en día de la polución que deja su extracción y explotación; aunque nuestra Constitución exprese su espíritu en contra de que esto suceda^{xxxv}.

En nuestro país Argentina nos encontramos hoy en una crisis entre gobierno y productores, desatada por la entrada de una masa importante de dinero proveniente de la venta de la próxima cosecha de soja, plantación que genera deforestación por la voracidad con que se explotan los nuevos campos, y que realizada en la modalidad de monocultivo, arruina la tierra donde se siembra, poniendo en peligro la supervivencia de las especies radicales de los ecosistemas afectados; y con ésto, las posibilidades de que puedan ser útiles para generaciones mas preparadas en obtener provecho de la investigación de sus potencialidades^{xxxvi}. El entierro de gamexane en la localidad de La Argentina en Santiago del Estero, minería a cielo abierto, monocultivos, son algunos de los ejemplos; de hecho si se intenta una mirada bien consciente, el Santiagueño promedio debería estar tomando agua envenenada en no mucho tiempo^{xxxvii}.

En Argentina tenemos todos los recursos naturales que necesitamos, no así en el resto de los países, lo que hace que lo que fuera una reserva de naturaleza y recursos, vaya en camino a ser un resumidero donde se extrae sin control y se dejan los residuales

tóxicos que no sirven en los países consumidores. Este es un problema de la región, que mas allá del calentamiento global, enfrenta otros potenciales riesgos ecológicos, puesto que los países que tradicionalmente extraen o explotan recursos del cono sur, aplican una estrategia de “*dumping ambiental*”^{xxxviii}, dejando fuera de sus fronteras y por lo general en la tierra de la que se extraen las materias primas, los residuales del proceso extractivo, y erradican de sus territorios a las industrias con desechos mas contaminantes, ubicándolas en estos hemisferios no tan políticamente fuertes, respecto al cuidado de su medioambiente, esto es ciertamente una estrategia política de “*ecología fronteras adentro*”.

En el caso latinoamericano existe un avance de emprendimientos contaminantes con financiaciones externas, que son permanentemente denunciados por las poblaciones afectadas^{xxxix}, y que ponen de manifiesto el limitado papel a favor de la ecología que juegan los gobiernos en algunos países.

Es también muy difícil desde un gobierno superar las tendencias regionales, las administraciones gubernamentales que deseen trabajar en serio en materia ambiental, se enfrentan a la resistencia del sector polucionador, quienes pueden presionar para que se haga caso omiso de los avances que deberían introducir en la modalidad de sus explotaciones en materia ambiental; estos, inciden o seducen por los medios habituales, a los titulares del sector publico, buscando el freno a cualquier intento de modificar su modelo productivo^{xl}.

Un departamento de estado encargado de dar impulso al consumo sin riesgo para el medioambiente, debe promover la orientación hacia un comportamiento necesario para revertir el proceso polutivo del sector real, a través de un modelo que no solo asegure la paz social sino que además proporcione e implemente modelos de desarrollo para la eficaz protección de la naturaleza.

Pero la administración deficiente del estado ubica a Sudamérica en situaciones políticamente precarias, de cara a un posible agravamiento de los problemas de contaminación; si dependiera solo de las motivaciones de los impulsores de las decisiones gubernamentales, este problema se empezaría a resolver cuando ya no hubiese nada por hacer para evitar sus consecuencias.

Además, sería contraproducente para un gobierno, que el público entre en pánico porque se anuncia a los cuatro vientos el inminente riesgo polutivo, diciendo que por los errores u omisiones cometidos por décadas en el mundo, van a venir grandes problemas. Si lo hiciera, el gobierno podría ser sindicado como responsable y trastabillar fácilmente en este escenario, pues es común que el ciudadano pida soluciones y eche la culpa al modelo vigente, de situaciones que son económicamente estructurales; esto, generaría mas confusión, entonces, ¿frenan los gobiernos la libre exposición de los problemas?, ¿o es la gente la que no se interesa?, si fuese la segunda opción, al menos sería políticamente importante adecuar normativas similares a las vigentes en países del primer mundo^{xli}.

La poca penetración del tema en la sociedad hace que la emulación por el no hacer se pueda justificar de muchas maneras, como argüir la carencia de capacidad, o de fondos, o de tecnologías para promover innovaciones tendientes a respetar el medio biológico^{xlii}.

Sudamérica post 2000, vive tiempos de políticas con demostraciones de preocupación por lo popular, la ecología es un tema general y también popular, por lo tanto podemos acercar un poco más el oscuro pronostico que nos viene determinando el comportamiento político. La región esta influenciada por las políticas globales que predominan en países del primer mundo, sí, esto también se emula; y es una suerte que en ellos ya estén puestas en practica numerosas normas de respeto a la naturaleza, que en Latinoamérica todavía no se incluyen ni en las plataformas electorales, ni en las agendas políticas. La inclusión en este sentido, refleja el tipo de compromiso de los gobiernos y sus gobernados tienen, pero ¿está la tendencia a tiempo de frenar las consecuencias irreversibles de la polución ambiental?, ¿hay tendencias en la actividad política a influir en la sociedad, para que tome conciencia de que hay cambios que son necesarios, para evitar provocar daños irreversibles a la naturaleza?.

Si se desea hacer una comparación entre países, el énfasis en las políticas de reducción de emisiones de gases que ocasionan efecto invernadero, son mas reveladoras de la responsabilidad que otorgan si se toma en cuenta las mediciones de contaminación per capita, que junto a medidas de esfuerzo conjunto para detener los acontecimientos polutivos, pueden desencadenar mecanismos que asignen responsabilidad por la contaminación^{xliii}. Se precisan tejer componentes políticos, económicos y culturales de

grandes dimensiones, que dejen afirmados los derechos a la vida ya no como un simple protocolo, sino como un cuerpo efectivo de leyes internacionales de protección del equilibrio biológico global.

En la actualidad la idea general de Desarrollo Económico no esta puesta en fines globales, los esfuerzos de sus factores humanos son condensados por los pueblos en favor de si mismos y sin perjuicio del daño que ocasionen a otros, esta medida de éxito no es muy novedosa, pero no muestra indicios de proporcionar soluciones globales a la contaminación, debido principalmente a que la mayor preocupación de sus gobiernos son: la competencia por mantener indicadores económicos saludables y ambientes sociales pacíficos, pero todo a nivel interno. Alianzas entre gobiernos sí podrían revertir el proceso polutivo, pero se precisa tejer contenidos políticos, económicos y culturales a nivel regional, que deriven en acuerdos al estilo que el protocolo de Kioto propuso a nivel mundial^{xliv}.

El avance de los tiempos ecológicos probablemente cambie el modo tradicional de clasificación para los movimientos políticos por franjas derechistas izquierdistas o centros, para comenzar a hablar de una clasificación dicotómica consciente, dividida en conservacionistas y conservadores, conservacionistas innovadores en materia de protección de la naturaleza, y conservadores de los métodos políticos y productivos tradicionales.

Si pronosticamos solo en base a los resultados de la política ecológica desarrollada hasta el momento por los gobiernos Sudamericanos, podemos esperar que en el largo plazo en nuestra región, solo sobrevivan sin explotar territorios que no son económicamente rentables, y las especies salvajes que no son comestibles.

CREAN	Pun taje	LIMITAN	Pun taje	Años boom
8.- Organizaciones sin animo de lucro con misiones conservacionistas	0.75	Organizaciones sin animo de lucro que disfrazan o apoyan el acto polutivo	0.25	5

En el punto anterior se consideró que los gobiernos poseen atrasos considerables en su agenda ecológica, y esto hace que al igual que las empresas, no dejen de recibir recomendaciones de las organizaciones intermedias.

En el plano internacional hay mas desarrollo de conciencia que en Latinoamérica, son numerosas las organizaciones no gubernamentales que dan auge a la conservación del medioambiente, agua y recursos naturales, orientando a quien se interese por el tema a través de simples y a veces eufóricas afirmaciones.

Al observar el contenido de la misión de las organizaciones protectoras de los derechos del consumidor Sudamericanas, vemos que no todas incluyen a los consumidores ecológicos del futuro, en su visión del alcance ecológico que tendrán las misiones de sus respectivas organizaciones; algunas pocas sí lo hacen e incluso proponen responsabilidad en el consumo, al igual que muchas organizaciones similares del resto del mundo^{xlv}.

Lo cierto es que existen y son muchas, entre grandes y globales o locales y específicas, si crecieran en número al ritmo actual, y si de su crecimiento libre y sin restricciones dependiera el cambio de comportamiento, no pasaría mucho tiempo antes de encontrar variaciones en los indicadores económicos, que identifiquen que se tomo el rumbo adecuado. Si de su evolución dependiera en 5 años habremos tomado conciencia todos los habitantes del globo.

Caen en importancia las Organizaciones sin animo de lucro que disfrazan o apoyan el acto polutivo^{xlvi}.

CREAN	Pun taje	LIMITAN	Pun taje	Años boom
9.- Enseñanza de la temática ambiental en las instituciones educativas	0.70	Limitaciones en el tratamiento del tema en las instituciones educativas	0.30	12.5

El medioambiente y su cuidado esta incluido en la currícula de todos los niveles de educación, la profundidad del tratamiento del tema difiere de un establecimiento a otro, pero en todos esta presente, creando el conocimiento que las nuevas generaciones

necesitan, para orientar sus actividades personales a la convivencia con el medioambiente. Está mucho más arraigado en los contenidos de los niveles de educación para niños y adolescentes, aunque en los niveles de educación superior ya abundan ofertas relacionadas con la conservación.

La pregunta es si tiene la evolución del conocimiento y el ingenio humano, la posibilidad de desarrollar tecnologías de producción limpia y aplicarlas a gran escala; la superpoblación hará obsolecer las técnicas agropecuarias y de producción de alimentos actuales, los nuevos procesos deberán proveer de alimentos a mayor cantidad de individuos, y a la vez disminuir la agresión a la naturaleza; el número de humanos que se puede abastecer con los métodos actuales, en la extensión de la tierra aprovechable del globo tiene un límite, el límite de la conservación estable de la naturaleza, y también el límite del daño que se puede producir a los congéneres actuales y futuros. Recomendaciones de todo tipo, por todo tipo de medios aconsejan como disminuir nuestra huella contaminante, acompañando la tarea de las instituciones educativas ^{xlvi},

Siendo optimistas, puede surgir un tipo de aprendizaje que lleve al humano a transmitir el conocimiento, valiéndose de las herramientas de comunicación que hoy están en un vertiginoso desarrollo; es posible que este “pop corn” de posibilidades de intercambio de información, incremente el promedio de individuos que se sientan involucrados en la sociedad del conocimiento, y accedan a la posibilidad de autoinformarse y autoinstruirse con modalidades individuales y desestructuradas, adiestrándose por motu proprio, para brindar soluciones personales y creativas a los problemas ambientales.

Es innegable la urgencia por descubrir y desarrollar nuevas fuentes de energía y procesos industriales inocuos para el medioambiente, la educación nacional brinda un marco teórico para el tratamiento, y tanto en Sudamérica como en el resto del mundo crece la oferta educativa para la investigación y el desarrollo de ecotecnologías ^{xlvi}.

A medida que el reemplazo generacional opere en las organizaciones en todos sus niveles, se podrán ver personas perfectamente capacitadas para tomar decisiones correctas en cuanto al tratamiento del flujo de materiales y desechos, así como para la provisión de energías limpias. Si se mantienen constantes los otros factores y solo se cuenta con la capacitación y el recambio académico para revertir los procesos que dañan

la naturaleza, en 15 años ya se podrían ver cambios en la conciencia del tratamiento de la naturaleza, por parte de las organizaciones.

CREAN	Pun taje	LIMITAN	Pun taje	Años boom
10.- Cambios culturales tendientes a solucionar la contaminación humana	.65	Ostracismo en los arquetipos culturales clásicos, indiferencia social	0.35	12.5

Los cambios culturales provienen de los movimientos culturales, hoy el mas dinámico es el del entretenimiento, y de el se obtienen los mensajes audiovisuales artísticos, periodísticos, documentales, que a diario nos invaden; pero lo preocupante es, que la ecología no parece haber entrado en auge suficiente, como para lograr una velocidad de reacción que tranquilice los ánimos conservacionistas. ¿Es adecuada la forma en que se expande la conciencia del fenómeno ambiental?, ¿serán los medios y el arte las que la puedan motorizar con la energía suficiente?.

La innovación en el modelo de convivencia con la naturaleza podría estar impulsada por el arte, con el objetivo de parar lo que parece una batalla entre humanos y naturaleza que ya dejó 800 especies oficialmente extintas, y colocó en riesgo de extinción a más de 16.000. El arte es un factor cultural muy importante, por tanto los orientadores clásicos de los cambios culturales, los artistas, tienen mas posibilidades que otros actores sociales para revertir la conciencia, y aunque no tuvieran las herramientas económicas para plasmar estos cambios en la realidad como podrían tener gobiernos y corporación, la impresión que un comportamiento amigable para con la naturaleza, proveniente de personalidades cándidas y amadas del espectáculo, causa, es positivo para la naturaleza, pero, ¿se traduciría en emulación de comportamientos amables con el medioambiente por parte del publico?, digo, ¿influenciaran con su imagen los comportamientos de consumo?. ¿Que mecánica tomarán los acontecimientos culturales que puedan tener un impacto significativo para la organización? ^{xlix}.

El latinoamericano promedio tiene un nivel de conocimientos y cultura moderados, se interesa poco por el tipo de fenómenos contaminantes locales regionales o

globales que lo afectan, y si bien existen noticias relacionadas con el fenómeno contaminante, hace como que el problema no existe. La región no está preparada como para evitar terminar siendo de las más contaminadas en tierra y agua; y a medida que el reemplazo tecnológico ocurra en países del primer mundo, e “importen” hacia estas latitudes los residuales de la tecnología contaminante y la liquidación de la obsoleta, se crea un riesgo inherente equivalente a convertirse en algo así como un resumidero tecnológico del cono sur.

En nuestro país como en Sudamérica sería sencillo entender el propósito conservacionista, mas no ejercitar el cambio de conciencia. Algunos paradigmas culturales Argentinos subyacen en sus dichos populares: “No te metás”, “Yo Argentino”, “País generoso”. Un cambio cultural en el sentido ecológico cambiaría este inconsciente a algo así como “Interesate”, “Yo responsable”, “País Generoso para sus futuras generaciones”.

Desde siempre se pudo observar un inconsciente colectivo apocalíptico, que permanentemente trabajó para anticipar fines del mundo por varias causas, que llegado el momento de suceder, no lo hicieron. Pero hoy el problema es distinto, medible y palpable, hay que cambiar las costumbres para hacerlas menos contaminantes, pero este reflejo antiquísimo está contribuyendo a alimentar otro nefasto reflejo humano, el escepticismo.

Por el lado religioso, la iglesia católica, que ocupa un lugar importante en la conciencia nacional, ya condena los abusos contra la naturaleza¹.

En cuanto a las nuevas escuelas culturales encontramos las que comprenden los tipos de comportamientos neoevolucionistas o ecofuncionalistas^{li}

En el caso de mi observación personal, en los estadios deportivos la multitud profiere los mismos estados de ánimo ante los sucesos del campo de juego, gritos insultos o aclamaciones son vociferados por igual; también, si observamos en pantalla a los jugadores virtuales de vídeo-game, encontramos que tanto el jugador virtual como el que lo pilota, realizan los mismos gestos de aprobación o desaprobación ante el resultado de una jugada, ¿cómo supo el programador del juego la reacción en común?, evidentemente se comparte una esencia empática verificada por comportamientos similares ante estímulos similares. Con esto, veo la posibilidad de que se mantenga inconsciente, una

tradición de comportamientos que si bien son culturales, son dañinos para con la naturaleza.

El motor de la cultura interna de las organizaciones, se mueve con la conciencia de sus participantes, en el caso ecológico, viene influenciada desde fuera de la organización; los mas pequeños componentes de una familia, ya actúan a favor de la naturaleza en su lugar de contacto social o en el colegio, más poderosa aún es la influencia, cuando jóvenes ocupan lugares dejados por directivos de avanzada edad, oxigenando factores productivos con paradigmas que implementan los cambios que su conciencia ecológica interna pudo describir en, o hasta ese momento.

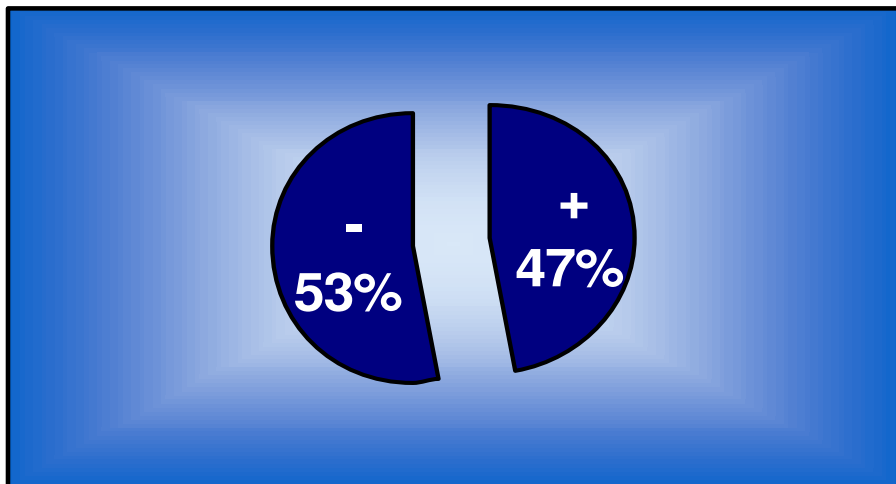
Si observamos el comportamiento individual en el ambiente de trabajo seria menester hacer la pregunta: ¿qué parte del tiempo trabajado se entrega para intentar revertir una polución emitida por individuos difícilmente identificables?, ¿como se revierten las emanaciones de tóxicos en unidades organizacionales con estructuras culturales arquetipadas?. Independientemente de las acciones de ahorro polutivo individual extralaboral, la potencialidad de estas horas invertidas en hacer eco-responsable una organización, pueden ser exponencialmente mas importantes para la biosfera, que las brindadas de manera particular y privada.

Hay flexibilidad en América y en el mundo para revertir los patrones normales de consumo si cambian los horizontes de comprensión de la existencia global conjunta. Así como se es rápido para escapar del peligro de forma individual, también se puede ser para hacerlo en forma grupal organizada. Si de pronto todos sintiéramos venir el peligro desde alguna de nuestras actividades mas comunes, estimo que dejaríamos de realizarlas, esa flexibilidad haría modificar el comportamiento que tenemos con la naturaleza, y mejoraría un pronostico que observa la morfología del advenimiento de tiempos ecológicos.

Resultado para el primer planteo de la meta:

SUMA CREAN 0.47

SUMA LIMITAN 0.53



Son menos las situaciones que crean que las que limitan la creación de conciencia. Evidentemente el problema aún no fue tomado muy en serio, aunque sí se observa que avanza la toma de conciencia, y esta muy cerca de revertir la tendencia para que hayan mas posibilidades de alcanzar el nivel de quiebre del desinterés en adoptar modalidades de vida congruentes con la naturaleza.

El factor político es por lejos el que mas incidencia negativa tiene en esta ponderación, por lo que se puede concluir que si los gobiernos tomaran mas tiempo para ocuparse de los asuntos polutivos, estaríamos en una posición estratégica mundial, orientada hacia eco-objetivos que satisfagan la necesidad de evitar mayores desastres ecológicos.

Años restantes pronosticados para el calculo de la META B3

Este apartado nos proporciona el año promedio ajustado, que arroja un pronostico que involucra a los diez parámetros considerados, y que formarán parte de la ponderación de la META B3.

Parámetro	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	promedios
Año	15	20	30	5	25	30	50	5	12.5	12.5	20,5
	0.10	0.10	0.05	0.05	0.10	0.10	0.15	0.05	0.10	0.20	
Ajuste	1.5	2.0	1.5	0.25	2.5	3	7.5	0.25	1.25	2.5	<u>22.25</u>

3.A.3.- META A3

En el Proyecto de investigación definimos **3.3.1.3.- META A3:** *“investigar hechos que demuestren, que ya hay cambios en las organizaciones a nivel global, que fueron motivados por un consumidor responsable con el futuro ambiental”*. Que con el diseño metodológico determinado en el apartado **6.2.1.3.-** obtuvo los resultados siguientes:

Metodología: *Se presentara un breve comentario y se expondrán los hechos según su importancia, estos se obtendrán a través de la recopilación de información de las mismas fuentes, que las utilizadas para la meta A2.* A través de esta meta se pretende develar el horizonte temporal para los comportamientos organizacionales influenciados por un consumidor consciente en el mundo.

1.- 13-03-2008 REPORTAJE: CONSUMO Tecnología verde

Televisores orgánicos, portátiles fabricados con bioplásticos o móviles cargados al sol - La electrónica de consumo se vuelca en aparatos y mercadotecnia ecológica - Más de 150 empresas tecnológicas se han unido bajo el lema "Compra verde, ahorra verde"
http://www.ecodes.org/pages/areas/consumo_responsable/noticias_evento.asp?ID=4084

2.- 22/04/2008 Wal-Mart

El comportamiento de los consumidores de Wal-Mart muestra que las compras ecológicas son la tendencia

Estos productos fueron elegidos porque los consumidores pueden tomar una decisión consciente para comprarlos, por ser amigables al ambiente y ahorrar en costos en comparación con otros productos de la misma categoría.
<http://www.terra.com/noticias/articulo/html/act1223294.htm>

3.- 20/05/06 Marks & Spencer

Una cadena de supermercados y de ropa con 400 tiendas en toda Gran Bretaña, anunció recientemente que está convirtiendo toda su rama de café y té, con un total de 38 líneas, a Fairtrade, un símbolo de marketing que representa una "producción ética". La cadena ya vende sólo té y café Fairtrade en sus 200 cafeterías Café Revive.
<http://www.clarin.com/suplementos/cultura/2006/05/20/u-01198025.htm>

4.- Lunes 18 de Febrero de 2008 17:41 The New York Times

Google decidido a revolucionar el mundo de la energía

Con una filosofía y una fundación profundamente orientada a cambiar la manera de ver la energía, la compañía de Internet está empeñada en fomentar fuertemente las **soluciones energéticas verdes y auto sustentables**.

<http://www.emol.com/noticias/tecnologia/detalle/detallenoticias.asp?idnoticia=293118>

5.- 20 Junio 2008, fuente : IDAE

La generación de electricidad con **energías renovables** superó en el año 2007 a la de origen nuclear...

[Las renovables fueron responsables del 19,8% de la producción eléctrica de nuestro país](#)

6.- Monday 2 June, 2008...5:23 am LA NACION

Así nacieron Natura Cosméticos, de la mano de Luiz Seabra; la empresa Patagonia, de Yvon Chouinard; The Body Shop, de Anita Roddick, y Ben and Jerry's, de Ben Cohen y Jerry Greenfield, compañías que hoy siguen siendo exitosas demostrando que **es posible ser responsable y rentable**.

<http://prensa.elviajedeodiseo.com/?p=7>

7.- Pagina institucional; Arnum - As.

Nuestra **empresa está comprometida con la preservación del medio ambiente** y con un desarrollo sustentable del sector de recubrimientos. Para ello utilizamos productos no contaminantes e intentamos comunicar estas propiedades a nuestros potenciales clientes. Con la implementación de un sistema de pintura en polvo se ven solucionados muchos problemas de contaminación ambiental inherentes al pintado con pintura líquida.

http://www.arnum-as.com.ar/index_archivos/servicio2.htm

8.- 15 de Mayo, 2007 [Construirán el primer edificio ecológico en Mar del Plata.](#)

Tendrá un molino eólico de 4,5 kilovatios y expensas un 15% más económicas.

<http://www.energiaslimpias.org/construiran-el-primer-edificio-ecologico-en-mar-del-plata/>

9.- Lunes 30 de junio de 2008; CNN EXPANSION

Todo 2007 ocurrió en los cielos. Después del petróleo, la inflación asociada al precio de los alimentos es culpada de encarecer todo lo demás. Granos, azúcares y oleaginosas para fabricar combustibles son la última carrera sucesora de las puntocom y las McCasas de EU.... Está motivada por una escasamente sostenible **búsqueda de la sustentabilidad ambiental**, y presiona más el ambiente, la capacidad de proveer alimentos y los precios.

<http://www.cnnexpansion.com/especiales/las-500-de-expansion-2008/parenla-por-favor>

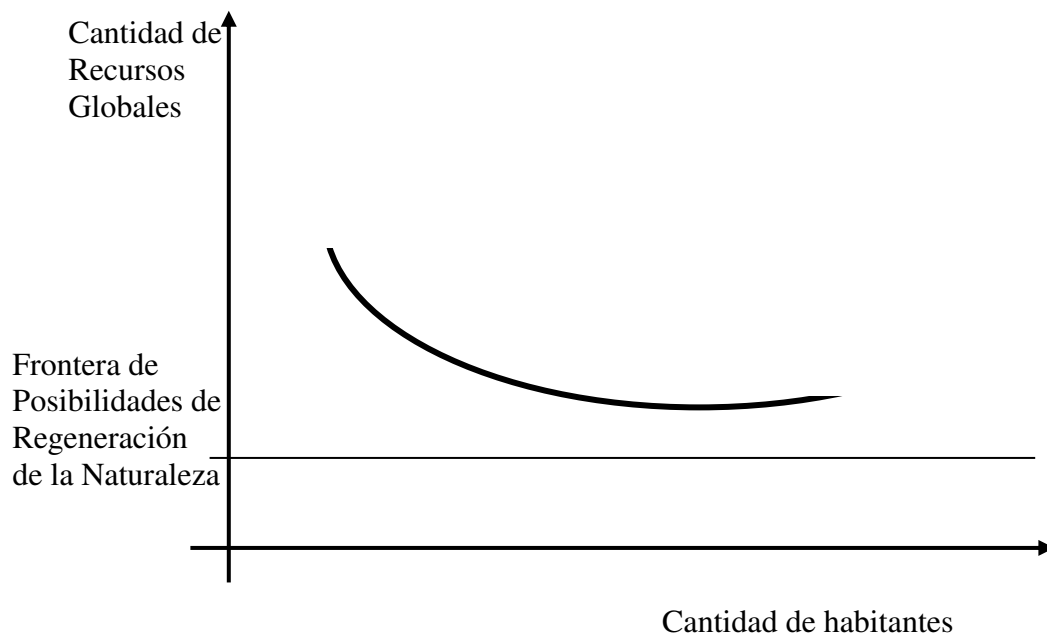
10.- 1/9/08

El Parlamento gallego usará energía geotérmica por lo que las emisiones de CO2 a la atmósfera se reducirán en 1.300 toneladas

<http://espana.barrapunto.com/article.pl?sid=08/09/02/136241&from=rss>

En la búsqueda de información se encontraron más ejemplos de acciones tendientes a lograr que las empresas apuesten a la producción responsable, que ejemplos de organizaciones que las emprendieron, excepto en el rubro energético^{lii}, en el que el fenómeno principal es el ahorro y optimización en el consumo, no por elección del tipo de producción sino por la privación en el consumo, diferencia que se identifica en la pagina 7 del **Proyecto de Investigación** con la siguiente ecuación:

$$\text{Nivel de Explotación Global} = \frac{\text{habitantes}}{\text{Cantidad de Recursos por nuevos consumo y producción}}$$



El gráfico representa una modificación del Nivel de Explotación Global, alcanzada con innovaciones en la forma de obtención de recursos suficientes para un numero mayor de habitantes, orientadas a obtener la recuperación del curso de regeneración normal de la naturaleza.

En ella los factores que evitan el paso por la Frontera de Posibilidades de Regeneración de la Naturaleza son, la aparición de una motivación nueva que se involucra en la elección de un consumo, el cuidado de la naturaleza, y la creación de

nuevas modalidades de producción derivadas de una nueva característica en la demanda que se conoce como *consumo sustentable*. Cada industria o empresa deberá analizar si existe amenaza de reducción de la demanda total de su producción, o una propuesta de un consumidor responsable, que constituya una desventaja competitiva.

Si bien por hoy existe el concepto buscado, solo se da en forma incipiente en algunas organizaciones con notorias intenciones de aprovechar la buena imagen que proporciona el hecho de producir sin contaminar, sin embargo, un ejemplo alentador es el de una multinacional de supermercados que midió el comportamiento de sus compradores y observo grandes y rápidos cambios en el sentido de cambiar a un consumo sustentable.

Es permanente el ritmo con el que cobra importancia el cuidado del medioambiente, en las empresas que manejan producciones de energía, o grandes consumos de ella, debido a que son objeto de criticas reiteradas porque continúan haciendo caso omiso de su responsabilidad con el ambiente; sí es alentador observar ejemplos de acción estatal, pero el ejemplo motor de estas conclusiones sobre el avance de la ecología a nivel global, es que las actividades amistosas con la naturaleza en las empresas de energía han comenzado, y se encuentran abocadas prácticamente en su totalidad a la búsqueda de reemplazos para sus metodologías productivas, y reemplazos de las fuentes energéticas contaminantes, por otras mas sanas e inocuas, porque quizá también observan que los consumidores hacen su parte, evitando el excesivo gasto en bienes de consumo contaminante.

Si consideramos la tendencia de Latinoamérica por emular comportamientos culturales de países del primer mundo podremos decir que el pronostico de esta meta, acerca en un 20% al año clave calculado a través de la META A2, **17, 8 años** para que una escalada de la conciencia ecológica de los compradores a nivel global, impacte en la mayoría de las organizaciones.

Calculos Auxiliares:

Año clave META A2 = 22.25 ;

N° de años que acerca

$$\underline{22.25} * 0.20 = 4,45$$

Pronostico para la META B3

$$\underline{22.25} - 4,45 = \boxed{17,8};$$

3.B.- Objetivo Especifico B:

En el Proyecto de investigación identificamos al apartado 3.2.2.- OBJETIVO ESPECIFICO B: “*Estimar posibles comportamientos a desarrollar por el consumidor, a partir de motivaciones originadas en fenómenos ecológicos*”. Al que luego en 6.2.2.- ALCANZAR OBJETIVO ESPECIFICO B, se le asignó el modelo metodológico siguiente: *Los comportamientos que requerirán atención, están relacionados con la intensidad y evolución temporal de los rasgos de consumo conservacionista. En primer lugar se realiza una encuesta a nivel local, luego una consulta interdisciplinaria a profesionales de diversas áreas, y la tercer meta es una proyección basada en un método sui generis.*

3.B.1.- META B1

En el Proyecto de investigación definimos **3.3.2.1.- META B1:** “*Realizar un sondeo que exponga el animo del consumidor local, por modificar sus comportamientos para hacerlos menos nocivos para la naturaleza, y sustituir consumos contaminantes por otros de menor impacto ambiental*”. Que con la aplicación del diseño metodológico determinado en el apartado **6.2.2.1.-** obtuvo los resultados siguientes:

Metodología; la que se observa en diferente color a continuación, es la original planteada para la meta, la misma fue completada pero descartada por arrojar resultados tautológicos, la posibilidad estaba prevista en el diseño metodológico, pero las

Respetan	12
N/S N/C (Fin preg)				.		.				.						3

B .- Y si el producto ecológico es mas caro, ¿hasta cuanto pagaría de diferencia, sabiendo que con eso Ud. cuida la naturaleza? si no contesta o hay que repetir la pregunta dar opciones, ¿un poquito, un poco, 5%, 20?, pausa, esperar unos segundos, tómese su tiempo, ¿cuánto?, sino tomar como que n/s ó n/c.

	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>6</u>	<u>7</u>	<u>8</u>	<u>9</u>	<u>10</u>	<u>11</u>	<u>12</u>	<u>13</u>	<u>14</u>	<u>15</u>	<u>S/p</u>
No pagaria diferencia																
Si pagaria diferencia	12
¿Cuánto?	10 %	10 %	15 %		5 %		10 %	10 %	5 %		10 %	5 %	10 %	10 %	15 %	9.58
N/S N/C																

5.- Saludo de despedida y agradecimiento. “Muchísimas gracias” “que tenga/s un buen día”, o “muy buenas tardes”

Para obtener los resultados deseados, la búsqueda del prospecto fue un poco mas selectiva que en la META A1, y estuvo orientada a personas con mas posibilidades de conocer la temática, de allí que solo el 20% y no el 32% de los encuestados estaban desinformados sobre la materia consultada.

Sin dejar de reconocer un natural sesgo entre la intención de las respuestas, y el verdadero comportamiento en la acción debido a lo altruista del gesto analizado^{liii}, encontramos personas dispuestas a arriesgar algo de valor en una apuesta a un futuro mas sustentable, e incluso a premiar con un extra, a quienes fabriquen o produzcan con modelos acordes a los tiempos por venir. Pareció que los que contestaban 5% tenían voz de niños, la diferencia quizá radica en que todavía no tienen el control absoluto sobre sus ingresos, pero la mayoría rondó en respuestas sobre que les parece bien el 10% de plus por producciones sustentables.

Hay una porción de adultos, que evidentemente no podrán incorporarse al grupo de personas de las que se espera una reacción a favor de un problema, que nunca supo que tenía; en Santiago, hay un envejecimiento de la población provocado por la migración, aunque este fenómeno fue sensiblemente mitigado, la población mas antigua, que por el sondeo realizado ronda un 20%, irá siendo reemplazada por población mas joven; a medida que este reemplazo suceda, serán mayores los porcentajes de actitudes generosas con el problema mundial del medioambiente, Santiago del Estero tiene sus jóvenes, y seguramente hará su parte en el concierto reconstructivo mundial.

A través de esta meta, observamos que parte de la provisión financiera para Investigación y Desarrollo de productos con rasgos ecológicos, aparece de la mano de un *precio ecológico*, precio que brinda a la organización un valor, que proviene del segmento de usuarios y consumidores preocupados por el futuro de las generaciones venideras^{liv}.

Respecto a la proyección temporal para la META B3, en este análisis se resta unos pocos años al pronosticado en la META A1, digamos un 15% de éste ultimo.

Calculos Auxiliares:

Año clave META A1 = 20 ;

Nº de años que acerca ; $20 * 0.15 = 3$

Pronostico para la META B3; $20 - 3 = \boxed{17}$

3.B.2.- META B2

En el Proyecto de investigación definimos **3.3.2.2.- META B2:** “*Llevar a cabo una consulta interdisciplinaria, orientada a conocer la tendencias observadas, en áreas de conocimiento relacionadas con el tema*”. Que con la aplicación del diseño metodológico determinado en el apartado **6.2.2.2.-** obtuvo los resultados siguientes:

Metodología: Llevar a cabo una consulta interdisciplinaria, orientada a conocer las tendencias observadas en áreas de conocimiento relacionadas, con el objeto de obtener respuestas sobre el tema *comportamiento del consumidor*. Las preguntas que son detalladas a continuación servirán como guía, pudiendo ampliarse o corregir alguna formulación en el transcurso del estudio, se busca conocer las respuestas de primera mano de los profesionales del medio y vínculos de internet, para encontrar posturas afirmativas o contrarias a los planteos y conclusiones obtenidas en las otras metas del presente trabajo.

Los resultados del análisis de las respuestas también formarán parte de las proyecciones realizadas en la META B3.

Preguntas y respuestas:

Antropología:

.- Que proyecciones se pueden hacer de los ejemplos de los Mayas y los Pascuenses (I de Pascua), referidos a lo que la presión demográfica puede hacer sobre el medioambiente?

Yahoo respuestas: A los pascuenses no les fue tan bien porque de su cultura solo sobrevivieron sus enormes moais y algunos insectos, ni mamíferos, reptiles, aves o vegetación de gran tamaño sobrevivió.

Apreciación personal: En un documental sobre la civilización maya del canal History Channel, aproximaron esta teoría diciendo que uno de los historiadores y traductores de sus escrituras encontró que los Mayas predijeron la desaparición de su mundo, debido a una superpoblación asociada a una mala administración de los recursos naturales. Si observamos la historia de los antiguos habitantes de la Isla de Pascua, podremos descubrir que el principal motivo de la desaparición de su cultura fue la superpoblación, este ejemplo apoya la idea que muchos analistas tienen, de que la humanidad se comporta como un virus, reproduciéndose velozmente y atacando al huésped (La Tierra) que le da sustento.

.- ¿Puede un individuo o un grupo de individuos modificar su comportamiento, su hábito de consumo, si toma conocimiento de que haciéndolo, contribuye a un propósito mundial (de conservación)?

Yahoo respuestas: SI SE LO PROPONEN SI, HACIÉNDOLES ENTENDER Y SENSIBILIZAR QUE ES PARA UN BIEN COMÚN Y ADEMÁS OTROS TERCEROS BENEFICIARIOS SE APROVECHARÍAN POR EL CAMBIO

Sociología: Las respuestas son del Licenciado Fabián Sánchez, Sociólogo U.N.S.E.

.- ¿Qué individuos podrían ser orientadores de un cambio, líderes de opinión, o modelos del comportamiento para el futuro?

- En toda las sociedades los liderazgos son importantes. Ahora depende de qué tipo de liderazgo estamos hablando. Existen sujetos que se revelan ante un orden opresor y plantean sus propias reivindicaciones. En materia política no observo grandes reivindicaciones. La cuestión ambiental es un gran tema que deberíamos ocuparnos, y que los líderes tomen cartas en el asunto. Sin embargo, hay como un paroxismo no sólo de liderazgo sino de conciencia colectiva. La sociedad civil, los organismos no gubernamentales, las juntas vecinales, la parroquia del barrio, los pedagogos populares podrían ser orientadores de nuevas conciencias; de un “pensar” distinto la sociedad en la que nos toca vivir. Estoy convencido que se puede cambiar el mundo sin tomar el poder.

.- Los niños y jóvenes cuentan con mayor información al respecto, ¿están logrando el aprehendizaje necesario para dar soluciones al problema ambiental?

- Creo que la comunicación estalla a diario frente de nuestras narices. La tecnología y su uso ha permitido un mejor acceso. En cuanto a los jóvenes observo una profunda entropía, un desorden de ideas, de valores. Es preocupante ver a grupos de chicos chatear 8 horas seguidas, sin que su preocupación no sea otra que una mera conversación impersonal. También soy un convencido que si las instituciones –como la escuela, la universidad- no rompen estos esquemas de la no participación, del no involucrarse, el problema les será indiferente. Hay que cultivar en los jóvenes una nueva ideología ambiental. Eso también tienen que ver con la democracia.

.- ¿Pueden cambiar las motivaciones de consumo, para hacer que el público requiera fuentes de satisfacción que no atenten contra la naturaleza?.

- El consumo está atado a una demanda, muchas veces cautiva, sin opciones. Yo me preguntaría quién contamina el mundo, los ricos o los pobres? Existen empresas y empresarios que son conscientes del daño que provocan sus productos, pero sin embargo, siguen produciendo a grandes escalas porque eso les genera sus pingues ganancias. Usted cree que podemos cambiar la motivación de consumo de un gran “sojero” para que no consuma pesticidas y deje de explotar los recursos naturales mediante el monocultivo? Parece imposible. Ahora bien, el Estado podría contribuir en materia de preservación de los recursos. No obstante, algunos de estos grandes productores también forman parte del Estado. Detrás de la contaminación del medioambiente hay una cuestión de clases. Es un tema muy complejo, pero insisto las motivaciones tienen que salir de ámbitos como la familia, las escuelas, las universidades, los centros vecinales, las comisiones municipales. Hay que despertar en las generaciones nuevas la idea de que los recursos se agotan, y que hay responsables de ese agotamiento.

.- ¿Puede un consumidor en el futuro, demandar opciones ecológicas para sus adquisiciones?

- Su pregunta me suena con excesos de idealismo. A mi entender en esta sociedad global, los consumidores dejaron de tener libertad para consumir. Quienes determinan el consumo son las grandes corporaciones que se apoyan en el poder de la publicidad y en el bombardeo mediático. Determinar unilateralmente el consumo es una forma legítima de dominación. Así como los medios de comunicación determinan sus agendas y los temas sobre los que van a hablar, las grandes empresas, determinan que se consume, qué se vende y que se deja de vender. Un ejemplo. Se dejó el vidrio como envase de líquidos porque era costoso y se incorporó el PVC contaminante, pero más barato.

Líder de organizaciones ecologistas:

.- ¿Cuáles son los comportamientos o consumos humanos más perjudiciales para el planeta, los que se deberían cambiar de inmediato?.

Yahoo respuestas 1: Traer niños al mundo sin limite pues el unico depredador que tiene la tierra es el hombre pero tambien es el unico que la puede salvar sembrando mas las tierras y podando los bosques ,los autos los aerosoles,la combustion de hule y plasticos y la basura que no se recicla

Yahoo respuestas 2: El uso continuo de motores de combustión, el uso de aerosoles, el no saber dar el manejo adecuado a las basuras, acabar con los bosques que son el pulmón del planeta. las industrias cada vez mas contaminantes, la falta de conciencia ecológica y amor por nuestro planeta, si lo quisieramos en verdad te aseguro que lo cuidaríamos, lo que no se quiere no se cuida.

Yahoo respuestas 3: La raiz de todos los PROBLEMAS...TENER HIJOS como conejos...Entre MAS gente, MAS consumo y explotacion de recursos, lo que trae consigo escases de los mismos, contaminación y devastación de tierras, la escases de recursos trae MAS pobreza y entre MAS pobreza MENOS cultura y entre MENOS cultura MENOS control natal... (el ciclo se repite)....saludos!!!

.- ¿En que horizonte temporal ve al consumidor, demandando solo oferta eco-consciente?

Yahoo respuestas: Tu pregunta sólo podría ser contestada con auxilio de una bolita mágica. La naturaleza humana es tan compleja y tan flexible que es imposible predecir su comportamiento. De hecho, todas las ciencias humanísticas y sociales carecen del principio de predictibilidad, y de allí que hasta se dude que sean ciencias. Y, claro, la ecología es humanística... aunque se apoye en ciencias biológicas. Bien por tu inquietud y tu utopía. te felicito. Ojalá que sirva.

N del A.: Al contestar el horizonte menciona la utopía, por tanto pronostica que ese momento no va a llegar.

.- ¿Qué posibilidades hay de que el resultado del proceso de calentamiento global, sea una modificación de las zonas climáticas, o el aumento del nivel del mar?, ¿aproximadamente cuando?.

Yahoo respuestas: las zonas climáticas han pronosticado que si sigue así y cuando lleguemos a los 2 grados mas de temperatura será irreversible :(una costa al norte de Canadá sera una playa turistica si sigue así imaginate que tan caliente se pondrian y el nivel del mar aumentaria muchisimo algunas ciudades se perderian como Beijign ,Shangai, Tampico, veracruz talves Caracas existen posibilidades de suba en el nivel del mar por el derretimiento de glaciares.

.- ¿Al suceder qué fenómeno se desencadenará una serie de cambios irreversibles, provocados por la acción del ser humano?, ¿aproximadamente cuando?.

Yahoo respuestas: Calentamiento global, esta sucediendo ya se desencadeno el cambio climático pero, no olvides que es cíclico aunque el hombre ayuda mucho con la deforestación, la pesca indiscriminada y la alteración de los ecosistemas. Es irreversible

Administración:

Si tuviera lugar hoy, una revolución en las empresas, y los patronos deciden trabajar en favor de la ecología, y orientaran las decisiones de la alta dirección hacia un horizonte de convivencia sana con la naturaleza. Si hoy todos los Números Uno y los CEOs de las organizaciones deciden cambiar a un horizonte ecológico, ¿cuanto tiempo tardarían en vencer la resistencia al cambio organizacional que naturalmente presentan los empleados y directivos de sus Organizaciones?

Yahoo respuestas: Si supieras que esta pasando poco a poco pero si es una realidad algunos lo hacen por consciencia otros por necesidad de mejorar otros por presion de las agrupaciones ou organizaciones a favor del medio ambiente y por supuesto los que realmente ven que estamos destruyendo nuestro planeta y quieren hacer algo vamos poco apoco pero no se puede exigir que algo que no se aplicaba en las escuelas ni en la casa ni se le daba importancia o prioridad de la noche a la mañana se convierta en algo que todos hagamos incluyendo sitios de trabajos y empleadores poco a poco y esperemos que no sea algo de moda y que como la moda se vaya sin planeta no hay nosotros pero los cambios muchas veces drasticos no son tan faciles y toman tiempo y dinero y cuando el dinero esta envuelto siempre hay problemas.pero te dire todo necesita hacerse con balance porque yo creo que cortar arboles es muy necesarios y comer animales y usar la piel o cuero y pienso que el que quiera fumar esta en su derecho,no en su trabajo pero su casa o sea vivir con la naturaleza manteniendo un balance ,hay personas extremistas que piensan ok no contaminantes mucho reciclar,no fumar no comer

animales, a veces mis intereses confligen con los de otros por eso con balance todo es posible.

Marketing:

Estamos cerca de haber calentado la atmósfera en un grado, por tratarse de un número fácil de recordar, y con consecuencias concretas y difundibles, ¿interesaría al mercado tanto, como para impulsarlo a un mayor deseo de consumir responsablemente?. Y si se impulsa a través de los canales de difusión social, el reconocimiento del problema ambiental con esta característica (Que aumente un número redondo la temperatura por causa de la actividad humana), ¿provocaría el cambio de actitud en una masa importante de la población humana?

Yahoo respuestas: En realidad Hugo, consumir y vivir responsablemente es un nuevo paradigma, un marco positivo en la mente que te lleva a realizar acciones positivas para vos, la sociedad y el medio ambiente. El verdadero valor de estas acciones no recae en la acción misma sino en el proceso mental de pensar qué hay detrás de la acción.

Todos tenemos rutinas. Nos despertamos, prendemos la luz, nos lavamos los dientes. ¿Alguna vez pensaste todo lo que eso realmente involucra? Cuando te bañás: ¿de dónde viene el agua? ¿Qué sustancias contienen el jabón, espuma de afeitar, cremas y maquillajes que usaste para tu cara? Cuando limpiás tu casa: ¿cómo limpiás las ventanas? ¿Qué tienen los detergentes con que lavás los platos? ¿Y los productos para limpiar los baños? Cuando prendés la luz: Prendés y (casi siempre) ¡funciona! ¿Cómo sucede? ¿Cuánto cuesta realmente?

Pensá en todas las compras que hiciste en el día de hoy. ¿Sabés a dónde fue tu dinero? ¿Qué valores estás apoyando con tus compras? ¿Sabés cómo fueron hechos esos productos? ¿Quién los hizo?

Parece que la tendencia en todo el mundo es hacia lo descartable. usar algo una vez y tirarlo. Todos los envases terminan rápidamente en la basura: vasos plásticos de café, botellas de todo tipo, envoltorios, etc. No hace falta más que pasar por el “Camino del Buen Aire” (paradójicamente llamado así) donde la ciudad de Buenos Aires entierra diariamente 4 mil toneladas de basura o cualquier otro basurero de cualquier ciudad para darte cuenta la cantidad de “basura” que tiramos diariamente. Estamos generando una contaminación aún mayor y derrochando muchos recursos valiosos de metal, madera y plástico que no podrán ser recuperados

Miles de consejos a seguir. Preguntas para formularnos y decidirnos a actuar mejor.

Creo que la cosa pasa por nuestra falta de acción. Debemos exigir a nuestras autoridades un uso racional de la energía, menos polución, cuidado de los recursos naturales... pero poner nuestro granito de arena cotidiano es elemental mi amigo.

Existe una cultura que nos enseña a cuidar lo propio, y caratulamos de ajeno a lo que es común, y no reparamos en nuestro error, y no cuidamos el medio ambiente.

Gracias por concientizar con tu pregunta.

La proyección resulta complicada, en el análisis se observan detalles de escepticismo, aunque son más, las opiniones favorables sobre la llegada de un consumo responsable.

En este trabajo aventuramos un pronóstico, y para ello tenemos que fijar un hito a alcanzar en el tiempo, éste es, la renovación de algún aspecto de la organización por el más mínimo que fuere; el motivo más evidente según lo observado en las respuestas, es que evitar ser alcanzados por una crítica que aleje a los clientes de mi compañía, negocio o empresa, es menester de ser considerado como factor estratégico clave. Si bien el desarrollo de esta meta no fue exactamente fiel al diseño metodológico propuesto, podemos inferir que a nivel mundial, pasarán algo así como 20 años si se trata de que el consumidor presione, y logre algún cambio por el más mínimo que fuera en todas las organizaciones, en su afán de contribuir con la naturaleza, consumiendo producción menos contaminante.

3.B.3.- META B3

En el Proyecto de investigación definimos **3.3.2.3.- META B3:** *“Realizar proyecciones temporales del comportamiento conservacionista del consumidor”*. Que con la aplicación del diseño metodológico del apartado **6.2.2.3.-** obtuvo los resultados siguientes:

Metodología: En esta etapa, se darán las conclusiones sobre la intensidad y evolución temporal del comportamiento estudiado. Con una proyección basada en métodos propios, se detectará y anticipará el punto cúlmine del desarrollo de nuevas conductas en los adquirentes, especialmente las tendientes a aprobar productos, cuyos atributos indiquen cuidado de la naturaleza por parte de la oferta.

El propósito es tamizar los indicios, diagnosticando cuáles son los más reveladores, del nivel de aprehendizaje del consumo responsable. Estos indicios del comportamiento del mercado global, se encontrarán validados temporalmente en la

TABLA DE PROYECCION siguiente, que incluye las aproximaciones deducidas de las cinco metas anteriores, mas un ajuste de importancia relativa entre ellas.

Se busca encontrar el año en que todas las organizaciones habrán transformado el auge en boom, incorporando a su desempeño algún aspecto relacionado con la ecología, por mínimo que este fuera. En los pasos 2, 3, y 4, el año central será ajustado considerando otros estudios similares, los segmentos de consumo, y el avance demográfico mundial; lo que dará como resultado el pronostico del año en que la totalidad o la gran mayoría de las organizaciones, se verán compulsadas a conducirse razonablemente para con el medioambiente, debido a un nuevo modo de consumo, el Consumo Sustentable.

Paso 1: TABLA DE PROYECCION

	Años restantes por meta	Importancia relativa	Resultados
META A1: Santiago	20	0.10	2
META A2: Latinoamérica	22,25	0.40	8,9
META A3: El mundo	17,8	0.20	3,56
META B1: Santiago	17	0.20	3,4
META B2: El Mundo	20	0.10	2
META B3: El Mundo (combinación de las 5 anteriores)		= 1	= 19,86 = 20 . Año central según el análisis proyectivo de las metas: 2008+ 20 = 2.028

Paso 2: análisis de otros estudios similares

.- En los siguientes estudios del consumo futuro, SI se anticiparon comportamientos ecológicos en el consumidor

1.-

Fecha de publicación: 28 de septiembre de 2007 Jóvenes por un Consumo Sustentable

Area responsable: CENTRO DE EDUC. Y CAP. PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE.

ES TUYO EL FUTURO?

En el año 2000, el PNUMA y la UNESCO entrevistaron a 10 mil jóvenes (entre los 18 y 25 años) para entablar un diálogo acerca de su nivel de conciencia e interés sobre el Consumo Sustentable; grado de compromiso con la sustentabilidad; visión del futuro y su papel potencial como líderes en el desarrollo de patrones de consumo más responsables.

La encuesta reveló que los jóvenes eran ambivalentes en sus patrones de consumo. Comprenden el posible impacto sobre el ambiente de la forma como utilizan y disponen de los productos, pero no comprenden el impacto de sus hábitos de consumo. Y, para mejorar el mundo, generalmente prefieren las acciones individuales sobre las colectivas http://www.semarnat.gob.mx/EDUCACIONAMBIENTAL/PROGRAMAS/Pages/programa_consumosustentable.aspx

2.-

Martes 06 de Marzo de 2007 Green marketing: la apuesta por negocios más saludables. La conciencia ecológica y el consumo ético comienzan a jugar un rol protagónico en las estrategias de comunicación de las empresas. **Las que no se adecuen a un tipo de negocio sustentable y socialmente responsable, a la larga, SERÁN CASTIGADAS POR LOS CONSUMIDORES**

Los consumidores están comenzando a exigir a las marcas que adopten una postura solidaria, tanto con el medio ambiente como con las sociedades. El marketing verde está dejando de ser una opción para convertirse en una obligación que los consumidores no están dispuestos a negociar.

“Las empresas que no adhieran al ‘protocolo verde’ verán dañadas sus finanzas porque los consumidores no se lo van a perdonar” afirma Lee Daley, ex CEO de Saatchi&Saatchi UK.

“Cuando una empresa incorpora políticas medioambientales, la competencia directa se ve obligada a responder” afirma Alison Burns, Ceo de JWT London.

Propuesta. A finales del 2006 los CEO de Starbucks, O2, Marks&Spencer, Tesco, Carphone Warehouse, BSkyB, HSBC, Man Investments y B&Q se reunieron con Tony Blair, el premier británico, para crear una entidad encargada de reducir las emisiones de carbono. **La estrategia es mejorar los procesos de producción de estas empresas y hacer tomar conciencia a los 250 millones de usuarios que consumen estas marcas** <http://www.infobaeprofesional.com/notas/41912-Green-marketing-la-apuesta-por-negocios-mas-saludables.html?cookie>

3.-

EEUU: 15 abril 2008 El consumidor exige productos verdes

Muchos consumidores reconocen ahora que el consumo afecta el medio ambiente y ejercen presión sobre las empresas para que reduzcan el impacto negativo de sus operaciones.

Construcción verde

En efecto, “lo verde”, es decir, lo ecológico, es la palabra de moda que ha penetrado en la corriente general a través de la publicidad, las series de televisión, los documentos de empresas y las conferencias.

<http://usinfo.state.gov/xarchives/display.html?p=washfile-spanish&x=20080415175000t10.8495447>

4.-

20 de Agosto de 2008, por Citrusparadis

Un estudio de la empresa **TNS Media** ha analizado los nuevos valores emergentes de la sociedad y ha dividido en cinco los comportamientos de los consumidores: egoísta, étnico, ético, e-consumidor y también **ecológico**. Este último grupo se caracteriza por la búsqueda de lo **natural**, lo auténtico, y se preocupa por la **sostenibilidad del planeta**.

<http://blog.citrusparadis.com/2008/08/20/el-nuevo-consumidor-ecologico/>

5.-

13/01/2005 **Ester Uriol - Madrid -**

... También aumentará el sentimiento ecológico y la solidaridad, que se tendrán muy en cuenta al consumir.

http://www.cincodias.com/articulo/empresas/Alimentos/disenio/consumidor/futuro/cdscdi/20050113cdscdiemp_41/Tes/

6.-

3 de agosto de 2005 El estudio Hyper-Consuming 2010

...mujeres... dan una gran importancia a factores como el servicio, el asesoramiento y la **atmósfera**.

<http://www.marketingdirecto.com/noticias/noticia.php?idnoticia=15871>

7.-

febrero 15, 2008, 10:32 AM - Future Labs dibuja los consumidores del futuro

La sensibilidad, la sensorialidad y la estética en consonancia con los valores de la ecología.... figuras como Al Gore o Bob Dylan esencializan el perfil de este target. Su consumo es sostenible y su apuesta por el consumo de productos ecológicos es muy importante ya que sus valores se están extendiendo...

<http://www.marketinet.com/blog/index.php?m=02&y=08&entry=entry080215-103254>

8.-

Publicado el Diciembre 13, 2007 por insightsblog

... Pero, más allá de la notoriedad, ¿hasta qué punto se conocen las causas y consecuencias de estos fenómenos medioambientales? La respuesta a estas dos preguntas es crucial para dar un paso más en el conocimiento de las actitudes del consumidor. ¿Por

qué?

<http://insightsblog.com/2007/12/13/econsumer-una-verdad-incomoda-sobre-el-comportamiento-del-consumidor-ante-el-calentamiento-global-y-cambio-climatico-parte-3/>

9.-

06-2007 MERCADEO AMBIENTAL. Gestiópolis

Este consumidor incita a las empresas a desarrollar o a distribuir productos que sean más sanos y ecológicamente limpios.

...Al caracterizar un consumidor ecológico se puede asumir que el consumidor es soberano.

...Los productos ecológicos (biológicos u orgánicos) son aquellos que se obtienen a través de sistemas de producción sostenible. Los productos primarios o elaborados, que no presentan residuos químicos y cuyo sistema de producción protege el equilibrio natural del medio ambiente al no utilizar fertilizantes, pesticidas reguladoras de crecimiento, aditivos, colorantes, entre otros.

... Los productos ecológicos buscan brindar a los consumidores la mejor calidad, y la satisfacción de las necesidades a segmentos claves de consumidores ecológicos; incluye no solo la unidad física, sino el empaque menos tóxico y reciclable, garantía, servicio y recomendaciones de uso, marca ecológica (sello verde), imagen, entre otros.

<http://www.gestipolis.com/canales8/mkt/mercadeo-ambiental.htm>

10.-

Algunos videos con respuestas:

<http://es.youtube.com/watch?v=kzSwoFgr1y0&feature=related>

<http://es.youtube.com/watch?v=WnGb-VmhiJc>

.- En los siguiente análisis del consumo, realizados hace algunos años, NO se anticiparon comportamientos ecológicos en el consumidor:

1.-

[Edición 31.01.1999 Clarín.com](#) » [Sociedad](#) » El consumo del futuro ...

Basándose en la interpretación de mil encuestas realizadas en todo el país y de encuestas cualitativas, delinearon las tendencias de consumo del futuro.

<http://www.clarin.com/diario/1999/01/31/e-03302d.htm>

2.-

Julio 28, 2007 [Friendly Business](#)

¿Cómo será el consumidor del futuro? 20 claves fundamentales para conocerlo mejor

<http://fbusiness.wordpress.com/2007/07/28/perfil-del-nuevo-cliente-del-futuro/>

Aunque la información encontrada dista todavía de ser la que anticipe un fuerte auge, el sentido de la conservación del planeta mediante comportamientos de compra, encuentra un persistente ascenso a través del desarrollo personal, lo que demuestra que comienza a constituirse un estilo de vida no agresivo con el entorno natural.

A través de la difusión por parte de entidades responsables, de cuales son los quehaceres de consumo civilizados para un nuevo ciudadano mundial, el *blog insightblog* es el estudio encontrado en la web que mas se asimila al planteado en esta tesis, pero no anticipa información respecto al año en que el consumidor querrá ver la mayoría de productos producidos responsablemente en su cesta de consumo^{lv}.

Al no ser tan convincente la tendencia observada en otros estudios similares, como los detallados a continuación, provoca alejar la estimación del año del boom ecológico en un 10%, respecto al obtenido en la **Paso 1: TABLA DE PROYECCION**

Paso 3: Ajuste a la ponderacion según segmentos de consumo

El consumo en consonancia con la naturaleza, es un perfil demasiado amplio para ser estudiado como la población total de individuos, los agrupamientos significativos para el análisis que pueden surgir son muchos. La segmentación indica resultados disimiles en el comportamiento conservacionista, si tomamos diferentes grupos de referencia.

Los segmentos de alto poder adquisitivo y mayor costumbre de consumo-derroche, son los menos numerosos pero los mas polutivos. Lo paradójico, es que hoy generan actividad económica, porque “tiran” del modelo de emulación de consumo (veo – quiero – compro), reflejando que es lo que se debe tener para ser “feliz” o “alguien”; pero en definitiva mueven a los mercados a consumir^{lvi}. Este efecto emulación nocivo, se podría convertir en un efecto emulación saludable y reconstructivo, si los referentes fueran un modelo de existencia cero - polutiva, o al menos si el modelo comunicacional dejara de exacerbar el consumismo como el camino a la “felicidad”, o “realización”.

Al estar latente la posibilidad de que surja una prolífica consciencia ecológica, encerrada en targets de concentración de ingreso medio - alto y buena preparación, no es de esperar que descienda rápidamente por la pirámide de posibilidades de consumo. Esto en cuanto al freno del derroche, aunque sí hay consumos indispensables para la vida que son polutivos y no tienen modo tecnológico de reemplazo por el momento.

Estas consideraciones arrojan el año de concentración del consumo en las organizaciones un 10% mas al futuro que el pronosticado en el **Paso 1: TABLA DE PROYECCION**, debido a que la globalización de un comportamiento no es un fenómeno que se pueda producir instantáneamente en todos los mercados.

Paso 4: Ajuste a la Ponderacion según avance demografico:

Este ajuste se realiza en ultimo lugar, debido a que el año a pronosticar puede variar notablemente, según el desarrollo de la demografía mundial, y como esta no tiene una proyección de numero de habitantes fija, puede hacer variar la proyección temporal del impacto estudiado^{lvii}.

La tendencia de que la población va a dejar de crecer al ritmo actual para comenzar a establecerse en un crecimiento natural neutro, o una población de reemplazo^{lviii}, desestiman los pronósticos iniciales que tenían en cuenta la posibilidad de un crecimiento desmedido del consumo por superpoblación. Una proyección mas confiable se podría tener si se pudiera anticipar el momento en que existirá una población de reemplazo, pero al no ser posible la proyección puntual, se puede adoptar un intervalo de años como resultado de la misma.

Parece arriesgado afirmarlo, pero a menor cantidad de hijos, puede haber mas tiempo para pensar, allí se puede filtrar la reflexión sobre el aporte que se hace al adoptar actitudes amigables con la naturaleza; este pequeño hecho sumado a la enorme cantidad de jóvenes en relación al resto de la población^{lix}, invita a acercar el pronostico en un 15%, y considerar un intervalo de cinco años alrededor del determinado como probable, para que llegue el momento en todas las organizaciones, de dedicar tiempo al medioambiente porque el consumidor se lo pide, o se lo exige.

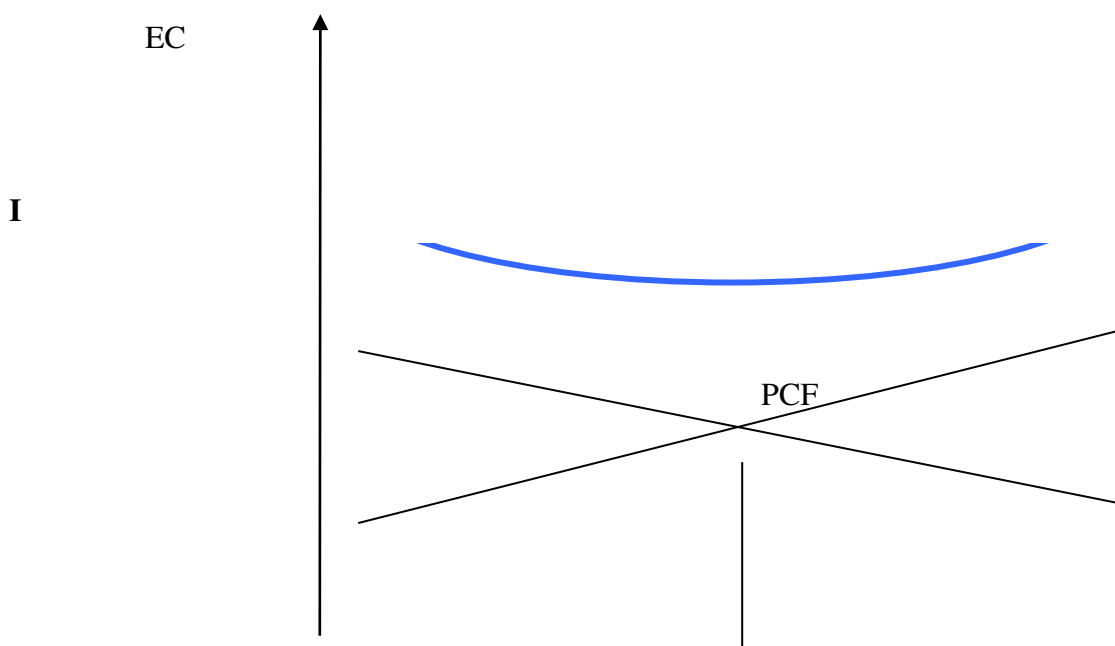
TABLA DE AJUSTES FINALES para determinar el AÑO DE APOGEO

2.- Ajuste a la Ponderación según estudios similares, 10%: 2 años mas que análisis según metas: $2028+2=$ 2030	3.- Ajuste a la Ponderación según segmento de consumo, 10%: 2 años mas que análisis según metas: $2028+2=$ 2030	4: Ajuste a la Ponderación según avance demográfico, (15%): 3 años menos que análisis según metas: $2028-3=$ 2025	$10+10-15=5\%$; $20*5\%+=21$; $2008+21=2029$ La mayoría de las organizaciones estarán condicionadas por el consumidor ecológico alrededor de 2029
--	---	---	---

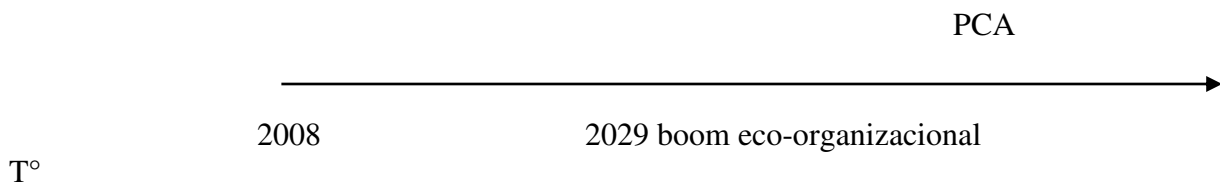
Según la proyección, pasado el 2029, las organizaciones ya no podrán negociar con el cliente, el tipo de trato que dan a la naturaleza, para esa fecha, prácticamente todas, de cualquier tipo o tamaño, habrán comenzado el camino hacia una producción global mas limpia.

No sabemos si con esta actitud se llegará a evitar el paso por un *Extremo de daño ecológico irreversible*, pero si que el mercado global llegará a una madurez cognoscitiva tal, que la organización que no aggiornó sus estrategias a la ecología, habrá tenido enormes oportunidades de pasar a la historia.

Es posible evitar el cruce de la *Frontera de posibilidades de regeneración de la naturaleza*, y son las organizaciones las que formularán un escenario sobre el que sea posible visualizar prosperidad a un muy largo plazo y el fin de un riesgo, que somete a inestabilidad al ecosistema global.



F.p.r.n.



2008: Año actual

I: Inflexión en la tecnología de RRHH y tratamiento de materiales

EC: nivel de conciencia ecológica organizacional

PCA: producción y consumo tradicional: posibilidad que desarrollaría la continuidad del paradigma actual de comportamiento de consumo y producción

PCF: producción y consumo futuros: posibilidades de desempeño de la eco-generación

F.p.r.n.: *Frontera de posibilidades de regeneración de la naturaleza*, es una sola, constante.

Boom eco-organizacional: Momento en que todas las organizaciones estarán conscientes de que deben colaborar con la conservación y restauración de la naturaleza, por si mismas o por la capacidad negociadora de sus clientes.

3.C.- Objetivo Especifico C:

En el Proyecto de investigación identificamos al apartado **3.2.3.- OBJETIVO ESPECIFICO C**: *“Prever los cambios que producirá el avance del comportamiento conservacionista en la organización, tomando como base el proceso de gerencia estratégica”*. Al que luego en **6.2.3.- ALCANZAR OBJETIVO ESPECIFICO C**, se le asigno el modelo metodológico siguiente: *Las referencias para basar las conclusiones que se darán en las tres metas que componen el presente objetivo específico, serán tomadas del libro “La Gerencia Estratégica” de Fred R. David, y de apuntes de la cátedra de Políticas y Tácticas Empresariales de la carrera a la que corresponde la presente tesis; los análisis realizados en los objetivos específicos A y B precedentes servirán como base, para determinar los puntos de la organización mas sensibles a las preferencias de un consumidor responsable con el medioambiente.*

3.C.1.- META C1

En el Proyecto de investigación definimos 3.3.3.1- META C1: “*Se analizaran conceptos a tener en cuenta, para ser introducidos durante la concepción de la visión y la misión empresarias, más la consideración del fenómeno ecológico durante la Auditoria Externa*”, que con la aplicación del diseño metodológico determinado en el apartado **6.2.3.1.- META C1.-**obtuvo los resultados siguientes:

Metodología: se desarrollaran los siguientes temas:

- a .- Componente ecológico de la Visión.
- b .- Un enfoque nuevo en la Misión.
- c .- Auditoria Externa: la amenaza del auge ecológico.

a .- Componente ecológico de la Visión:

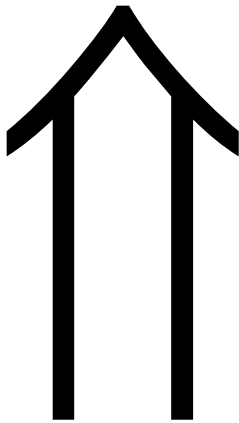
Dimensionar el impacto que el auge ecológico puede tener en la organización, ver el posible desempeño de la Organización en el futuro, requiere de la proyección de un escenario que contenga un marco para el de desarrollo de fortalezas internas, que funcionen como ventajas competitivas; y que además sirvan para enfrentar circunstancias externas, que puedan influenciar al mercado objetivo, instándolo a castigar a la organización, con su crítica institucional y/o con su habito de consumo “eco-conciente”. En este sentido, no conviene intentar ver el futuro como lo que quisiéramos que sea, sino como lo que puede llegar a ser.

Visión: De lo real a lo posible.

¿Qué pasara?, ¿que posibilidades nos brinda el futuro?, si lo pronosticamos en base a serias Auditorias interna y externa, podremos fijar *objetivos posibles*, realistas, en

base al intento de una *validación intensiva de lo real (FODA)*, y con *estrategias* que nos lleven a una realidad lo mejor anticipada posible.

Objetivos posibles



E
S
T
R
A
T
E
G
I
A
S

Análisis de la realidad (F.O.D.A.)

Auditoria Externa
Auditoria Interna

Nueva Misión

Al concebir la Visión, debemos tener en cuenta que la ola de la ecología, afectará a la cultura interna tradicional de la empresa y a su filosofía de trabajo, para evitar obsolecer en este sentido, solo podemos extraer, un objetivo principal y claro, “no contaminar”.

Según lo analizado hasta aquí, lo posible es la aparición de un consumidor eco-consciente, aunque lo real parece ser que, innovar en ser ecológicamente responsables, sin evaluar el factor financiero de tal riesgo de capital, suena cándido, pareciera que no

podría sino brindarles oportunidades a la competencia, de explotar su preocupación por algo que debiera preocuparse el conjunto, pero que aparentemente esta lejos de hacerlo.

Imposible impulsar el riesgo en mi organización, sólo para evitar la polución de los sistemas naturales; ya sería bueno que en estos casos las reglas para la industria provengan de acuerdos y regulaciones justas; pero es tan difuso el concepto de mercado y de competencia para muchas de las inversiones polucionantes, que constituye una barrera importante como para que la actitud de intentar limpiar el planeta, provenga de coordinar pequeños esfuerzos orientándolos hacia un “eco-objetivo” global.

Es en la planificación estratégica, en donde debe estar contemplado el factor ecológico, el que al ser reflejado en la redacción de la Visión, se transcribe a los objetivos programáticamente, y al fin estos canalizan el caudal del propósito ecológico conjunto de la organización hacia el medio. Mas cerca de la empresa, se debe tener en cuenta que medir el comportamiento “ecológico” en el publico objetivo, será prever el modo en que éste premiará el mérito al cuidado de la naturaleza, por parte de las organizaciones proveedoras de bienes y servicios.

b .- Un enfoque nuevo en la reformulación de la Misión.

Para la redefinición de la Misión organizacional, se deberá tener en cuenta la importancia de realizar una Auditoria Externa “Eco-conciente”; una Misión, debe comunicar qué somos y qué hacemos, pero no debemos olvidar decir como nos relacionaremos con los ecosistemas circundantes.

En la REDACCIÓN de la Misión, la responsabilidad con el futuro de la naturaleza, puede canalizarse a través del enfoque de la preocupación por la imagen publica, y en el estudio de las características de consumo de nuestros clientes, aunque una intención mejor declarada, correspondería a la inclusión de la ecología como parte en el enfoque filosófico de la misma. De hecho al plantear la reformulación de la Misión, David asegura la importancia de revelar y practicar Responsabilidad Social Corporativa^{lx}

Se debe tener en cuenta que el grado de Responsabilidad Social Corporativa ejercido puede quedar repentinamente bajo la lupa del consumidor objetivo, y generar la

participación competitiva de estos clientes que rápidamente, asimilan el aprehendizaje de la convivencia con la naturaleza a través del consumo.

La declaración de Visión tiende a ser más gráfica y abstracta que las declaraciones de Misión (que tienden a ser más concretas y prospectivas). Una declaración de Visión muestra una escena futura, a la que se puede llegar con las posibilidades existentes, y deseos de ocurrencias futuras sobre esas posibilidades. Mientras que la declaración de Misión proporciona guía inmediata, una declaración de Visión inspira^{lxi}.

c.- Auditoria Externa: la amenaza del auge ecológico.

Al efectuar auditoria externa, es determinante la correcta detección de los factores ambientales claves, para nuestro caso de factores ambientales clave relacionados con la ecología, además de la metodología para obtenerlos propuesta por David, podemos usar un estudio completo de la posición estratégica, derivado de la metodología de análisis denominado LA RIVALIDAD AMPLIFICADA DE PORTER^{lxiii}. Para el caso de preocuparse por lo que pueda ocurrir a su organización, de acuerdo a los últimos sucesos ecológicos en el mundo, la realización de la auditoria externa ecoconsciente, especialmente cuando se analiza el poder negociador de los compradores y la amenaza de la entrada de productos sustitutos al mercado, debe contemplar el factor clave de **la amenaza de auge ecológico.**

Las Preguntas que deben hacerse para una primera búsqueda de factores ambientales clave, para una organización que ponga la mirada en su responsabilidad ecológica y las oportunidades que brinda dicho fenómeno, son del tipo: ¿cuánto poluciono comparativamente con la competencia?; ¿Cuánto y cuándo presionara el comprador?, ¿qué avances en materia legal y política se prevén?.

3.C.2.- META C2

En el Proyecto de investigación definimos **3.3.3.2.- META C2:** “*En el Análisis Interno veremos diseños de objetivos y estrategias con componente ecológico, y se*

propondrán algunas específicas para las áreas de Personal, Mercadeo, Producción y Finanzas”. Que con la aplicación del diseño metodológico determinado en el apartado **6.2.2.2.- META C2** del mismo proyecto, obtuvo los resultados siguientes:

Metodología: Se desarrollaran los siguientes temas:

- a .- Auditoria Interna: Eco-objetivos y eco-estrategias.
- b .- Evaluación Interna Eco-consciente
- c .- Flexibilidad temporal de la estrategia ecológica.

a.- Auditoria Interna: Eco-objetivos y eco-estrategias:

La determinación de **eco-objetivos**, relacionados con aprovechar el auge de la conciencia ecológica, requiere del desarrollo de **eco-estrategias**, que puedan otorgar ventajas competitivas creativas e innovadora, respecto a la competencia y el entorno.

En la Evaluación Interna, se debe intentar identificar y evaluar debilidades, que pudieran acentuarse, si surgiera el fenómeno del consumo sustentable, puesto que la ecología, supone un factor de riesgo que atañe a la alta dirección controlar.

Evaluando fortalezas, se observaran las posibilidades de construcción de imagen institucional, y la proyección de incorporar no sólo el valor de la imagen, sino generar tendencias internas para facilitar el reemplazo eco-tecnológico, tanto de recursos humanos como materiales.

Todas las intenciones de mejorar la relación de la organización con la naturaleza, pueden ser esgrimidas luego como actitudes generosas con el problema común de la contaminación, y cuanto mas contenido de verdad tengan, más mejoraran el valor de la empresa y sus productos en la *caja perceptiva* de un cliente, que de a poco, se irá nutriendo de rasgos ecológicos.

b.- La Evaluación Interna Eco-consciente:

b.1.- La auditoria Gerencial

En el sentido programático, según el Diagrama De Proceso Administrativo, las organizaciones son especialmente sensibles al fenómeno estudiado, en lo que comprende a las actividades de Planificación, Organización, Dirección y Control^{lxiii}. Este análisis incluye el estudio de la función de personal, que en un caso como el nuestro adquiere especial relevancia, por la posibilidad de interacción entre los componentes humanos de la organización, y el entorno.

PLANIFICACION: Los componentes que son útiles para la predicción, la fijación de objetivos, el diseño de estrategias, el desarrollo de políticas, y la fijación de metas con sentido ecológico, se pueden observar ampliamente estudiados en la currícula de la carrera, Ecología Humana y Gestión Ambiental^{lxiv}.

ORGANIZACIÓN: La definición de la responsabilidad de un área o departamento, sobre como será su colaboración con los objetivos ambientales, es una tarea complicada. La mirada en este sentido comienza a hacerse aguda sobre los aspectos vulnerables del Know-How, y de la curva de experiencia de los Recursos Humanos.

DIRECCION: Las decisiones estratégicas adoptadas por la alta gerencia, tendrán muchas chances de ser seguidas por los niveles mas bajos de mando, debido a que el factor ecología se encuentra impregnado en lo mas variados ambientes sociales y familiares.

Al realizar la administración del personal, se necesita observar los aspectos de maduración en los conocimientos de ecología de los aspirantes, y motivar a la plantilla, a tener en cuenta los pormenores ecológicos a desenvolver durante las horas de trabajo^{lxv}. Son conocidas las estrategias para vencer la resistencia al cambio, y al ser la ecología un tema nuevo, lo mejor es trabajar con el personal mejor predisposto, y evitar desarrollar una planificación y organización con sistema de premios y castigos.

CONTROL: esta tarea se debe flexibilizar en cuanto al margen temporal previsto para su ejercicio, abreviando el tiempo entre ciclos de planificación estratégica, y realizando tareas de control cada menos tiempo que el acostumbrado. La inestabilidad del fenómeno ambiental, hace necesaria una mayor frecuencia en la comparación de los valores proyectados con los efectivamente realizados, dedicando mas tiempo a revisar los métodos de control, para otorgar flexibilidad de reacción ante un fenómeno externo, tan volátil como el ecológico.

b.2.- La auditoria de mercadeo

Los subconjuntos objetivo (targets), influenciados por la corriente del consumo responsable, son la clientela a satisfacer si la decisión es la de emprender Misiones con contenido ecológico. Analizar su poder negociador potencial también es recomendable, puesto que se deben tener acotadas las dimensiones del reclamo ecológico a la marca o empresa, para no realizar esfuerzos de marketing apresurados.

Ser escéptico en este sentido, y considerar que el publico no rechazara mi oferta es un error estratégico, todas las organizaciones son polutivas, y en mayor o menor medida todos contaminamos^{lxvi}; hasta las organizaciones prestadoras de servicios tienen una huella contaminante mensurable, y si es juzgada como excesiva por el consumidor, la considerará como característica de rechazo a las cualidades de su oferta, eliminándola de su lista de preferencias.^{lxvii}

b.3.- La auditoria financiera

El riesgo financiero principal, es la volatilidad que por ahora presenta el fenómeno, es posible que en un escenario tan difuso, se apresuren las decisiones presupuestarias para acciones tendientes a lo ecológico, y que con lo invertido, no se logren las ventajas que justifiquen el gasto o la inversión.

La velocidad del ciclo de rediseño de productos bajo riesgo de obsolescencia ecológica aumentará, y si la planificación cae fuera de un horizonte temporal adecuado, se correrá el riesgo de no cubrir los pasivos que generó, el invertir en nuevos diseños para la producción.

Un cambio en las motivaciones de consumo, que trae un impulso con un factor de aceleración desconocido, resiente los soportes de teoría financiera tradicionales sobre los cuales se asienta la planificación de caja, y el ciclo de vida de los productos.

Si hablamos de localización podemos decir que es agradable la brisa marina, incluso genera un buen ambiente laboral, pero, ¿en cuanto tiempo podrá estar tu organización en el agua?^{lxviii}.

En cuanto a la logística, afinar mucho más la punta del lápiz al diseñar recorridos y gastos de combustible, puesto que ellos aumentan la huella contaminante de la organización.

b.4.- La auditoria de producción, investigación y desarrollo

Lo importante a tener en cuenta en producción, es la capacidad de brindar posibilidades al área de diseño de conceptos y productos; las nuevas destrezas en la ingeniería industrial, alientan a la construcción de escenarios creativos, que invitan a imaginar modelos que incorporan rasgos de amistad con la naturaleza.

b.5.- Las relaciones internas

Como propuso David, las relaciones que se pueden tejer entre las diversas áreas de la organización son muchas. Estas interrelaciones irán formando de a poco el caudal de conciencia ecológica interno, y generando fortalezas para enfrentar la amenaza del auge ecológico y el consumo sustentable.

c .- Flexibilidad temporal de la eco-estrategia:

La misma depende de la intensidad de la huella contaminante y de la Madurez cultural del publico objetivo, el cálculo de estas dos variables ubica al administrador en el tiempo, para ayudarlo a evitar inversiones extemporáneas, y a diseñar ventajas competitivas en materia ecológica.

Dicho de otro modo, el problema estratégico que puede surgir a la hora de decidir fijar eco-objetivos, es el coste oculto de innovar antes que la competencia, y la sobreestimación del valor estratégico de la decisión.

Una clave: La construcción de ventajas competitivas “Verdes” debe estar presente en los guiones estratégicos.

3.C.3- META C3

En el Proyecto de investigación definimos **3.3.3.3.- META C3:** *“Implicancias de la tendencia al “eco-consumo”, sobre las posturas estratégicas de supervivencia, crecimiento y rentabilidad. Etapas de Ejecución y Evaluación de estrategias”*. Que con la aplicación del diseño metodológico determinado en el apartado **6.2.3.3.-**, obtuvo los resultados siguientes:

Metodología: Se desarrollaran los siguientes temas:

- a .- Ejecución: Visión Compartida. Evaluación: Controles flexibles.
- b .- Estrategias en tiempos de supervivencia, crecimiento y rentabilidad
- c .- Estrategias ecológicas

a .- Ejecución: Visión Compartida. Evaluación: Controles flexibles.

a .- 1.- Ejecución: Visión Compartida.

La participación de los empleados y de los mandos medios, en el Proceso de Gerencia Estratégica^{lxix}, es facilitado por el creciente auge ecológico, el esfuerzo para lograr la Visión Compartida esta presente en la Formulación, Ejecución y Evaluación de Estrategias, el mismo, debe centrarse en los miembros de la organización que estén predispuestos al cambio, creando de esta manera estados de alerta y respuesta en el personal, para que estén adiestrados si el fenómeno golpea las puertas de la organización; depende de la intensidad de la presión del publico objetivo, para ir adecuando estos esfuerzos a la dinámica diaria.

Transmitir la Visión de la Alta Dirección a través de la cadena de mando, para una nueva estrategia de gerencia ecológica, es, como dice en el párrafo anterior, facilitada por

el auge de la conservación; se hace menos complicado el darle sentido al desempeño conjunto, porque por tratarse de la problemática ambiental, se podría traducir a todos los niveles jerárquicos, ayudado por la influencia de cada vez mas personas en el entorno del trabajador de la organización.

La implementación de cambios clave en la organización, estará motivada por un fenómeno que afecta en mayor o menor medida a todas las industrias, desde luego la dosis de convicción y motivación puede encontrarse en el hogar del empleado, en los niños con los que convive, quienes tienen mas exposición a las noticias de la contaminación humana, haciendo mas fácil el traslado del concepto al espacio laboral.

Las decisiones estratégicas adoptadas por la alta gerencia, tendrán mas chances de ser seguidas en los niveles mas bajos de mando, debido a que el factor ecología se encuentra impregnado en lo mas variados ambientes; una atención primordial merecen los conceptos que abundan en el ambiente familiar, y se introducen favoreciendo las convicciones impulsadas en el proceso del cambio organizacional. La invitación es al intento de comenzar a imaginar, que cambios ecológicos se pueden hacer, para afrontar una reacción del publico objetivo.

a .- 2.- Evaluación: Controles flexibles.

En el apartado de Proceso Administrativo, ya se tocó el tema de control de gestión, ésta tarea deberá flexibilizar el margen de sus mediciones, abreviando el tiempo entre ciclos de planificación, aplicando control cada menos tiempo que el acostumbrado, especialmente en la monitorización del fenómeno del consumo responsable en el target group; otorgando de esta manera, la flexibilidad de reacción necesaria ante un fenómeno externo de auge.

b .- Estrategias en tiempos de supervivencia, crecimiento y rentabilidad

Las organizaciones que evalúen el enfoque de SUPERVIVENCIA, deberán observar si son competitivas en materia ambiental, para poder enfrentar con solvencia, cambios en el comportamiento del consumidor; para aumentar las chances de lograr los objetivos, la auditoria externa no debe olvidar la posibilidad de múltiples efectos

mariposa que se dispararon con el fenómeno de la contaminación humana, algunos de los cuales se pueden anticipar, consultando fuentes claves, para definir variables medioambientales creativas, que diferencien su enfoque del de la competencia, generando una oportunidad, donde los demás solo ven amenazas inflexibles.

CRECIMIENTO Y RENTABILIDAD son posibles, solo si podemos diferenciarnos a tiempo, para lograrlo, debemos mejorar el análisis y comprensión del mercado y de la coyuntura social ecológica, con el objeto de tener diseñado un escenario mejor definido que el de la competencia, en el que un fenómeno de comportamiento impredecible, se encuentra agazapado en la mente del consumidor. Supervivencia, crecimiento y rentabilidad, son tres palabras omnipresentes en la mente del gerente, aunque por pudor, éste solo hable de las dos últimas^{lxx}.

c .- Estrategias ecológicas:

Como adaptarse al auge ecológico: construcción de ventajas competitivas.

Creación de valor: haga todo lo posible por recordar a diario, que su rol es importante en la reducción de la contaminación humana, así estará preparado para cuando lo haga su cliente.

¿Qué me debe preocupar como empresario?: que la ola de la ecología no me sorprenda, con el mercado en contra de su proceso productivo, y por ende con una desventaja comparativa; situación que expone a la organización a la entrada de competidores o de productos sustitutos, ante la fuerza competitiva de clientes, que podrían destruir conceptualmente alguna de las marcas, o la imagen corporativa de la empresa.

Precio ecológico: Fijación de precios, que obtengan un margen de contribución, del segmento de consumidores ecológicos^{lxxi}.

Posicionamiento y ecología: la ecología es una variable que crece en importancia al posicionarse por sí misma en la mente del consumidor, debido a los acontecimientos de riesgo ambiental que crecen en número e importancia a nivel mundial, una manera de adecuarse a la corriente en movimiento del consumo ecoconsciente, son las construcciones estratégicas propuestas por autores como Kenichi O'mae^{lxxii} o Jack Trout^{lxxiii}.

Si Ud. defiende una estrategia de Líder, retador o seguidor, deberá tener en cuenta:

Si es Líder: la empresa u organización que no aggiornó a tiempo su relación con la naturaleza, podrá ser impactada sorpresivamente por un crecimiento del consumo ecoconsciente tal, que su vanguardia tecnológica pueda obsolecer, y sus ventajas financieras recaer, y además, colársele el retador como líder en algunos de los productos, o todos, con los que compiten en el mercado

Si es retador: ser creativo en ingeniería de procesos y reducción de la huella contaminante puede ser importante, no hablamos de intentar ser la vanguardia ecológica, sino de ir observando las posibilidades de su organización de subir a un tren, que llegara inexorablemente a todas las estaciones industriales, y que de pronto puede encontrar descuidada a la organización líder de la suya.

Si es seguidor: y no hizo los deberes ecológicos, de observar las posibilidades de innovar en producción, o en imagen, o constituir previsiones financieras para enfrentar cambios de este tipo; verá en algún momento al consumidor, rehusando adquirir su producción.

4.-CONCLUSIONES Y/O RECOMENDACIONES

4.1.- CONCLUSIONES

Para revertir la cantidad de actividades contaminantes, se necesitarían propósitos mundiales que destinen una parte del ahorro y la creación de valor, a emprendimientos reparadores del ecosistema global^{lxxiv}.

El sector privado, reacciona de maneras disimiles al fenómeno, las contingencias que engendran estas reacciones configuran un modelo, que lo induce por un lado a comportamientos invasivos y polutivos inconscientes con la naturaleza, y por su contrario a comportamientos orientados a mantener la variedad y el estado biológico para las futuras generaciones.

Hay pocas garantías de éxito en los intentos de adecuar la organización a los tiempos ecológicos, los riesgos de otorgar crédito, son evaluados por los organismos financieros de acuerdo a su visión del comportamiento del mercado, el cual, si es bien auscultado, puede generar al capital invertido, rentabilidad del tipo "verde". Pero no se ven anticipos por proyectos o programas de inversión, con retornos a mas de 30 años, aunque son necesarios planes financieros que involucren periodos mayores, para generar cambios ecológicos en muchas de las actividades económicas, pero, ¿quien arriesga sus ahorros?, ¿quien recibe el préstamo "verde", y trabaja en los fundamentos que lo originaron?. Tampoco el modelo capitalista tiene una propuesta muy seria para salir de la crisis ecológica.

Por el momento, crece la inestabilidad en otro sistema susceptible de entrar en estado de caos, la atmósfera^{lxxv}; hay industrias mas comprometidas que otras, y existen factores económicos estructurales, que no permiten un cambio inmediato en las modalidades de obtención de insumos, fabricación de productos, y tratamiento completo del destino de residuales. El que invierte en estos cambios, puede incurrir en costos peligrosos para su organización, los que, sin la adecuada gestión para la obtención de ventajas competitivas, pasarían a engrosar el monto de gastos e inversiones de incierto destino, hechas hasta ahora a nivel mundial en ecología.

Las actividades que desarrolla y desarrolló el ser humano, siguen siendo de las mas comunes, pero acumuladas, dan como resultado el drama ambiental; es así que se puede considerar ínfima, la responsabilidad que tiene cada uno con la salud del planeta, y caer fácilmente en la trampa de la emulación entropica individual, que dicta al

subconsciente la instrucción de aversión al riesgo que dice “¿porque yo cuidaría quizá en contra de mi beneficio, si otro no lo hace?”, o en la emulación entropica organizacional, que a veces se transforma en el raid polutivo de “yo contaminao o depredo, porque compito con otros que hacen lo mismo, y si yo no destruyo, la competencia lo hará en su beneficio y en contra del mío”; ó peor aún, correr el riesgo de ser objeto de burla por no apropiarse de la rentabilidad de la actividad polutiva, y caer en la escala social frente a los otros que si contaminan^{lxxvi}. El que invierte hoy en ecología de su propio peculio entonces, podría ser considerado tranquilamente como un advenedizo o un orate, que esta pronto a malograr su inversión, su dinero, sus bienes, frente a un cambio que acabará con sus precursores. Diseñar métodos productivos en un marco de sustentabilidad e igualdad, comercio justo y consumo consciente, implica acelerar el proceso de investigación y desarrollo de tecnologías con contaminación cero.

Sin embargo algunos consumidores, reconocen el impacto de las costumbres de consumo sobre el medio ambiente, son consumidores inteligentes y quieren que las compañías con las que tienen una relación comercial lo sean también, ello significa no solo crear productos que los ayuden a organizar su vida, a lograr el éxito personal y comercial, a lucir bien y sentirse bien, sino también productos que le ayuden a reducir la cuenta de su huella contaminante individual.

Por el lado de las empresas, al igual que los ñus de una manada que deben cruzar primeros el río africano, las primeras en invertir en ecología, pueden sucumbir ante el peligro del entorno, invertir con riesgo puede hacer sucumbir al que lo intente primero, mas luego de que algunos comiencen, serán seguidos por la mayoría, materializando el auge al que hace referencia el presente informe final. Este es el tipo de limite a cruzar que nos plantea la coyuntura ecológica mundial, si estás entre las primeras organizaciones que tienen que cruzar el río, dependerá de tus destrezas administrativas para no caer presa de las fauces de alguna inversión mas avezada, que “se gane” tu mercado, con una mejor planificación. Una vez hecho el camino, todas las organizaciones podrán pasar a salvo, pero no sabemos si queda tiempo para tanto coqueteo competitivo, sí, que se deben ir ajustando las reglas de la administración, a un nuevo escenario de comportamiento eco-organizacional^{lxxvii}

4.2.- RECOMENDACIONES:

La utilidad que una organización brinda a su entorno, se ve reflejada en su Misión, a nivel ecológico, las que obsoleceran primero, son las que llevan adelante misiones de poco valor socioeconómico y de alta contaminación; la medida del compromiso de una organización con el eco-objetivo global, estará representada por su cuenta de emisiones contaminantes. A nivel empresas, la huella contaminante es lo que se advierte como sonda para el consumidor, quien, en un acto de elección consciente, podría acelerar el proceso de sustitución de modelos de fabricación, al preferir producción limpia.

El control de las emisiones, comenzó a exigirse hace más de 30 años al mundo, por parte de la comunidad científica^{lxxviii}; ya se difundió a los niveles medios de la comunidad global, y para cuando alcance la masificación, estimamos alrededor de 2029, las organizaciones ya habrán modificado su desempeño, para hacerlo más acorde a tiempos de “salvataje ecológico”^{lxxix}.

La humanidad está tomando consciencia y la organización que no lo haga, como reflejo del avance del concepto ecológico en los individuos, podrá ver desmantelarse sus posibilidades de supervivencia frente a la competencia, o a la capacidad negociadora de los clientes. La supervivencia de las empresas mas contaminantes estará íntimamente relacionada con la reinención de procesos en ellas, y en sus cadenas de valor, tendientes a hacerlas mas ecológicas y por tanto aceptables para el publico. Muchos creen, que la contaminación es un problema que va por la otra vereda, pero, ¿ya se cruzó al frente para ver la suya?, esto es, no solo ver la propia contaminación, sino también la contaminación que produce como eslabón de la red de organizaciones con la que está involucrada. Si lo que observo no le gustó, probablemente primero lo negará, quizá luego se culpe por no haberlo sabido antes; seguramente lo aceptara, y luego, comenzará a actuar en consecuencia, con creatividad para evitar los costos innecesarios, y encontrando escenarios posibles, al diseñar ecoobjetivos rentables. Comience cuanto antes.

Seguramente deberá revisar:

- .- Materias primas: modalidades de obtención y transformación, disponibilidad, derroche, descuido.
- .- Formas alternativas de energía: para reemplazo de las mas contaminantes.
- .- Destino de los desechos del proceso productivo.
- .- Destino de los deshechos, luego del consumo o la transformación del insumo.
- .- Reinención de procesos.
- .- Logística: innovaciones.
- .- Recursos humanos: emisiones del traslado y permanencia en el trabajo.
- .- Los niveles de contaminación que alcanza en conjunto con las organizaciones que interactúa.

Un cambio de actitud:

- .- Considerar al menos el tema, y por encima de la rueda operativa rutinaria.
- .- No importa el pasado tecnológico, reinvente los procesos de ingeniería procedimental
- .- Afine la percepción de “Lo malo – lo bueno” para su organización, en el sentido de “Contamino – no contamino”.

Es recomendable:

- .- Verificar la relación con la naturaleza, para no ver al consumidor haciéndolo por Ud.
- .- En términos de F.O.D.A., comience a construir fortalezas internas para aprovechar oportunidades, que brindará una amenaza externa, que afecta de idéntica manera a sus competidores directos y a los mercados en general.
- .- Analizar cuando puede volver los ojos sobre su Misión, un público que se preocupa cada vez mas por la contaminación, y que puede influenciar con ideales ecologistas, a su segmento objetivo.
- .- Conocer el modo en que el publico puede presionar, por disposiciones legales en materia ambiental, que pudieran afectarle si fuesen puestas en vigencia.

.- Considerar necesaria la innovación en eco- tecnologías, y urdir una estratagema de posicionamiento, orientada a enriquecer la imagen de sustentabilidad de la empresa, y a la diversificación con atributos ecológicos de sus producciones.

De esta forma, estará preparado para cuando el consumidor, el estado, u otras organizaciones, le exijan cuentas sobre su Responsabilidad con el medioambiente, momento que intentaremos anticipar para todas las organizaciones del mundo, a través de un método proyectivo gráfico matemático, con el que una vez conocida la concentración geográfica del mercado, y el tipo de naturaleza que pone en peligro la explotación, se puede prever un año tentativo en el que esperar que el consumidor, presione con su poder de compra, para la sustitución de las metodologías de explotación, tratamiento de materias prima, o destino de residuales, tanto de fabricación como del producto en desuso. Es el trabajo practico a continuación.

4.3.- Trabajo Practico: ¿CUÁNDO OBSOLECERÁS?

Este apartado contiene un método de resolución de casos, con el que anticipar el impacto temporal de la ola ecológica, en una organización cualquiera.

Se intenta describir una cronología, en la que las diversas organizaciones, según su forma de contaminación mas caudalosa, y la localización geográfica de su mercado, serán presionadas por el consumidor ecoconsciente. El **Trabajo Practico** tiene el objeto de adelantar el año en el que el cuidado de la naturaleza será requerido a una organización cualquiera, esto se hace con el propósito de contestar a la pregunta: ¿Cuáles organizaciones serán impactadas primero?, ¿Cuáles después?

Para ello, se adaptó una metodología proyectiva, que valide la intensidad y el desarrollo temporal a nivel global, del fenómeno del consumo sustentable o ecoconsciente, para que un Administrador, tenga oportunidades sobre la competencia, al observar las amenazas ecológicas del entorno y anticipar cuando será impactado su mercado.

Se trabaja con un método, que posibilita anticipar temporalmente, la oportunidad para la creación de una ventaja competitiva importante, sobre las empresas u organizaciones de la competencia, y también, sobre los otros factores competitivos de la organización.

TIPOS DE ORGANIZACIONES POLUTIVAS

Las organizaciones mas amenazadas de acuerdo a características generales:

.- Las relacionadas con la demanda de energía, puesto que son presionadas para la sustitución tecnológica, por el consumo cada vez mas creciente de energías limpias y renovables.

.- Las que dejan grandes huellas de carbono para proveer producción suntuosa, puesto que son las que cubren el tipo de consumo que generalmente declina cuando hay un ciclo negativo en la economía (como el actual en países del primer mundo).

.- Las que no son eficientes en términos de misión – emisión, debido a una contribución grande al calentamiento global, o a la contaminación, y una razón de ser socioeconómica tenue.

.- Las organizaciones con localizaciones que no son flexibles a las consecuencias del cambio climático^{lxxx}.

Las organizaciones mas amenazadas de acuerdo a su relación con la producción de:

Al utilizar el buscador con entradas similares a esta encontramos que las principales fuentes de contaminación son la deforestación, la quema de combustibles fósiles, y la producción de carne para consumo humano. No es muy profundo el análisis

por no encontrarse datos mas precisos en internet, solo se observan publicaciones con porcentajes globales para los siguientes rubros:

1.-

04-11-08, Rutas verdes hacia el crecimiento, *Por Nicholas Stern*

Y si como debemos, detenemos la deforestación – la fuente del 20% de las emisiones de gases invernadero – al mismo tiempo podemos también proteger e incrementar nuestra biodiversidad y sistemas hídricos.

<http://www.ecoportal.net/content/view/full/82348>

2.-

Domingo, 7 de septiembre de 2008 – BBC Mundo

... El dato de la FAO del 18%, incluye los gases con efecto invernadero liberados en cada parte del ciclo de producción de carne...

http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/science/newsid_7602000/7602896.stm

3.-

Domingo, 7 de septiembre de 2008 –BBC Mundo

...En contraste, el transporte aporta solamente el 13% de la huella de gas invernadero del género humano, según el PICC...

[fuente: idem 1.-](#)

4.-

25 de setiembre del 2008, www.elcomercio.com.pe

Los viajes por turismo generan 2% de gases de efecto invernadero: Así lo afirmó la Organización Mundial del Turismo, tras añadir que se movilizan unos 900 millones de turistas al año <http://www.elcomercio.com.pe/ediciononline/HTML/2008-09-25/los-viajes-turismo-generan-2-gases-efecto-invernadero.html>

Las organizaciones mas amenazadas de acuerdo al tipo de contaminación:

Los siguientes ejemplos nos ayudan a concluir sobre la pregunta, ¿Qué tipo de industrias son las más contaminantes?. Aunque se mencionan sin los porcentajes o las cantidades emitidas, se pudo ver que las mas comprometidas son:

1.-

Entre las fuentes de contaminación más notables, podemos citar las siguientes:

- Emanaciones industriales, en forma de humo o polvo, las cuales son lanzadas a la atmósfera y contaminan el aire.
- Aguas residuales de origen industrial, que constituyen la principal fuente de contaminación de las aguas.
- Aguas albañales procedentes de la actividad humana.
- Productos químicos procedentes de la actividad agropecuaria, los cuales son arrastrados por las aguas; entre ellos, plaguicidas, fertilizantes, desechos de animales, etc.
- Residuos sólidos provenientes de la industria y de las actividades domésticas.
- Emanaciones gaseosas producidas por el transporte automotor.
- Dispersión de hidrocarburos en las vías fluviales y marítimas, causadas por la transportación a través de estas vías.

...

El Calor. El calor producido por hornos mal ubicados, por la actividad industrial, el transporte, las quemas forestales y, en general, todo proceso de combustión, ocasiona problemas ambientales debido al incremento de la temperatura.

...

- Aerosoles (en los que se incluyen las partículas sedimentables y en suspensión y los humos).
- Óxidos de azufre, SO_x.
- Monóxido de carbono, CO.
- Óxidos de nitrógeno, NO_x.
- Hidrocarburos, Hn Cm.
- Ozono, O₃.
- Anhídrido carbónico, CO₂.

<http://www.jmarcano.com/recursos/conta.html>

2.-

Industrias de alto impacto medioambiental, que han puesto en marcha programas para minimizar este impacto y recuperar los recursos naturales.

- Compañías madereras y papeleras.
- Compañías petroleras.
- Empresas de prospección y explotación minera.
- Compañías petroquímicas.
- Constructoras.
- Grandes complejos hoteleros y turísticos.
- Industria del transporte.

<http://www.ecoestrategia.com/articulos/weblog02/articulos/weblog0201.html>

Las organizaciones mas amenazados de acuerdo a la localización geográfica de su target group:

Este es un análisis en el que se utilizan datos mundiales publicados por internet, de los que se puede derivar la escala de localizaciones de mercados nacionales mas contaminantes; tambien, la Escala o ranking de las poblaciones mas contaminantes, dividiendo el numero de pobladores sobre el total de emisiones del país, para obtener un resultado, que indique el *ranking de emisiones por país, y per capita*^{lxxxii}.

Emisiones por país y per capita

País	Emisiones en ton. de CO2	Población	Emisiones per capita
EE.UU. -	2,530,000,000	305,011,208	8.29 ton.
China -	2,430,000,000	1.312.550.000	1.85 ton.
Rusia –	600,000,000	142,893,540	4.19 ton.
India –	529,000,000	1.129.291.310	0.47 ton.
Japón –	363,000,000	127,463,611	2.85 ton.
Alemania -	323,000,000	82,210,000	3.92 ton.
Australia -	205,000,000	21,179,211	9.67 ton.
Sudáfrica -	201,000,000	44,187,637	4.54 ton.
Reino Unido -	192,000,000	61,054,937	3.14 ton.
Corea del Sur-	168,000,000	48,846,823	3.44 ton.

En la tabla siguiente se presenta ordenado por país, el cociente entre la cantidad de emisiones de CO2 y su numero de habitantes, obtenemos así el **Ranking de Emisiones per capita por país**, y con él el ranking de mercados geográficos, que comienzan a revelar industrias claramente amenazadas de presión por parte del consumidor, y no solo por él, sino por agentes estatales y organizaciones intermedias.

Ranking de Emisiones per capita por país

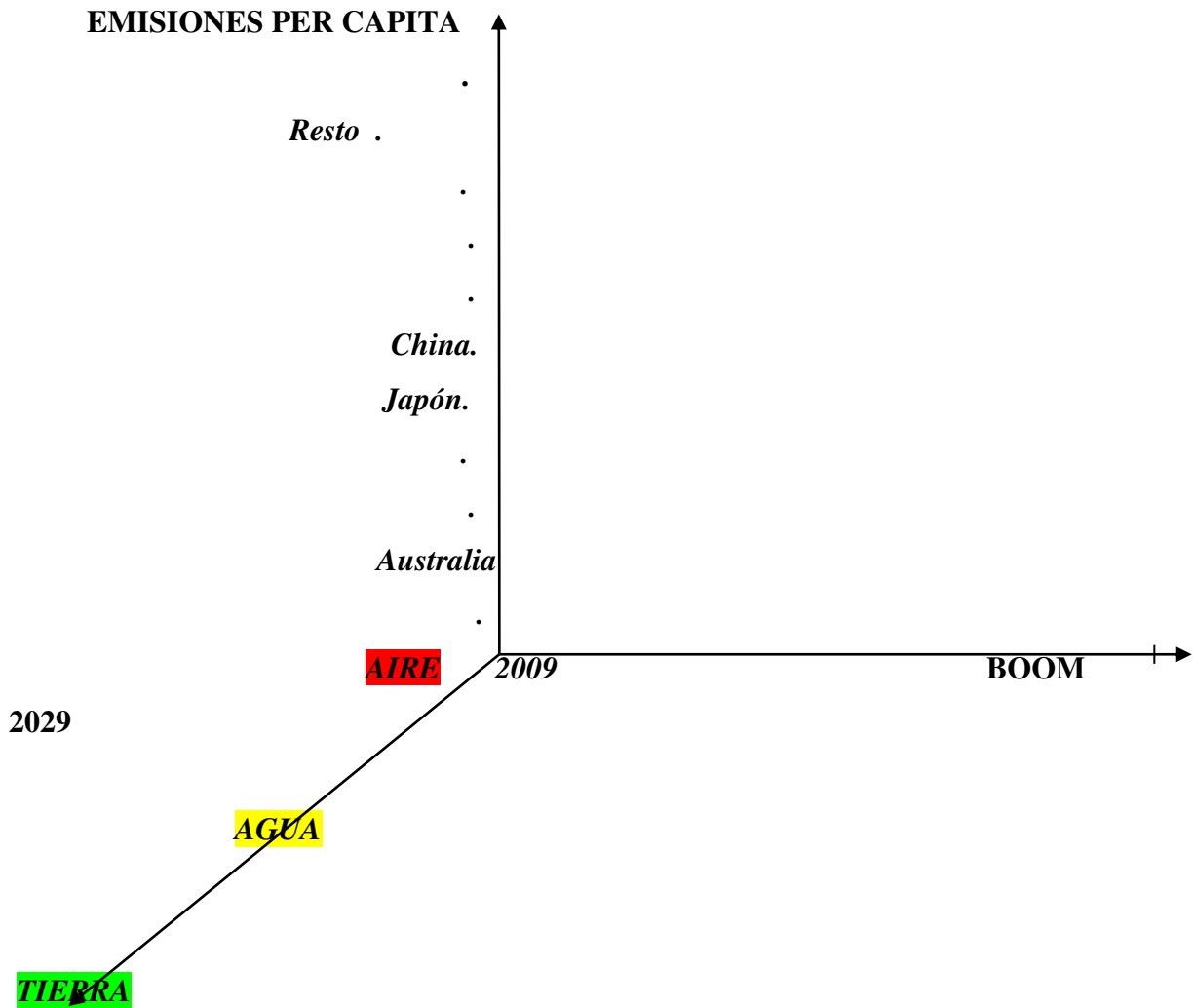
Ranking	Emisiones
---------	-----------

Emisiones per capita	per capita
Australia	9.67 ton.
EE.UU.	8.29 ton.
Sudáfrica	4.54 ton.
Rusia	4.19 ton.
Alemania	3.92 ton.
Corea del Sur	3.44 ton.
Reino Unido	3.14 ton.
Japón	2.85 ton.
China	1.85 ton.
India	0.47 ton.

METODOLOGÍA PARA LA RESOLUCIÓN DE CASOS

Se trata de cruzar datos y comenzar a ver las industrias y rubros amenazados, por el auge de consumo ecoconsciente, se mantienen constantes factores étnicos, religiosos, culturales y del ciclo económico. Primero se encuentran las que ya comenzaron a modificar sus modelos productivos, ante un mundo, reticente a su modo de producción contaminante, luego están las que no lo harán todavía, y por ultimo las que falta mucho para que lo hagan.

Para el caso a resolver, realizaremos proyecciones temporales para empresas reales, presentándolas en una gráfica tridimensional, en la que las variables involucradas además de la temporal, son la contaminación per capita - país, y la variable con la que se mide el tipo de riesgo ecológico que representa la organización, ya sea para la atmósfera, el agua potable, o la superficie terrestre.

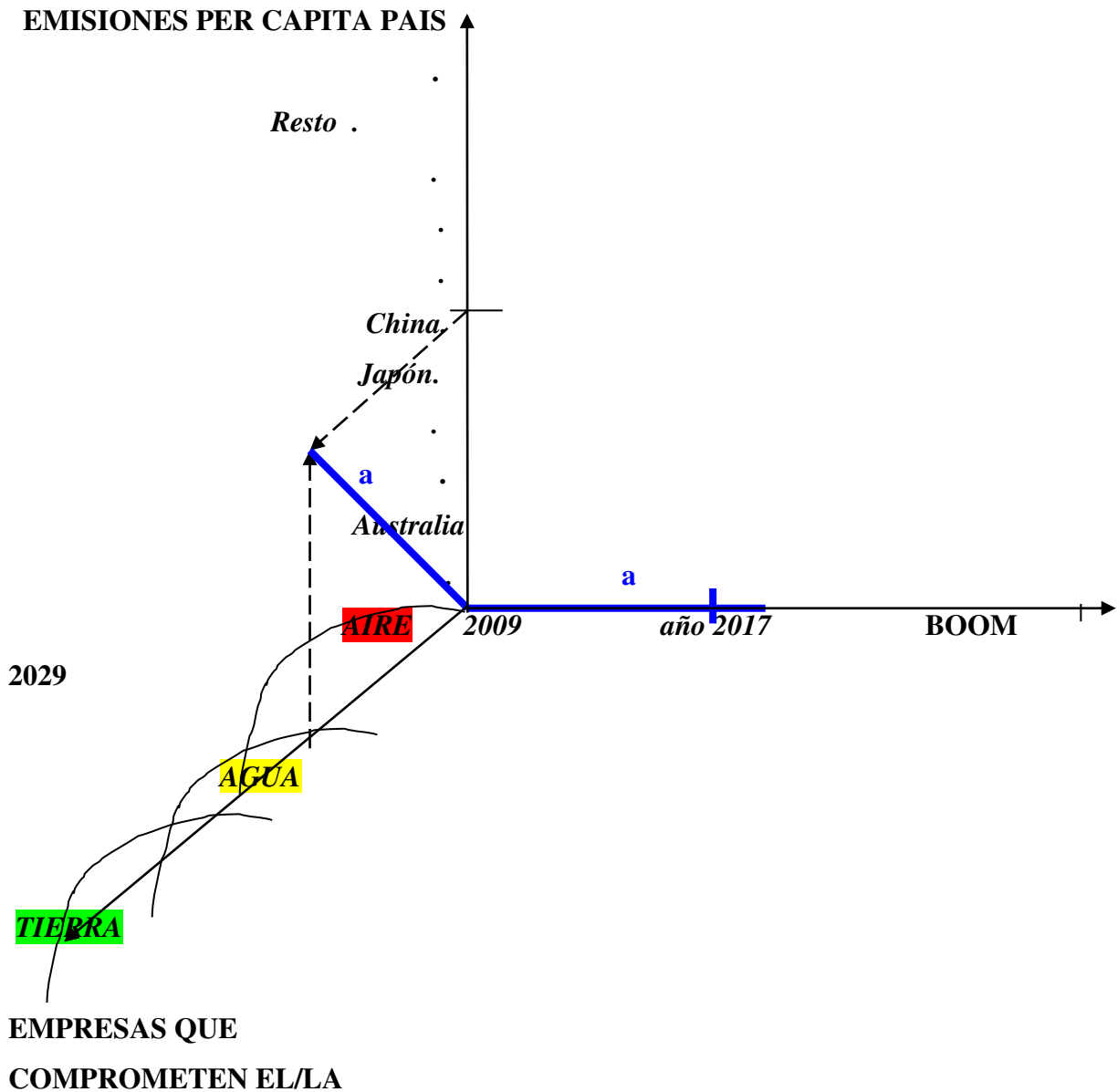


**EMPRESAS QUE
COMPROMETEN EL/LA**

BOOM 2029: *para este año recién la preocupación puede estar volviéndose sobre la contaminación del suelo, completando así la secuencia de producciones que amenazan los espacios atmosféricos, las fuentes de agua potable y la superficie de la tierra. No se considera la reacción a las organizaciones que arrojan basura al espacio.*

Ejemplo:

Proyección del riesgo de preferencia. ¿Cuándo exigirá responsabilidad ambiental a una empresa, un cliente que consume producción con niveles de contaminación de agua altos, y que produce en China?.



a : medida de traslado para proyección gráfica matemática

*De acuerdo a la proyección gráfica, una empresa que **comprometa la potabilidad del agua en China**, no se verá compelida por su modo de producción mediante la retracción de la oferta, hasta alrededor del año 2019.*

De esta manera, la quema de combustibles en Australia, tiene el mas inmediato riesgo de ser objetada, por el consumidor al que va destinado el producto que origina la quema; con la producción de carne para EE.UU. un poco mas adelante, y luego de varias combinaciones de mercados un poco mas sintomáticos, podríamos encontrar a la electrónica japonesa, o mercados de producción de conceptos de poca vida útil, y un gran lastre de desechos; y en un horizonte mas lejano, cerca del punto del pleno cuidado de la naturaleza por parte de las organizaciones, podríamos encontrar la producción de pilas comunes, para ser usadas en países que figuran como RESTO en la lista de **EMISIONES PER CAPITA PAIS**.

La estimación que no se alcanza a incorporar, es la urgencia o no, por actuar en este sentido, de los diferentes países de acuerdo a su postura cultural, así como el grado de avance que existe sobre la solución de uno de los fenómenos de contaminación previo, para el caso de industrias o empresas que comprometen el agua o la tierra, antes de comenzar a contemplar la posibilidad de abordarlas con su comportamiento de consumo, por ejemplo: el mercado deberá disminuir la presión sobre empresas contaminantes del aire, para recién comenzar a presionar a las que perjudican el agua.

A medida que la empresa es de menor riesgo, y el país donde esta situada la demanda, es menos polutivo per capita, obtenemos proyecciones que se van más hacia el futuro. Aunque el margen de error del pronostico realizado según este método, sea grande, puede ajustarse con el análisis de otras variables; éstas pueden ser variadas y creativamente interesantes de encontrar.

5.-RESUMEN

Por el momento, el deseo presente y futuro de consumir comodidad o placer, seguirán siendo el objetivo principal de la mayoría de las personas en el mundo. Pasará un tiempo más, hasta que comencemos a proteger a la naturaleza como un reflejo cotidiano, pero ese momento llegará inexorablemente, cuando se modifiquen las características de las inversiones; y el valor económico del desempeño personal, tenga un componente ecológico. La conciencia, ya comenzó a transitar el camino de recuperación de la biosfera.

Hace mucho tiempo, que la puja por el espacio vital entre especies coronó un claro ganador, la prueba la tenemos en el hecho de que ya no hay animales peligrosos, viviendo cerca de ciudades o pueblos, porque fueron aniquilados durante decenios; más recientemente, se interrumpieron los circuitos migratorios de las manadas de grandes herbívoros, y se desbalanceó el equilibrio numérico con las otras formas de vida al poblar casi todos los rincones del planeta.

La evolución, da vida a cada nuevo ser que puebla la tierra luego de innumerables éxitos de adaptación al entorno vital, elimina a los que no lo saben hacer, y ante este escenario tan lleno de vida cabe la pregunta, ¿en que nos equivocamos?. Con la cacería de animales salvajes, se obtiene el placer de la experiencia originaria de dar muerte a la comida, esta sensación, puede equipararse a la de esforzarse por obtener sustento para el hogar; ambos casos representan la promesa de cálidas recompensas familiares, pero hoy, claro, los tiempos son otros; la organización humana casi perfecta nos da todo servido, por ende, muchos comportamientos humanos actuales, de subsistencia y supervivencia, involucran el reemplazo inconsciente de cantidades de pequeñas costumbres originarias, éstas, son igualmente nocivas para el medioambiente, debido a que las respuestas inconscientes que reemplazan, se acumulan en una población creciente, provocando daños a la naturaleza.

Del consumo sustentable a la producción sustentable

La vida está adaptada a mecanismos físicos, que se generaron por movimientos cíclicos paulatinos ocurridos desde el Big Bang, cada tanto, en nuestro planeta, estas adaptaciones sucumben masivamente frente a cambios globales repentinos, como ser la caída de un gran asteroide, o la explosión de un megavolcán. El actual proceso de

contaminación humana, amenaza convertirse en un suceso de esta naturaleza, y acabar con muchas formas de vida que evolucionaron con éxito, desde tiempos inmemoriales. La noción de Desarrollo Sustentable, surgió como respuesta a esta tendencia, y aunque muy tecnificada, logró abrirse paso debido a una circunstancia global, que se manifiesta como urgente de resolver, la necesidad de recuperar la salud del planeta, esta actividad necesaria, está presupuestada en casi todos los gobiernos del mundo^{lxxxii}.

Al generarse un Desarrollo de este tipo, el modelo de consumo asociado debe compartir sus características primordiales, Consumo Sustentable, es un cambio de conciencia que se esta observando en segmentos de alto nivel cognoscitivo, pero también en la población común; ambos grupos, son influenciados por sus respectivos modelos estereotípicos, en la actualidad, se observa a algunas estrellas de los medios, llevar adelante un cambio de conciencia, motivando a su publico a través de las pantallas, a adoptar modelos de comportamiento ecológico vanguardista. Como la otra hoja de una tijera, el imán del concepto que incluye la motivación necesaria, para hacer proliferar la producción sustentable, viene comprendiéndose cada vez más de forma natural, por el común de las personas, estas automotivaciones, mas la influencia de los medios de comunicación, suman a una corriente que se esta retroalimentando, y que en algún momento, se anticipó 2029, habrá tocado a la puerta de todas las organizaciones en actividad. Producción Sustentable es hoy, *la mosca detrás de la oreja*, de muchos directivos de alta calificación.

El tema ambiental está presente en la agenda política mundial, y crecerá en importancia, hasta convertirse en tarea principal de los gobiernos del mundo. La pregunta mas inocente que se puede inferir de la observación de esta forma de convivencia sólidamente polutiva es, ¿cómo le quitas a un pobre, el derecho humano a subsistir por medio de la manipulación de su entorno, por mas nociva que fuera para éste?. En la contingencia de cambios inesperados, en el equilibrio entre humanos y la naturaleza, prevención y educación son mejores que reacción y cura.

Los gobiernos, para consolidar la paz social interna de sus pueblos, deben crear la imagen publica de otorgadores de comodidad y supervivencia, lograrlo, en algunos casos, implica aplicar algunos vendajes a los ojos, y tapones a los oídos populares, entre ellos,

encontramos la disuasión del interés de la población, por los procesos contaminantes locales, o regionales. Es común observar, como gobiernos y corporación, se “tiran la pelotilla”, para no contribuir a solucionar males relacionados con la contaminación; pero probablemente, los gobiernos encorsetan la actividad polutiva del capital, disfrazando la realidad y anunciando que está todo en orden, para que las familias y los indicadores económicos, mantengan un status quo de estabilidad y paz social. Pero al ocultar los males de la contaminación, llevan a cabo con la población, el dantesco engaño que el realizador hace a la rana, en el experimento que denominamos *síndrome de la rana hervida*^{lxxxiii}.

El rol del Estado en esta emergencia, es lo que se vislumbra como solución de primera mano, por su poder de regular el funcionamiento de las empresas contaminantes, esta instancia, puede ser crucial para la organización, durante la entrada a una época de cambios ecológicos globales^{lxxxiv}. El problema económico de una relación dicotómica entre conservación y creación de empleo, es parecido al que plantean algunos acérrimos conservacionistas, cuando opinan que la opción es preocuparse ó por los humanos, ó por la naturaleza.

En Economía de materiales, la tasa de rendimiento de material, indica la vida útil que tiene un bien antes de ser descartado o consumido; la aplicación por parte de las empresas fabricantes, de los conceptos de obsolescencia planificada (hecho para cambiarse lo antes posible), y obsolescencia percibida (hecho para pasar de moda), hacen que la mayoría de la producción vaya a parar a la basura, antes de los que muchos creen^{lxxxv}. Si las externalidades negativas que provocan las explotaciones que satisfacen el estilo de vida actual, ocasionan que la sustentabilidad del mismo sufra cambios, estaremos en un estado que puede ser visualizado por el consumidor simplemente como, “aserrar la rama en la que está sentado”, esto hará que comience a exigir normas de conducta eco-conciente a los otros individuos, y entre todos, a las organizaciones que satisfacen los diversos estilos de vida^{lxxxvi}. Si la idea generalizada fuera tan simple como que *estamos liberando demasiado humo al la atmósfera, la que con esto se recalentó, y que, con la forma de comprar, se contribuye a evitar ese calentamiento*, podemos encontrar un razonamiento que no necesita de preparación académica para comprenderse,

por tanto, la noción de comprar producción limpia puede entenderse sin problemas, hasta a niveles bien bajos de cultura.

El aspecto que nos interesa para el análisis del mercado, es la aparición de un consumidor que propondrá un aspecto innegociable, a la hora de decidir sus adquisiciones, pero además de ello, se debe tener en cuenta el trabajo de algunos gobiernos y organizaciones intermedias, que estén a la vanguardia del ambientalismo, porque presionarán sobre el resto de los modelos organizacionales, que aun no hayan asimilado la responsabilidad que les toca, con la conservación de la naturaleza global y local, en su estado de equilibrio. Ya se eliminó la amenaza del plomo como materia prima contaminante, esto sucedió porque a medida que los individuos tomaban acciones correctivas de su conducta con la naturaleza, lo exigían también a las organizaciones.

No se puede frenar el aumento del consumo para subsistencia, según nuestro modelo económico lineal, no podemos frenar el crecimiento, pero lo que si es posible es que el crecimiento se reoriente hacia conceptos de economía ecológica, donde ideales de lujos de novela, en que abundan la avaricia y el hiperconsumismo, den lugar a modelos con concepciones vitales, que no desequilibren las condiciones para la vida en todo, o parte del planeta^{lxxxvii}.

Probablemente la ecología florezca de manera similar a la microcomputación, la que paulatinamente se introdujo en todos los rincones de la vida diaria. La globalización de las artes puede hacer posible un horizonte en el que el imaginario colectivo comience a abolir este veloz comportamiento destructivo en que estamos embuídos, similar a un gran *Síndrome de Estocolmo Global*^{lxxxviii} entre los pueblos, y sus corporaciones o gobiernos. Evidentemente, el estallido de la burbuja financiera mundial del presente año 2008, traerá el cierre de muchas empresas del sector real; llegado el momento de su resurgimiento, convendría que vengan armadas con Misiones mas comprometidas, con las necesidades ecológicas locales, y mundiales^{lxxxix}.

Con el transcurrir de la presente investigación, el impacto ecológico advertido se comprobó, y fue develando un modelo proyectivo que incluye el pronostico de un momento, en que gran parte de las organizaciones habrán adoptado algún tipo de compromiso con la conservación de la naturaleza, cuando no, arduas responsabilidades con la misma; debido al comportamiento de un consumidor, que se encuentra cada vez

mas motivado por su responsabilidad con el medioambiente. Con el análisis de las metas más adelantado, se trazó un pronóstico para distintos tipos de organizaciones, en el que se incluyeron descripciones de producciones, industrias, o rubros, que irán siendo comprometidos con el apogeo vaticinado para el mercado global; para así, intentar anticipar quienes y cuando deberán comenzar a aggiornar su desempeño, al auge que se gesta detrás de la temática ecológica, la que en el presente de cada vez mas personas en el mundo, constituye el comentario diario obligado.

El consumidor que se sienta consciente, comenzará a ver a que clase de productos y empresas son leales a las futuras generaciones, frente a lo que podríamos identificar como productos riesgosos para las mismas; el mismo, optará por empresas, o cadenas de ellas, que demuestren un know-how responsable con la naturaleza. Las empresas, en su gimnasia diaria de relación con el mercado, deben detectar el tipo de conducta que manifiesta su target, para medir los efectos y el horizonte temporal de presión que pudieran derivar de ésta.

El Administrador, encontrará tareas en diseñar estrategias creativas para enfrentar la problemática de la imagen, y el desempeño ecológicos de la organización; al observar las posibilidades de anticiparse al fenómeno del consumo sustentable, se orientará a eliminar o disminuir la contaminación provocada, analizando la composición tecnológica, física, y de recursos humanos, para desarrollar una planificación orientada a la reducción de su huella contaminante, y la consecuente comunicación de esta realidad a su mercado.

El ingenio y la creatividad humana comienzan a considerar la preservación, protección, y restauración del ecosistema global como modo de vida, por tanto, las organizaciones deberán revisar sus metodologías de trabajo y procesos productivos, y comenzar a reinventar sus know-how's, preparándose para construir o soportar cambios que las llevarán hacia modos de producción con menor índice de contaminación; debido a que en el corto o mediano plazo, según la misión que tengan y el modo de llevarla a cabo, podrán verse interpeladas por el publico o por el estado, para que observen su responsabilidad por el impacto polutivo que provocan.

Si una persona se priva de consumos contaminantes, o paga de más por preferir una organización que no contamina, está comprometiendo su nivel de bienestar, y pretenderá que ese margen de contribución, se gaste efectivamente en su cometido;

presionará entonces a las organizaciones receptoras de este ingreso extra, para que sean efectivas en su búsqueda de ser respetuosas para con la naturaleza.

Las empresas deben estar atentas a la vanguardia de este auge y comenzar a ser creativas en la solución de problemas ecológicos, so pena de ser luego compelidas a hacerlo por su lado mas sensible, el lado financiero; se debe reaccionar antes de ver la facturación reducida en relación a la de la competencia, debido al poder negociador de un mercado que supo, o se enteró, que contaminaba.

No se sabe como ni cuando se salvara el planeta de los excesos de sus humanos, pero si que el proceso demandará transformaciones a la mayoría de las organizaciones. No se sabe si ya atravesamos el punto de no retorno en cuanto al daño ambiental, pero si lo evitamos, será por poco, depende del aporte de cada uno para lograrlo, la suma de actitudes será la manera. Si el inconsciente colectivo lo advierte, y comienza a actuar, en el sentido de la salud del globo, muy pronto alcanzará a las costumbres de consumo, y éstas, modificaran la forma de producción tradicional de las organizaciones. Una forma de anticipar cuando será el turno de cada una, se encuentra descrito en el apartado **4.3.-**

Trabajo Practico: ¿CUÁNDO OBSOLECERÁS?

Un individuo se motiva a la acción, por un razonamiento previo, o una intuición que le indican como actuar o decidir, forma así una conducta emocional – perceptiva, que lo motiva a la acción. Si el individuo promedio logra evaluar el ritmo, al que se logran avances en la ciencia y la tecnología, y lo relaciona con la velocidad a la que aumentan la Densidad Demográfica Global y el Nivel de Explotación Global, podrá obtener una aproximación inconsciente del tiempo que resta, para que la evolución de la inteligencia y nuevos desenvolvimientos en la conducta individual, puedan alejar al conjunto de la *Frontera de Posibilidades de Regeneración de la Naturaleza^{xc}*, esta circunstancia, lo puede hacer reaccionar frente a la tendencia percibida, con un comportamiento de consumo acorde a este concepto, a medida que se asimila en el consciente. Proyectar como se mueve el conjunto de la humanidad a este respecto, permite visualizar si proporcionalmente, o existe un aumento del desempeño global, que dará a las nuevas generaciones, las herramientas cognoscitivas para revertir las consecuencias de los daños ecológicos; o por el contrario, al no desarrollar las habilidades necesarias a la velocidad adecuada, poder ser víctimas un déficit conceptual conjunto (de la media de coeficiente

inteligente insuficiente), o de un déficit de habilidades colectivas para la supervivencia. No quedarán esperanzas entonces de que la humanidad no atravesase el *extremo de daño ecológico irreversible*, y seremos espectadores del momento de saber que es tarde, pero que aun queda tiempo para verlo, estaremos cocinándonos vivos como la rana de Al Gore^{xci};

Desagraviar a la naturaleza es esencial para la continuidad de nuestra civilización, la generación de energía suficiente y no contaminante, es el desafío mas importante para reducir la cortina de gases que calienta al mundo, comenzar a permitir que el cielo se transparente nuevamente, con algunas de las acciones que se recomiendan por los medios, indican que el aporte de cada uno por mínimo que fuera, ayuda; tratar residuos comunes en casa, evitar derroches de cualquier tipo, ahorrar energía polutiva, y *consumir producción no contaminante*, impulsan en general, cambios en los hábitos de consumo y tratamiento de deshechos. Si los individuos que adoptan estas costumbres, reclaman que lo hagan las organizaciones, nacerá una modalidad cultural respetuosa con la naturaleza^{xcii}.

Las posibilidades de reaccionar, para evitar las consecuencias de numerosas circunstancias generadoras de efectos mariposa^{xciii}, que ya fueron liberadas y todavía no provocaron su efecto, son mínimas, no se permiten distracciones, temor o escepticismo no conducen a nada; uno de los aspectos claves para alcanzar una reacción tecnológica mundial, es la educación, la que se espera provea elementos conceptuales y tecnológicos, en cantidades suficientes, como para hacer la existencia humana menos peligrosa para el equilibrio natural.

Sí, se socavan cada vez más, las posibilidades del planeta para seguir sosteniendo la vida humana, y si el mundo como está se deja ver ante la mayoría, creamos que el freno al daño ambiental vendrá de la mano del desarrollo de un impulso global innato, que, intuitivo o razonable, con origen cierto o desconocido, será simple e inspirador para la humanidad y sus organizaciones.

Provenimos de la naturaleza, y supongo que será ella la encargada de poner la inercia reconstructiva en las conciencias de los nuevos humanos, y quizá en la de algunos de los que ya estamos y tenemos la flexibilidad para cambiar, tanto nuestra propia vida, como nuestras organizaciones. Y si lamentablemente la naturaleza humana termina

provocando cambios drásticos, en el equilibrado tejido de la ecósfera, habremos tocado nuestra última nota, dentro de la opera prístina del universo^{xciiv}.

6.- BIBLIOGRAFIA

.- Fred R. David; *La Gerencia Estrategica*, Editorial Legis, Capitulo 3, pag. 84, 85. Cátedra de Políticas y Tácticas Empresariales.

7.- NOTAS AL FINAL

i

La palabra ecología sugiere mas contenido en su idea, que la simple denominación de una ciencia que estudia la relación entre los seres vivos y su ambiente.

ii

Definición de Darwinismo: Teoría biológica formulada por Charles Darwin en su obra *El origen de las especies*, según la cual la evolución de los seres vivos se produce por la lucha por la vida y la selección natural. <http://www.definiciones.com.mx/definicion/D/darwinismo/>

iii

Proceso de renovación por el que una población reemplaza con nacimientos las pérdidas debidas a fallecimientos.
<http://www.r020.com.ar/eurovoc/index.php?tema=32929>

iv

Como pudo haber sucedido en la Isla de Pascua.

v

Cualquier diccionario científico tecnológico pronostica en su definición de *calentamiento global*, que si no se reducen las emisiones de gases de efecto invernadero, la temperatura comparada con la de la era preindustrial se habrá incrementado en mas o menos 50° C hacia alrededor de 2100, y los océanos habrán elevado su nivel en alrededor de 6 m. Las consecuencias serán graves: corrimiento de las zonas climáticas, muerte de bosques subtropicales y boreales, desertificaciones, degradación en la calidad del agua potable y dificultad en el suministro, así como el empeoramiento de la nutrición de gran parte de la población mundial por efecto de las sequías o las inundaciones. Si, está en los diccionarios, esta herramienta conceptual básica lo dice, y si no vemos aparecer las previsiones es porque alguien no esta haciendo su parte.

vi

Una **catástrofe maltusiana** es un regreso a una [economía de subsistencia](#) que ocurre cuando la producción agrícola no puede sostener el aumento de [población](#).

http://es.wikipedia.org/wiki/Cat%C3%A1strofe_maltusiana

La **población mundial** es el número total de [personas](#) que habitan la [Tierra](#). Una cantidad particular de la gran superficie de la [Tierra](#) tiene una «capacidad de producción», que limita el aumento de la población humana. Algunos observadores de sociedades humanas han propuesto que el concepto de la capacidad de producción también se aplique a la población humana, y que el aumento de población no controlado puede causar una [catástrofe maltusiana](#). Los otros se oponen vehementemente a esta idea.

http://es.wikipedia.org/wiki/Poblaci%C3%B3n_mundial

Los [demógrafos](#) consideran que el actual ritmo de crecimiento de la población mundial tiene fecha de caducidad, dado que los países en vías de desarrollo, tarde o temprano, completarán la transición demográfica y acabarán disfrutando de unas tasas de natalidad y mortalidad semejantes en las que tienen los países desarrollados. Por esta razón, los demógrafos consideran que la [catástrofe malthusiana](#) pronosticada por [Thomas Malthus](#) al principio del [siglo XIX](#) no acabará produciéndose.

http://es.wikipedia.org/wiki/Transici%C3%B3n_demogr%C3%A1fica

vii

Un Administrador pudo haber dejado escapar la posibilidad de ser mas consciente en la búsqueda del éxito, pero sucede que aún habiéndolo hecho de la mejor manera y con las mejores intenciones, quizá determinó una parte importante del daño que se hizo hoy a la biosfera.

viii

El Informe sobre Desarrollo Humano del PNUD, de 1998, ya señalaba que:

“(...) si se mantienen las tendencias inalteradas, sin redistribuir los consumidores de elevado ingreso a los de bajo ingreso, sin cambiar de bienes y tecnologías de producción contaminantes a otras más limpias, sin fomentar bienes que potencien a los productores pobres, sin cambiar las prioridades del consumo para cambiar de la exhibición conspicua a la satisfacción de las necesidades básicas, los actuales problemas de consumo y desarrollo humano se agravarán (...)”

http://www.economiasolidaria.org/consumo_responsable

ix

AMBIENTE Y SOCIEDAD ISSN 1668-3145

Publicación Semanal y Gratuita de EcoPortal.net

AÑO 9 N° 364, OCTUBRE 30 de 2008

www.ecoport.net

Distribución periódica y gratuita

!!! Más de 99.000 ecologistas suscritos !!!

El Ser Humano, su estupidez, su egoísmo y su obsesión por el poder y el dinero

Estimad@s Amig@s

El Ser Humano está siendo víctima de su propia estupidez, de su egoísmo y de su obsesión por el poder y el dinero.

El cambio climático, el agujero en la capa de ozono, el agotamiento y contaminación de los recursos naturales, la acumulación de residuos y la degradación de tierra, agua y aire son consecuencias de un problema mucho mayor, mas de fondo, que es el modo de vida que se nos

está imponiendo.

Quienes han tomado las decisiones a nivel global, especialmente en las últimas décadas, han optado por poner todos los conocimientos adquiridos por la humanidad al servicio del crecimiento económico, del confort, de la reducción del esfuerzo físico y mental. Han decidido avanzar sin medir consecuencias, sin poner reparos en los costos sociales y ambientales de ese “progreso”.

Con las tecnologías actuales, la decisión sobre el desencadenamiento o no de un colapso ambiental, ha pasado a ser meramente política. Con mucho menos presupuesto que el que se invierte en armas, podría darse rápida solución al Cambio Climático que nos acecha y cuyos efectos pueden llegar a límites insospechados.

Los volúmenes de producción y consumo de bienes han ido creciendo a velocidades siderales y, como tenía que suceder, en algún momento superamos la capacidad del planeta de absorber nuestros desperdicios, de comerse nuestra basura, de respirar nuestro CO₂, nuestro metano, nuestros CFCs y de beber nuestros efluentes, nuestros derrames, y los vómitos de nuestras industrias.

La única opción que tenemos es intentar, entre todos, detener el derroche, disminuir los altos niveles de consumo, consumir de forma responsable y así detener el alud que se nos viene encima, y que de otra forma nos va a tapan a todos, estemos donde estemos.

Pero si bien consumir individualmente de forma responsable es muy importante, eso sólo no es suficiente. También debemos actuar de forma ambientalmente responsable como sociedad. Y ese cambio será bastante mas difícil de llevar adelante que el particular. **Abandonar como sociedad la cultura del consumismo, significaría un cambio de paradigmas, donde valores como la solidaridad, el respeto por la diversidad y el amor por la vida, reemplacen al egoísmo, al individualismo y a la avaricia.**

Deberemos transformarnos en una sociedad que piense y decida como especie y ya no de forma individual. En una sociedad que abandone el modelo económico vigente, dirigido por los dueños del capital y del poder, y construya un modelo ambientalmente sustentable y socialmente justo. Deberemos transformarnos en una sociedad que no tenga motivos para celebrar el “día mundial del medioambiente” para acordarse de que existe, sino que se desarrolle en comunidad con él.

Por la conciencia de que existen mejores niveles de vida, las necesidades de quienes no los alcanzan, están creciendo permanentemente, también crecen los deseos de consumos acordes a estos niveles, y si se observa el exponencial aumento de la población, se puede encontrar que la presión del desarrollo, a la provisión de recursos naturales, está cerca de tocar algún límite. Pag. 3 Proyecto de Investigación.

xi

Hoy la publicidad promueve un modelo superconsumista, lleva a las personas a actuar como zombies, invadiéndolas con mecanismos extravagantes de fijación de imagen.

Para Elisabetta Pasini, antropóloga e investigadora del Future Concept Lab, 'el secreto del éxito es saber cómo las tendencias globales se adaptan a los mercados locales'..... ha dibujado ocho targets tipo, a los cuales definen como los consumidores del futuro.....

El primer grupo tiene un claro componente aspiracional y estético. Buscan la huida de la influencia paterna y por ello se refugian en las marcas y los estereotipos. **Los seriales televisivos y las estrellas mediáticas tienen gran peso porque sirven para hacer realidad los estereotipos.**

El segundo grupo, aunque mantiene el componente aspiracional, busca ser más protagonista y comienzan a buscar su propia identidad. Hay que destacar que en este grupo de edad internet comienza a ganar presencia, pero no como medio interactivo para relacionarse con otros, sino para conocer la realidad tangible a través de lo virtual. **Lo estereotipos que toman como modelos no son ya personajes de comedias televisivas o dibujos animados, sino personajes reales.**

<http://www.marketinet.com/blog/index.php?m=02&y=08&entry=entry080215-103254>

xii

<http://video.google.com/videoplay?docid=-5645724531418649230>

xiii

La necesidad de imprimir un cambio de rumbo al consumo ya fue destacada en la Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro del año 1992. Se marcaron objetivos de alcance internacional como:

"(...) promover modalidades de consumo y producción que reduzcan la presión sobre el medio ambiente y satisfagan las necesidades básicas de la humanidad" y "Mejorar la

comprensión de la función que desempeña el consumo y la manera de originar modalidades de consumo sostenibles (...)" .

Las llamadas 'Agendas 21' locales son fruto de esta cumbre. Según se recoge en los acuerdos de la Cumbre Mundial celebrada en Johannesburgo (2002):

http://www.economiasolidaria.org/consumo_responsable

xiv Fases de la elaboración de una entrevista

Preparación de la entrevista

En toda entrevista es fundamental que el entrevistado se sienta a gusto y tenga una buena impresión del entrevistado. Para ello, el entrevistador debe contar con una buena disposición y conocer el guión de preguntas que aplicará, de modo tal de no provocar la impresión de improvisación.

El lugar donde se realizará la entrevista debe estar alejado de fuentes de ruido y de interrupciones, de modo tal de facilitar la comunicación.

Ejecución de la entrevista

Una vez iniciada la entrevista, si el entrevistador no fuese conocido por el entrevistado, **debe dar a conocer los objetivos y la justificación de la realización de la entrevista al entrevistado**, recalcando la confidencialidad de los datos que éste aporta.

La encuesta debe realizarse de modo fluida, sin interrupciones, atendiendo el encuestador más a la persona que a la encuesta y evitando dar la impresión de un interrogatorio.

El entrevistador no debe dar su opinión y no se deben realizar discusiones ni justificaciones.

Conclusiones

Es recomendable tomar notas en el mismo momento de la entrevista, de modo tal de registrar lo más fielmente la respuesta del entrevistado.

Al finalizar la entrevista, esta debe terminar en un clima de cordialidad tal que impida la aparición de sentimientos de desconfianza e irritabilidad por el desarrollo de la entrevista.

Ventajas y limitaciones

Ventajas

- Se puede recoger información de personas de bajo nivel cultural
- Permite conocer, además de las respuestas, el estado de ánimo y el ambiente del entrevistado.
- Es posible obtener mayor información que con los cuestionarios en preguntas difíciles
- Existe menor pérdida de información: generalmente se accede a las entrevistas y, aunque se algunas resulten fallidas, siempre será menor el porcentaje de pérdida que en los cuestionarios.

Desventajas

- Sesgo del entrevistador
- No se mantiene el anonimato, como en los cuestionarios
- Es necesaria una preparación de los encuestadores para que los resultados sean fiables
- Implica una gran inversión de tiempo y tiempo.

http://www2.udec.cl/~gnavarro/2001_1/ienc.html

Publicado el Diciembre 13, 2007 por insightsblog

EEUU: Campañas en las que filántropos-celebrities de renombre han jugado un papel fundamental...

Es indudable que esta campaña está dando sus frutos. La notoriedad casi universal del problema se ha conseguido. Nada menos que el 99% de los encuestados señaló conocer, o al menos haber oído hablar, del calentamiento global y el cambio climático.

<http://insightsblog.com/2007/12/13/econsumer-una-verdad-incomoda-sobre-el-comportamiento-del-consumidor-ante-el-calentamiento-global-y-cambio-climatico-parte-3/>

xvi

CALENTAMIENTO GLOBAL: Los gases producidos... Para la obtención de energía... al acumularse generan efecto invernadero... Si no se reducen... Las consecuencias serán graves... muerte de bosques, desertización, elevación del nivel del mar, degradación del agua potable.
Multidiccionario estudiantil Básico – EGB, Editorial Club del Éxito, Edición 2001, Científico y tecnológico, definición de CALENTAMIENTO GLOBAL

xvii

Consumismo no significa felicidad:

Las tendencias cada vez más consumistas que se evidencian en muchas partes del planeta son insostenibles

http://news.bbc.co.uk/1/hi/spanish/business/newsid_3383000/3383529.stm

xviii

Como ejemplo en el día mundial del medioambiente de 2007, al ver los programas centrales de los medios de mayor audiencia para observar su grado de compromiso con la naturaleza y la disminución de la contaminación, estos siguieron con su programación habitual y en muy pocos casos destacaron esta fecha que sirve para difundir contenidos que impulsen la toma de conciencia y llamado a la acción, que en países del primer mundo ya vienen siendo exigidas y promovidas como indican los comentarios de la siguiente página:

La creciente demanda de información registrada durante los últimos años, muestra claramente una mayor preocupación e implicación de la sociedad en los temas ambientales, y un mayor conocimiento del derecho reconocido internacionalmente de disponer de dicha información

http://www.desarrollointeligente.org/reportajes/r002_informacion.htm

xix

La asociación de periodistas de información ambiental (APIA) y WWF/adena inauguran su foro de debate ambiental

La complejidad técnica de estos fenómenos; la simple sobreabundancia de información que dificulta la identificación de la información válida; la profusión de agresiones, que hace muy difícil mantenerse al día; así como **la intoxicación informativa que pretende ocultar la verdadera situación de nuestro medio ambiente y las consecuencias de muchas actividades humanas**, como las obras públicas; unidas a la presión de grandes intereses económicos, hacen que no ya para el ciudadano común, sino incluso para el profesional de la información ambiental resulte ardua la tarea de conseguir la información pertinente y la formación de una opinión basada en la mejor información científica existente.

<http://ania.urcm.net/noticia.php3?id=7984&idcat=7&idamb=1>

Cuestionado el documental «El gran timo del calentamiento global»

editada por [inniyah](#) el Martes, 22 Julio de 2008, 13:19h

Desde su emisión en marzo de 2007, este trabajo (que tiene la premisa básica de que el aumento de temperaturas observadas desde los años 70 no ha sido causado por las emisiones de gases que producen efecto invernadero) se ha convertido en uno de los principales referentes para los escépticos del cambio climático.

<http://ciencia.barrapunto.com/article.pl?sid=08/07/22/138216&from=rss>

xx

OZONALIA es el programa del UNICEF, Comité Español, para el fomento del consumo responsable y comercio justo. El objetivo principal del programa es mostrar como determinados procesos y fenómenos sociales que tienen lugar en los países en vías de desarrollo afectan a nuestras sociedades.

OZONALIA cuenta con las siguientes secciones que son renovadas mensualmente:
Consumo Responsable: donde encontrarás información sobre todo lo que afecta tu consumo. ...
http://www.ozonalia.org/que_es_ozonalia.htm

Portal de Juventud para América Latina y El Caribe

Los jóvenes son el sector poblacional más sensibles y comprometido con el medio ambiente y la ecología en la región.

Prueba de ello es la gran diversidad y acciones de grupos juveniles que desarrollan la defensa y promoción del medio ambiente. Así como la alta membresía juvenil que tienen los diversos grupos ecológicos en cada país.

Varios estudios demuestran la mayor conciencia de los temas ecológicos y la creciente predisposición de los jóvenes por desarrollar acciones preventivas y educativas en temas ambientales.

http://www.joveneslac.org/portal/modules.php?op=modload&name=PagEd&file=index&topic_id=4&page_id=9

En la actualidad, los jóvenes constituyen un grupo importante dentro de las sociedades de consumo, y los hábitos que desarrollen ahora jugarán un papel decisivo en los futuros patrones de consumo. Sus decisiones como consumidores ejercen una influencia creciente en los mercados y estilos de vida. Por lo tanto, los jóvenes merecen especial atención en los esfuerzos por cambiar nuestros ineficientes patrones de consumo por otros más favorables al desarrollo sustentable....

El Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), como conciencia ambiental de la ONU, insiste en la importancia y necesidad urgente de **cambiar los patrones y actitudes de consumo** y producción en el ámbito global.....

http://www.semarnat.gob.mx/EDUCACIONAMBIENTAL/PROGRAMAS/Pages/programa_con_sumosustentable.aspx

xxi

Si Ud. intenta averiguar en profundidad temas de contaminación locales, las paginas muy a menudo dirán que la información no puede ser encontrada, la siguiente fue difundida por correo electrónico: *Vecinos de Andalgalá, Catamarca, Argentina denuncian un nuevo derrame tóxico de Minera Bajo La Alumbraera. Nuevamente se rompió conducto que transporta un concentrado de oro, cobre y numerosas sustancias tóxicas, desde Catamarca hasta Tucumán recorriendo 290*

Km. Es la segunda ruptura en poco tiempo. Contamina gravemente las fuentes de agua de los pobladores.

<http://www.ecoportel.net/content/view/full/60288>

xxii

Consumo sostenible Vivir hoy pensando en el mañana

<http://revista.consumer.es/web/es/19980501/actualidad/informe2/32427.php>

Consumo responsable y comercio justo

<http://es.youtube.com/watch?v=pa-5tqOJD5o>

http://es.wikipedia.org/wiki/Consumo_responsable

<http://www.facua.org/es/guia.php?Id=32>

Consumo ecológico

<http://www.eurosur.org/CONSUEC/contenidos/Consejos/ecologic/guia.html>

xxiii

LA RESISTENCIA AL CAMBIO

En las organizaciones, es frecuente que algunos grupos – a veces los sindicatos, a veces los mandos medios- tiendan a quedarse estancados por un tiempo en esta etapa. Es decir, que su postura es "Acá nada va a cambiar". Esto contrasta con la postura de la alta gerencia "Debemos cambiar" y del personal operativo ("¿Dios mío. ¿Cuándo va a cambiar esto?"). Por ellos es en los mandos medios, en los cuales –usualmente pero no siempre- suele encontrarse la mayor resistencia al cambio.

<http://www.gestiopolis.com/canales/derrhh/articulos/56/rescam.htm>

Otros sitios para consultar: <http://es.youtube.com/watch?v=hFX4H-kxbsU>

<http://www.miespacio.org/cont/trin/cambioyr.htm>

xxiv

En la Pag. 5 del Proyecto de Investigación del que parte el presente trabajo se lee en el grafico:

X: Extremo de daño ecológico irreversible

El gráfico resalta un extremo peligroso X, y coloca el enfoque en los métodos de explotación y consumo desarrollados hasta el momento, que se están multiplicando y amenazan cruzar la frontera en la que se saturan las posibilidades de obtener recursos, sin dañar seriamente la naturaleza que los sustenta.

xxv

Resistencia al cambio

... Enrolados ya en nuestro tema, diremos, que la resistencia al cambio organizacional se refiere a las fuerzas que se oponen a los cambios organizacionales.

La resistencia al cambio tiene una desventaja: **Obstaculiza la adaptación** y el progreso.

Por lo demás, un fenómeno de inercia y rigidez tiende a frenar el esfuerzo necesario para realizar una nueva adaptación. En ese sentido, es inevitable que **la edad o el estado de cansancio refuerzan la resistencia provocada por el cambio.**

http://www.wikilearning.com/curso_gratis/clima_cultura_desarrollo_y_cambio_organizational-resistencia_al_cambio/12060-8

Google anuncia inversiones en energía limpia y tecnología verde

Julio 19, 2007 — javiersaura

Google Inc. ha presentado hoy su estrategia para ayudar a construir un futuro energético más limpio. Este plan permitirá a la compañía eliminar sus emisiones de dióxido de carbono en 2008 y ayudar a promover medidas de innovación medioambiental que van a beneficiar, en última instancia, a todo el mundo.

<http://javiersaura.wordpress.com/2007/07/19/google-anuncia-inversiones-en-energia-limpia-y-tecnologia-verde/>

Protocolo de Kioto http://es.wikipedia.org/wiki/Protocolo_de_Kyoto

[Máster Profesional en Gestión Ambiental, Calidad y Auditoría para Empresas](#) *Clay Formación Internacional* Contaminantes microbiológicos Vertidos urbanos Industria Agricultura y Ganadería Eutrofización Autodepuración de los ríos.... EL MARKETING ECOLÓGICO COMO INSTRUMENTO DE LA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL. DIFERENCIACIÓN ECOLÓGICA DE PROCESOS Y PRODUCTOS. 7 (Master de Gestión medioambiental a distancia)

http://www.emagister.com/ganaderia-ecologica-tps-950738_2.htm

GREENMARKETING: EL PODER DE LA IMAGEN ECOLÓGICA

Desde la pasada década de los ochentas un nuevo concepto de publicidad y marketing, conocido como “Greenmarketing”, Marketing ecológico, Publicidad verde, o Cultura corporativa ambienteempresarial, viene utilizándose en el mundo de los negocios y las empresas con el fin ampliar los valores añadidos de una marca (producto o servicio) y así poder ser más atractivo para los **consumidores preocupados por la protección del medio ambiente** y la conservación de los recursos naturales.

<http://www.ecoestrategia.com/articulos/weblog02/articulos/weblog0201.html>

Publicado por [Sitedit](#) en Junio 19, 2008

[Las etiquetas “verdes” empiezan a llegar a la Argentina](#)

Como decíamos, si bien **en Argentina hace rato que se viene hablando del marketing verde, esta idea de “vender” una marca a partir de sus políticas medioambientales todavía no maduró lo suficiente** (podríamos decir que esta verde). Más allá del comentario sagaz, es una realidad que todavía no prendió en las marcas argentina.

Que esta estrategia de marketing no haya progresado aún, no quiere decir que no vaya a llegar. De hecho ya hay una acción interesante en este sentido. **La marca de aguas minerales Posta del Águila lanzó un plan para reducir su huella de carbono y convertirse en la primer marca local explotar esta cuestión.**

<http://sitemarka.wordpress.com/2008/06/19/las-etiquetas-%E2%80%9Cverdes%E2%80%9D-empiezan-a-llegar-a-la-argentina/>

Un tipo de oruga de este país se traslada una pegada a la otra en una formación férrea, en ocasiones se observó que las orugas que iban adelante engancharon uno de sus propios “vagones”

y comenzaron a seguirlo como es su naturaleza, formando de esta manera un círculo persecutorio que no llevaba a ningún lado.

xxx

Desde la pasada década de los ochentas un nuevo concepto de publicidad y marketing, conocido como “Greenmarketing”, Marketing ecológico, Publicidad verde, o Cultura corporativa ambienteempresarial, viene utilizándose en el mundo de los negocios y las empresas con el fin ampliar los valores añadidos de una marca (producto o servicio) y así poder ser más atractivo para los consumidores preocupados por la protección del medio ambiente y la conservación de los recursos naturales.

Clases de empresas que pueden beneficiarse de una campaña de Greenmarketing y “publicidad verde”.

1. Organizaciones cuya razón de ser está muy relacionada con la protección ambiental:

- Productores de alimentos naturales o biológicos.
- Empresas de energías limpias o alternativas.
- Fabricantes de equipos para el control de la contaminación.
- Empresas de reciclaje.
- Consultoras ambientales.
- Compañías de reforestación.
- Fundaciones y asociaciones ecologistas.
- Organismos gubernamentales responsables del medio ambiente.

2. Sectores productivos de bajo impacto ambiental que se comprometen con temas ambientales puntuales:

- Entidades bancarias y financieras.
- Empresas de mensajería y correo.
- Supermercados.
- Centros de educación y enseñanza.

3. Industrias de alto impacto medioambiental, que han puesto en marcha programas para minimizar este impacto y recuperar los recursos naturales.

- Compañías madereras y papeleras.
- Compañías petroleras.
- Empresas de prospección y explotación minera.
- Compañías petroquímicas.
- Constructoras.
- Grandes complejos hoteleros y turísticos.
- Industria del transporte.

<http://www.ecoestrategia.com/articulos/weblog02/articulos/weblog0201.html>

xxxii

La diferencia entre la media nacional y los beneficiarios Foncyt se entiende si se tiene en cuenta que el **volumen de inversión total (público y privado) en actividades de investigación y desarrollo (I+D) en nuestro país no llega al 0,5 % del Producto Bruto**, “lo que coloca a la Argentina entre los países intermedios con más bajo nivel de financiación de I+D”, explica Marschoff..

http://www.minicyt.gov.ar/noti_crecimiento_sustentable.htm

<http://www.ambiente.gov.ar/?idarticulo=4881>

xxxiii

Cambio climático. Calentamiento global. Seguro que en los últimos meses ha escuchado muchas veces estos términos. 2006 fue el año en que el problema ecológico que atraviesa nuestro planeta pasó de ser una preocupación de ecologistas reivindicativos a ocupar la agenda de líderes políticos mundiales e incluso de empresas multinacionales

<http://www.univision.com/content/content.jhtml;jsessionid=OP5XXFWZC1Q1GCWIABJSFFIKZAAGAIWC?chid=2&schid=24612&secid=24613&cid=1084023&pagenum=2>

xxxiv

26/07/2008 - 9:41 hs

El jueves 24 de julio, se reunió el Consejo Asesor Provincial de Producción+Limpia, recientemente constituido, en el cual participa la Municipalidad de Esperanza.

A su momento, el Ing. Ariel Carabajal, funcionario nacional, realizó la presentación del programa nacional de Producción+Limpia, destacando los lineamientos generales y particulares, y las posibles fuentes de financiamiento que estarán disponibles.....

<http://www.ambiente.gov.ar/?idseccion=141>

La **Producción Limpia** consiste en la aplicación continua de una **estrategia de prevención ambiental** a los procesos y a los productos con el fin de reducir riesgos tanto para los seres humanos como para el medio ambiente.

http://www.pnuma.org/industria/produccion_limpia.php

xxxv **Art. 41 de la Constitución Argentina**

Todos los habitantes gozan del derecho a un ambiente sano, equilibrado, apto para el desarrollo humano y para que las actividades productivas satisfagan las necesidades presentes sin comprometer las de las generaciones futuras; y tienen el deber de preservarlo. El daño ambiental generará prioritariamente la obligación de recomponer, según lo establezca la ley.

Las autoridades proveerán a la protección de este derecho, a la utilización racional de los recursos naturales, a la preservación del patrimonio natural y cultural y de la diversidad biológica, y a la información y educación ambientales.

Corresponde a la Nación dictar las normas que contengan los presupuestos mínimos de protección, y a las provincias, las necesarias para complementarlas, sin que aquéllas alteren las jurisdicciones locales.

Se prohíbe el ingreso al territorio nacional de residuos actual o potencialmente peligrosos, y de los radiactivos.

xxxvi

sábado 6 de octubre de 2007

Soja Vs Diversidad

En los campos argentinos y "gracias" a las teorías del libre mercado la soja viene arrasando con la diversidad que siempre caracterizó a la Argentina. Han hecho penetrable el Impenetrable chaqueño, histórica reserva forestal y animal. Desmontan bosques...

<http://ecologiamas.blogspot.com/2007/10/soja-vs-diversidad.html>

xxxvii

12-08-08,

Minería en Argentina: Fiscal que investiga a minera La Alumbarrera enfrenta pedidos de destitución. Acciones de respaldo

Nota sobre pedidos de destitución contra Antonio Gustavo Gómez, Fiscal General ante la Cámara Federal de Apelaciones de Tucumán, muy comprometido con su cargo, incluyendo investigaciones sobre la contaminación producida por Minera Alumbarrera en el canal DP2 (que desagua en el embalse Río Hondo) y otros sitios en Tucumán.

<http://www.ecoportel.net/content/view/full/80632>

xxxviii

Los participantes de las reuniones de 1999 de la Organización Mundial del Comercio (World Trade Organization) en Seattle, Washington, se enfrentaron con grandes e intensas manifestaciones que criticaban lo que muchos manifestantes vieron como la indiferencia de la Organización a temas ambientales.

Hace tiempo que los ambientalistas están preocupados por lo que ven como la relación entre la liberalización del comercio y el peligro ambiental. Algunos grupos sostienen que los contaminadores a los que nunca se les permitiría operar en países desarrollados, llevarían sus operaciones a países en desarrollo **más anuentes...**

De acuerdo a esta perspectiva, algunos países en desarrollo se contentan con obtener empleos y tolerarán la contaminación. Los ambientalistas algunas veces se refieren a dichas re-ubicaciones y exportaciones como como “el dumping ambiental”

http://www.dallasfed.org/entrada/articles/2001/sp_swe0001.html

xxxix

03/01/2006

Se multiplican en todo el continente las movilizaciones sociales en contra de la contaminación y el saqueo de la mega minería contaminante.

http://www.noalamina.org/index.php?module=announce&ANN_id=123&ANN_user_op=view

La soja [o soya] es sinónimo de monocultivos y grandes haciendas mecanizadas. En consecuencia, la soja ha ocasionado enormes daños ambientales, provocando la destrucción de 21 millones de hectáreas de bosques en Brasil, 14 millones en Argentina y 2 millones en Paraguay. [5] Al mismo tiempo, la soja ha desplazado cultivos alimentarios. La superficie sembrada con arroz, frijoles, maíz y trigo en Brasil disminuyó entre 1991 y 2005, mientras que el área dedicada a la soja se ha más que triplicado en el mismo periodo. La misma historia se repite en Argentina: la producción de muchos alimentos básicos —entre ellos la leche, arroz, maíz, papas y lentejas— ha caído drásticamente. [6]

<http://www.iade.org.ar/modules/noticias/article.php?storyid=2182>

xl

Como ejemplo, un polucionador argentino puede tomar una restriccion como una accion en contra de su empresa, si se la obliga a invertir en disminuir sus indices de contaminacion, y los gobiernos de paises vecinos no hacen lo mismo con emprendimientos semejantes, entonces puede interperlar a su gobierno para que no le aplique normas que signifiquen desventajas competitivas, generando un freno y una amenaza al impulso de nuevas normas ambientales, es una solucion que requiere políticas regionales, en este caso latinoamericanas.

Vida o muerte en el Riachuelo. La rebelión de lo contaminantes...Conocían, qué opinan, de ésta data ?

A 30 cuadras de Plaza de Mayo nacen chicos malformados, hay abortos espontáneos y los vecinos tienen la sangre intoxicada por la contaminación generada por grandes empresas sobre el Riachuelo. ¿Cómo es el juicio que podría determinar que esas empresas paguen, que dejen de contaminar, y que se busquen soluciones para las víctimas? El dilema: ¿se puede producir bien, dar fuentes de trabajo y no contaminar? Santiago Kaplun, uno de los abogados de la megacausa, explicó a lavaca por qué el futuro del Riachuelo ya llegó.

<http://lavaca.org/seccion/actualidad/1/1...>

xli

Los diarios locales muestran seguido los vehículos que toma la contaminación, pero la población no muestra demasiado interés como vimos con el 32% de desconocimiento del tema obtenido de la consulta de la META A1, y que se puede observar en los diarios. El cuidado del medioambiente es muy difundido en otros países, lo que demuestra una conciencia ambiental más amplia.

Mientras que *“La Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios de España consagra y desarrolla el derecho del consumidor a la educación y formación en materia de consumo. Contempla entre sus objetivos el promover la libertad y racionalidad en el consumo, y adecuar las pautas del mismo a un uso racional de los recursos naturales. Asimismo, consagra el derecho de los consumidores a disponer de una información veraz, eficaz y suficiente <http://www.facua.org/es/guia.php?Id=32>”*.

xlii

Las siguientes páginas nos mantienen actualizados de la realidad eco-política:

<http://impactoverde.info/ecopol-ticas/index.php>

<http://www.aporrea.org/actualidad/a9604.html>

<http://es.wordpress.com/tag/curiosidades-eco-politicas/>

http://www.oilwatchmesoamerica.org/index.php?option=com_content&task=view&id=1150&Itemid=69

xliii

El secretario mexicano explicó que la cuantía de lo que cada país debe aportar al fondo vendría determinada por el porcentaje global de las emisiones de cada país, el porcentaje de las emisiones per cápita de sus habitantes y su Producto Interior Bruto (PIB).

http://www.nuestromar.com.ar/noticias/ecologia_y_medioambiente_05_2008_latinoamerica_aporta_posibles_soluciones_al_camb

Jueves, 15 de noviembre de 2007 - El ranking de los más contaminantes:

Emisiones del sector energético (Toneladas de CO₂):

EE.UU. - 2.530 millones	India - 529 millones	Australia - 205 millones
China - 2.430 millones	Japón - 363 millones	Sudáfrica - 201 millones
Rusia - 600 millones	Alemania - 323 millones	Reino Unido - 192 millones
		Corea del Sur - 168 millones

http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/science/newsid_7095000/7095676.stm

Martes, 31 de Julio de 2007 - China: las empresas más contaminantes no podrán adquirir préstamos bancarios Con el fin de reducir sus emisiones contaminantes fijadas en el protocolo de

Kioto, el gobierno chino dispuso que las empresas que más contaminen no podrán acceder a préstamos bancarios.

http://www.adnmundo.com/contenidos/ambiente/empresas_chinas_ma_310707.html

xliv

Los límites del crecimiento. 30 años después, es un libro que prueba las tendencias a la destrucción de la biosfera observadas en el mundo, afirma de manera científica la destrucción y propone soluciones políticas sociales y económicas

<http://www.galaxiagutenberg.com/Contenido/Libros/Libro.asp?Codigo=47274>

xlv

.- En este aspecto ADECUA no menciona las responsabilidades de los consumidores con el medioambiente, o de la forma de encarar el futuro del consumo.

<http://www.adecua.org.ar/acerca.php>

.- El SERNAC Chileno tampoco aclara responsabilidades del consumidor con el ambiente pero si menciona otras obligaciones. <http://www.sernac.cl/acercade/index.php>

.- La entidad mexicana ALCONSUMIDOR tiene la misión de “*Informar, Asistir y Facultar al Consumidor para que con su conducta fomente una cultura del consumo justo, sustentable, racional*”, dando muestras de responsabilidad ecológica.

.- Es un campo menos desarrollado en Hispanoamérica, que en otros conglomerados, Hispacoop agrupa y coordina a las cooperativas de consumidores de España, y es un caso destacable porque promueve un consumo responsable y respetuoso con el medio ambiente.

http://www.hispacoop.es/home/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=43&Itemid=69

xlvi

[Denuncian a los fabricantes de coches por manipular la información sobre sus emisiones de CO2](#)

Barcelona España 19 de Mayo de 2008. Ecologistas en Acción y la Unión de Consumidores de España (UCE) han presentado una demanda administrativa ante los ministerios de Industria y Sanidad, el Instituto Nacional del Consumo y otras entidades autonómicas, para denunciar que algunos fabricantes de vehículos incumplen el Real Decreto sobre emisiones de CO2 en sus anuncios y comunicaciones.

La normativa exige que los anuncios informen sobre las emisiones que emite cada vehículo y lo haga dando la misma importancia (tamaño de letra, etc) que el resto del texto del anuncio. Los denunciantes critican que las marcas automovilísticas no sólo no respetan esta norma, sino que en muchos casos la información sobre las emisiones ni siquiera aparece en el anuncio.

Ecologistas en Acción y la UCE denuncian también la manipulación de los fabricantes al utilizar en sus publicidades las palabras eco o verde, para dar la sensación de que sus vehículos son respetuosos con el medio ambiente. Los denunciantes recuerdan que las empresas automovilísticas tienen pendiente cumplir el compromiso que adquirieron en el año 1998 de no superar la emisión de 120 gramos de CO2 por kilómetro.

LA EDUCACION ECOLOGICA Y LA ESTRUCTURA CURRICULAR BASICA

Para incorporar los cuatro aspectos mencionados, la educación ecológica necesita la reestructuración de los objetivos y contenidos de la enseñanza. Esta reforma debe realizarse particularmente en las asignaturas de Ciencias Naturales y Ciencias Sociales. Estas asignaturas son, en definitiva, asignaturas privilegiadas para el tratamiento de contenidos que guardan relación con el medio natural y su aprovechamiento por el ser humano.

<http://www.gade.org.ar/>

Capacitación en Ecotecnologías

*¿Qué queremos? ¿Una capitalismo que se acomode a los inconvenientes ecológicos, o una revolución económica, social y cultural que supriman los inconvenientes del capitalismo y, por ello, instaure una nueva relación de los humanos con la colectividad, con su medio ambiente y con la naturaleza? ¿Reforma o revolución? **André Gorz o Michel Bosquet Las Ecotecnologías***

Las herramientas del desarrollo sustentable son las ecotecnologías, una serie de técnicas y prácticas que toman en cuenta la ecología para resolver problemas cotidianos de la vida diaria.

<http://www.union.org.mx/guia/derechosyobligaciones/capacitacion.html>

Actividad para el aula

Te proponemos trabajar con los alumnos el tema de la obtención de energía a partir de combustibles alternativos como el etanol.

<http://www.encuentro.gov.ar/nota-514-Energia-Verde.html>

Lic. en Química y Tecnología Ambiental

Los alcances del título son:

1. Estudiar, desarrollar y aplicar metodologías de diagnóstico ambiental, incluyendo tareas profesionales de análisis de parámetros de calidad y monitoreo de recursos naturales, descargas, residuos y desechos.
2. Participar en de tareas de gestión ambiental, incluyendo: Calidad ambiental, Auditoria ambiental, Análisis del ciclo de vida, Acuerdos voluntarios, Mejora continua.
3. Realizar análisis para determinar composición química, propiedades fisicoquímicas, efectos biológicos, para el registro, certificación y control de sustancias tóxicas y peligrosas; asesorar y dirigir tareas técnicas de depuración de efluentes y tratamientos de remediación de recursos naturales contaminados.
4. Estudiar, desarrollar, asesorar e implementar tecnologías ecocompatibles.
5. Desarrollar, asesorar e implementar tecnologías para la reducción de contaminantes.
6. Proyectar, instalar y dirigir laboratorios de análisis ambientales.
7. Conformar equipos de trabajo de Evaluación de Impacto Ambiental y Evaluación de Riesgo Ambiental.
8. Desarrollar y aplicar metodologías descriptivas y predictivas del comportamiento ambiental de contaminantes.
9. Participar en la evaluación de nuevos productos químicos y/o biológicos previa introducción a los circuitos ambientales.
10. Participar en aspectos técnico-reglamentarios asociados a la legislación ambiental.

11. Desarrollar tareas periciales y/o de asesoramiento en causas jurídicas y técnico-administrativas medioambientales.

xlix

[Natalia Oreiro](http://www.farandulas.com/archives/2008/03/natalia_oreiro_10.html) regresará a la televisión al frente de "Recurso natural", un ciclo dedicado a temas ecológicos y al cuidado del medio ambiente
http://www.farandulas.com/archives/2008/03/natalia_oreiro_10.html

Leonardo Di Caprio adelantó un documental al estilo de Al Gore
<http://es.youtube.com/watch?v=Hq5qH8zhiD0>

Shakira ratifica una vez más su compromiso con las causas sociales y ambientalistas
http://ecoloquia.com/index.php?option=com_content&task=view&id=1682&Itemid=33

Películas para niños, ejemplo Wally el robot basurero
<http://es.youtube.com/watch?v=D8kwXBZIOUE>

Juegos olímpicos, preocupación por una Beijing contaminada

La creatividad para las publicidades también toca a la ecología, principalmente las institucionales
Ej mtv switch diciendo que solo tenemos diez años para revertir el proceso de contaminación
<http://es.youtube.com/watch?v=BFjckBMlehw&NR=1>

A través de recursos on-line y programación en televisión, esta iniciativa busca promover entre los jóvenes estilos de vida respetuosos con el medio ambiente
<http://abre-losojosmundo.blogspot.com/2007/10/mtv-switch.html>

Películas futuristas ya anticipaban lo que podría suceder, tierra yerma e inútil, escasez y pocos humanos vivos.

i

<http://www.misionesonline.net/paginas/detalle2.php?db=nacionales&id=19651>

ii

White y Steward: Steward introduce en las ciencias sociales el término de [ecología](#), señalando con él el análisis de las relaciones existentes entre todos los organismos que comparten un mismo [nicho ecológico](#).
http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura#Definici.C3.B3n_neoevolucionista_o_ecofuncionalista

iii

El protocolo de Kioto impacta permanentemente en las empresas, aunque no fue una intervención directa del consumidor, sus redactores y propulsores debieron considerar posiciones de consumo
<http://www.elpais.com/todo-sobre/tema/Protocolo/Kioto/142/>

N. del A.: Esta pagina evidentemente concluye en lo mismo que investigamos, mas no adelanta horizontes temporales: Las empresas deben anticipar, el embate de consumidores cansados de los atropellos contra el medioambiente

<http://www.infobaeprofesional.com/notas/41912-Green-marketing-la-apuesta-por-negocios-mas-saludables.html?cookie>

Audiovisual de calentamiento, toca responsabilidad social, recomendaciones para disminuir nuestro impacto personal.

<http://es.youtube.com/watch?v=KFT8d6Z00Ss&feature=related>

liii

Los handicaps de la investigación en materia de actitudes del consumidor ante el medio ambiente: A Dios rogando, y con el mazo dando

Está Vd. tranquilamente tumbado en el sofá de su casa. El teléfono suena. Descuelga, y una voz femenina le anuncia: “Buenas tardes. Mi nombre es Margarita González, y le llamo de una empresa de estudios de opinión pública. En estos momentos estamos llevando a cabo una importante encuesta sobre la conciencia ecológica y el comportamiento de compra de los españoles, y nos gustaría conocer su opinión sobre una serie de temas relacionados con el medio ambiente. Vamos con la primera pregunta: Dígame por favor en qué medida –Mucho, Bastante, Algo, Poco o Nada– estaría usted dispuesto a pagar un sobreprecio por aquellos productos que demuestren ser más respetuosos con el medio ambiente”. ¿Cuál cree que sería su respuesta? Probablemente la misma que daría una gran mayoría de los consultados: “Mucho” o “Bastante”. Los dos ejemplos anteriores –ficticios, pero verosímiles– ponen de manifiesto la desconexión –o falta de correlación– existente entre lo que el consumidor dice en las encuestas, y su comportamiento efectivo de compra. Se trata de un fenómeno que se observa con relativa frecuencia en aquellos estudios en los que se indaga sobre los valores morales que están detrás de determinados comportamientos de consumo

<http://insightsblog.com/2007/12/11/econsumer-una-verdad-incomoda-sobre-el-comportamiento-del-consumidor-ante-el-calentamiento-global-y-cambio-climatico-parte-1/>

liv

Dos tercios de los británicos están dispuestos a pagar más por una marca que lleve una política ecológica seria.

<http://www.infobaeprofesional.com/notas/41912-Green-marketing-la-apuesta-por-negocios-mas-saludables.html?cookie>

Así nacieron Natura Cosméticos, de la mano de Luiz Seabra; la empresa Patagonia, de Yvon Chouinard; The Body Shop, de Anita Roddick, y Ben and Jerry’s, de Ben Cohen y Jerry Greenfield, compañías que hoy siguen siendo exitosas demostrando que es posible ser **responsable** y **rentable**.

<http://prensa.elviajedediseo.com/?p=7>

Perfil del consumidor futuro: El consumidor verde o ecológico se puede definir como aquel consumidor que manifiesta su preocupación por el medio ambiente en su comportamiento de compra, buscando productos que sean percibidos como de menor impacto sobre el medio ambiente. Para estos consumidores el calificativo ecológico es un atributo valorado en el proceso

de decisión de compra. En algunos casos dicha valoración se manifestará en **pagar un mayor precio** por productos percibidos como ecológicos; y en otros casos se manifestará en preferir el producto más ecológico en igualdad de condiciones funcionales (calidad, comodidad,...) y económicas (precio, promoción de ventas, cantidad,...).

La aparición de este nuevo consumidor preocupado no sólo por la satisfacción de sus necesidades actuales sino también por la protección del entorno natural, obliga a las empresas a adoptar una nueva forma de entender el marketing: el marketing ecológico....

http://ecoweeb.blogspot.com/2008_09_01_archive.html

lv

Diciembre 13, 2007 por insightsblog

Es indudable que esta campaña está dando sus frutos. La notoriedad casi universal del problema se ha conseguido. Nada menos que el 99% de los encuestados señaló conocer, o al menos haber oído hablar, del calentamiento global y el cambio climático

<http://insightsblog.com/2007/12/13/econsumer-una-verdad-incomoda-sobre-el-comportamiento-del-consumidor-ante-el-calentamiento-global-y-cambio-climatico-parte-3/>

lvi

De acuerdo con uno de los últimos informes del Worldwatch Institute (uno de lo más prestigiosos centros de investigaciones medioambientales) por un lado están los más de 1.700 millones de habitantes del planeta conforman la categoría global de la "clase consumidora", y por otro se encuentran los 2.800 millones de personas que sobreviven con menos de dos dólares diarios.

... Comprar más no significa tener mejor calidad de vida, pero esa parece ser la tarea de la publicidad: convencernos y convertirnos en nuestra guía de consumo. Día a día se el elevado número de mensajes que recibimos a través de la publicidad nos afirma que seremos más felices si consumimos los distintos productos que anuncian, pero pocas veces nos informan con transparencia sobre todos los componentes de esos mismos artículos. Otras veces nos intenta convencer de la necesidad que tenemos de tener y comprar más bienes.

La cultura del consumo nos ha enseñado que comprar es la fuente del bienestar, sin que nos deje espacios para pensar en las consecuencias que tiene el consumo excesivo de bienes innecesarios...

<http://www.ozonalia.org/contenidos/47/index.html?idtemplate=5>

lvii

- La moderación en el crecimiento de la población mundial dependerá de la velocidad con que los países en vías de desarrollo sean capaces de completar la transición demográfica. Según cálculos de la [ONU](#), si los países pobres aceleran el ritmo, en el año [2050](#) habrá en el planeta unos **7.500 millones** de habitantes. Si, por el contrario, el proceso se modera la población mundial se podría situar aquel año en cerca de los **11.000 millones** de habitantes.

http://es.wikipedia.org/wiki/Transici%C3%B3n_demogr%C3%A1fica

Se espera que la población mundial aumente 50 por ciento para el año 2050, con lo que el total de la población en el planeta se elevará alrededor de **9 mil millones**. Se calcula que casi todo este crecimiento ocurrirá en los países en desarrollo.

Esto ejercerá una presión inmensa sobre nuestros recursos naturales, la biodiversidad y el equilibrio ecológico del planeta, el cual todos consideramos nuestro hogar. Por ello, es necesario cambiar la manera como vemos nuestros recursos y, más importante aún, cómo los utilizamos. Por ello, ahora más que nunca urge fomentar el consumo sustentable.

http://www.semarnat.gob.mx/EDUCACIONAMBIENTAL/PROGRAMAS/Pages/programa_consumosustentable.aspx

lviii

- **Crecimiento natural neutro:** Se genera cuando hay la misma cantidad de nacidos que de muertos.

http://es.wikipedia.org/wiki/Crecimiento_natural

lix

En la actualidad, los jóvenes constituyen un grupo importante dentro de las sociedades de consumo, y los hábitos que desarrollen ahora jugarán un papel decisivo en los futuros patrones de consumo. Sus decisiones como consumidores ejercen una influencia creciente en los mercados y estilos de vida. Por lo tanto, los jóvenes merecen especial atención en los esfuerzos por cambiar nuestros ineficientes patrones de consumo por otros más favorables al desarrollo sustentable.

...El Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), como conciencia ambiental de la ONU, insiste en la importancia y necesidad urgente de cambiar los patrones y actitudes de consumo y producción en el ámbito global.

http://www.semarnat.gob.mx/EDUCACIONAMBIENTAL/PROGRAMAS/Pages/programa_consumosustentable.aspx

Comentario sobre ingreso y contaminación indica que a un nivel de ingreso per capita, de acuerdo al país, la población comienza con tareas de limpieza ambiental, sugiere una relación complicada entre el crecimiento del ingreso per cápita y la contaminación, mas controversial aun porque es dado por el directivo de una entidad bancaria

http://www.dallasfed.org/entrada/articles/2001/sp_swe0001.html

lx

Compromiso de la empresa con la responsabilidad social. La cual debe Formar parte de la misión y políticas corporativas.

<http://www.gestiopolis.com/canales8/mkt/mercadeo-ambiental.htm>

lxi

Según el diccionario on line wikipedia, Una declaración efectiva de visión debe ser:

- clara y alejada de la ambigüedad
- que dibuje una escena
- que describa el futuro
- que sea fácil de recordar y con la que uno pueda comprometerse
- que incluya aspiraciones que sean realistas
- que esté alineada con los valores y cultura de la organización
- que esté orientada a las necesidades del cliente (si es para una organización de negocios)

http://es.wikipedia.org/wiki/Planificaci%C3%B3n_estrat%C3%A9gica

lxii

http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_de_las_5_fuerzas_de_Porter

lxiii

<http://es.youtube.com/watch?v=HIMIXw73rqM&NR=1>

lxiv

<http://www.ecoport.net/content/view/full/14872>

lxv

Audiovisual que muestra la gerencia de equipos de trabajo, y menciona como una amenaza externa importante al cambio climático <http://es.youtube.com/watch?v=DwqGUI9n1Vk&NR=1>

lxvi

En el canal de noticias CRONICA, el segmento ecológico finaliza con un exagerado “SOMOS TODOS ASESINOS”.

lxvii

La Mercadotecnia Sustentable surge durante la década de los noventa como respuesta a la conciencia mundial sobre temas de deterioro ecológico. Shethb y Parvatiyar (1995) son los primeros en utilizar el concepto definiéndolo como una nueva forma de mercadotecnia que busca equilibrar los intereses de la empresa y del consumidor con los intereses de la ecología y el desarrollo sustentable. Fuller (1999) amplió esta definición: "Consiste en el proceso de planear, implementar y controlar el desarrollo del precio, la promoción y la distribución de productos de manera que satisfaga las necesidades del consumidor y los objetivos de la organización y al mismo tiempo el proceso sea compatible con el medio ambiente". <http://www.miespacio.org/cont/gi/verde.htm>

Desde la pasada década de los ochentas un nuevo concepto de publicidad y marketing, conocido como “Greenmarketing”, Marketing ecológico, Publicidad verde, o Cultura corporativa ambienteempresarial, viene utilizándose en el mundo de los negocios y las empresas con el fin ampliar los valores añadidos de una marca (producto o servicio) y así poder ser más atractivo para los consumidores preocupados por la protección del medio ambiente y la conservación de los recursos naturales.

Clases de empresas que pueden beneficiarse de una campaña de Greenmarketing y “publicidad verde”.

1. Organizaciones cuya razón de ser está muy relacionada con la protección ambiental:

- Productores de alimentos naturales o biológicos.
- Empresas de energías limpias o alternativas.
- Fabricantes de equipos para el control de la contaminación.
- Empresas de reciclaje.
- Consultoras ambientales.
- Compañías de reforestación.
- Fundaciones y asociaciones ecologistas.
- Organismos gubernamentales responsables del medio ambiente.

2. Sectores productivos de bajo impacto ambiental que se comprometen con temas ambientales puntuales:

- Entidades bancarias y financieras.
- Empresas de mensajería y correo.
- Supermercados.
- Centros de educación y enseñanza.

3. Industrias de alto impacto medioambiental, que han puesto en marcha programas para minimizar este impacto y recuperar los recursos naturales.

- Compañías madereras y papeleras.
- Compañías petroleras.
- Empresas de prospección y explotación minera.
- Compañías petroquímicas.
- Constructoras.
- Grandes complejos hoteleros y turísticos.
- Industria del transporte.

<http://www.ecoestrategia.com/articulos/weblog02/articulos/weblog0201.html>

Las empresas al pensar en la preservación del entorno, y en el público en general, han iniciado actividades de marketing encaminadas a producir, promover y vender productos que no dañen el ambiente, esto es, el mercadeo ambiental.

MERCADEO AMBIENTAL Este apunta hacia la satisfacción de las necesidades y aspiraciones sociales de hoy con el mantenimiento de equilibrios ambientales indispensables para el propio proceso de desarrollo actual y futuro; así mismo busca el bienestar de los consumidores, en el crecimiento económico como fruto del desarrollo de las actividades productivas, minimizando los impactos negativos sobre el ambiente y proporcionando los positivos.

...

Promoción ecológica:

Aumentar la conciencia del cuidado ambiental en quienes todavía no tienen esta cultura, y al mismo tiempo brindar información, educación y persuasión a segmentos de mercados específicos. El objetivo de la promoción ecológica es educar ambientalmente a todos los consumidores ecológicos y consumidores potenciales para contribuir a la generación de responsabilidad ambiental, que contribuye a una conciencia social alrededor de lo ambiental.

<http://www.gestiopolis.com/canales8/mkt/mercadeo-ambiental.htm>

Desde una perspectiva empresarial, el marketing ecológico es el marketing que aplican aquellas empresas que adoptan un enfoque de marketing social para comercializar productos ecológicos, es decir, aquellas empresas que buscan satisfacer las necesidades sociales junto a las necesidades presentes de los consumidores. En este sentido, se puede definir como: “El proceso de planificación, implantación y control de una política de producto, precio, promoción y distribución que permita conseguir los tres siguientes criterios: (1) que las necesidades de los clientes sean satisfechas, (2) que los objetivos de la organización sean conseguidos y (3) que el proceso genere el mínimo impacto negativo en el ecosistema”.

http://ecoweb.blogspot.com/2008_09_01_archive.html

En principio, son dos los temas que acaparan la atención del presente escrito: el mercadeo ambiental y la responsabilidad social.

<http://www.gestiopolis.com/canales8/mkt/mercadeo-ambiental.htm#mas-autor>

Perfil del consumidor futuro: El consumidor verde o ecológico se puede definir como aquel consumidor que manifiesta su preocupación por el medio ambiente en su comportamiento de compra, buscando productos que sean percibidos como de menor impacto sobre el medio ambiente. Para estos consumidores el calificativo ecológico es un atributo valorado en el proceso de decisión de compra. En algunos casos dicha valoración se manifestará en **pagar un mayor precio** por productos percibidos como ecológicos; y en otros casos se manifestará en preferir el producto más ecológico en igualdad de condiciones funcionales (calidad, comodidad,...) y

económicas (precio, promoción de ventas, cantidad,...).

La aparición de este nuevo consumidor preocupado no sólo por la satisfacción de sus necesidades actuales sino también por la protección del entorno natural, obliga a las empresas a adoptar una nueva forma de entender el marketing: el marketing ecológico...

http://ecoweeb.blogspot.com/2008_09_01_archive.html

<http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/mar/no8/comportamiento.htm>

<http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/41/cdcuch.htm>

lxviii

11-11-08, *Por Manuel Iturriaga*

En los próximos siete años, 250 millones de personas podrían ser “refugiados ambientales” a consecuencia del cambio climático.

<http://www.ecoport.net/content/view/full/82540>

contabilidad ambiental

<http://es.youtube.com/watch?v=Y9ehBoL3HBU>

lxix

La planificación estratégica puede definirse como un enfoque objetivo y sistemático para la toma de decisiones en una organización (David, 1990). ...

La planeación estratégica tiene como función: orientar la empresa hacia oportunidades económicas atractivas para ella (y para la sociedad), es decir, adaptadas a sus recursos y su saber hacer, y que ofrezcan un potencial atrayente de crecimiento y rentabilidad...

<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/planestraarvey.htm>

lxx

http://books.google.com.ar/books?id=t35sLSWCcOgC&pg=PA73&lpg=PA73&dq=supervivencia+crecimiento+rentabilidad&source=web&ots=ACe5fHnqs5&sig=j6iLv8UXWkK0ExgaLMDVa3w8Wso&hl=es&sa=X&oi=book_result&resnum=10&ct=result#PPA73,M1

lxxi

Actualmente el precio de los productos ecológicos es alto, ya que son productos especializados y su consumo es bajo.

<http://www.gestiopolis.com/canales8/mkt/mercadeo-ambiental.htm>

lxxii

lxxiii

En una conferencia bastante reciente, el conocido autor y experto en estrategia, **Kenichi Omae** mencionó dos características de la década pasada, ...
www.masterdissen.com/master-net/excelencia/0022.php3

Jack Trout es, sin duda alguna, una de las referencias históricas del Marketing moderno. Creador del revolucionario concepto de “posicionamiento”, como elemento estratégico del Marketing, es co-autor, junto a Al Ries, de dos de los libros más importantes e innovadores de los últimos años: *Positioning: the Battle for Your Mind* y *Marketing Warfare*, ambos traducidos ya a 14 idiomas. http://www.daemonquest.com/es/jack_trout

lxxiv

Con fecha 5 de noviembre de 2008, en su primer discurso como presidente, el Estadounidense Barack O'bama confirmó lo que muchos ya afirmaban, y muchos escépticos discutían, al hacer su análisis de la situación mundial dijo, entre otras cosas, “con un planeta en peligro”, refiriéndose, queda bastante claro, al problema de la contaminación.

lxxv

El "**efecto mariposa**" es un concepto que hace referencia la noción de sensibilidad a las condiciones iniciales dentro del marco de ***la teoría del caos******. Su nombre proviene de un antiguo proverbio chino: "*el aleteo de las alas de una mariposa se puede sentir al otro lado del mundo*".

La idea es que, dadas unas condiciones iniciales de un determinado sistema natural, la más mínima variación en ellas puede provocar que el sistema evolucione en formas totalmente diferentes. Sucediendo así que, una pequeña perturbación inicial, mediante un proceso de amplificación, podrá generar un efecto considerablemente grande.

http://es.wikipedia.org/wiki/Efecto_mariposa

*****la teoría del caos**

La idea de la que parte la Teoría del Caos es simple: en determinados sistemas naturales, pequeños cambios en las condiciones iniciales conducen a enormes discrepancias en los resultados. Este principio suele llamarse efecto mariposa...

...Ejemplos de tales sistemas incluyen *LA ATMÓSFERA TERRESTRE*, el Sistema Solar, las placas tectónicas, los fluidos en régimen turbulento y *LOS CRECIMIENTOS DE POBLACIÓN*.

http://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_del_caos

lxxvi

N. del A. : El que no contamina, se puede hundir en la miseria y el desprestigio, sí, estos casos son ciertos, la contaminación es un fracaso social humano a escalas mundiales, tanto que siendo jocoso, se podría resumir al capitalismo con una frase bochornosa de motivación para la búsqueda del éxito, que presente en los subconscientes de los principales directivos de organizaciones polutivas, hace realidad el dantesco acto subliminal del lucro, dictando al oído de los mas inconscientes, “CONTAMINEN..., QUE VIENEN CONTAMINANDO”.

El siguiente documental analiza el mundo energetico, de hecho desecha por completo la producción con emanaciones tóxicas y critica las propuestas actuales de renovación de los métodos de obtención, la producción de energía solar no podrá ser suficiente, la eólica afecta la corriente ventosa y fue monopolizada, los biocombustibles alimentan maquinas y no personas y son ecológicamente insostenibles. Destaca la posibilidad de aplicación de políticas relacionadas con la Soberanía energética para consumos internos, y propone finalmente que incluso con la generación de energía limpia no alcanzamos a solucionar el problema ecológico mundial

<http://www.centroamerica.tv/es/videos/Consumo-Energia-y-Futuro-Hay-Esperanza>

«Advertencia a la humanidad de científicos del mundo»,firmada por más de 1.600 científicos, entre ellos 102 premios Nobel de 70 países.

Los límites del crecimiento: 30 años después aborda la discusión sobre el imparable crecimiento de la población mundial, el aumento de la producción industrial, el agotamiento de los recursos, la contaminación y la tecnología. Una obra de enorme inteligencia que debate, con total actualidad, el difícil equilibrio entre crecimiento y desarrollo humanos.

http://www.quadernsdigitals.net/index.php?accionMenu=biblioteca.VisualizaLibroIU.visualiza&libro_id=8072

N del A: Así como hubo un salvataje al sistema financiero mundial en 2008 por parte de los gobiernos, ¿por qué no habría un salvataje ecológico si las circunstancias lo ameritan?

Artículo de la Enciclopedia Libre Universal en Español.

¿Qué consecuencias tiene el cambio climático **para el sistema económico actual**? En este sentido los cambios en el clima, aunque sean pequeños, han de ser catastróficos. Debemos tener en cuenta que nuestra economía depende mucho de las previsiones de futuro. Se invierte en función de los beneficios que se confía tener. Si las previsiones no se cumplen tenemos una crisis económica, que puede afectar a una sola empresa o a toda la economía. Estas previsiones se hacen confiando en que las características externas a la empresa se mantienen: políticas, legales, geográficas y etc. Si alguna de estas características falla, el proyecto suele fracasar. Entre estas características se encuentra el clima; que debe de ser regular; lo más cercano a los valores medios históricos que se han venido recogiendo. Así, un empresario agrícola siembra un determinado cultivo porque confía en que la tierra es buena, tiene los medios de cultivo y el clima, normalmente, es favorable. Si ese año hay una sequía la inversión se pierde. Y fíjense que he dicho la inversión y no la cosecha, ya que debido a un mercado mundial y diversificado una mala cosecha en un punto no implica subalimentación en nuestro mundo moderno.

http://enciclopedia.us.es/index.php/Consecuencias_del_cambio_clim%C3%A1tico

China se convierte en primer emisor de CO2 en un mundo con emisiones récord

China desbancó a Estados Unidos como primer país emisor de CO2 en 2007 e India se dispone a arrebatar el tercer lugar a Rusia, según un estudio científico publicado el viernes que denuncia un nivel récord en las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero.

Hasta 2005 los países ricos industrializados eran los que emitían más gas carbónico, pero ahora los países en desarrollo ya acaparan el 53% de las emisiones, recalca este estudio realizado por el organismo internacional Global Carbon Project (GCP).

"La mayor alza de las emisiones se produjo en los países en desarrollo, principalmente en China e India, mientras que en los países desarrollados el crecimiento ha sido más lento", señala el estudio.

Según el GCP, **las emisiones mundiales de CO2 alcanzaron el equivalente a casi 10.000 millones de toneladas de carbono, de las que 8.500 millones se deben en líneas generales al uso de combustibles fósiles y el resto a la deforestación.**

En 2007, las emisiones de China sumaron 1.800 millones de toneladas de CO2, contra 1.590 millones de toneladas de Estados Unidos, 432 millones de toneladas de Rusia y 430 millones de India.

De resultas de ello la concentración de CO2 en la atmósfera aumentó en 2,2 partes por millón (ppm) en 2007 hasta alcanzar 383 ppm. El año anterior, en 2006, el alza fue de 1,8 ppm.

A 383 ppm, los niveles de CO2 superan en un 37% los registrados en 1750, al comienzo de la revolución industrial, con la explotación masiva del carbón, del petróleo y del gas.

"El nivel actual de concentración es el más alto desde los 650.000 últimos años y probablemente desde 20 millones de años", recuerda el estudio.

Los científicos también recalcaron que las emisiones aumentaron mucho desde comienzos de siglo, a un ritmo promedio de 2 ppm por año entre 2000 y 2007 contra 1,3 ppm/año en los años 1970, 1,6 ppm en los 80 y 1,5 ppm/año en los 90.

La deforestación tropical generó 1,5 millones de toneladas de CO2 en 2007 repartidas de la siguiente forma: América Latina y Asia con 600 millones de toneladas cada una y Africa otros 300 millones.

El estudio fue realizado por ocho científicos partiendo de las estadísticas de los expertos en clima de Naciones Unidas y de sus modelos en el marco de un proyecto patrocinado por varios programas internacionales.

Si se adopta el consumo de energía como medida del impacto sobre la sustentabilidad, un niño nacido en Estados Unidos tiene un impacto medioambiental sobre las infraestructuras biológicas y físicas equivalente al doble de un niño sueco, al triple de un italiano, trece veces más que un brasileño, treinta y cinco veces el de un hindú y 140 veces el de un niño de Bangladesh.

<http://www.eurosur.org/futuro/fut49.htm>

N del A: Hay foros y asociaciones mundiales a favor de la recuperación de la salud del planeta, hoy un debate de candidatos por la presidencia de EE.UU. exhibía el tema como importante en sus plataformas.

N del A: La rana no siente el progresivo aumento de la temperatura, luego de que el experimentador prendió fuego para calentar el recipiente donde ésta se encuentra, de esta manera actúan los gobiernos y corporaciones, aletargando la reacción de la población a un desastre de magnitudes para-económicas.

N del A: La Administración del estado cuenta con un concepto que ayuda a enfrentar problemas de esta calidad, una de las posibilidades que tiene es tratar los casos de impacto ambiental como *externalidades económicas negativas*, realizando mediciones y control de las emisiones de contaminantes; además, puede trabajar con su poder de imperio para sustituir producción contaminante, gravando ésta y subsidiando la producción con métodos limpios.

Los avances en la concepción del derecho deberán incrementar el tratamiento y puesta en funcionamiento de mecanismos de control mas eficientes en materia de Responsabilidad Social Corporativa, que permitan identificar una acción polutiva. Como dijimos en el apartado 2, pagina 10 del **Proyecto de Investigación** del que deriva el presente, es mas eficiente el concepto de Huella Contaminante que el de Desarrollo Sustentable para comprender el accionar polutivo, ya que cuantificar y medir una huella contaminante, es mas fácil que hacerlo con el concepto de Desarrollo Sustentable.

Seria mas notable aun que esto generase una competencia entre países para ver quien tiene la menor huella contaminante o quien la baja mas rápidamente, a manera de olimpiadas de conciencia ambiental en las que participa todo habitante de la tierra a través de mediciones observadas por un arbitraje internacional, ¿ficticio?.

Vídeo muy recomendable, donde se explican los conceptos vertidos en el párrafo <http://video.google.com/videoplay?docid=-5645724531418649230>

El consumo socialmente responsable lo define Antil (1984: 20) como: “aquellos comportamientos y decisiones de compra hechas por los consumidores que ponen en consideración los problemas ambientales y de los recursos y que están motivados no sólo por el deseo de satisfacer las necesidades personales, sino también por un interés ante las posibles consecuencias adversas y sus efectos consecuentes”.

http://lunazul.ucaldas.edu.co/index.php?option=com_content&task=view&id=58&Itemid=51

N del A: Tomando en cuenta los 70 años que tomó retirar el plomo de la pintura y los 50 años que se tardó en establecer convincentemente el vínculo entre el hábito de fumar y el cáncer de pulmón, se puede inferir que la humanidad hará algo por la salud del medioambiente, porque éste, es una extensión de su propio sistema sanitario, que de hecho hoy huele muy mal.

lxxxviii

El **síndrome de Estocolmo** es un estado psicológico en el que la víctima de secuestro, o persona detenida contra su propia voluntad, desarrolla una relación de complicidad con su secuestrador. En ocasiones, los prisioneros pueden acabar ayudando a los captores a alcanzar sus fines o evadir a la policía.

http://es.wikipedia.org/wiki/S%C3%ADndrome_de_Estocolmo

lxxxix

04-11-08, Rutas verdes hacia el crecimiento, *Por Nicholas Stern*

Hace pocos días, el gobernador del Banco de Inglaterra Mervyn King y Gordon Brown han indicado que el país se dirige hacia la recesión. No sabemos cuanto durará, pero es poco probable que sea corta. Las políticas relevantes están siendo puestas en marcha para evitar el derrumbe del Reino Unido más allá en la crisis y empezar a construir un sistema financiero más sólido. Pero cuando los bancos reconstruyan sus balances y miren hacia ratios de capital más altos tendrán que restringir los préstamos. La política monetaria por sí sola, aunque es importante, es muy improbable que nos saque de la recesión rápidamente; la política fiscal para expandir la demanda tiene que jugar un papel. Pero, el incremento de gasto público debería centrarse no sólo en animar la demanda a corto plazo. Tiene que promover un crecimiento que pueda sostenerse.

El próximo periodo de crecimiento puede ser asentado firmemente sobre una infraestructura de bajo uso de carbono y las inversiones que no sean sólo provechosas, con las políticas correctas, pero también permitiendo una economía y sociedad más tranquila, más limpia y más segura. Y si como debemos, detenemos la deforestación – la fuente del 20% de las emisiones de gases invernadero – al mismo tiempo podemos también proteger e incrementar nuestra biodiversidad y sistemas hídricos.

<http://www.ecoportal.net/content/view/full/82348>

xc

N del A: Como advertimos en el **Proyecto de Investigación**, pag. 6 “El gráfico resalta un extremo peligroso^{xc} X, y coloca el enfoque en los métodos de explotación y consumo desarrollados hasta el momento, que se están multiplicando y amenazan cruzar la frontera en la que se saturan las posibilidades de obtener recursos, sin dañar seriamente la naturaleza que los sustenta”.

xcii

N del A: Creador del documental “Una verdad incómoda”

De hecho este paladín de la ecología estuvo presente en el acto del 28/8/08, día en que acepto la candidatura a presidente su copartidario demócrata B. Obama, observando al cura que bendecida la campaña política del moreno candidato, mientras pedía por iluminación para poder “arreglar el clima que *nosotros* hemos cambiado”. Transmisión en cadena CNN Internacional.

xciii

El modelo de producción nuestro es lineal y generador de residuos que causan la contaminación, mientras en la naturaleza los procesos son cíclicos y no generan residuos porque lo que para una especie es residuo para otra es alimento.

La naturaleza trabaja en red mientras nuestros procesos no son integrados.

La naturaleza utiliza el sol como energía y nosotros recursos fósiles que solo generan contaminación y que se agotan.

Lo que se nos propone es el orientar el conocimiento hacia el ecodiseño: diseñar los sistemas productivos siguiendo a la naturaleza. Igualmente un cambio de valores sociales que privilegien la calidad de la vida y no el nivel de vida medido por cuanto poseemos, cuantos carros, televisores y vestidos, etc.

En: <http://www.gestiopolis.com/canales6/ger/la-gestion-ambiental-y-la-biodiversidad.htm> (Hacia el final del documento)

xciii

La idea es que, dadas unas condiciones iniciales de un determinado sistema natural, la más mínima variación en ellas puede provocar que el sistema evolucione en formas totalmente diferentes. Sucediendo así que, una pequeña perturbación inicial, mediante un proceso de amplificación, podrá generar un efecto considerablemente grande.

http://es.wikipedia.org/wiki/Efecto_mariposa

xciv <http://es.youtube.com/watch?v=EbUcKRDuf2A&feature=related>