



Coordina

Financia



Coordinadora Estatal de Comercio Justo



PROYECTO DE FORMACION ON LINE SOBRE COMERCIO JUSTO

**TEMA: EXPERIENCIAS DEL CONSUMO RESPONSABLE NORTE- SUR
POR ANNE- MARIE ISKANDAR.
FAIR TRADE EGYPT FOUNDATION¹ - MAYO 2009**

Índice

INTRODUCCIÓN.....	3
ECONOMÍAS DESARROLLADAS – 'EL NORTE'.....	3
MAXIMIZACIÓN DE LA AUTOSUFICIENCIA	4
PROTECCIÓN DEL MEDIO-AMBIENTE Y SALUD	5
RECICLAJE, REUSO, ETC.	5
ENERGÍAS VERDES Y AHORRO DE ENERGÍA:	5
PRODUCTOS VERDES.....	6
CONTRIBUCIÓN AL UN DESARROLLO SOSTENIBLE PARTICIPANDO A MOVIMIENTOS PARAGUAS (CONSIDERANDO LOS ÁMBITOS SOCIAL, POLÍTICO, ECONÓMICO, CULTURAL, Y MEDIOAMBIENTAL).....	7
LA SOBERANÍA ALIMENTARIA EN EL 'NORTE'	7
EL COMERCIO JUSTO EN EL 'NORTE'	9
EL CONSUMO COMO ACTO SOCIAL	10
EL CONSUMO COMO ACTO POLÍTICO-ECONÓMICO.....	10
EL CONSUMO PARA PRESERVAR EL PATRIMONIO.....	11
EL PATRIMONIO ANIMAL.....	11
EL PATRIMONIO CULTURAL Y GASTRONÓMICO.....	12
EL CONSUMO RESPONSABLE PARA DAR UNA IMAGEN	12
ECONOMÍAS EMERGENTES O EN VÍA DE DESARROLLO – 'EL SUR' ...	13

¹ Fair Trade Egypt Foundation – Registered with MOSS #6762 as of January 3rd 2007

² Taha Hussein St. 7th Floor, Apt. 8 - Zamalek, Cairo, Egypt - T/F: +202 2737 1234 M: +2 0187203399

fte@ft-egypt.org E: www.ft-egypt.orgW:



CONSUMO RACIONAL	15
EL PRECIO Y LA CUALIDAD	15
RELIGIÓN Y MORAL	15
EL MEDIO-AMBIENTE	16
ANALOGÍAS CON INTERPRETACIONES DEL 'NORTE'	16
PARTICULARIDADES DEL 'SUR'.....	16
CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO DEL PAÍS.....	17
FOMENTO DE LA PRODUCCIÓN LOCAL.....	17
RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES	19
<u>CONCLUSIONES.....</u>	<u>19</u>



Introducción

Las actividades diarias de cualquier persona implican la compra de productos y servicios, para su consumo. No obstante, las costumbres de los consumidores, en la mayoría de los casos, son destructivas de una forma u otra y poca gente considera las repercusiones de sus hábitos de consumo.

Actualmente, existen movimientos de consumo ético, justo, soberano, solidario, verde, sostenible, responsable, ecológico, crítico, etc. En este informe, se usará 'consumo responsable' como concepto paraguas para designar lo que se acaba de enumerar, y otros. El consumo responsable es un movimiento, un concepto y una realidad existente o ausente. Luego, se tratará de examinar las interpretaciones de la expresión 'consumo responsable', sus aplicaciones en la realidad, así como las conclusiones sobre el contexto en general. Con fin de hacer comparaciones como método de estudio, se contrastarán "economías desarrolladas – El 'Norte' y "economías emergentes, en vía de desarrollo o subdesarrolladas – El 'Sur', con un enfoque especial sobre Egipto.

Economías Desarrolladas – 'El Norte'

El consumo responsable se puede definir de varias formas en el 'Norte' como en el 'Sur'. Así que no se citará una única definición sino que, se presentarán varias interpretaciones del consumo responsable. Asimismo, las categorías de interpretaciones usadas podrían estar organizadas de otra forma, lo siguiente es una sugerencia.

En el 'Norte', en relación con el consumo responsable, se estudia y analiza el concepto, se hacen actividades de promoción, se apoyan acciones, se hacen actividades de sensibilización, y se practica por varios actores incluso el sector público y privado, así como el tercer sector y la sociedad civil



en general. Aunque todavía existe más en teoría que en práctica, el consumo responsable se está haciendo cada vez más famoso y más complejo, a medida que las circunstancias económicas, culturales, medioambientales, políticas, y sociales cambian.

En lo siguiente, se utilizará como metodología las experiencias de FTEF previas con el tema de consumo responsable, y también fuentes secundarias.

Maximización de la autosuficiencia y autoabastecimiento

Una de las visiones del consumo responsable está relacionada con la autosuficiencia. Hay una gama amplia de grados e prácticas de autosuficiencia.

Un ejemplo se encuentra en los grupos de gente que viven aislados del sistema corriente y que intentan vivir de forma sostenible minimizando intercambios comerciales, e interiorizando lo más posible la producción de lo que necesiten, con los recursos disponibles en la naturaleza y/o a proximidad. En este caso, el consumo responsable se integra a una forma de vida que no solo se relaciona con la reducción del impacto del ser humano sobre el medio-ambiente, sino que implica la integración de valores de vida, una espiritualidad, procesos de decisión horizontales, respecto de los derechos socio-económicos de los campesinos y región, etc. Ejemplos de ello: ecoaldeas, comunidades sostenibles, pueblos verdes, comunidades intencionales, etc.

Del mismo modo, hay gente que fabrica sus propios productos en casa con los medios y recursos que tienen. Se trata de minimizar las compras compulsivas, superfluas, o no esenciales. Estos ciudadanos también quieren



maximizar su autosuficiencia por diversas razones, incluso el medioambiente, el ámbito social, económico, cultural, político, etc.

Para más información, pueden visitar los siguientes enlaces:

- [Global Ecovillage Network](#)
- [Red Ibérica de Ecoaldeas](#)
- [Auroville](#)
- [List of ecovillages](#)

Protección del Medio-ambiente y Salud

Reciclaje, reutilización, etc.

Se ha sostenido previamente una interpretación del consumo responsable como correspondiendo a un autoabastecimiento individual, local, regional, o colectiva, practicado por varios motivos, incluso por motivos medio-ambientales. Mientras las comunidades autosuficientes representan un extremo del espectro, otros ciudadanos que viven de manera convencional tratan de minimizar sus compras compulsivas, superfluas, o no esenciales, intentan comprar productos durables, que se pueden reutilizar y/o reciclar, que se pueden mantener, limpiar, y reparar en casa, intentan reutilizar lo que tienen ya en casa, etc.

Energías verdes y ahorro de energía:

También existe el mundo de las energías verdes y del ahorro de energía. 'Energías verdes' se usa para describir fuentes de energía que se pueden considerar como no dañinas y no contaminantes para el medio-ambiente. Incluye energías solar, geotérmica, eólica, de las mareas, undimotriz, de la biomasa (biocombustibles, bioetanol, biometanol, biodiesel, biogás),



hidráulica, etc. Se perciben como "verdes" porque generan menos emisiones de carbón y crean menos contaminación. Consumidores, empresas, y organizaciones pueden comprar energías verdes. Existen varios sistemas de certificación para empresas y organizaciones que utilizan energías verdes. Muchos grupos están en contra de la producción de agrocombustibles y lo ven como un negocio de multinacionales del Norte que crea dependencia en la producción de monocultivos en países del Sur.

También se considera como consumo responsable ahorrar energía. Se puede hacer comprando bombillas que utilicen menos energía, cerrando el grifo mientras limpiamos nuestros dientes, apagando las luces mientras no estamos, etc.

Productos verdes

Igualmente, hay consumidores responsables que adhieren a los movimientos de compra de productos agroalimentarios orgánicos, producidos sin OGMs, a los sistemas locales de cestas de frutas y verduras, a la soberanía alimentaria, al comercio justo, por varias razones, y entre ellas, la conservación del medio-ambiente. También, otros solo compran productos que no producen un exceso de contaminación y de embalaje en el transporte y en la distribución de los productos. De la misma forma, algunos consumidores responsables compran productos que fueron producidos con materias primas renovables y/o reciclables.

Asimismo, unos sostienen que comprar y consumir productos verdes y locales no ayuda a las problemáticas, y que lo que tenemos que hacer es dejar de consumir lo más que se puede (ver autosuficiencia).



En este sentido, el consumo responsable también significa la elección de productos que no solo sean ecológicos, sin embalaje excesivo, pero también que provengan de cerca del lugar de consumo. De hecho, lo "local" está ganando mucha fuerza últimamente.

Para más información, pueden visitar los siguientes enlaces:

- <http://www.aceee.org/consumer/consumer.htm>
- <http://www.green-e.org/>
- <http://oee.nrcan.gc.ca/residential/personal/new-home-improvement/home-energy-saving-tips.cfm>
- [How to Save Energy Teaching Notes](#)
- http://www.energysavers.gov/your_home/electricity/index.cfm/mytopic=105
- [10](#)
- [Green consumerism will not save the biosphere](#)
- [Ethical Consumer](#)
- [Good Planet.info](#)
- <http://www.consumoresponsable.org/enlaces/index.asp#7>
- [Responsible Consumerism](#)
- [El Centre de Recerca i Informació en Consum](#)

Contribución a un desarrollo sostenible participando en movimientos paraguas (considerando los ámbitos social, político, económico, cultural, y medioambiental)

La Soberanía Alimentaria en el 'Norte'

El consumo responsable incluye también el consumo de productos que respetan los principios de la soberanía alimentaria, en el 'Sur' y en el 'Norte'.



La expresión 'soberanía alimentaria' surgió alrededor de 1996 cuando La Vía Campesina creó un nuevo paradigma político para los campesinos, pescadores, pastores, pueblos indígenas, mujeres, juventud rural, y organizaciones medioambientales. Además de defender la descentralización de la producción de alimentos y las cadenas de distribución, así como un modelo campesino de producción de alimentos sanos, La Vía Campesina promueve la soberanía alimentaria definida como:

"El derecho de los pueblos, los países y las uniones de estados, a definir sus políticas agropecuarias y de producción de alimentos sin imponer el 'dumping' a terceros países. Soberanía alimentaria es organizar la producción y el consumo de alimentos de acuerdo a las necesidades de las comunidades locales otorgando prioridad a la producción y el consumo locales domésticos. Soberanía Alimentaria, incluye el derecho de proteger y regular su producción nacional agrícola y ganadera, así como a proteger sus mercados domésticos del dumping de los excedentes agrícolas y de las importaciones a bajos precios de otros países. Campesinos, sin tierra, productores rurales deben tener acceso a tierra, agua, semillas y recursos productivos y servicios públicos adecuados. La Soberanía Alimentaria y la sustentabilidad son elementos altamente prioritarios antes las políticas de comercio."

Este modelo también se aplica en el 'Norte' por razones similares a aquellas que se han elaborado inicialmente por el 'Sur'. Del mismo modo, los pequeños y medianos terratenientes del 'Norte' se confrontan a las grandes empresas que controlan desde la producción y abastecimiento, hasta la distribución de productos agroalimentarios. Sin embargo, en el contexto del 'Norte', el reto se vincula más a la protección de las actividades económicas locales de las pequeñas y medianas empresas – al desempleo – a la



protección del medioambiente en la reducción de kilometrajes en los recorridos de productos agroalimentarios – etc., y no a una situación nacional de emergencia caracterizada por una inseguridad alimentaria.

Asimismo, se promueve en el 'Norte' la soberanía alimentaria de los países del 'Sur'. De hecho, se promueve más en el 'Norte' que en el 'Sur', y la mayoría de los estudios, del trabajo académico, del desarrollo de teorías, y de sensibilización y apoyo se hacen desde el 'Norte', lo cual naturalmente perjudica su aplicación y su relevancia en el mundo en general.

El Comercio Justo en el 'Norte'

Según FINE (Fair Labelling Organization - FLO, World Fair Trade Organization - IFAT – WFTO, Network of European World Shops – NEWS, European Fair Trade Association – EFTA), el Comercio Justo es una relación de intercambio comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores marginados, especialmente del 'Sur'.

Son muy a menudo considerados consumidores responsables en el 'Norte' las personas, las organizaciones del tercer sector, las empresas, y los órganos públicos, que compran productos que provienen del comercio justo. Lo hacen para contribuir a la reducción de la pobreza en el 'Sur', para proteger y conservar el medio-ambiente, para que los pobres vivan en un entorno social adecuado y con recursos económicos que aseguren su autosuficiencia, para que todos puedan acceder a sus derechos, etc.

Para más información, pueden visitar los siguientes enlaces:



AÑADIR LINKS DE CJ

- [Economía Solidaria](#)
- [Actores del Comercio Justo](#)
- [La Vía Campesina](#)
- [Coordinadora Latinoamericana de Organizaciones del campo](#)
- [Via Campesina Africa](#)
- [La Via Campesina Youth – South East Asia](#)
- [European Coordination Via Campesina](#)
- [Food Sovereignty - Wikipedia](#)
- [International Planning Committee](#)
- <http://www.familyfarmdefenders.org>

El consumo como acto social

Cuantas veces hemos encontrado gente que vendía productos realizados por ciegos, minusválidos, prisioneros, etc. En este caso se compra para una 'causa social'; este acto también se considera como consumo responsable, o una de sus otras categorías similares. De la misma manera, comprar un producto de comercio justo, o de 'los pobres', se puede hacer con una voluntad de contribuir a una causa social.

El Consumo como acto político-económico

La Soberanía Alimentaria así como el Comercio Justo, aunque vienen con un conjunto de principios afectando casi todos los ámbitos de actuación posibles, tienen objetivos político-económico. Una de las razones de esto es el hecho que estos movimientos se caracterizan por actuar en masa, bajo organizaciones paraguas organizadas, que desarrollan con sus miembros estrategias de actuación como: participar en el comercio mundial de manera más y más importante, y entonces afectándolo, y también implementar



actuaciones de sensibilización y apoyo, entonces influyendo el ámbito político desde el nivel de los ciudadanos, así como del sector privado y público.

Se puede también entender como acto político-económico hacia un consumo más responsable, la decisión de abstenerse de consumir, de consumir lo producido localmente, o de boicotear la producción de un país o de una compañía en específico.

Para más información, pueden visitar los siguientes enlaces:

- [Current UK Consumer Boycotts](#)
- [Consume hasta morir](#)

El Consumo para preservar el patrimonio

El patrimonio animal

Los movimientos de defensa de los derechos de los animales son igualmente muy populares. Las empresas, los ciudadanos, y el gobierno actúan sensibilizando, consumiendo, apoyando, y utilizando como estrategia de responsabilidad social corporativa, hacia una mejor protección de animales, especialmente los que se usan en laboratorios, entretenimiento, así como aquellos usados para la comida, trabajo, o como mascotas. Hay muchos tipos de grupos de protección de los animales, incluso grupos de derechos de los animales, grupos de bienestar de los animales, vegetarianos y vegetarianos estrictos, grupos de protección de animales específicos (como de las ballenas, focas, tiburones, perros, etc.), grupos de lobby contra el uso de la piel, contra la caza de los animales, etc. Del mismo modo, muchas empresas usan esta causa como estrategia de responsabilidad social



corporativa. Un ejemplo bien conocido del último es el Body Shop, estos días también sujeto de muchas críticas después de su adquisición por L'Oréal.

Para más información, pueden visitar los siguientes enlaces:

[Grupos de defensa de los derechos de los animales](#)

[El patrimonio cultural y gastronómico](#)

Brevemente, también se quiere preservar el patrimonio cultural intangible (como definido por la UNESCO) y gastronómico. Hay gente que adhiere al comercio justo así como a los movimientos de tipo Slowfood con intenciones de conservar el patrimonio cultural y gastronómico. Comprando productos con estas razones son actos de consumo responsable también.

Con el deseo de popularizar y conservar culturas indígenas, aunque también para desarrollar una estrategia de penetración del mercado diferente, el turismo responsable, cultural o ético, el ecoturismo, u otros turismos de estos tipos, utilizan como destinos lugares indígenas, de carácter muy 'local' donde se puede comer platos 'típicos' y comprar productos locales, como artesanía tradicional.

Para más información, pueden visitar los siguientes enlaces:

- [Slowfood](#)
- [Fair Trade Tourism](#)
- [Cultural tourism](#)
- [Material Cultural Heritage and Endogenous Sustainable Development](#)

El Consumo responsable para dar una imagen

El sector público, privado, el tercer sector, y la sociedad civil consumen de manera responsable también para dar una imagen, unos para ser coherentes



con su trabajo (el tercer sector), otros como responsabilidad social corporativa o estrategia de marketing (el sector privado), otros para responder a grupos de presiones (el sector privado y público), y finalmente otros para formar parte de grupos de presión o para que sean considerados como consumidores responsables, o gente que contribuye a una causa (famosos, sociedad civil en general).

Economías Emergentes o en vía de desarrollo –'El Sur'

Para la gente que no ha sido destinatario de sensibilización o educación al desarrollo, o

que no tiene un conocimiento sobre los retos a los que el trabajo de desarrollo sostenible se enfrenta, es difícil muchas veces relacionar el rol del consumo a la situación global del país.

Asimismo, a menudo, el ciudadano típico del 'Sur', o al menos en el caso de Egipto, cree que no podría alcanzar un impacto sin una movilización importante de los ciudadanos y que el acto individual aislado no cuenta. A la vez, el espacio público de actuación se considera como perteneciendo a nadie, tan en el sentido espacial que teórico. Consecuentemente, en relación con los ciudadanos medios, ni conocen sus derechos humanos, incluso como código ético más que como instrumento normativo, que sean socio-económicos, culturales, civiles y políticos, medio-ambientales, etc., y naturalmente, ni reconocen sus responsabilidades. No se ve muy claramente que el sector público y entonces el gobierno, englobe cada uno de los ciudadanos. El gobierno tampoco ayuda al acceso de los ciudadanos a sus derechos, y menos por asumir su responsabilidad.

Según algunas teorías estructuralistas, se considera que los actos humanos se realizan dentro de una estructura social pre-existente,



gobernada por una serie de normas y leyes que se diferencian de aquellas de otras estructuras sociales. En pocas palabras, para que el paradigma del consumo responsable se cumpla, un trabajo equilibrado en conjunto por varios actores (sector público, privado, tercer sector, y sociedad civil) tendría que ocurrir para que cada sector sea motivado para actuar. Todavía estamos muy lejos de estas condiciones en Egipto, y probablemente también en el resto del mundo del 'Sur' o de economías emergentes o en vía de desarrollo.

El consumo responsable se define de varias formas en el 'Sur' también, aunque, en el caso de las economías emergentes o en vía de desarrollo, no existe como paradigma o bien, como expresión normalizada. Sin embargo, están popularizándose en círculos restringidos urbanos, educados, y de clase media o alta, sobre todo, mediante el trabajo de las organizaciones que trabajen en cooperación al desarrollo y también a través grupos de ciudadanos activos.

En el 'Sur', en cuanto al consumo responsable, se hacen actividades de promoción, se hacen actividades de sensibilización, y se practica por varios actores incluso el sector privado, así como el tercer sector y la sociedad civil en general. No obstante, en el 'Sur' unos enfoques diferentes se distinguen, y juntos, pueden encarnar otra lógica del consumo responsable. Como por el 'Norte', se presentarían varias interpretaciones del consumo responsable. También aquí, las categorías de interpretaciones usadas podrían estar organizadas de otra forma, lo siguiente es una sugerencia.

En lo siguiente, se presentará el caso de Egipto como un ejemplo de las experiencias de consumo responsable en el 'Sur'. La metodología utilizada está compuesta por conversaciones aleatorias que la FTEF ha hecho con gente de la calle (y no un estudio formal), así como por las experiencias de FTEF y previas con el tema de consumo responsable, y también fuentes



secundarias. Más específicamente, se ha evaluado la expresión 'consumo responsable', así como sus varios significados independientemente.

Consumo Racional

El Precio y la Calidad

El entendimiento más popular de la expresión 'consumo responsable', de acuerdo a la gente con quién se ha hablado en la calle, está relacionado con el precio y la calidad de los productos. Muchas veces, también se limita al precio por razones evidentes. Sin entrar en los detalles, con los constantes incrementos de precios en general y el estancamiento de los salarios, la gente media tiene menos y menos recursos para poder comprarse productos. El precio se convierte en la variable más importante a la hora de comprar cualquier cosa. Según las mismas personas, la calidad sería la segunda variable, cuando se lo pueden permitir.

Religión y Moral

A parte del precio y de la calidad, otra gente ha hablado de valores, principios y prioridades. Aunque todavía se refieren a conceptos imprecisos, en el caso de Egipto, esto se podría entender como evitar de consumir cerdo, alcohol, o cualquier cosa que no sea "halal²", para los musulmanes, y para los coptos, durante los varios ayunos del año, dejar de consumir ciertos alimentos como carne, cualquier otro producto animal, y otros. Asimismo, se podría hablar de prioridades y principios, por ejemplo, ver a las necesidades de los niños antes de todo.

² Halal: el término halal hace referencia al conjunto de prácticas permitidas por la religión musulmana. Aunque el término en sí engloba a todo tipo de prácticas, es comúnmente asociado a los alimentos aceptables según la sharia, o ley islámica. El término opuesto, aquel que expresa las prácticas prohibidas, es haram.



El Medio-Ambiente

Analogías con interpretaciones del 'Norte'

En Egipto, algunos grupos de ciudadanos y proyectos de cooperación al desarrollo promocionan el reciclaje, la reutilización, y en general la conservación del medio-ambiente.

Además, en el sector del turismo, se están multiplicando las iniciativas de ecoturismo, turismo responsable, justo, etc. Incluso los egipcios se interesan más en hoteles, albergues, campos, ecoturísticos (ecolodges) y a viajes ecoturísticos.

También, lo orgánico está ganando mayor popularidad; incluso las pequeñas tiendas de barrios distribuyen alimentos orgánicos a un precio un poco más alto que los productos convencionales.

Para más información, pueden visitar los siguientes enlaces:

- <http://www.organicisis.com>
- <http://www.sekem.com/>
- <http://www.wadifood.com/>

Particularidades del 'Sur'

Por necesidad, en Egipto y otros países del 'Sur', se reciclan, y se reutilizan todos los de productos como bolsas de plástico, botellas vacías, envases, ropa, muebles, etc. No se hace por motivaciones de cuidar el medio-ambiente, sino por no poder comprar productos nuevos.



En Egipto, en cuanto al manejo de residuos sólidos, hay todo un sector informal de recolección de basura, los 'zabalines' son los centros de separación de la basura y, a la vez, los barrios donde viven los recolectores de basura. Aunque en general, todavía las ciudades están llenas de basura, y todavía la gente no es consciente que “existe” el medio-ambiente, el sistema de los zabalines funciona muy bien en el sentido que no se gasta nada. Se recicla y se vende todo, incluso los residuos de alimentos con los cuales alimenten los cerdos, y de los cuales se vende los excrementos. Es una excelente forma de generar ingresos, y de hecho, es la única razón por la cual el sistema se mantiene. Esto dicho, la gente de los “zabalines” viven en condiciones terribles, son pobres, su salud e higiene son muy deficientes, y alianzas privadas-públicas de recolección de basura ponen en peligro su modo de vida.

Para más información, pueden visitar los siguientes enlaces:

- [Keep Egypt Clean Project](#)

Contribución al Desarrollo del país

Fomento de la Producción Local

En círculos restringidos urbanos, educados, y de clase media o alta, se sostienen también argumentos de soporte al desarrollo socio-económico y cultural del país.

Casi todos los sectores en Egipto están fomentando la producción de las pequeñas y medianas empresas. Por supuesto hay más apoyo en la producción y poca sensibilización del lado de los consumidores. Sin embargo, como ya se ha mencionado, en círculos restringidos, la gente empieza a reconocer la importancia de la producción local, sobre todo si viene con un vínculo con el patrimonio o una causa social. Por ejemplo, en los últimos



años en Egipto, las pequeñas tiendas de artesanía tradicional se han multiplicado, aunque todavía no de forma suficiente para generar resultados importantes. Lo mismo pasa con la música tradicional, teatro tradicional, así con productos fabricados por los ciegos, pobres, huérfanos, etc. El interés en lo local esta ganando terreno, pero no con motivaciones de cambiar el sistema convencional internacional de comercio.

Asimismo, hay gente que a la hora de comprar algo, se preguntan: ¿Quién se beneficia de las actividades de producción y distribución? ¿En qué tipo de condiciones trabaja la gente? ¿Reciben salarios adecuados? ¿Cuidan del medio-ambiente? Si lo analizamos, utilizan criterios del comercio justo para ver si la compra de un producto es una elección responsable o no.

Sin embargo, otra gente a la cual se ha preguntado, sin hablar de consumo responsable, ni de comercio justo, si escogiesen el producto hecho bajo condiciones justas frente a otro de precio equivalente, han respondido que no, que lo les importaban mucho. Ven las condiciones de trabajo que se consideran como pocas éticas en el 'Norte', como normales.

No obstante, la mayoría de la gente sigue pensando que los productos locales son de baja calidad y que los productos importados siempre son mejores y menos caro. Desgraciadamente, en la mayoría de los casos, tienen razón. En otros casos, la gente prefiere comprar productos importados o por su cualidad percibida, o como para dar una imagen y mejorar, según ellos, su estatus social.

Para más información, pueden visitar los siguientes enlaces:

- [Effects of Brand Local and Nonlocal Origin on Consumer Attitudes in Developing Countries](#)



Responsabilidad Social de las Organizaciones

En Egipto, algunas compañías, la mayoría multinacionales, están empezando a desarrollar estrategias de responsabilidad social corporativa. Diferentes foros, conferencias, encuentros, acuerdos entre el sector privado y el tercer sector, se desarrollan. A pesar de estos esfuerzos, el consumidor egipcio típico no es consciente de estos desarrollos, y por consiguiente, todo el trabajo de responsabilidad social corporativa no influye las decisiones de compra del consumidor medio. En Egipto, y probablemente en otros países del Sur, el desarrollo de la responsabilidad social corporativa es una cuestión de competitividad al nivel de los inversores; otra vez, es una imagen.

En cuanto al consumo de las organizaciones del sector privado, público, y del tercer sector, casi nunca se tomen en cuenta los argumentos del consumo responsable en sus decisiones de provisión y consumo, excepto cuando producen productos justos, éticos, orgánicos, etc. ellos mismos.

Conclusiones

Como ya se ha mencionado, aunque todavía existe más en teoría que en práctica, el consumo responsable se está haciendo cada vez más famoso y más complejo, a medida que las circunstancias económicas, culturales, medioambientales, políticas, y sociales cambian.

Para más información, pueden visitar los siguientes enlaces:

- [Why Don't Consumers Behave Ethically? The Social Construction of Consumption](#)