UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO
MAESTRÍA EN DERECHO CON OPCIÓN EN HUMANIDADES
CONSEJO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

CONSUMISMO, EDUCACIÓN Y DERECHO

TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRA EN DERECHO CON OPCIÓN EN HUMANIDADES

PRESENTA

LIC. LILIANA GUADALUPE VALDEZ TORRES

ASESORA DE TESIS

DRA. MA. OVIDIA ROJAS CASTRO

Morelia, Michoacán, febrero de 2021

ÍNDICE

RESUMEN II
ABSTRACT III
INTRODUCCIÓN IV
CAPÍTULO 1. CONSUMO Y CONSUMISMO 1
1.1 Definición de consumo y consumismo 1
1.2 Factores que estimulan el consumismo 7
1.3 Efectos que produce el consumismo 45

CAPÍTULO 2. RELACIÓN PRODUCCIÓN-CONSUMO 51
2.1 La globalización 51
2.2 Sistema capitalista neoliberal 55
2.3 Producción y consumo 57

CAPÍTULO 3. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL 64
3.1 Delimitación teórica de responsabilidad social 64
3.2 Tipos de responsabilidad social 69
3.3 Ejes de la responsabilidad social 75
3.4 La responsabilidad social en el Estado mexicano y su regulación jurídica .. 77
3.5 La responsabilidad social en la sociedad mexicana 84

CAPÍTULO 4. LA EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO FRENTE AL FENOMENO DEL CONSUMISMO 89
4.1 La educación y la educación para el consumo 89
4.2 Cultura del consumo 110
4.3 Producción-Consumo Responsable 114
4.5 La formación de ciudadanos socialmente responsables, ejerciendo el consumo responsable en el Estado mexicano 125

CONCLUSIONES..... 129
FUENTES DE INFORMACIÓN 133

RESUMEN

La sociedad del siglo XXI se caracteriza por importantes transformaciones en la ciencia, la tecnología, la economía y la sociedad, lo cual ha generado una particular forma de vida y diversos problemas, entre los que se encuentra el consumismo, en el que han sido determinantes los cambios en la producción y ha propiciado un consumo deshumanizado e individualista.

Asimismo, el consumismo ha impactado negativamente al medio ambiente, la salud de las personas y las conductas de éstas, traduciéndose también en nocivos cambios socioculturales; lo anterior, en el caso de México, obliga a la implementación de acciones que eliminen o disminuyan significativamente el problema del consumismo, para lo cual es necesario estructurar bases sólidas mediante la educación, Derecho, gobierno e instituciones públicas y privadas que coadyuven a crear y aplicar estrategias que conduzcan a la población a conductas más sanas y responsables, es decir, a lograr el consumo responsable y la responsabilidad social, lo cual implica contar con un adecuado marco normativo, fortalecer el sistema educativo así como instituciones públicas relacionadas directamente con la problemática, como es el caso de la Procuraduría Federal del Consumidor, aspirando siempre a lograr mejores condiciones de vida de los mexicanos, al bien común.

Palabras-clave: consumo, producción, educación, consumo responsable, responsabilidad social.

ABSTRACT

The society of the 21st century is characterized by important transformations in science, technology, economy and society, which has generated a particular way of life and various problems, among which is consumerism, in which changes in production have been determinant and have led to a dehumanized and individualistic consumption.

Likewise, consumerism has had a negative impact on the environment, people's health and behavior, and has also led to harmful socio-cultural changes; This, in the case of Mexico, requires the implementation of actions to eliminate or significantly reduce the problem of consumerism, for which it is necessary to structure solid foundation sthrough education, law, government, and public and private institutions that help to create and apply strategies that lead the population to healthier and more responsible behaviors, That is to say, to achieve responsible consumption and social responsibility, which implies having a nade quate regulatory framework, streng the ningthe educational system as well as public institutions directly related to the problem, as is the case of the Federal Consumer Protection Agency, always aspiring to achieve better living conditions for Mexicans, for the common good.

Key-words: consumption, production, education, responsible consumption, social responsibility.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación centra su estudio en el conflicto existente entre el consumismo y la educación para el consumo, así como en el decisivo papel que desempeña el gobierno y el Derecho para regular estos aspectos en atención al bien común, en términos generales y de manera particular en México.

El consumismo actual es en cierta forma un reflejo de los cambios económicos, políticos y sociales de las últimas cuatro décadas, llegando a establecer formas de actuar y de pensar que afectan a los individuos y a la sociedad, por lo que resulta importante conocer sus principales causas y consecuencias, así como la manera en que la educación, el gobierno y el Derecho pueden contribuir a solucionar el problema del consumismo en México.

El anterior planteamiento se esclarecerá a medida de la comprobación de las hipótesis, en la cuales se establece que las principales causas del consumismo son: el incremento de utilidades por parte de los productores y prestadores de servicios, así como los patrones socioculturales que se han impuesto principalmente a través de los medios de comunicación; en tanto que sus consecuencias son principalmente de índole económica, social, cultural, ambiental y en la salud. Además, que el problema del consumismo puede ser disminuido o resuelto por medio de la educación para el consumo, la responsabilidad social, acciones de gubernamentales, y por un eficaz marco jurídico.

Esta investigación tiene como objetivos analizar el fenómeno del consumismo, sus causas y sus consecuencias, además, indagar su contraposición con la educación para el consumo y los principios de responsabilidad social, así como con el Derecho; para concretar los objetivos se realiza la identificación de conceptos y definición de consumo, consumismo, educación, educación para el consumo responsabilidad social y Derecho, exponiendo la relación que guardan, lo cual nos ayuda a profundizar en el consumismo como problema económico, social, cultural y de salud que puede ser superado en gran parte por acciones más responsables que pueden surgir de la educación, de acciones gubernamentales y del Derecho. Por lo que se refiere a la metodología, se utilizó el análisis, la

síntesis, la inducción y la deducción. En cuanto a las técnicas se empleó la técnica documental, por lo que se revisaron múltiples fuentes documentales.

La investigación se encuentra dividida en cuatro capítulos. El primer capítulo analiza el consumismo, para lo cual es indispensable caracterizar en un primer momento al consumo, ya que ambos términos hacen referencia a la satisfacción de distintas necesidades humanas, pero los separa una delgada línea entre el consumo equilibrado y el consumo deshumanizado e irresponsable.

El consumismo es resultado de factores que han llegado a estimularlo e incrementarlo, donde sobresale la publicidad como una de las herramientas más poderosas que han utilizado muchas industrias para lograr mejores ventas y obtener mayores ganancias; también se encuentran la moda, la cultura y los hábitos de consumo, que están basados en patrones de conducta establecidos por las sociedades, los cuales moldean las formas de consumo mediante ideales de vida, de belleza y de identificación con los demás.

La forma de vida que actualmente llevamos y el consumismo tienen un gran costo para los seres humanos, medio ambiente, animales, todo aquello que tiene vida en el planeta, por lo que se exponen los resultados del consumismo, mismo que presenta una conexión no sólo nacional, sino también internacional, es toda una estructura social, económica, política, que está ligada inseparablemente al sistema económico capitalista neoliberal y al fenómeno globalizador.

El capítulo segundo aborda la producción consumo desde un mundo globalizado y capitalista neoliberal, destacando la estrecha relación que guardan con el consumismo y la forma en que las sociedades consumistas han adoptado estándares determinados por intereses del sistema económico imperante, que fijan la venta como el fin de la producción, lo cual ha propiciado en cierta medida que grandes empresas incrementen su producción y sus ventas, lo cual les ha hecho obtener significativas ganancias, pero también han generado problemas económicos, sociales, ambientales, etc.

En el capítulo tercero se caracteriza a la responsabilidad social, destacando que entre sus acciones se encuentra precisamente el prevenir o responder por los problemas que el consumismo ha provocado. En México la responsabilidad social

se encuentra contemplada en diversos ordenamientos jurídicos, como son: la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Ley General de Educación, Ley General de Salud, Ley Federal de Protección al Consumidor, etc., las cuales son comentadas en relación al tema de estudio y se señala la importancia de la Procuraduría Federal del Consumidor y el impacto que puede tener en la implementación de prácticas más responsables.

Finalmente, en el capítulo cuarto se revisa el tema de la educación, su regulación jurídica, objetivos, características y retos, así como su relevancia para la implementación de la educación para el consumo y la formación de ciudadanos socialmente responsables, destacando además el vínculo educación-Derecho como factor decisivo para enfrentar al consumismo, lograr conductas más responsables y coadyuvar a que la sociedad mexicana transite hacia mejores condiciones de vida.

CAPÍTULO 1. CONSUMO Y CONSUMISMO

***SUMARIO**. 1.1 Definición de consumo y consumismo. 1.2 Factores que estimulan el consumismo. 1.3 Efectos que produce el consumismo*

1.1 Definición de consumo y consumismo

El consumo es parte de la supervivencia biológica, parte inherente de la vida humana, pues está adscrito como esencia que no cambia en lo cualitativo sino en lo cuantitativo,[1] el consumo es parte central en la vida individual y social por tal motivo resulta necesario referirnos a su definición.

El término consumo ha sido definido de distintas formas, y en muchas de ellas se ha coincidido en que es una actividad humana esencial y cotidiana que permite el desarrollo humano, la relación entre individuos, que presupone cuestiones como la apropiación, el uso, el desgaste y la extinción de todo aquello que se percibe como una mera necesidad, planteada en los distintos modos de vida.

La definición de la palabra consumo requiere de la determinación de sus rasgos distintivos, y para ello resulta conveniente iniciar por precisar la palabra consumo, que conforme a la Real Academia Española, proviene del latín *consumĕre* y hace referencia a "Utilizar comestibles u otros bienes para satisfacer necesidades o deseos",[2] en tanto que el vocablo consumo designa la "Acción o efecto de consumir (comestibles u otros bienes)",[3] destinados desde luego a satisfacer necesidades o deseos.

Bauman aborda el consumo desde la perspectiva del consumo de comestibles u otros bienes para satisfacer necesidades, pero también para satisfacer deseos, aspectos que dan origen a una serie de conflictos en la sociedad, en la cual se encuentra siempre presente el principio de escasez, que estipula la existencia de ilimitadas necesidades individuales y colectivas e

[1]Bauman, Zygmunt, *Vida de consumo*, trad. de Mirta Rosenberg, Jaime Arrambide, México, Fondo de Cultura Económica, 2007, p. 40.
[2] Real Academia Española, "Consumir"*, Diccionario de la Lengua Española, https://dle.rae.es/consumir*
[3] *Idem.*

insuficientes recursos para satisfacerlas, y que constituye una limitante para atender incluso las necesidades fisiológicas elementales de muchas personas.

El consumo remite a la atención de necesidades, que conforme a la clasificación de la pirámide de Maslow, se dividen en: a) básicas, que son necesarias para la supervivencia inmediata del ser humano, como alimentarse, hidratarse, respirar, etc., y constituyen la base de la pirámide; b) de seguridad y protección, que incluye recursos materiales, hogar y medicinas, entre otros; c) sociales; d) de estima o reconocimiento e) de autorrealización. Maslow es una referencia que pone como principal actor de su pirámide a las necesidades biológicas, es evidente que la visión de las necesidades ha ido cambiando a consecuencia de la evolución de las relaciones sociales, que han dado lugar a nuevas perspectivas, donde la visión delas necesidades se vuelve más compleja de lo que podía verse en la pirámide de Maslow, representantes como Garfinkel y Goffman han coincidido en que las necesidades son construidas socialmente, a través de las interacciones de la vida cotidiana y éstas son subjetivas y dinámicas, dependiendo del entorno en una estructura cultural determinada, mientras Habermans y Baurdrillard han señalado la evolución de las necesidades a la influencia de signos e imágenes, dentro de éstas podemos encontrar necesidades que van de acuerdo al constructo social en función a su sexo, edad, raza, cultura, normas sociales y percepción individual.[4]

Se han realizado distintas reflexiones en torno a las necesidades destacándose que sólo las necesidades básicas nacen con el ser humano, esto podría enfatizar su importancia como necesidades vitales para su supervivencia y fundamentalmente son las mismas para todos, siendo superiores a las otras necesidades, aquellas que se adquieren por la integración a la sociedad, las cuales funcionan de acuerdo a lo que el entorno determina socialmente aceptable, además, es inevitable pensar que el logro de las necesidades

[4]Llobet, Montserrat, *et al*., "Necesidades humanas: Evolución del concepto según la perspectiva social. aposta", *Revista de Ciencias Sociales*, 2012, núm. 54, pp.1-12*, https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495950250005*

superiores requiere que se cubran por completo.[5] Si bien conviene puntualizar, que las necesidades básicas, como la alimentación de manera particular, se encuentra determinada en gran parte por factores socioeconómicos, que caracterizan y condicionan su posibilidad. El consumo hace factible las necesidades ya sean básicas o biológicas, así como aquellas adquiridas por la inserción en la sociedad.

Es así que las prácticas de consumo responden a comportamientos provenientes de necesidades sociales, y en este sentido señala Gordimer "El consumo es necesario para el desarrollo humano cuando amplía la capacidad de la gente y mejora su vida, sin menos cabo de la vida de los demás".[6] El mantener y contribuir al desarrollo humano de alguna forma representa mejor calidad de vida.

Para García Canclini el consumo es el conjunto de procesos socioculturales en que se realiza la apropiación y los usos de los productos.[7] En sentido económico el consumo también suele definirse como "el gasto de aquellas cosas que con el uso se extinguen o destruyen, o la utilización por parte del sujeto consumidor de un bien o servicio producido".[8]

El consumo es una actividad humana, que se aprende a lo largo de la existencia de un individuo y se puede considerar como un conjunto de enseñanzas, aprendizajes, mecanismos y procedimientos, llevados a cabo mediante un proceso por el cual las personas adquieren habilidades, conocimientos y actitudes relevantes para operar en los mercados,[9] por lo que se encuentra en constante movimiento y es un resultado de aprendizajes, de todo aquello que desde niños observamos y a lo cual somos inducidos.

---

[5]Hevia, Elizalde, *et al*., "Una revisión crítica del debate sobre las necesidades humanas desde el Enfoque Centrado en la Persona", *POLIS, Revista Latinoamericana*, Chile, núm. 5, 2006, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30517306006*

[6]Gordimer, Nadine, *Hacia una sociedad con valor añadido,* Barcelona, El País, 1999, p.15, *https://www.researchgate.net/publication/329923668_Nadine_Gordimer_Novelas_contra_el_'apartheid'.*

[7] García Canclini, Néstor, *Consumidores y Ciudadanos*, México, Grijalbo, 1995, p. 43.

[8] Diccionario General, España, *VOX,* 1999, p. 447.

[9] Páramo, Morales, "Socialización del consumo", *Pensamiento & Gestión en línea*, Colombia, núm. 44, enero-junio 2018, pp. 7-9, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64659524001.*

En una definición de Manuel Castells, el consumo “es un sitio donde los conflictos entre clases, originados por la desigual participación en la estructura productiva, se continúan a propósito de la distribución y apropiación de bienes”.[10] En el orden de ideas, desde la perspectiva económica es conveniente analizar de forma breve algunos de los aspectos que condicionan el consumo, mismos que nos ayudaran a delimitar el contenido de su definición, entre ellos se encuentran los siguientes:

1. Las necesidades, determinadas por los gustos y por las condiciones de vida, propician que el consumo dependa en gran medida de lo que las personas consideran indispensable y de sus posibilidades para adquirirlo.
2. Los precios, son entendido como el valor económico o monetario dado al producto o a los bienes; el precio es determinante para el consumo, ya que de éste depende la adquisición y el alcance de determinadas prácticas de consumo.
3. Los ingresos, mismos que muestran el poder adquisitivo de que disfruta el consumidor, y determinan en gran parte qué es lo que compra de acuerdo a su estatus social.[11]

Es una realidad que el consumo es una actividad humana cotidiana necesaria para satisfacer necesidades vitales para la sobrevivencia, si bien depende de condicionantes como el precio, las necesidades, los ingresos, la publicidad y estereotipos de vida organizados.

Aunque también el consumo plantea distintos escenarios de la vida, pensando en que esta actividad parte del proceso integral que impulsa una colectividad, tratando de que cada uno de sus miembros encaje en las formas y procedimientos socialmente establecidos y promovidos por el conjunto de la sociedad o parte de ella.[12] El consumo termina siendo un proceso de socialización aprendido por la constante interacción con el medio social, en el que el individuo se desenvuelve. Es así que dentro de la formación humana somos inducidos al consumo, así como también a responder aquello que nuestras necesidades

[10]Castells, Manuel, *La cuestión urbana*, México, Siglo XXI, 1974, p. 46.
[11]Scheifler, Xavier, *Teoría económica*, México, Trillas, 1974, pp. 1-14.
[12]Páramo, Morales, op. cit., p. 8.

biológicas nos impulsan, por otro lado, tenemos la libertad de elegir en base a decisiones impulsadas socialmente y diferenciar entre necesidades innatas y aquellas que no lo son.

La propia idea del consumo nos ha llevado a reflexionar sobre la decisión de consumo, así como también profundizar en los factores que lo promueven, para lo cual García Canclini en su libro titulado “Consumidores y Ciudadanos”, explica que para que el consumo pueda articularse como un ejercicio reflexivo, y no caiga en exceso debe reunir los siguientes requisitos:

a) Una oferta vasta y diversificada de bienes y mensajes representativos de la variedad internacional de los mercados, de acceso fácil y equitativo para las mayorías, esto permitirá tener un mercado más justo.
b) Información multidireccional y confiable acerca de la calidad de los productos, con control efectivamente ejercido por parte de los consumidores y capacidad de refutar las pretensiones y seducciones de la propaganda. Conocer el producto más afondo ayudara a tomar mejores decisiones.
c) Participación democrática de los principales sectores de la sociedad civil en las decisiones del orden material, simbólico, jurídico y político donde se organizan los consumos. [13] Un mercado creado desde una participación democrática permite ofertas más variadas, justas, ofreciendo mejores opciones para el consumidor.

Lo requisitos especificados por García Canclini son claros y reales, por lo que, considerados en un primer planteamiento, se puede decir que el consumo que ahora consentimos no es una oferta variada accesible, mucho menos equitativa, o por lo menos para la mayoría, y en consecuencia no representa ser confiable, ya que la información que se nos muestra no es en su mayoría real. Como resultado nos encontramos susceptibles a caer en excesos y engaños en el consumo, provocando consecuencias como el consumismo.

[13]García Canclini, Néstor, *op. cit.*, p. 52.

El consumismo consiste “en la tendencia al consumo inmoderado de bienes superfluos, característico de las sociedades capitalistas avanzadas”,[14] o bien, en “la tendencia inmoderada a adquirir, gastar o consumir bienes, no siempre necesarios”,[15] y desde el punto de vista de Bauman:

> El consumismo es un tipo de acuerdo social que resulta de la conversión de los deseos, ganas o anhelos humanos, en la principal fuerza de impulso y de operaciones de la sociedad, una fuerza que coordina la reproducción sistemática, la integración social, estratificación social y la formación del individuo humano, así como también desempeña un papel preponderante en los procesos individuales y grupales de auto identificación, y en la selección y consecución de las políticas de vida individuales.[16]

Asimismo, Bauman puntualiza que el consumismo “… además de tratarse de una economía del exceso y los desechos, el consumismo es también, y justamente por esa razón, una economía del engaño. Apuesta a la irracionalidad de los consumidores, y no a sus decisiones bien informadas tomadas en frío; apuesta a despertar la emoción consumista, y no a cultivar la razón”.[17]

Por lo tanto se entiende que en la acción consumista no existe racionalidad en la compra o adquisición de un producto, incluso la palabra misma representa un exceso, podría decirse que ocurre una patológica, ya que surge de los impulsos, y como Bauman dice, de una reproducción sistemática de vida, que representa una acción incontrolada donde hay una decisión inconsciente llamada consumismo, que como ocurre en distintos sistemas económicos, es impulsada por una mala información, creando así cambios en la manera de vida y por consiguiente en la forma de consumir.

El consumismo tiene su raíz y su origen en la adquisición de más productos de los que necesitamos dando salida a excedentes productivos, con fórmulas utilizadas para facilitar las compras como “compra ahora, paga después”, el

[14] Scheifler, Xavier, *op. cit.,* p.17.
[15] Diccionario de la Real Academia Española, abril-mayo de 2019, *https://dle.rae.es/?id=AT2HJjb.*
[16] Bauman, Zygmunt, *op. cit.,* pp. 46-47.
[17] *Idem.*

consumismo esta afianzado en el incremento constante de la producción, ignora las desigualdades, fomentado a través de la publicidad la idea del “tener frente al ser”.[18]El consumismo se hace presente en espacios donde la idea es centrada en realizar aquellos anhelos y necesidades que serán finalizadas en la adquisición, compra u obtención de bienes, por la imposición de nuevos deseos y la realización de gastos muchas veces inútiles o irracionales

La esencia del consumismo es tener más y más, donde el estilo de vida materialista predomina y la ilusión de prosperidad está asociada a la capacidad de adquirir y tener lo que se desea, esto es lo que se entiende por bienestar. Por supuesto se trata de una felicidad efímera que está en la dimensión del vacío.[19]

El consumismo es hacer más inteligible un mundo donde lo sólido se evapora. Por eso, además de ser útiles para expandir el mercado y reproducir la fuerza de trabajo, para distinguirnos de los demás y comunicarnos con ellos, como afirman Douglas e Isherwood, "las mercancías sirven para pensar”.[20]

El consumo ha tenido un recorrido histórico mayor al consumismo, esto es porque su misma definición nos ha remitido a que el consumo se desprende de las necesidades humanas con tendencia más a las llamadas biológicas las cuales han existido en tanto que ha existido el ser humano. Por otro lado, el consumismo es producto de los procesos cambiantes para alcanzar la vida moderna, la cual se ha caracterizado por anhelos y deseos producidos.

1.2 Factores que estimulan el consumismo

El consumismo comprende una serie de factores estructurales que inciden en el proceso de consumo, como los siguientes:

---

[18]Cantera, Desiderio, *Educación para el consumo*, España, CEAPA, Confederación Española de Asociaciones de Padres y Madres de Alumnos, p. 2, *http://cfcasturias.es/UserFiles/1/File/Guias%20y%20agendas/Educacion%20Consumidor%20Aula/Educaci%C3%B3n%20para%20el%20consumo.pdf.*

[19]Chicaiza Villalba, Tania, “Vendiendo felicidad: el nuevo paradigma de las marcas”, *Retos. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, núm. 39, 2012, p. 3*, https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=504550953003.*

[20]Douglas Mary, IsherwoodBaron, *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo, México*, Grijalbo-CNCA, 1990, p. 77.

1. La edad. Existen modas de consumo o simplemente necesidades directamente relacionadas con la edad no solo por asuntos biológicos y anatómicos, sino por normas culturales de interacción que determinan lo que debe consumirse en los diferentes momentos de la vida. Para cada etapa de la vida existe una forma establecida de lo que se puede usar, por ejemplo, lo que usan las mujeres de 20 años suele ser diferente de las que tienen 50 años, cada cultura precisa lo que debe consumirse. En la realidad social y en las mismas interacciones sociales, se marca como moralmente malo la falta al cumplimiento de lo establecido, ya que cuando alguien viola ese código puede ser sujeto de burlas o de sanciones sociales, lo cual obliga a las personas a elegir acorde a lo establecido.
2. El género. Hay consumos definidos de acuerdo con el género de cada persona, atendiendo particularmente al sexo, hombres y mujeres, si bien actualmente también a su orientación sexual, ya que en las sociedades contemporáneas empieza a admitirse el uso de prendas propias de un género por el género opuesto. Ello ha inducido a muchas empresas a satisfacer a lesbianas, homosexuales, transexuales, metrosexuales, tratando de seguir los patrones de las clasificaciones y abriendo su mercado a las diferencias entre los sexos que sólo eran reconocidos.
3. La clase social. Cada día se confirma más que existen consumos que se corresponden con cada clasificación social. En ciertas clases sociales en las que se impone el estilo de vida de gente adinerada, los consumos de las clases más bajas no son bien vistos. Ello es aprovechado para estimular la movilidad social a través de la imitación de los consumos de las personas que conforman la parte más alta de la pirámide social, poniendo en evidencia la posibilidad y la cantidad de tiempo que se va a invertir para logar cierto estilo de vida imitando a otros.[21]

El consumismo comprende diversos factores que lo determinan, como los que se mencionaron con anterioridad, y existen otros factores que los contienen de forma directa o indirecta, si consideramos que el acto de consumir se aprende

[21]Páramo, Morales*, op. cit*., pp. 7-11.

por la influencia de varios agentes que impulsan el consumo, entre los que se encuentran:

I. La publicidad. El marketing o mercadotecnia está enfocado en analizar el comportamiento del mercado debido a la acción del consumidor. Su objetivo principal es captar, retener y fidelizar a los clientes. Y para alcanzarlo utiliza la publicidad, que es una de las formas más eficaces de persuadir a la sociedad.[22]

En relación a la publicidad, es necesario que esta sea capaz de vender al cliente el problema y la solución, vender es el objetivo primordial de la publicidad, lo cual permite ajustar necesidades y deseos del receptor.

La publicidad resulta ser una poderosa herramienta de la comunicación masiva donde encontramos la interacción directa entre productores y consumidores, entre emisores y receptores. La poderosa industria de la persuasión publicitaria utiliza varios elementos para crear un universo simbólico apetecible.[23] Es una vía que analiza al ser humano tratando de estudiar sus comportamientos, formas de ser, buscando cultivar determinadas ideologías para asegurar que funcione el sistema económico, es cauteloso observando las necesidades de los clientes, sus preferencias, creando después una visión de vida apetecible, con confort.[24]

La persona es el objetivo central del consumismo, y el consumismo depende en gran parte de la publicidad, la cual funciona a partir del momento en que una imagen o un deseo pasa por la mente y se inserta como especie de necesidad vital; podemos observarlo con la televisión, en la cual vemos formas de vida, comerciales de productos y un porqué adquirirlos, entra en juego la necesidad del cliente, o al menos lo que cree necesitar, es un juego, pero también un sistema de educación que utiliza las imágenes que pasan por el televisor a su favor. El libro del *Homo vidents* analiza cómo hemos sido influenciados a elegir de determinada manera, hace énfasis en que la enajenación puede ser más factible por medio de la televisión, ya que vemos una televisión que nos educa desde

[22]Yang, Zhoupeng, *La obsolescencia programada*, Bilbao, Universidad del País Vasco, 2016, p. 15, *https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/19046/YANG_TFG.pdf?sequence=2&isAllowed=y*
[23]Carioso, Alba, *"El género de consumo en la sociedad del consumo"*, México, 2008, p. 45, *http://148.202.18.157/sitios/publicacionesite/pperiod/laventan/Ventana27/130-169.pdf*
[24]Scheifler, Xavier, *op. cit*., p. 129.

pequeños y que determina nuestras elecciones.[25] A pesar de que la industria publicitaria ha abierto su campo al internet, ésta no ha podido sustituir a la televisión, ya que es más fácil en algunos lugares pobres acceder a la comunicación con el mundo por medio de la televisión, que por internet.

Actualmente la publicidad se encuentra de forma muy activa en las redes sociales y el internet, la publicidad se ha vuelto una herramienta globalizada, por lo cual se ha convertido en una forma fácil y rápida de acceder a productos extranjeros sin muchos problemas, y en esta situación, la industria publicitaria ha sido de gran importancia.

La industria publicitaria es el arma de la producción que agiliza la compra, por lo tanto, necesita clientes insatisfechos y con un anhelo constante por alcanzar determinados estándares de belleza, de alimentos, de lujos, de formas de vida que en muchos casos son inalcanzables. En un ejemplo, podemos referirnos a los productos desechables (vasos, bolsas, toda clase de envolturas, cajas, entre otros), donde la vida de los productos se vuelve también un factor enfocado en la necesidad y el confort, no obstante existe la preocupación, no sólo por que existan cosas que su objetivo es funcionar un momento o muy corto periodo de tiempo, sino también que no pueden desintegrarse tan fácilmente y que en el trascurrir de los años sigan afectando al entorno, todo esto como resultado de decisiones con intereses particulares y de la idea de comodidad o de distintas necesidades sociales.[26]

Los factores que estimulan el consumismo intentan homogenizar las necesidades y estilos de vida, programar a determinados consumidores con excesos, engaños y malos usos publicitarios para convencerlos de adquirirlos.

La publicidad, es una de las más fuertes herramientas de los productores para llegar a las personas, es por eso también uno de los factores que toma más fuerza en el campo de la industria alimenticia, textil, bancaria, farmacéutica, entretenimiento y de moda, entre otras. La mayoría de las veces las industrias producen y crean publicidad que muchas ocasiones es desleal, esto sucede en

[25] Sartori, Giovanni, *Homo videns*, Argentina, Taurus, 1998, p.102.
[26]Recaens, Siches, Luis, *Sociología*, 3ª ed., México, Porrúa, 2006, p. 343.

todo el marco mundial de consumo, ya que hace más fácil los parámetros de compra.

La publicidad atiende a las condiciones del productor, éste tiene bajo sus propias reglas la mostración del producto, ingresando a las nuevas escalas de la propaganda, es en ella donde se muestra una mercancía, en un sistema de relaciones con otras, y envuelta de signos sociales inequívocos, desprovista de cualquier vínculo con el trabajo que la hizo posible,[27] es por ello que resulta ser engañosa cuando intenta transmitir un mensaje enfocado al consumo de forma inconsciente y orientando la decisión de determinados productos, sin mostrar el propio trabajo que la hace posible. Así, nuestra vida está siendo moldeada en cierta forma, al pretenderse que el consumidor tenga determinadas actitudes de elección o necesidades propiciadas por compañías que buscan despojarnos de nuestro dinero y crear una idea y estilo de vida para su beneficio económico,[28]de tal forma que el consumidor sólo vea lo que el producto pueda lograr en el mundo material o simbólico.

En el 2001 la televisión pública, financiada por los contribuyentes, crea el comienzo del tiempo máximo de anuncios, esto por la cantidad excesiva de anuncios publicitarios, tomando en cuenta que se estaba poniendo en escena la tele venta, por ser una mágica fórmula para la adquisición apresurada de productos, es así que nos damos cuenta que la televisión proyecta ideas e imágenes distorsionadas, no respeta nada ni nadie en la vida real.[29]

La publicidad ha invadido todos nuestros ordenes de vida, la televisión ha sobrepasado límites insospechados de la capacidad de los espacios para poner contenido publicitario o admitir anuncios, la publicidad está en cualquier lugar brindando todas las opciones y estilos de vida que se deberían tener y las cosas que se necesitan, presente de forma más común en la televisión, internet, calles, tiendas, centros comerciales, restaurantes, entre otros.

---

[27]Arbuet Osuna, Camila, “Capitalismo y Globalización”*, El capital en la era del capital tecnológico*. Colombia, núm. 26, 2014, pp. 97-124, dx.doi.org/10.12804/desafios26.02.2014.04.
[28]Ramos, Fernando*, La publicidad contaminada*, Madrid, Universitas, 2003, pp.11-22.
[29] Ramos, Fernando*, op. cit*., pp.11-22.

II. La imitación. Es un factor que promueve el consumo en los individuos a través de las distintas formas de vidas, que dan lugar a distintas formas delimitación; esto sucede por medio de un proceso en el que un individuo adopta un contenido o un modelo para sí mismo basado en la conducta de otro individuo, misma que se considera aceptada y se adopta como un modelo propio, el cual será representado después.[30] La imitación forma parte del repertorio conductual desde nuestros primero momentos de vida hasta nuestra edad adulta, existen la imitación inmediata que frecuentemente es utilizada por los bebes.[31]La primera representación de la imitación la podemos ver en los primeros años de vida, cuando un bebe interactúa primero con los gestos de los padres, con la voz, los tonos, sonidos, y poco a poco con todo aquello que ira registrando en su aprendizaje.

La imitación suele verse como un proceso de reproducción de un modelo, es importante señalar que dentro de su recorrido histórico la imitación ha sido muchas veces relacionada con la sumisión, con la falta de crítica, de inteligencia, de iniciativa y de individualidad. La imitación ha sido aceptada como un mecanismo natural de aprendizaje de comunicación y transmisión cultural, en el siglo XX se revalorizó a esta capacidad como una función simbólica, como una de las primeras manifestaciones de la capacidad simbólica de la vida humana.[32]Entonces la imitación tiene una vinculación con la capacidad simbólica de aprendizaje, así como de habilidades sociales y de comunicación, la imitación en cierto momento suele ser una de las primeras conexiones interpersonales en la vida social.

La imitación tiene dos escenarios imitar y ser imitado, volviéndose un círculo de acciones o actos repetidos en una o distintas personas que irán tomando y transmitiendo lo que en otros momentos fue aprendido.

---

[30]Recaens, Siches, Luis*, op. cit*., p.191.

[31]Español, Silvia, Bordoni, Mariana, *et. al*., "La imitación y el entonamiento afectivo en el juego social temprano", *Interdisciplinaria*, núm. 35, 2018, pp. 291-305, https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18058785004.

[32] Bordoni, Mariana, "La imitación reconsiderada: Su función social en la infancia temprana", *Interdisciplinaria*, núm. 35, 2018, pp. 119-136, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18058784007.*

> La imitación es desde el comienzo una habilidad que cumple funciones sociales fundamentales, ya sea porque lleva al origen de la comprensión de las otras mentes a partir de las experiencias o porque sirve como un modo de poner en contacto las subjetividades en el diálogo recíproco que se establece entre personas.[33]

La imitación puede ser enfocada desde "dos perspectivas diferentes, una se centra en el desafío que implica la comprensión y reproducción precisa de un acto observado y entiende a la imitación".[34] Como un acto cognitivo, la otra perspectiva enfatiza al aspecto de la situación destacando a la imitación como un acto social. Dentro de este estudio estamos frente a dos reflexiones, esto es porque la imitación es una forma de interacción, identificación, comunicación y también reproducción con el medio en el que nos encontramos, por lo que es una herramienta importante, y en el caso de los vendedores es utilizada para vender o imponer comportamientos consumistas y continuar esta interrelación.

Los eventos de imitación son un intercambio que indica involucramiento y un intercambio social, ya que pone énfasis en el contacto social y mantiene viva la interacción. La imitación es una alternativa que ha demostrado a través de su estudio y de su historia que puede permitir a las empresas de países en desarrollo incrementar su capacidad competitiva.[35] Esto sucede porque a través de la imitación se contempla un proceso de interacción, la imitación regula los comportamientos contando con dos escenarios imitar y ser imitado, convirtiéndose en un círculo de acciones o actos repetidos en una o distintas personas que irán tomando y transmitiendo lo que en otros momentos fue aprendido, que servirá para ejecutar acciones voluntarias, conscientes o inconscientes, si el comportamiento se imita muchas veces para continuar interacciones sociales.

[33] Español, Silvia, Bordoni, Mariana, et. al., *op. cit*., p. 289.
[34] *Ibídem*, pp. 291-305.
[35] Arboleda, Ana M., "Beneficios y perjuicios de la estrategia de imitación". *Estudios Gerenciales*, núm. 30, 2014, pp. 145-152, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21231108006*

III. La moda. Constituye un fenómeno socio-cultural, en cierto punto se puede considerar como un cambio cultural, y funciona de acuerdo a costumbres, de manera que la moda está forjada a distintos ritmos culturales.[36]

La moda está contemplada en un precedente de lo moderno o de la propia modernización. La modernización es el vínculo de todo un conjunto de propiedades, bienes y posturas que están en constante cambio con respecto a las costumbres o prácticas culturales, o aquello que usualmente es practicado.[37] La moda es de alguna forma la expresión de un movimiento entre el pasado y el futuro, plasmado así como un proceso continuo.

La moda podría ser descrita como: "el margen de variación, cambio, o renovación" en las costumbres, así, cuando las costumbres no cambian, no se renuevan, no se trasforman hacen imposible la moda en su propio terreno.[38] La moda aparece cuando la costumbre permite márgenes de diversidad y por consiguiente de variación, y pierde terreno la uniformidad, aunque la costumbre puede permanecer, al mismo tiempo se transforma.

La moda ha representado códigos sociales de identificación, y el encontrar códigos que unifiquen, permite que nos entendamos, aunque actualmente los códigos que permiten identificarnos ya no suelen ser los del lugar donde nacimos o donde hemos vivido, las industrias han encontrado en la moda una herramienta para optimizar las ventas y la innovación.

La inserción de la moda es una estrategia importante para el marketing, ya que lograr que una idea logre su aceptación y convencimiento, es equivalente a pensar que logró su objetivo de permanecer con éxito en el mercado, a pesar de ello, cuando la moda va desapareciendo y se va transformando posiblemente en costumbre en ese momento fenece su triunfo, y su objetivo es distinto.

Seguir la moda representa también una forma de integración social, a causa de esto la moda trata de imponer la innovación como sinónimo de integración

---

[36]Recaens, Siches, Luis*, op. cit.,* p. 345.

[37]Latour, Bruno, "Si nunca fuimos modernos, ¿qué nos pasó?", *Cuadernos de Antropología Social*, núm. 43, 2016, pp.17-20, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180948645003.*

[38]Piñuel, José Luis, "La moda o el aprendizaje de la integración por el cambio". *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 3, 1996, pp. 41-64, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31600304.*

social, es consecuencia de que la moda gira en base a modelos determinados que son seguidos por las masas, y puede constituir un factor de imitación; al seguir las modas, se siguen determinados patrones impuestos y se consume sin pensar en por qué no hacerlo, tal es el caso del consumo de ideales de belleza, donde la industria de la belleza ha tenido un gran auge, a través de la promoción de ideales tan cambiantes, recayendo constantemente en inalcanzables estándares de belleza, lo cual ha permitido a esta industria desarrollar distintos cosméticos, de manera que los cosméticos y la belleza acaparan desde el color de piel que debes tener, la tendencia de zapatos que debes comprar, pintar el cabello de cierto color, distintos tipos de labiales, hasta llevar determinadas dietas para alcanzar ciertas medidas, estándares que muchas veces son difíciles de alcanzar.

Las modas son fuertemente insertadas por los medios de información y comunicación, creando una ideología en la que todos debemos estar, ser o comportarnos de determinada forma, tratando de formar parte o encajar en los estándares predeterminados, donde, intereses de particulares funcionarán para el sistema de consumo capitalizado y globalizado, teniendo presente las relaciones entre los seres humanos y las cosas. La modernización ha permitido a las modas insertarse en las sociedades, funcionando como imposiciones que muchas veces están asociadas o toman el significado de norte americanizarse u occidentalizarse, tomando relevancia en los cambios o procesos las determinaciones de los países que son potencias económicas.

La moda puede ser determinante para el consumismo, esto porque pone a las personas a seguir ideales estratégicos para comprar más repetitivamente. La moda se caracteriza por tener un periodo de tiempo y lugar, en el cual modifica conductas, imagen o estilo, por lo que existe moda en ropa, accesorios, comportamiento, colores, gustos, entre otros, los ideales que se imponen deben ser transcendentes, con la finalidad de permitir que la moda gane los terrenos que tenía la costumbre. La moda utilizada por la industria ha tratado de imponer el uso más extendido de una población estudiando las sociedades, las cuales se mueven en base a comportamientos de imitación, esto ha permitido imponer un ideal de forma más fácil y dar mejores ganancias a los productores.

IV. El entorno sociocultural. La sociedad designa al conjunto de seres humanos que por voluntad propia cooperan en la realización de sus intereses comunes y en la construcción de una cultura. La cultura es un proceso de humanización, cuya raíz es la naturaleza racional y libre del hombre, con sentido social e histórico, de acuerdo con el ideal de humanidad concebido en el hombre mismo y cuyas expresiones afloran en el lenguaje, en el arte y en la religión.[39]

El estudio sociocultural recae en expresiones culturales como son: productos culturales, expresiones, actividades sociales, entre otras, que, obrando simultáneamente, contribuyen al proceso cultural universal desde el principio hasta el fin.

Al crear sus propias reglas, formas de convivencia y organizarse de acuerdo a una serie de comportamientos expresa una sociedad su cultura, en base a esto se ha requerido que en las sociedades exista un mínimo de acuerdo entre sus integrantes, para que de esta forma funcione de manera adecuada. Se puede hacer énfasis en que al mismo tiempo que existe un acuerdo de voluntades van creando su propia cultura, de modo que surge una convivencia, crean sus propias costumbres y valores que los definen y diferencian de los demás, lo cual les permite establecer lazos de integración permanente.

El entorno sociocultural va creando o comprende el espacio o territorio donde cada sociedad se desarrolla, el conjunto de personas que lo habitan, las costumbres, lenguas, historia, creencias, pluralidad cultural, valores, leyes, forma de gobierno, etc., siendo todas aquellas características que la definen.

El aspecto sociocultural determina en gran medida los comportamientos de los integrantes de un Estado, donde se considera que éste ejerce una dominación sobre una comunidad, en la que existe un sentimiento de pertenencia y de integración y contribuye a que las sociedades funcionen de forma determinada y sigan patrones de conducta.

Los patrones de conducta son variables, algunos de ellos modifican los comportamientos, y por inercia modifican las culturas, lo que crea nuevas formas

[39]León Zuleta S., *et al*., “Problemática socio-cultural de la biogenética”, *Franciscanum. Revista de las Ciencias del Espíritu*, núm. 145, 2007, pp. 93-120, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=343529896007*

de vida, de ideologías, decisiones, conductas que se tomarán como aceptables, como acuerdo del conjunto de decisiones sociales, las cuales se aceptan o reconocen como válidas y que son decisivas en el mundo social, el cual nos remite a las prácticas de consumo.

La cultura será determinante en los procesos de producción y compra, ya que éstos son los que permitirán la aceptación de ciertos productos o cosas, esto es porque la cultura plantea la forma de organización, los códigos de vida, modos, y conductas, así como las necesidades. Dentro de las culturas de muchas comunidades existe una práctica cultural asociada con el consumismo y el consumo, consistente en el derroche de dinero asociado a rituales, celebraciones, ya sea por un cumpleaños o el aniversario de un santo patrono, todo esto justifica la moral o religiosamente los gastos, esto es porque a través de estos gastos la sociedad ha consagrado una cierta racionalidad que le ordena y le da cierta seguridad.[40] Esto sucede por medio de acuerdos colectivos y por los significados que regulan su vida, mismos que le dan sentido a las definiciones públicas de lo que el consenso general juzga como valioso. Así, la forma en que la cultura se ha desarrollado ha permitido conciliar productos o necesidades específicas, en base a expresiones culturales o a un entorno sociocultural especifico.

V. La obsolescencia. Se han realizado investigaciones sobre el tiempo de vida de objetos considerados como necesarios, los cuales tienen ahora una vida muy corta, lo que motiva a la pregunta: **¿**por qué antes los objetos soportaban más el paso del tiempo?

La obsolescencia nos remite a una problemática y a su impacto en el consumo.[41] La obsolescencia programada tiene sus orígenes en la revolución industrial y en la producción de masas, se remonta a 1920, cuando en Estados Unidos se impuso deliberadamente una nueva forma de vida fundada en el consumo de todas las mercancías producidas en masa.[42] Se pensó como una

[40]García Canclini, Néstor, *op. cit.,* p. 47.
[41]Bianchi, Lorena Vanina “La influencia del principio del consumo sustentable en el combate de la obsolescencia programada, la garantía de los "productos durables" y el derecho a la información de los consumidores en Argentina”. *Revista de Derecho Privado*, núm. 34, 2018, p. 277, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=417555894009.*
[42]*Ibídem*, p. 280.

estrategia para dinamizar la demanda y estimular el consumo en conjunto con la publicidad y el crédito al consumo.[43] Como resultado las industrias producen bienes, productos y servicios de forma masiva y con precios accesibles para que su adquisición se más rápida. En 1920 se tuvo la idea de crear productos que tuviesen una vida útil más reducida y que esto lograra aumentar los beneficios, lo que se consideró propiciaba un gran desarrollo económico. Como antecedente emblemático de la obsolescencia programada se encuentra el llamado "Cartel Phoebus", en 1924, integrado por los principales fabricantes mundiales de lámparas eléctricas (Osram, Philips, entre otras), que para afrontar la fuerte caída de las ventas, acordaron limitar el ciclo de vida de sus productos,[44] lo cual les permitiría que las personas necesitaran más constantemente su producto, y de esta forma su producción sería más rentable.

La obsolescencia de los productos vino acompañada no sólo de un mayor beneficio económico para sus fabricantes, sino también de la idea de que esto ponía orden al caos económico y social que existía, se creaban más oportunidades de empleo y permitía al gobierno tener ingresos más estables.

Así, la obsolescencia programada es definida como "la producción de bienes con una vida útil corta para que los consumidores repitan la compra del mismo bien en el futuro".[45]

Otra definición plantea que la obsolescencia programada alude: "al desgaste o a la defectuosidad artificial, en donde el producto es concebido desde su elaboración por el fabricante, para tener una vida útil limitada, y esto gracias a la introducción sistemática de un dispositivo que permite esto".[46]

El Comité Económico y Social Europeo describe a la obsolescencia programada de la siguiente forma: "consiste en prever una duración de vida reducida del producto, si fuera necesario mediante la inclusión de un dispositivo

[43] *Ibídem*, p. 283.
[44] *Ibídem*, p. 279.
[45] Yang, Zhoupeng*, La obsolescencia programada*, Bilbao, Universidad del País Vasco, 2016, p. 8, *https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/19046/YANG_TFG.pdf?sequence=2&isAllowed=y.*
[46] Bianchi, Lorena Vanina, *op. cit*., pp. 277-310.

interno para que el aparato llegue al final de su vida útil después de un cierto número de utilizaciones".[47]

En la industria el modelo capitalista de producción contribuyó a la idea de crear nuevas necesidades para que el sistema de consumo funcionara, hasta llegar a replantear un sistema consumista que fuera más rentable y el cual se expandiera de forma masiva a los distintos productos y los reinventara.

De manera que la vida útil de los productos fue creada y modificada para tener un límite y control, un periodo de tiempo más corto. Antes se producía para que todo fuera usado por un periodo largo de vida, se comenzó a acortar el tiempo de vida de los productos y aumentaron las ventas, el punto era estimular el consumo y propiciar que el consumidor cambie constantemente determinados objetos.[48]

La obsolescencia programada se refiere en términos generales, a la sustitución de un producto existente en el mercado por otro más nuevo, los ejemplos más claros son los libros de texto en la educación y la actualización de hardware y software en la industria tecnológica. Es importante señalar que la obsolescencia programada es solo una parte de la clasificación de la vida útil de los productos, ya que existen además otros tipos de obsolescencia: la técnica, la psicología o simbólica y la programada:

- Obsolescencia técnica: implica el desuso de máquinas y aparatos debido al progreso técnico, que introduce mejoras e innovaciones de todo tipo.
- Obsolescencia psicológica hace referencia al desuso provocado, no por el desgaste técnico o la introducción de una innovación real, sino por la descalificación de los productos generada por la publicidad y la moda, puede surgir por ejemplo a través de un nuevo diseño. Este tipo de obsolescencia también es derivada de las campañas de marketing y es muy parecida a la obsolescencia percibida.

[47] *Ídem*.
[48] Ruiz, Malbarez, Mayra*, La responsabilidad social empresarial y la obsolescencia programada*, España, 2011, p.127.

- Obsolescencia indirecta se deriva generalmente de la imposibilidad de reparar un producto por falta de piezas de recambio adecuados o porque resulta imposible la reparación.
- Obsolescencia por incompatibilidad: esto sucede en el caso de los programas informáticos, lo que sucede es que dejan de funcionar al actualizarse el sistema operativo.[49]
- Obsolescencia percibida, suele ser de origen un tanto psicológico o cultural, y es todo aquello o todas esas cosas que nos hacen creer que son necesarios a propósito de la moda, siendo el sexo femenino el más afectado, por ejemplo: la moda del maquillaje, las modas que van por temporadas en ropa, zapatos, entre otra tantas, impulsando a que compremos en una escala mayor,[50] por lo que tiene efectos en lo económico, psicológico y cultural.

Los tipos de obsolescencia antes mencionados guardan relación con el ciclo de vida del producto, ya que, si bien son diferentes, todos están relacionados con factores objetivos y subjetivos de desechamiento.

Un aspecto que ha sido determinante para la obsolescencia es el sistema capitalista, ya que éste ha contribuido a la cuantificación, y a la fabricación de productos o cosas desechables, con un tiempo de vida muy corto y de escasa calidad, y esto es programado por los mismos productores, asegurando así que el sistema económico globalizado y capitalista siga su proceso de forma más acelerada.

El sistema de producción obsoleta de los productos pasa por seis etapas: la primera es la fabricación, después se lanza al mercado, hasta que logra su crecimiento, pasando a la madurez, decadencia, desaparición progresiva y discontinuación.

La discontinuación, en cierto modo, crea obsolescencia. Un producto que ya no tiene piezas de repuesto no seguirá en el mercado por lo que se hace obsoleto

[49]Bianchi, Lorena Vanina, *op. cit*., pp. 277-310.
[50] Curso virtual "¿La cultura del consumo puede ser ética?", desarrollado por la Unión de Responsabilidad Social Universitaria Latinoamericana (URSULA) y la Cátedra itinerante Ética, Responsabilidad e Innovación Social (ERIS), https://forms.gle/ujXQ5iyteEC9zPdE9

y le sustituyen nuevos modelos, esta es la realidad que se vive y por la cual se estimula cada vez más el consumo excesivo.[51]

Así, la obsolescencia presenta las siguientes características:

1. Se basa principalmente en una obsolescencia estilística, con mucha rotación y en una red de productos de consumo obligatorio.
2. Gran variedad de modelos de un mismo producto.
3. Ciclos de vida cortos y marcados.
4. Gran cantidad de basura reciclable para la producción de nuevos productos y un creciente número de desechos de difícil reutilización.
5. Beneficios crecientes para los fabricantes gracias al consumo de complementos casi obligatorios.
6. Se promueve el cambio de producto.[52]

Estas prácticas promueven la renovación constante de productos, en otras palabras, se torna casi necesario comprar para consumir constantemente e induce a que no puedan existir patrones de consumo basados en la sustentabilidad, por lo que la obsolescencia impacta en el consumo y de forma indudable en el medio ambiente.

Con los distintos tipos de obsolescencia los fabricantes pueden mantener su continuo crecimiento dado que es uno de los mayores problemas en el mercado de bienes duraderos, los productores no quieren que los productos de segunda mano hagan la competencia a los nuevos modelos. En definitiva, la obsolescencia programada es una estrategia para lograr mayores ingresos.[53]

La problemática de la obsolescencia programada de los productos plantea una teoría que trata sobre la calidad de los productos, más precisamente, con el sistema de garantías, que funciona en presencia de un vicio de calidad por inadecuación. [54] La obsolescencia establece un producto que es obsoleto planteando la idea de una programación en su ciclo de vida, éste es reducido y además depende también de comprar complementos que nos faciliten su uso y

[51]Yang, Zhoupeng, *op. cit.,* p. 8.
[52]Yang, Zhoupeng*, op. cit*., p. 8.
[53]*Ídem.*
[54]Bianchi, Lorena Vanina, *op. cit*., pp. 277-310.

aprovechamiento, todos los tipos de obsolescencia contribuye a la producción masiva de bienes y productos creando mejores ganancias para los fabricantes y dejando efectos irreversibles en el medio ambiente y la salud. La expansión del mercado y el corto ciclo de vida que caracteriza a las modas, objetos, ideas aparatos eléctricos y electrónicos, alimentación, los convierte en el flujo de residuos más rápido en el mundo.

VI. El valor y la utilidad del producto. El diseño, el valor y por lo tanto la utilidad de los productos cambia a medida que se desarrollan y evolucionan los mercados, esto afecta los procesos de producción, consumo, compra, distribución, comercialización, entra en juego el costo, el valor del producto y su ciclo de vida.[55] Es evidente que la vida actual de las sociedades se desenvuelve por medio de un entramado de necesidades, por lo cual hace indispensable un sinfín de productos, ya sea para trasladarse de un lugar a otro, para comprar alimentos, incluso los utensilios para prepararlos, todos catalogados dentro de lo llamado “producto”.

La utilidad del producto es el soporte material del valor, si un producto no es útil no concluye su valor, la utilidad corresponde a un valor de uso el valor en la mercancía también es generado por el trabajo humano incorporado en ella, pero ésta aún debe ser útil. La mercancía por si sola tiene valor de producción, de uso y de venta.[56]

Antes de los procesos que marcaron la revolución industrial y al sistema capitalista, el valor del producto se comprendía más ampliamente desde el trabajo que se ponía para su elaboración, marcado por particularidades que lo diferenciaban, haciéndolos peculiares sobre otros, resaltaba el ingenio de su productor, teniendo cierta certeza de que no podía ser copiado. Actualmente en el sistema de producción consumo que se vive, se han perdido ciertas peculiaridades en los productos, los sistemas de producción se han innovado, se ha sustituido la

[55] Mayorga Torres, Óscar *et al., Análisis de costos y utilidad del ciclo de vida del producto,* Colombia, Tecnura, 2009, pp. 99-108.

[56] Lechuga Montenegro, Jesús, Bustamante Torres, Jorge "Marcas o Monopolio del Conocimientos: La Naturaleza Del Trabajo En La Nueva Economía”, *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*, núm. 38, 2007, pp. 73-106*, https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11820083004.*

forma de producción para generar productos en grandes masas, es decir, producir más y a menor costo.

Cuando los consumidores se disponen a adquirir algún artículo o alimento, sólo como ejemplo, valoran los productos en relación a sus necesidades y deseos, lo cual les facilita determinar la utilidad que tiene para ellos. En la actualidad hay elecciones racionales, en el sentido de que antes de decidir que comprar, comparan y valoran la calidad, precios y características de los productos. Si bien en otras circunstancias el acto de adquisición se basa en el sentimiento, que un objeto puede atraer o no atraer por razones afectivas u emocionales que te impulsan a comprarlo sin valorar su utilidad. En muchos casos las personas primero piensan y luego deciden, como sucede con las necesidades vitales, las personas piensan qué comprar y en dónde para alimentarse, sin embargo, también están presentes los deseos, como ejemplo, se dispone ir al mercado a comprar una lista de cosas que están contempladas en las necesidades y cuando regresas a casa se dan cuenta que compraste productos que no tenías contemplados y además no son muy útiles.[57]

Por lo general los productos contemplan un proceso antes de llegar al mercado, que inicia con el estudio de la necesidades para la realización del producto, para después ser creado, dentro de su creación pasa por distintas etapas que marcan lo que se caracteriza como útil o funcional, también es importante llevar un análisis de la factibilidad y viabilidad de mismo dentro del mercado, la vida del producto estará marcada por la propia idealización de función o necesidad de determinado producto, y éste pasa por una línea de aprobación del cliente, efectuando la compra, para que después vaya cumpliendo la finalidad para la que fue hecho, de ahí continua una constante donde se mide o analiza el comportamiento de ventas que evalúan su función, su precio y otros factores, para que siga siendo fabricado, sea mejorado o reinventado.

Muchas de las etapas de utilidad del producto contienen características específicas, en particular nos enfocamos en la utilidad que tienen para el consumidor y el valor que obtiene en su proceso, así como determinar si cumple

[57]Morello, Gabriele, “Productos, Mercados y la cuestión del Made in”, *Economía y Desarrollo*, núm. 142, 2007, pp.195-204, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425541311010*

con el objetivo para el que fue fabricado, la calidad y su impacto en el medio ambiente. Un punto importante es que la utilidad del producto no puede generalizarse, pero si es determinante evaluar sus características, ya que cada persona va a ver de distinta forma su utilidad, es por ello que su utilidad puede reconocerse desde la siguiente clasificación:

1. El producto esencial: es el que identifica el valor fundamental que el consumidor reconoce en el producto, por ejemplo: en la comida se reconoce que es la alimentación, en un coche o en un tren es el transporte, en la vivienda es la habitabilidad. Este tipo de valor es universal y no depende de evaluaciones individuales y colectivas. Su utilidad representa la base del razonamiento universal.
2. El producto tangible: representa la utilidad para el consumidor desde el empaque, la red de distribución, la garantía, los servicios que acompañan la venta, la tecnología informática y todos los demás aspectos visibles del marketing, su utilidad se encuentra en el valor estandarizado más que en el propio contenido.
3. El producto ampliado: representa su utilidad a través de la historia de la empresa, la reputación, la imagen y cada elemento intangible capaz de reforzar la relación entre producto y consumidor y de dar a este último una base más amplia de elección y de estimación de su utilidad.[58]La utilidad con que se evalúa al producto ampliado es en base a la elección que se hace a través de la reputación vivida por sí mismo o por otra persona.

Cuando se evalúa la utilidad de cierto producto se pone como un aspecto importante el valor que el consumidor está dispuesto a intercambiar por su posible adquisición, es evidente que lo útil que resulte ser para cada uno cierto producto representara en gran medida el costo que estará dispuesto a pagar, lo útil no se puede generalizar, aunque muchas empresas han sacado ventajas de vender sus productos como útiles, para que sus empresas sean más rentables, ya que el éxito del producto depende en gran medida de su utilidad, o lo útil que aparente ser, por

[58]Morello, Gabriele, *op. cit*., p. 196.

lo que la utilidad también debe ser evaluada por la calidad, por las características que deben acompañar a un producto realmente útil, que sí satisface las necesidades del consumidor, la utilidad no solo es la medida del propio objeto, ya que el producto contiene valores agregados que muchas veces se pasan por alto como: el envase que lo contiene, la marca, etiquetas, empaque, embalaje, código de barras, mismos que también son importantes cuando se valora su utilidad en temas económicos y medio ambientales.

VII. El nivel socioeconómico. La situación económica que tiene una persona o un grupo social le permite acceder a distintos niveles de vida y, por lo tanto, determina la adquisición de ciertos productos u objetos y pone una línea que marca una clasificación de sus gustos y estilo de vida.

En la actualidad se ha relacionado la posición económica con el nivel de vida en términos de la mayor posesión de artículos de consumo, de alguna manera también se ha pensado que un nivel mínimo es determinado en base a cuestiones esenciales como alojamiento, cuidados médicos, educación, alimentos, ocio, condiciones de seguridad, pero siempre con la idea de alcanzar un nivel de vida económico más alto, permitiendo alcanzar ciertas comodidades, no sólo lo mínimo o esencial.[59]

Esto sucede porque en las sociedades actuales de consumo el nivel socioeconómico determina lo que podemos anhelar y poseer, representa lo que somos, o aquello que puede ser posible, es decir, el estilo de vida que llevaremos. Los procesos de globalización, el desarrollo y crecimiento económico han generado una diversificación y una eminente clasificación de clases sociales basadas en el bajo o alto nivel económico. El nivel socioeconómico en sociedades modernas puede valorarse desde la pobreza, los ingresos, los artículos de consumo, la posesión material, etc.

Los niveles de la sociedad en términos de economía representan un aspecto importante dentro de la sociedad de consumo, ya que se sostiene precisamente en la necesidad de generar altos niveles de consumo basados en la jerarquización de las sociedades, esto también porque el mercado ha valorado

[59]Sen, Amartya, *El nivel de vida*, España, Complutense, 1987, p. 27.

que un nivel económico alto, facilita el acceder a los artículos de consumo y marca nuestro éxito en el mundo material, donde se juzga a menudo nuestro nivel de vida.

Desde el momento en que se marcó tanto la importancia del nivel económico, el reconocimiento en las sociedades del consumo se fue convirtiendo en un factor central para definir a las sociedades más acomodadas o con más lujos y comodidades, consolidándose la idea de que ser mejor es tener más y crear un ejemplo del nivel de vida que se debe llevar, lo cual funciona como una herramienta persuasiva para los consumidores para crear la obligación de consumir, a pesar de que las condiciones sociales, económicas o políticas no sean las más favorables.[60]

El nivel socioeconómico no determina siempre la calidad de vida, ésta se considera mejor en base a las condiciones no de éxito social, si no en base a saber aprovechar y utilizar lo que se tiene. Ya que el valorar la economía social se ha utilizado como un instrumento de las empresas para lograr objetivos como impulsar las sociedades de consumo y por lo tanto las olas de necesidades y deseos.

VIII. Necesidades y deseos. El desarrollo humano es un proceso evolutivo, interactivo, el cual requiere del desarrollo y mantenimiento físico y mental que favorezcan el desarrollo de nuestras capacidades.

Por mucho tiempo a la necesidad se le considero relacionada a lo puramente biológico, a lo que el organismo necesita para sobrevivir, como lo es, respirar, el alimento, la bebida, el calor, la limpieza, entre otros, que surge por razones puramente orgánicas y se descarga totalmente en una acción específica.[61]

El ocio se ha estudiado también como una necesidad humana, importante al analizar la riqueza de una vida humana, o, mejor dicho, del bienestar humano. Este planteamiento es importante para afirmar que si bien el ocio, la

[60]Señán, Gaspar Brändle, El consumo en tiempos de crisis: Una Aproximación Sociológica a la distribución del gasto en España, *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, núm. 45, 2010, pp.1-24, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495950241001.*

[61]Bernal Zuluaga, H. A, “La diferencia entre necesidad, demanda, deseo y pulsión”, *Poiésis,* 2019, p. 76, *https://doi.org/10.21501/16920945.3190*.

alimentación y otras necesidades pueden considerarse como necesidades humanas universales, los satisfactores necesarios para su realización pueden ser diferentes de acuerdo con las particularidades de cada sociedad. “Cada sistema económico, social y político adopta diferentes estilos para la satisfacción de las mismas necesidades humanas fundamentales...”.[62] Las necesidades se entienden como aquello que satisface y permite el desarrollo adecuado o vital de cada ser humano, que le permite llevar una vida saludable y estable en su entorno. Actualmente con los cambios en los procesos sociales, su evolución y los impactos de la globalización y otras revoluciones sociales ha surgido un cambio en la idea de la condición de persona y de lo que llamamos necesidad, y para su comprensión partiremos del concepto de marketing, que consiste en “el proceso social orientado a las satisfacción de necesidades de individuos y organizaciones, por la creación e intercambio voluntario y competitivo de satisfactores generadores de utilidades”.[63] Las necesidades te impulsan atender carencias, y actualmente hemos confundido satisfactores o deseos con las necesidades vitales.

Los deseos son el excedente producido por la articulación de la necesidad con la demanda. El deseo toma forma cuando la demanda se separa de la necesidad, de manera que el deseo es una fuerza constante que nunca puede ser satisfecha. Dentro de las características del deseo se encuentra la de poder ser reprimido se puede formar o permanecer en el subconsciente, ya que el deseo es la búsqueda de la satisfacción de una necesidad.

La sociedad de consumo ha creado profundos cambios culturales, y actualmente nos encontramos en un proceso latente donde nuestra condición humana es definida por la dependencia de bienes y servicios, se ha creado un nuevo paradigma donde ahora funcionamos conforme a una economía y la tecnología que hemos creado y desarrollado.[64]Utilizada como una estrategia de

[62]Muñoz Espinosa, I., *et al.,* “Ocupaciones de tiempo libre: una aproximación desde la perspectiva de los ciclos vitales, desarrollo y necesidades humanas”. *Revista Chilena de Terapia Ocupacional,* núm. 6, 2006, p. 39, *https://revistahistoriaindigena.uchile.cl/index.php/RTO/article/view/110.*

[63]Elizalde, Antonio *et. al., Una revisión crítica del debate sobre las necesidades humanas desde el enfoque centrado en la persona*, España, Polis, 2006, p. 7, *http://journals.openedition. org/polis/ 4887.*

[64] Elizalde, Antonio *et al, op. cit.,* p. 7.

satisfactores que mantiene al consumismo, esta idea consiste en crear en primer lugar un satisfactor visto como necesidad, para después ofrecer un producto, capaz de resolver la necesidad o satisfacerla, esto suele confundirnos y no reconocer bien aquellos que son satisfactores y las que son necesidades, es evidente que la era del consumo ha determinado este cambio de visión, que se ha creado y distinguido por el consumo de bienes y servicios, así como por su acumulación, sin importar la utilidad, sólo tener dinero.

Las necesidades en una revisión histórica podrían reducirse a la satisfacción de nuestras necesidades básicas de sobrevivencia, o de aquellas necesidades biológicas, así como también aquellos aspectos que nos permiten vivir en sociedad.

El medio en el que se desenvuelve el ser humano lo obliga a adaptarse a las condiciones, y la interacción del medio donde se vive repercute en la búsqueda de valores de identificación y de formas de vida, mostrando también las condiciones y estándares de vida que se deben llevar o tener. En la actualidad las personas han percibido un gran número de productos y bienes como necesidades, esto ha sucedido porque se han modificado las formas de vida y ahora las personas necesitan más objetos, mayor variedad de alimentos, más ropa, supuestamente para poder tener una vida más completa. Estos nuevos comportamientos sociales e individuales aparecen en los años 50 del siglo XX, en donde los consumidores dan paso a sus adquisiciones por placer y no por necesidad.[65] Apareciendo de esa forma con mayor peso la realización de los deseos de ideales de vida, que van acompañados de satisfactores materiales.

IX. Avances en tecnología y comercio electrónico. Los avances electrónicos de información son ahora los protagonistas en las sociedades, donde comúnmente la sociedad se manifiesta, expone y se muestra ante sí misma.[66]

[65]Chicaiza Villalba, Tania, “Vendiendo felicidad: el nuevo paradigma de las marcas”, *Retos. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, núm. 3, 2012, p. 39, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=504550953003.*

[66]Carrillo Delgado, Ángel, “Reseña de "Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización" de Nestor García Canclini”, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 2, 1995, pp. 163-165, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31600209.*

En pleno siglo XXI el mundo se encuentra en una transformación tecnológica, reflejada en la interacción, los procesos, las reglas, productos, ya que se ven envueltos por las grandes innovaciones de las tecnologías de la comunicación y la información como: las computadoras, teléfonos móviles, internet, etc., se han convertido en herramientas casi indispensables. El amplio mundo de la tecnología ha servido de plataforma para lanzar al mercado productos y nuevas formas de compra, facilitando la adquisición de productos.

En los últimos años el crecimiento de la tecnología ha generado grandes progresos en todos los ámbitos, los comerciantes dependen cada vez de las tecnologías de datos masivos (Big Data), para transacciones de sus productos.[67] Lo anterior sucede en todo el mundo, y aunque existen distintos tipos de aportes tecnológicos, ya sea en la forma de compra o en el desarrollo y mejoramiento de la comunicación, son aportes tecnológicos que se insertan en el desarrollo de la vida cotidiana creando cambios de gran impacto que repercuten en nuestra vida de consumo.

Las tecnologías de la información y la comunicación han adquirido una notable visibilidad, las encontramos a partir del amplio uso del internet y la proliferación de las empresas.[68] De esta forma el internet ha contribuido al auge de la industria publicitaria, pero también de las empresas y los grandes mercados, porque ahora se pueden adquirir los productos desde casa.

Además de que los avances tecnológicos agilizan el comercio, el internet influye también en nuestros gustos, formas de comprar y vender bienes y servicios de todo tipo. El consumo y el consumismo se encuentran presentes en nuestra vida cotidiana, y representan la necesidad de adquirir determinados objetos o servicios, lo que se consideran un punto importante para las nuevas tecnologías, ya que crean un lazo importante entre el consumismo y la tecnología. En los recientes años, se pueden mencionar importantes ejemplos, como UBBER, que

[67]ETC, IPES FOOD, “Demasiado grandes para alimentarnos”, *Misereor y Bread for the World*, 2017, p. 23.
[68] González, García, Juan, Navarro, Chávez, José Cesar, *Sociedad del conocimiento y competitividad en el desarrollo de México y China*, México, Porrúa, 2012, p. 11.

puede considerarse una herramienta para la compra o adquisición de un servicio hecho en línea y llevado al lugar donde te encuentres.

Los avances en la tecnología han permitido expandir el comercio electrónico, el cual consiste en la venta marketing y suministro de información complementaria para productos o servicios a través de redes informáticas y dispositivos electrónicos como, tabletas, ordenadores y teléfonos inteligentes.[69]Los avances en tecnología se ven reflejados en las ventajas del comercio electrónico, que ha beneficiado a las empresas en los siguientes aspectos:

1. El negocio está disponible las 24 horas y los 7 días de la semana.
2. Posiblemente más descuentos en el producto, teniendo en cuenta el costo del personal de ventas y ausencia de pago de salarios.
3. No es necesario una tienda física, por lo cual no hay que invertir en el establecimiento.
4. El ahorro de costes asociados con el cliente y el proveedor.
5. Bajo tiempo en las órdenes.
6. Fácil acceso a nuevos mercados y clientes, con poco esfuerzo económico.
7. La ventaja competitiva, por un fácil portal de compra eficiente y atractivo para ofrecer un mejor servicio.
8. Rapidez en la comercialización.
9. Método de pago en las compras.[70]

Es importante también mencionar que este proceso de modernización tecnológica de la industria y de los servicios exige una mayor calificación laboral, y al mismo tiempo crece la deserción y se limita el acceso a instrumentos e información innovadora, como las páginas web.

Todos esto cambios crean grandes beneficios, no sólo para aquellos que lo utilizan, sino también para las empresas que han encontrado grandes oportunidades en el desarrollo de las comunicaciones. El comercio electrónico

---

[69] Arias, Ángel, *Las Nuevas Tecnologías y el Marketing Digital*, 2ª ed., p. 12, https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=egTPCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=las+nuevas+tecnologias+y+la+compra&ots=9s2VSP4hGv&sig=VKsaCHYDdCtCppfayNwSpQ9X5ok#v=onepage&q=las%20nuevas%20tecnologias%20y%20la%20compra&f=false

[70] *Ídem.*

está creciendo muy rápido, ya que representa una forma cómoda y rápida de adquirir lo que necesitamos sin movernos de casa.[71]Algunos o la mayoría de las cadenas de supermercado o de distribuidores cuentan con la facilidad de llevar el pedido a domicilio, sin cargo alguno, para ir ganando al cliente, que no puede salir, o no tiene ganas de hacerlo y necesita que alguien lo haga por él, de tal forma que las empresas también buscan la forma de estar accesibles siempre a sus clientes, un ejemplo de lo anterior es el uso que hace Amazon de datos masivos (Big Data).

Empresas como Amazon utilizan la tecnología para rastrear los hábitos y preferencias de compra de los consumidores, esto hace que los inversionistas especulen que su compañía podría convertirse en una de las diez principales minoristas que abastecen al mundo; las compañías ya ofrecen aplicaciones de celular y sistemas en línea para ordenar comestibles y pronto se expande a la entrega de restaurante junto con su propia marca de comidas preparadas. Amazon también está experimentando con supermercados sin cajeros basados en sensores integrados con su plataforma de clientes en línea, un desarrollo que probablemente imparte en su reciente adquisición de *whole foods* y la industria de comestibles o de cualquier otra en general.[72]

Las industrias han aprovechado muy bien los medios electrónicos que formar parte de nuestro estilo de vida, por lo cual los avances tecnológicos, la invención, mejoramiento, o producción de nuevos aparatos electrónicos (teléfonos, computadoras, celulares, tablets, entre otros) asumen particular relevancia. Así, se pueden distinguir dos vertientes en las cuales se hace presente la tecnología en relación al consumismo, una es la accesibilidad o nuevas formas de compra o publicidad y la otra es la producción de nuevos avances tecnológicos o productos que permiten nuevas interacciones y facilitan acciones que comúnmente haríamos nosotros.

X. Centros de venta. Se encuentran lugares que son estratégicos para realizar compras, como los centros comerciales, que son precursores del

[71]*Ibídem*, p. 11.
[72]ETC, IPES FOOD, *op. cit*., p. 27.

consumismo, de las modas, de la banalidad, de la imitación, del conocimiento de nuevas culturas, y presentan una realidad de identidad social postmoderna.[73]

Estos centros son espacios o áreas comerciales rentables, donde existe un gran número de productos o servicios a la venta, son áreas estratégicas de la adquisición de infinidad de modas, de acumulación, de objetos o servicios necesarios o innecesarios, en los cuales existen lugares para estacionarse, que frecuentemente no se cobran, e incluyen zonas y algunos objetos para minusválidos con el objetivo de facilitarlas compras, espacios de juegos para los niños, espacios de descanso, así como lugares para que público camine, mire, compre, descanse y vuelva a comprar, este lugar debe ser gozoso para toda la familia, contando también con lugares para alimentarse, de manera que utilizan al marketing para poder seducir a todo tipo de público.

El centro comercial fue y es entendido también como una agrupación espacial planificada de establecimientos comerciales detallistas, surge en los años cincuenta del siglo XX en Estados Unidos, logra alcanzar cierto éxito en el norte y centro de Europa en los años setenta y se ha consolidado en España en los noventa. El devenir histórico de los centros comerciales (C.C.) nos remonta a Europa, con las galerías del siglo XIX como la Vittorio Emmanuele II en Milano (1865-1877). Más tarde, a la línea de locales comerciales en un edificio de Estados Unidos hacia la primera mitad del siglo XX, como el Roland Park de Baltimore, construido en 1907. Posteriormente, en la década de 1960, se inicia la construcción del C.C. Iguatemi, en Sao Pablo, Brasil.[74]

> En ocasiones el término centro comercial se emplea de forma confusa, haciendo referencia a cualquier tipo de agrupación de comercios o incluso ha sido denominando como un formato comercial detallista de gran superficie. Nosotros utilizaremos el término en el sentido estricto de agrupación planificada de comercios. En este sentido el vocablo es el que recoge la definición enunciada en 1992 por la AECC (Asociación Española de Centros Comerciales): Centro comercial es un conjunto de establecimientos comerciales independientes,

[73]Escudero Gómez, Luis Alfonso*, Los centros comerciales*, *espacios postmodernos de ocio y de consumo,* España, Universidad de Castilla La Mancha, 2008, p. 22.
[74]Peña Barrera, Carlos Roberto, "Dinámica de centros comerciales en Bogotá", *Revista Bitácora Urbano Territorial*, 2005, núm. 9, pp. 90-97, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74800908.*

planificados y desarrollados por una o varias entidades, con criterio de unidad; cuyo tamaño, mezcla comercial, servicios comunes y actividades complementarias están relacionados con su entorno, y que dispone permanentemente de una imagen y gestión unitaria.[75]

Los grandes centros comerciales constituyen hoy día una realidad en las metrópolis de América Latina. El rápido desarrollo de estas nuevas centralidades orientadas al ámbito comercial forma parte de las notables recomposiciones urbanas, que se han producido como consecuencia de los profundos cambios[76] en la estructura de las economías nacionales e internacionales en el contexto de la globalización económica.

El centro comercial muestra las variedades de consumo más diversas, donde encontramos puntos de oferta, gran cantidad de bienes de consumo, ya sea productos alimenticios, prendas de vestir, artículos para el hogar, así como también servicios más variados como restaurantes, cines, bares, bancos, cajeros electrónicos, agencias de viajes y oficinas de información turística, lugares para conseguir una fotografía instantánea, guarderías, parques de diversiones y juegos mecánicos, salones de videojuegos, pista de hielo, entre otros.

Estos son lugares que el hombre urbano frecuenta para ir de compras y para divertirse, para buscar los objetos que su ritmo de vida le demanda o para satisfacer algunas de sus necesidades.[77] Los centros comerciales tratan de atraer y facilitar el acceso a los clientes para adquirir sus productos.

XI. *Made in*, marcas, precios bajos y ofertas. Aunque los precios bajos y las ofertas tienen relación con la competencia de las marcas o empresas por el acaparamiento del mercado, también se utilizan para la inserción de un producto o

---

[75] Cuesta, Díaz, Pedro, Jesús, “Factores de Atracción de los Centros Comerciales en España*”, ICE Revista de Economía*, España, núm. 828, 2006, p. 100, *https://datos.portaldelcomerciante.com/userfiles/167/Biblioteca/factores_atraccion_centros_comerciales_espanya.pdf.*

[76] Ron Pareja, Juanita Ximena, “El impacto de las mega estructuras del capital: El caso del Mall Condado Shopping”, Quito, 2012, pp. 29-51, *http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/9184/2/TFLACSO-2012JXRP.pdf*

[77] Medina Cano, Federico, “El centro comercial: una "burbuja de cristal"”. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 8, 1998, pp. 61-91, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31600804*

para que exista mayor accesibilidad, pero que al mismo tiempo conserven precios rentables, contribuyendo en cierta forma al consumismo.

Un ejemplo claro en México de precios bajos y ofertas es el Buen Fin este es un evento comercial de periocidad anual que consiste en cuatro días de promoción, ofertas y rebajas de productos y servicios durante la tercera semana del mes de noviembre. El evento ha incrementado su relevancia desde su primera edición en 2011.[78] Muchas personas deciden esperar para comprar sus productos en estas fechas con la idea de ahorrar, mientras muchos otros ha sido inducidos para adquirir más de forma desmedida, fijando su atención en que los productos contienen algún descuento u oferta.

El ahorrar en momentos de ofertas o descuentos es complicado, ya que en esos momentos es más difícil resistirse, ya que suele pensarse más en comprar o no un producto cuando es caro y la compra es arriesgada e inusual (alta implicación), y se dedica menor atención en la compra de productos de bajo precio y poca importancia (baja implicación), evidentemente esto funciona como una estrategia de ventas más eficacez, y en mayor proporción. Los productos son cotizados en relación a su precio y sus características, lo cual es importante para la demanda, y en este sentido, para los productores.

Mucho se habla de productos, mercados y *Made in*, esto no tendría sentido, sin la psicología del consumo, ya que para los consumidores suelen ser importante los precios y la calidad de la mercancía, además, muchas personas se guían por el lugar de procedencia, pero con el contexto de la globalización, la imposibilidad de reconocer el lugar de producción de los bienes ofrecidos en el mercado constituye en ocasiones una limitación con respecto a la deseada información, la decisión y la satisfacción del consumidor.[79]

El conocimiento del *Made in* puede ser considerado un atributo del producto, así como lo es con las marcas, que tienen el poder de dar un valor extra al producto. En los estereotipos prevalecientes tienen una significación positiva,

[78]Campos Vázquez, Raymundo M., Medina Cortina, Eduardo M, "¿Realmente bajan los precios durante el Buen Fin?", *El Trimestre Económico*, 2017, núm. 334, pp. 337-382, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31354200003.*

[79]Morello, Gabriele Productos, "Mercados y la cuestión del Made in". *Economía y Desarrollo*, núm. 2, 2007, pp.195-204, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425541311010.*

por ejemplo: el perfume francés, la moda italiana, el whisky escocés, el salmón noruego, el cigarro cubano, el acero sueco, etc.

Constantemente se llega a consumir en base a la idea de que el *Made in* es esencial o importante para realizar una compra o elegir un producto, ya que su procedencia determina en gran parte su calidad, crea un mejor status, etc., sin embargo, actualmente no se puede guiar solamente por el *Made in*, debido a la dificultad que implica determinar el origen del producto, lo cual atañe a los mercados por dos motivos: la determinación de la calidad, ya que por ejemplo, muchos bienes de largo consumo vendidos como *Made in* Italy son hechos en China, por lo que el mensaje del *Made in* está distorsionado.[80] Casos similares son las empresas que trabajan en *offshoring*, es decir, que transfieren al extranjero toda la fabricación de sus productos o confían la producción de distintos componentes del producto a fabricantes de otros países. Todas las multinacionales y también numerosas pequeñas empresas tienden a utilizar este sistema, por lo que las sociedades llegan a transformarse de productoras de bienes a utilizadoras de servicios, por lo que es prácticamente imposible remontar el producto final a su lugar de origen.[81] El otro motivo es la protección de la propiedad privada.

Las compras son guiadas también mediante la marca, ésta representa uno de los derechos de propiedad, signo visible que permite distinguir productos y servicios frente a otros de su misma clase o especie que se encuentran en el mercado, tales como la marca Apple, que se ha lanzado como una opción que facilita la vida de las personas, distintos dispositivos como es el IPhone compitiendo con otros teléfonos móviles, lo cual a lo largo de su historia se ha caracterizado por desmarcarse de la competencia, estableciéndose como tecnología de alta gama, la marca Apple y sobre todo en la producción de teléfonos ha tratado de suponer para los usuarios la capacidad de convertirse en la extensión de uno mismo, lo cual ha logrado grandes ventas, así como también

[80] *Ibídem*, p. 199.
[81] *Ídem.*

la espera ansiosa de sus productos, la distinción de las marcas incrementa ciertamente las ventas de ciertos productos.[82]

Un problema al cual se han enfrentado muchas marcas y que a la vez evidencia la demanda de productos de determinadas marcas es la imitación, imitar productos, por ejemplo, en la industria de los cosméticos, ha llevado a muchos productores clandestinos a obtener ganancia a costos bajos, pero han puesto en riesgo la salud de las personas que los adquieren. El consumismo motiva la tendencia a adquirir productos de bajo costo, ya sea por escases, insatisfacción o un deseo, sin embargo, cualquiera que sea la causa, no justifica el daño que causa.

XII. Los oligopolios y monopolios. El éxito de las empresas presupone un alto grado de consumo, lo que significa beneficios económicos, mismos que se relacionan en cierta forma con la organización competitiva de la industria.

Cuando se da a conocer el producto al mercado, éste puede tener gran demanda debido a su aceptación, y si no existe otro producto igual, se consolida por el monopolio de la empresa, logrando cierta fidelidad de un segmento del mercado hacia el producto y la marca, lo cual propicia que otros productos originarios de la empresa que ostentan su marca, se vendan con cierta preferencia sobre aquellos que son sustitutos cercanos.[83]

En México se encuentran prohibidos los monopolios y las prácticas monopólicas en el párrafo primero del artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos,[84] mismo que en su párrafo segundo ordena:

> En consecuencia, la ley castigará severamente, y las autoridades perseguirán con eficacia, toda concentración o acaparamiento en una o pocas manos de artículos de consumo necesario y que tenga por objeto obtener el alza de los precios; todo acuerdo, procedimiento o combinación de los productores, industriales, comerciantes o empresarios de servicios, que de cualquier manera hagan, para

[82]Lechuga Montenegro, Jesús, Bustamante Torres, Jorge, "Marcas o monopolio del conocimientos: La Naturaleza Del Trabajo En La Nueva Economía", *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*, núm. 150, 2007, pp. 73-106, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11820083004*

[83]*Ídem*

[84] Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 5 de febrero de 1917, *http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1_080520.pdf*

> evitar la libre concurrencia o la competencia entre sí o para obligar a los consumidores a pagar precios exagerados y, en general, todo lo que constituya una ventaja exclusiva indebida a favor de una o varias personas determinadas y con perjuicio del público en general o de alguna clase social.[85]

El citado precepto constitucional contempla casos de excepción en materia monopólica como: las funciones que el Estado ejerza de manera exclusiva en las áreas estratégicas; las asociaciones de trabajadores, asociaciones o sociedades cooperativas de productores que cumplan los requisitos que precisa este artículo, y; los privilegios que por determinado tiempo se concedan a los autores y artistas para la producción de sus obras y los que para el uso exclusivo de sus inventos, se otorguen a los inventores y perfeccionadores de alguna mejora.

Como ley reglamentaria del artículo 28 constitucional en materia de libre concurrencia, competencia económica, monopolios, prácticas monopólicas y concentraciones se encuentra la Ley Federal de Competencia Económica,[86] que en su artículo 52 dispone: "Están prohibidos los monopolios, las prácticas monopólicas, las concentraciones ilícitas y las barreras que, en términos de esta Ley, disminuyan, dañen, impidan o condicionen de cualquier forma la libre concurrencia o la competencia económica en la producción, procesamiento, distribución o comercialización de bienes o servicios."

Esta Ley divide las prácticas monopólicas en absolutas y relativas. Las prácticas monopólicas absolutas consisten en contratos, convenios o arreglos entre agentes económicos competidores entre sí, cuyo objeto o efecto sea: fijar, concertar o manipular el precio de venta o compra de bienes o servicios al que son ofrecidos en los mercados; establecer la obligación de no producir, procesar, comercializar solamente una cantidad limitada de bienes o la prestación de un número limitado de servicios, entre otras.

Las prácticas monopólicas relativas consisten en cualquier acto, contrato, convenio o procedimiento que tenga por objeto: en el mercado relevante o en

---

[85] *ídem*

[86] Ley Federal de Competencia Económica, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 23 de mayo de 2014, *http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFCE_270117.pdf*

algún mercado relacionado, desplazar indebidamente a otros agentes económicos, impedirles su acceso o establecer ventajas exclusivas en favor de uno o varios agentes económicos; la imposición del precio o demás condiciones que un distribuidor o proveedor deba observar al comercializar bienes o servicios; la venta, compra o transacción sujeta a la condición de no adquirir o comercializar los bienes o servicios de un tercero; rehusarse a comercializar o proporcionar a ciertas personas bienes o servicios disponibles y normalmente ofrecidos a terceros; la concertación entre varios agentes económicos o la invitación a estos para ejercer presión contra algún agente económico o para rehusarse a vender o adquirir bienes o servicios a dicho agente económico, con el propósito de persuadirlo de una determinada conducta, aplicar represalias u obligarlo a actuar en un sentido determinado; el establecimiento de distintos precios o condiciones de venta o compra para diferentes compradores o vendedores situados en condiciones equivalentes, etcétera.

Así, los monopolios no tienen consideraciones para el consumidor, el aumento desmedido de beneficios y utilidades para los monopolistas, la ambición de poder y acumulación de riquezas los lleva a la creación de contratos, convenios, etcétera, donde puedan manipular los precios, producir y comercializar cantidades restringidas o limitadas de bienes, para poder desplazar a otros agentes del mercado. En este sentido señala Hernández, el monopolio se traduce en “disminuir el mejoramiento de la industria, reducir los beneficios. Aquí el libre mercado pasa a ser historia.[87]

Muchos monopolios propician que los consumidores paguen precios más elevados y utilizan su poder en el mercado para eliminar a los competidores, por lo que no estimulan la inversión ni la innovación, pero sí perjudican a la economía e incrementan la desigualdad extrema.[88]

[87]Hernández Calderón, María del Rocío, *Efectos de la ley de competencia económica en los monopolios en México* (2013-2015), México, Universidad Autónoma del Estado de México, Tesis de Licenciatura, 2019, p. 27, *//hdl.handle.net/20.500.11799/99037.*

[88]Oxfam, Oxford, Committe for Famine Relief, *Premiar el trabajo, no la riqueza, Informe de Oxfam.* 2018, p. 50, *https://d1tn3vj7xz9fdh.cloudfront.net/s3fs-public/file_attachments/bp-reward-work-not-wealth-220118-es.pdf.*

Los monopolios son normalmente vistos o proyectados en una pantalla bombardeada por comerciales de distintos bienes y servicios, necesarios o no, que son adquiridos debido en gran parte a la predisposición que logran en las personas para comprarlos, el no tener elección constituye el grado de monopolio que tiene cierta marca o empresa.

Un ejemplo de los monopolios en cuestión es cuando las marcas, una vez consolidadas, permiten a la empresa concentrar una parte del mercado e incluso dejar de producir y encargarse solamente de la gestión de su logo. Por ejemplo, la firma Nike concesiona la marca a aquellas empresas que reúnan ciertos requisitos que ella impone, ya no produce, sino que gracias a su logotipo y carácter monopólico obtiene ganancias, las cuales no son más que extracción de valor, un valor intangible basado en un producto que tuvo como origen una idea y un derecho de propiedad".[89]

En el actual proceso de producción no se habla de productos sino de marcas, pues en la competencia lo importante es diversificar y ello no tiene que ver de manera directa con satisfacer las distintas preferencias del consumidor, sino que es el medio por el cual se asegura un lugar monopólico para obtener una cuota mayor de ganancia a costa de los menos innovadores y tecnológicamente atrasados. En este proceso, el más innovador es el que crea necesidades tecnológicas: computadora, teléfono celular, Internet, hasta el robot que se convertirá en mascota o aquellos que faciliten las labores domésticas el día de mañana, entre otros.[90]

La mercancía que se lanza al mercado cuenta con una serie de características particulares que dotan al producto de autenticidad, y a la empresa de ganancias que obtenga por el mismo, debido a las diversas figuras que contempla el derecho de propiedad industrial, están las siguientes:

1. Marca. Es todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.

[89]Lechuga Montenegro, Jesús, Bustamante Torres, Jorge, *op. cit*., pp. 73-106.
[90]*Ídem.*

2. Patente. Es el derecho que salvaguarda las invenciones, dentro de la patente encontramos el derecho de exclusividad, así como el derecho de explotación sobre la invención patentada.
3. Procesos productivos y secreto industrial. Estos procesos son formas de organización y procedimientos desarrollados al interior de la empresa que implican desde el tipo de tecnología utilizada hasta la organización así la empresa controla todo esto incluyendo ciertas patentes.

Muchas de las empresas han asegurado su éxito protegiendo su marca y su derecho de propiedad, ya que éstos son determinantes para alcanzar o mantener la monopolización, Y también en algunos casos, dado el éxito, el valor de la marca puede reforzarse por un fetiche mercantil, lo cual dificulta aún más la medición del valor.[91]

Como ejemplo de monopolios lo podemos encontrar en distintas industrias, este es el caso de las telecomunicaciones como Telmex o Teléfonos de México, es una empresa que particularmente tiene más peso relativo, y por lo tanto han adquirido elevados rendimientos, mostrando también su elevado poder en el mercado, estableciendo precios y tarifas en servicios de comunicaciones.[92]

Por otro lado, en el sector alimentario industrial sólo un número limitado de actores acumulan riqueza, reforzando su poder económico y político y su influencia en el sistema agroalimentario. Hoy en el caso de alimentos existen solo tres corporaciones que controlan más del 60% de las semillas agrícolas comerciales en todo el mundo, estas son SYNGENTA, Bayer-Monsanto, Dupont.[93] SYNGENTA produce, distribuye, comercializa y además impone su poder en industrias que impactan su producción, manejando semillas, agroquímicos, instrumentos para la producción, etc. logrando también formar parte de la implementación de sus mismas regulaciones y cubriendo muchas áreas, mismas que dependen de su producción.

---

[91] *Ídem*

[92] Anaya Díaz, Alfonso, “Industria telefónica en México. Monopolio y entrada en pequeña escala”. *Revista Económica Una Revisión,* núm. 323, 2012, p. 41.

[93] Colectivo de Semillas en América, ¡*Semillas en resistencia*!, México, Acción por la Biodiversidad y GRAIN, 2017, p. 4.

Cuando hablamos de oligopolios generalmente es cuando dos o más empresas ofrecen el mismo producto, frente a una demanda competitiva el oligopolio es una estructura del mercado en la que compite un pequeño número de empresas.[94] Es por ello que en los oligopolios pocas compañías controlen más del 40% del mercado en determinado sector,[95] incluso, más del 70% del mercado, y que se inserte una nueva empresa es casi imposible.[96]

La concentración del mercado puede ocurrir de muchas maneras, y ha funcionado muy bien la fusión horizontal o vertical de las empresas; la fusión horizontal consiste en fusionarse con una empresa ya establecida y posicionada que facilita y hace más rápido el éxito de la empresa que se fusione, en tanto que la fusión vertical consiste en que determinada empresa o marca llega al consumidor directamente, por ejemplo ZARA, que realiza desde el diseño, producción de prendas, logística de entrada y de salida, así como venta al consumidor y la venta en establecimientos propios. Esto ha permitido controlar una gran porción del mercado.[97] Estas formas de fusión indiscutiblemente han mostrado ser muy efectivas para controlar un mercado.

Las fusiones así como de las alianzas permiten a las empresas o a determinadas marcas posicionarse mejor en el mercado, de manera que los oligopolios y los monopolios logran que pocas empresas obtengan el control de una amplia gama de insumos, como en el caso de la industria agrícola, llegan a determinar las variedades de semillas, los insumos químicos, las técnicas de riego e incluso el tipo de seguro disponible para los campesinos,[98] lo cual ejemplifica como una empresa puede llegar a abarcar todo lo necesario para la realización de una actividad en una industria.

Un ejemplo a nivel mundial sobre la alimentación, es que sólo dos compañías controlan aproximadamente el 90% de la genética de las aves de corral y tres la cría de cerdos, las cuales suministran casi todo el cerdo en el

---

[94] Rojas, Merced, Juvenal, *La estructura de Mercado Oligopólica*, México, Universidad Autónoma del Estado de México, 2015, pp. 11-12.
[95] ETC, IPES FOOD*, op. cit*., p. 6.
[96]Rojas, Merced, Juvenal*, op. cit*., p. 12.
[97]ETC, IPES FOOD*, op. cit*., p.6.
[98]*Ibídem*, p. 7,

mundo.[99] Muchas empresas están en el mercado mediante oligopolios, los cuales abastecen gran parte de las cosas que consumimos a diario, y sucede en todo tipo de industrias.

XIII. La mercancía y el trabajo humano. El valor en la mercancía es generado en gran parte por el trabajo humano incorporado en ella. La mercancía por si sola tiene un valor de uso y de venta. El trabajo no sólo queda contenido en algún objeto que después puede intercambiarse y consumirse, aunque normalmente no se piensa que el valor del trabajo se consume a cada instante, ya que puede no quedar ninguna señal. La mercancía puede ser un bien concreto o un servicio, en la primera lo podemos ver por ejemplo en una blusa bordada, este objeto termina siendo el bien concreto, la blusa y el valor está en ese bien así como en el trabajo que permitió su existencia, mientras que en la segunda, la que recae en un servicio, se puede ver cuando necesitamos de un ingeniero, abogado, peluquero, entre otros, y donde se valora el trabajo de la hace posible.[100]

El trabajo asalariado, utilizado comúnmente en el sistema capitalista para empresas con gran magnitud de producciones, donde el valor de las mercancías está reproducido en las mercancías creadas, el trabajo es vendido en las mercancías que se encuentran en el mercado, aunque su valor no sea bien retribuido o que el producto no permita conocer el trabajo que implica cada producto, ha marcado simbólicamente las olas del consumismo.

La empresa monopoliza la habilidad de cada trabajador para crear, vender, administrar, etcétera. Mientras que la sociedad capitalista y en particular la economía neoclásica nos acostumbró a entender por trabajo el asalariado, el uso restringido del concepto trabajo como asalariado conduce a simplificarlo en una mera actividad económica,[101] dejando por un lado el trabajo como representación de la fuerza para realizar el producto o servicio, siendo imprescindible para realizar objetivos necesarios que permiten la producción de bienes y servicios. Este producto que no representa la fuerza de trabajo puesta en él, pasará por un ciclo

[99]*Ibídem* p. 8.
[100]Lechuga Montenegro, Jesús, Bustamante Torres, Jorge*, op. cit*., pp. 73-106.
[101]De la Garza Toledo, Enrique, *Problemas clásicos y actuales de la crisis del trabajo*, Argentina, CLACSO, 2001*, https://isp8st-sfe.infd.edu.ar/sitio/upload/1garza.pdf.*

de vida, en el cual no centra la atención en lo que lo permitió ser, por lo que actualmente las formas de producción masivas no permiten relacionarnos con la fuerza de trabajo que hace posible la mercancía, lo cual ha llevado a la desvalorización de aquellos quienes ponen parte de su vida creando productos, o servicios.

Por lo tanto, existen un gran número de formas de estimular el consumismo, así como caer en la economía del engaño, el exceso. En la sociedad actual se implanta de manera inconsciente el consumismo desde una edad muy corta, contribuyendo de manera determinante la manipulación, que se suscita cuando se convence a otro de determinada idea, en este caso de seducir para aceptar y adquirir un producto, actuando astutamente. La manipulación comercial impone ideas y actitudes, en este caso actitudes consumistas, que se implantan como una moda, como lo son los estándares de belleza, de status, abarcando todas las condiciones de vida, y utilizan una imagen favorable de estos productos para estimular su compra, uso y consumo.

El gran poder de la manipulación lo encontramos generalmente de forma audiovisual, intentando hábilmente dominar y moldear a las personas que no están preparadas para los distintos cambios o a la simple creación de seguir un modelo consumista. Los sistemas económicos capitalistas y globales tienden a necesitar y crear al mismo tiempo clientes insatisfechos y con un gran número de necesidades y demandas.

El marketing es una forma de negociar, que consiste en planificar, implantar, instruir, aumentar, comercializar relaciones de intercambio con el cliente con la finalidad de que el producto sea vendido,[102] y se basa en la idea de la satisfacción, sustentada en las necesidades de los clientes, lo cual permite conocer gustos, para ofrecer productos, servicios de calidad con valores agregados. Actualmente el marketing ha direccionado su objetivo dejando por un lado la funcionalidad del producto, o sus atributos son menos importantes ante el diseño, la moda y el estatus que representa cada cosa, de manera que los deseos

[102]Coca Carasila, Milton, “El concepto de marketing: pasado y presente perspectivas”, *Universidad Católica de San Pablo Cochabamba*, Bolivia, vol. 9, núm. 18, 2006, pp. 16-17.

de posesión y adquisición no responden a necesidades fisiológicas, sino sociales, de autorrealización y "la imparable búsqueda de felicidad".[103]

En la actualidad el discurso económico y público se ha apoderado de la felicidad, convirtiendo su significado y alcance en una mera idealización de algo que debe ser obligatorio para todos, siempre y cuando se cumplan ciertas reglas y modelos de comportamiento que hay que seguir a cabalidad,[104] y donde adquiere particular relevancia la idea de que la felicidad consiste en comprar más.

Se ha vinculado al consumo con la promesa a cumplir de encontrar la felicidad, misma que ha sido entendida de distintas formas, una de ellas se refiere a la evasión de la muerte, perpetuar nuestra vida es algo que indudablemente muchas personas quisieran alcanzar,[105] y tratan de hacerlo por medio de la materialización, alargar la vida comprando para un mañana. Una vida larga y llena de todos aquellos placeres que nos forman una idealización de que existe un mañana. El consumismo ha buscado que sus alcances y sus dimensiones representen la felicidad, haciendo que la satisfacción y la felicidad no tengan un proceso racional, sino que esté basado en las experiencias, emociones y sentimientos de más posesión de ropa, calzado, comida, casa, carros, y todo aquello que representa la continuidad de la vida, de todo esto se ha apoderado el marketing, representado en las marcas de los productos y servicios que ofrecen las empresas de hoy.[106]

La manipulación va desde grandes compañías procesadoras de alimentos agregando nuevas marcas o adquiriendo marcas que se perciben como "saludables", "naturales" y "orgánicas", donde las empresas van adquiriendo marcas de alimentos naturales para obtener más beneficios. La manipulación existe tan comúnmente que no nos damos cuenta, y es necesaria para que el consumo consolide su éxito en clientes que deseen cada vez más comprar ciertos productos.

---

[103] Chicaiza Villalba, Tania, "Vendiendo felicidad: el nuevo paradigma de las marcas", *RETOS, Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, núm. 3, 2012, p. 39, https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=504550953003.

[104] *Ídem*.

[105] Arbuet Osuna, Camila, "Capitalismo y Globalización: El capital en la era del capital tecnológico", Desafíos, núm. 2, 2014, pp. 97-124, *dx.doi.org/10.12804/desafios26.02.2014.04*

[106] Chicaiza Villalba, Tania, *op. cit.,* pp. 1390-6291.

1.3 Efectos que produce el consumismo

Ya se ha analizado que el consumismo es una variable evidente del consumo, pero a diferencia de éste, el consumismo representa un conjunto de manifestaciones que amenazan la subsistencia del ser humano en el planeta y de todo aquello que tiene vida o que plantea una cadena de vida. Se ha vendido la idea de que a mayores producciones y ventas mayor crecimiento y beneficio económico general, lo cual ha sido del todo cierto, ya que el crecimiento económico ha beneficiado a un reducido número de personas.

Nuestras sociedades de base capitalista transitan de modo cada vez más acelerado hacia la escasez.[107] Algunos de los efectos más visibles que trae el consumo excesivo y que ha impactado en los últimos años en gran medida son: el agotamiento de importantes recursos naturales, en conjunto con la degradación de los ecosistemas, producciones insensibles, la grave contaminación ambiental, y los impactos adversos en la salud.

- Agotamiento de recursos naturales y degradación de los ecosistemas. Cada sociedad ha buscado siempre la manera más eficiente para desarrollarse y se ha enfocado en la extracción, producción y en el intercambio de bienes que satisfagan sus necesidades. Con el paso del tiempo las sociedades cambian y por lo tanto surge la necesidad de modificar la manera de producir.[108] Evidentemente es importante recordar que uno de los puntos sobresalientes en esta investigación se refiere a la producción-consumo y a las acciones de consumismo, las cuales implican la explotación de recursos naturales para la producción de todos aquellos bienes y servicios que serán adquiridos. La sobreexplotación de los recursos naturales es uno de los más grandes impactos del hombre en la tierra, en términos generales un recurso es “cualquier cosa que obtenemos del ambiente vivo y del no vivo para satisfacer nuestras necesidades y deseos”.[109]

---

[107]Tula Molina, Fernando, “Consumo tecnológico y educación tecnológica: fundamentos filosóficos para un proyecto futuro”, *Sociologias*, núm. 26, 2011, 154-175, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86819459007*

[108] González, García, Juan, Navarro, Chávez, José Cesar, *Sociedad del conocimiento y competitividad en el desarrollo de México y China*, México, Porrúa, 2012, p. 11,

[109]Miller, Tyler G., *Ecología y medio ambiente*, México, Iberoamérica, 1994, p. 8.

En nuestra escala humana de tiempo clasificamos los recursos materiales en renovables y no renovables; los renovables son aquellos que pueden durar de manera indefinida, ya que son reemplazados rápidamente debido a procesos naturales o por la acción del hombre.

No obstante, existe una sobre explotación de los recursos naturales por las acciones del hombre, lo que ha implicado la invasión del hábitat de las especies ya sea modificando su ciclo de vida o causando su extinción, como ejemplo: la afectación del suelo, la flora, la fauna, el agua. Los recursos no renovables también pueden ser agotados y no renovarse debido al empleo inadecuado o excesivo, se estima que 36,500 especies vegetales y animales se extinguen cada año, principalmente debido a las actividades humanas; si la deforestación (especialmente de bosques tropicales), la desertificación y la destrucción de tierras húmedas y arrecifes de coral continúan a las tasas actuales, por lo menos 500,000, y tal vez un millón de especies, se extinguirán en los próximos 20 años".[110] En relación a lo anterior, prácticas como el consumismo resultado de la obsolescencia programada, es decir, la elaboración de productos para un período corto de vida útil, generan en el ambiente el aumento de utilización de recursos naturales e incrementan el número de residuos altamente tóxicos para el medio ambiente y para la salud.[111]

Lo anterior se corrobora si atendemos a la huella ecológica, que constituye un indicador que mide la superficie terrestre o acuática para producir la cantidad suficiente para la demanda de los seres humanos y para absorber los residuos producidos por ellos. Es un instrumento por medio del cual se pueden medir las afectaciones de cada persona.

La huella ecológica además de medir el impacto que tiene nuestra vida sobre el entorno también es un indicador de sostenibilidad, midiendo el equilibrio entre diversidad y productividad en el tiempo. La huella ecológica de la humanidad supera en un 50% la producción biológica terrestre y marina de la tierra en un año,

[110] *Ibidem*, p. 14.
[111] Bianchi, Lorena Vanina, "La influencia del principio del consumo sustentable en el combate de la obsolescencia programada, la garantía de los "productos durables" y el derecho a la información de los consumidores en Argentina", *Revista de Derecho Privado*, núm. 34, 2018, pp. 277-310, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=417555894009*

y se sabe que el rendimiento (throughput) material de una economía dejará de crecer en algún momento, porque los recursos son limitados y se miden a través de la huella ecológica.

Según Global Footprint Network (2006), la población del hemisferio Norte vive por encima de sus recursos ecológicos. Si el área productiva per cápita fuese de 1.8 hectáreas los estadounidenses necesitan 9.6 hectáreas y los europeos 4.8 mientras que los países más pobres solo 0.8 ha. Walter y Simms (2006) corroboran lo dicho, apuntando que si el nivel de consumo de la población mundial fuera igual que el estadounidense necesitaríamos seis planetas para satisfacerla y si fuera como el europeo tres.[112]

Este indicador estima, la cantidad de hectáreas necesarias para urbanizar, las hectáreas necesarias para producir alimento, la superficie necesaria para producir pescado en el mar, las hectáreas necesarias para asumir el dióxido de carbono que generamos, y evidentemente se realizan cálculos que nos ayudan a medir cada una con distintos métodos de cálculo.

Los gobiernos nacionales, las organizaciones intergubernamentales y la sociedad civil, necesitan urgentemente evaluar cómo está afectando la sobreexplotación de los recursos naturales en el sector agroalimentario a los campesinos, la seguridad agroalimentaria, la nutrición y la sustentabilidad.[113]

Por lo que podemos observar en base a la contaminación con la que vivimos a diario, el consumo de animales, la producción de los mismos, la destrucción de la naturaleza, es un indicado real que nos exige reducir nuestra huella ecológica, y valores los riegos que correremos de no hacerlo.

El consumismo refleja en sus efectos la degradación de los ecosistemas, y conjuntamente con la producción-consumo excesiva han creado un panorama de destrucción del planeta.

- Producciones insensibles. Consisten en la producción masiva que no está apoyada en la sensibilidad emocional, frente a situaciones que ponen en riesgo a la sociedad o a su entorno. La producción en términos del consumismo plantea la

[112] Yang, Zhoupeng, la obsolescencia programada, Bilbao, Universidad del País Vasco, 2016, p. 24, https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/19046/YANG_TFG.pdf?sequence=2&isAllowed=y
[113] ETC, IPES FOOD, *op. cit*. 5.

falta de instituciones preocupadas y de una población enajenada.[114] Es claro que al producir insensiblemente se cae en el agotamiento de recursos naturales que son vitales para la subsistencia de la vida en el planeta.

Al igual que la obsolescencia, la producción masiva y las modas, son resultado de producciones insensibles que ponen en riesgo al planeta, acortando el tiempo de producción y elaborando nuevos productos que rápidamente se vuelven, incrementando la contaminación y la basura comenzó a amontonarse también rápidamente,[115] causando crisis ambiental, que no es fácil de manejar actualmente.

El mal manejo de la producción así como el deterioro del medio ambiente han incrementado notoriamente la contaminación ambiental, que constituye un alto riesgo de muertes por enfermedades altamente peligrosas para vida humana.[116]

Las producciones son resultado de las personas que las manejan, el éxito no se puede medir en base a qué tanto se produce, sino en la calidad y las repercusiones de cada producto. Evidentemente los cambios en los procesos de vida han culminado en la desintegración entre el ser y el tener, en buscar la felicidad que suele ser tan variante, pero que muchas veces nos remite a bienes materiales o en comodidades insostenibles para el mismo ser humano y el medio ambiente.

Por consiguiente, la combinación de las malas producciones y el consumismo generan un alto impacto no solo en cuestiones medioambientales, sino también social, en cuestiones donde la ética se constituye una cuestión importante.

- Contaminación ambiental. La importancia del medio ambiente, su cuidado y conservación constituyen en la actualidad uno de los principales retos de las sociedades modernas. El medio ambiente, entendido como el conjunto de circunstancias o condiciones exteriores a un ser vivo y que influyen en el desarrollo y en las actividades fisiológicas del mismo, es determinante para permitir al ser humano una mejor calidad de vida, comprendiendo aspectos como:

[114] González, García, Juan, Navarro, Chávez, José Cesar, *op. cit.,* p. 61.
[115] Yang, Zhoupeng, *op. cit.,* p. 7.
[116] Bianchi, Lorena Vanina, *op. cit*., p. 283.

la calidad del aire, agua, suelos, alimentos; y el manejo adecuado de sustancias tóxicas y desechos; el control del ruido y la salud, entre otros, relacionándose en consecuencia con los asentamientos humanos, la vivienda, la salud, entre otros.[117]

La sobre explotación de los recursos naturales y el mal manejo de ellos se han traducido en daños al medio ambiente, deteriorándolo y elevando el grado de contaminación, que constituye una de las principales razones del deterioro de los ecosistemas. Los evidentes rastros de la contaminación ambiental no pueden pasar desapercibidos en las sociedades en vías desarrollo y en aquellas que han alcanzado grandes avances.

En la actualidad los países que más contaminan el ambiente son aquellos que tienen un gran crecimiento económico, por ejemplo, China, que evidentemente presenta un crecimiento económico rápido y de gran consideración internacional, esto ha tenido un costo, y es la gran contaminación ambiental. Estados Unidos, por su parte, desecha más de 100 millones de móviles y más de 300 millones de ordenadores al año. Esto no solo implica el daño medioambiental que crea, sino que expone a las personas a serios problemas de salud.[118]

La contaminación ambiental sin duda ha generado graves problemas de salud, problemas irreversibles en los ecosistemas, en los procesos de la naturaleza como la disminución de la polinización y el gran aumento de las emisiones de gases de efecto invernadero, la existencia de diversidad genética, y la adaptación o resistencia en las reservas de animales, entre otros aspectos.[119]

- Impactos adversos en la salud. El consumismo suele tener impactos adversos en la salud, lo cual no quiere decir que todos los impactos en la salud tengan como origen primario el consumo excesivo, pero sí muchas enfermedades surgen como una anomalía directa del mismo, o de la relación con algún otro efecto del consumismo. Para entender más a que se hace referencia, están los

[117] ONU, Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo, Nuestro futuro común, *http://www.oarsoaldea.net/agenda21/files/Nuestro%20futuro%20comun.pdf.*
[118] Yang, Zhoupeng*, op. cit*., p. 16.
[119] ETC, IPES FOOD, *op. cit*., p. 5.

siguientes ejemplos: enfermedades respiratorias, virales, dolores de cabeza, estomacales, etc.

Muchas de estas enfermedades pueden tener relación o ser provocadas por la contaminación, por ejemplo, en la industria de los alimentos se observa que en gran parte de la producción agrícola se utilizan fertilizantes y plaguicidas, entre otros químicos, que optimizan la producción; en cuanto al tiempo de vida de los alimentos, se utiliza bromuro y otros químicos con la intención de que el producto dure más y obtener mayores beneficios económicos, pero que pueden ser dañinos para la salud.

Así, las grandes empresas dedicadas a la producción de alimentos pueden propiciar un gran número de enfermedades, no proporcionan información adecuada de sus alimentos, y aún si la proporcionaran, ya se ha generado una cultura despreocupada de sus efectos y de sus procesos. Hemos vivido alimentados en gran parte por empresas trasnacionales, que utilizan químicos que pueden dañar la salud, al grado de requerir medicamentos que reparen los daños causados, y aquí desempeñan un importante papel la industria farmacéutica.

Desde otro enfoque, los mercados emergentes, donde el aumento de los ingresos, el crecimiento de la población y la urbanización están causando un importante incremento en la demanda de bienes de consumo, proteínas animales y alimentos,[120] lo que motivado una sobreproducción que rebasa el equilibrio entre lo que se come, se compra o aquello que realmente se necesita, y las empresas emplean distintas estrategias para incentivar el consumo en masa, y a su vez esto recae en despilfarro de comida, artículos y recursos.

[120]ETC, IPES FOOD*, op. cit*., p. 8.

CAPÍTULO 2. RELACIÓN PRODUCCIÓN-CONSUMO

***SUMARIO**. 2.1 La globalización. 2.2 Sistema capitalista neoliberal. 2.3 Producción y consumo.*

2.1 La globalización

La comprensión de la relación producción consumo requiere de manera ineludible de su contextualización en el marco de la globalización y el sistema económico neoliberal, mismos que la caracterizan y determinan, por lo que se iniciará con el análisis del fenómeno de la globalización, que se distingue por la casi desaparición de las fronteras y, por ende, un mayor flujo de mercancías, capitales, conocimientos y costumbres entre los países, así como por trascendentes cambios en la sociedad.

Stiglitz define la globalización como: "la integración más estrecha de los países y los pueblos del mundo , producida por la enorme reducción de los costes de transporte y comunicación, y el desmantelamiento de las barreras artificiales a los flujos de bienes, servicios, capitales, conocimientos y personas a través de las fronteras",[121] y puntualiza que la globalización representa un proceso continuo de intercambios no solo económicos, sino también de aquellas interacciones que han motivado el continuo cambio social en las distintas relaciones de cada nación.

Muñoz considera que la globalización es el efecto de un proceso liberador de las actividades económicas a nivel mundial,[122] y en gran parte se concreta como una relación económica social.

Por su parte, Stiglitz señala que la globalización en una visión económica consiste en "la supresión de las barreras al libre comercio y la mayor integración de los economistas nacionales",[123] y atendiendo a esto la globalización tiene la posibilidad de funcionar como una fuerza benéfica y su potencial es el enriquecimiento de todos, particularmente de los pobres.

[121]Stiglitz, Joseph E, *El malestar en la globalización*, Taurus, México, 2003, p. 34.
[122] Muñoz Fraga, Rafael, *Derecho económico*, 3ª ed., UNAM, México, 2015, p. 55.
[123]Stiglitz, Joseph E, *op. cit*., p.11.

La globalización suele plantearse como un proceso multidimensional, que conduce a la eliminación de barreras del libre comercio e implica la participación de las economías nacionales. Aunque se sabe que la globalización ha favorecido a los países más desarrollados.[124]

En efecto, los críticos de la globalización acusan a los países occidentales de forzar a los países subdesarrollados a eliminar las barreras comerciales, pero ellos mantuvieron las suyas e impidieron a los dichos exportar productos.[125]El occidente marco la agenda de la globalización y se aseguró de acaparar una cuota desproporcionada de los beneficios a expensas del mundo subdesarrollado. Los países con un gran avance económico han controlado los grandes mercados mundiales y ampliado su poder comercial, convirtiéndose en monopolios en distintos mercados, en este punto se ha utilizado a la globalización como una forma de que los beneficios de ciertos países y productos fluya, mientras que ponen barreras comerciales a otros países conforme a sus intereses.

Es verdad que la globalización ha permitido el flujo del comercio, situación en la que han sido determinantes tres instituciones: el Fondo Monetario Internacional (FMI), que fue creado precisamente para operar, coordinar y regular el sistema de Bretton Woods, que podría definirse como un sistema de tipos de cambio fijos, aunque ajustables, que giraba en torno al dólar estadounidense; el Banco Mundial (BM), uno de los organismos especializados del sistema de las Naciones Unidas que brinda asistencia financiera y técnica a los países en desarrollo. Su propósito es reducir la pobreza mediante préstamos de bajo interés, créditos sin intereses a nivel bancario y apoyos económicos a las naciones en desarrollo. Está integrado por 188 países miembros y fue creado en 1944 junto con el Acuerdo de Bretton Woods, tiene su sede en la ciudad de Washington D.C., Estados Unidos;[126] y la Organización Mundial del Comercio (OMC), la cual es un organismo que guía el futuro del comercio mundial, ya que regula las relaciones del comercio internacional. El Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional

[124]Muñoz Fraga, Rafael, *op. cit*., p. 329.
[125]Stiglitz, Joseph E*, op. cit*., p. 31.
[126] Cuevas Ahumada, Víctor Manuel, Torres Maldonado, Eduardo José, "El FMI y la nueva arquitectura financiera mundial". *Análisis Económico*, núm. 39, 2003, pp. 61-82, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41303904*

funcionan como instrumentos de proyección de la administración estadounidense en América Latina, promoviendo programas de ajuste estructural y de privatizaciones a ultranza de los sectores públicos, todo esto por medio de la mano invisible del mercado global.[127]

La globalización no ha cumplido con las promesas de beneficio económico generalizado, no hay puestos de trabajo dignos, la brecha entre los pobres y ricos es cada vez mayor, la pobreza se ha incrementado y en Latinoamérica, afirma Casilda, el siglo XXI inició con una tercera parte de la población (150 millones) en pobreza, con ingresos inferiores a dos dólares diarios, y 80 millones en pobreza extrema, con ingresos inferiores un dólar diario, [128] de manera que los cuestionamientos acerca de sus supuestos beneficios son cada vez mayores, la globalización no ha sido la solución a la prosperidad de la vida de los países pobres.

La economía neoliberal globalizada ha desencadenado profundas transformaciones, y se ha basado en aspectos macroeconómicos (como por ejemplo el déficit fiscal o la inflación), la privatización de empresas públicas y la reducción de las políticas sociales. Sin embargo, esta reorganización economicista tiene muchos otros efectos, en tanto expresa una forma de concebir a la sociedad y a la naturaleza.[129]

La globalización tiene otras dimensiones además de la económica, que comprenden el flujo de ideas y conocimientos, intercambio cultural, sociedad civil global, movimientos sobre el medio ambiente, etc., que han producido cambios tan rápidos que no han dado tiempo suficiente a los países para una mejor adaptación.[130]

Asimismo la globalización ha dado lugar a la creación de comunidades globales, mismas que requieren cumplir una serie de reglas para convivir, las

---

[127]Fernández, John, "El banco mundial y la enseñanza superior en América Latina", *Universitas. Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, núm. 9, 2007, pp. 29-42, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=476150828003*

[128] Casilda Béjar, Ramón, "América Latina y el Consenso de Washington", *Boletín Económico del ICE,* Madrid, núm. 2803, 2004, pp. 24-25.

[129] Rodríguez Rodríguez, Aurea Verónica, *et al.*, ¿Hay neoliberalismo no capitalista? *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, núm. 2, 2011, pp. 999-1007, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77321592033*

[130]Stiglitz, Joseph E, *op. cit*., p. 27.

cuales deben ser equitativas y justas.[131] Además, precisa Stiglitz, gracias a la globalización muchas personas viven hoy más tiempo y con un mejor nivel de vida, se ha reducido la sensación de aislamiento, ha permitido de manera importante el acceso al conocimiento, ha propiciado mejores vínculos entre activistas, existe la comunicación por internet, acceso a nuevos y distintos mercados, la creación de nuevas industrias, entre otros aspectos.[132]

La globalización también ha influido en todos los procesos de mundialización, esto se puede notar en la adquisición de gustos semejantes, se están produciendo nuevos estándares de vida que nos parecen comunes a todas las personas, a la generalidad de los pueblos y, por ello las naciones tienden a construir instituciones y normas cada día más semejantes.[133] Lo anterior se plantea como una globalización en términos sociales más que puramente económicos, la globalización hoy también puede ser vista como un proceso de naturaleza social, dejando de ser un mero proceso económico para ser un modelo de desarrollo integral.[134]

Hace dos décadas, se conceptualizaba al desarrollo como un reflejo de la modernización evolucionista y, por lo tanto, de inclusión a un mundo globalizado, y se hizo énfasis en la transición de los procesos culturales, por lo que algunas tradiciones que diferenciaban a cada región fueron cambiadas o modificadas. Se confiaba en que las ciudades al industrializarse lograrían modernizarse en forma homogénea, lo cual les permitiría vincularse con más fluidez y lograr mejores estándares de vida, estas ideas y otras más permitieron a la globalización adentrarse en mundos tan cambiantes y diferentes.[135] Así, la globalización no sólo ha tenido un alcance económico, sino que también ha tenido un importante impacto social e impulsado nuevas estructuras internacionales, normativas y culturales.

---

[131]Stiglitz, Joseph E, El malestar en la globalización, Taurus, México, 2003, p. 17.
[132]*Ibídem*, p. 18.
[133]Muñoz Fraga, Rafael, *op. cit*., p. 329.
[134]*Ibídem*, p. 328.
[135]García Canclini, Néstor, *op. cit*., p. 150.

2.2 Sistema capitalista neoliberal

El surgimiento del capitalismo a finales del siglo XVIII y a principios del siglo XIX, se debió al uso de nuevas tecnologías para la industria en sustitución de las producciones del ser humano, se empezaron a utilizar la máquina de vapor y nuevos medios de transporte, como el ferrocarril, los cuales aceleraron la producción y los intercambios económicos, generando un enriquecimiento y beneficio para sus propietarios.[136] Las dos olas expansivas del capitalismo, tuvieron lugar después de la conquista de América, en conjunto con la revolución industrial, las primeras fases del capitalismo plantaron un cambio en la lógica de la producción, en las relaciones económicas, el saqueo de los recursos de los pueblos menos desarrollados, creando nuevas estructuras económicas, políticas, sociales y culturales de los pueblos o lugares en donde se comenzó a instaurar este proceso capitalista.

Entre los factores que dieron lugar y consolidaron al sistema capitalista liberal se encuentran los siguientes: la conformación de los Estados nacionales, el incremento del comercio internacional, las invenciones tecnológicas, la división del trabajo, la propiedad privada de los medios de producción, el liberalismo económico y un Estado abstencionista.[137]

El sistema capitalista, según Vargas, tiene una trayectoria en base a la explotación humana, este sistema está vigente con importantes variantes, y es de destacarse que el espíritu del capitalismo es el conjunto de elementos éticos que inspiran a los empresarios en sus acciones a favor de la acumulación del capital, estableciendo así una nueva relación moral de las personas con su trabajo.[138]

---

[136] Vargas Hernández, José Gpe., "Análisis Crítico del Capitalismo Transnacional", *Revista de Desenvolvimiento Regional*, vol. 19, núm. 1, 2014, pp. 9-28, https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=552056833002

[137] Witker Jorge citado por Rojas Castro, Ma. Ovidia, *Derecho Economico de en México*, 2ª ed., México, Porrúa, 2018, p. 32.

[138] Vargas Hernández, José Guadalupe, *op. cit.,* pp. 9-28.

En el último cuarto del siglo XX se implementó el neoliberalismo, actualizando los principios del sistema capitalista liberal y postulando la preeminencia del mercado y la libre competencia, siendo determinantes para su consolidación la participación del FMI y el BM, que impusieron a los países en vías de desarrollo una serie de políticas económicas y sociales como: la reforma en la propiedad agraria e industrial; la flexibilidad de mercados de trabajo, capitales, tecnología, patentes, investigación e información; la privatización de las empresas y servicios, el fortalecimiento del capital privado, la apertura del capital extranjero y la internacionalización del mercado interno,[139] con importantes costos económicos y sociales.

Un aspecto que provoca riesgo social es la pérdida de los pueblos, ya que el sistema neoliberal capitalista amenaza cada vez más con el dominio de los pueblos a través de sus "políticas desarrollistas", pues como sistema subordina a los trabajadores y trabajadoras que forman parte, por necesidad, del sistema depredador en que se encuentran sumergidos respecto a los modelos de desarrollo.[140] En esta situación se plantean cambios de distinta índole mejor reflejados en prácticas culturales, prácticas de trabajo, en la inserción de ideologías, en las formas de consumo, entre otros aspectos.

Desde la implantación de la cultura moderna se ha creado la ilusión de que el progreso tanto científico como tecnológico pretenden la felicidad de la humanidad y su consolidación.[141] Es una realidad en la que el capitalismo contemporáneo en la alborada del siglo XXI desnuda los mecanismos orientados a concentrar capital, poder y riqueza en manos de una delgada élite transnacional en el marco del desarrollo desigual entre países centrales y periféricos y, en contraste, evidencia el crecimiento de las desigualdades sociales.[142] El capitalismo neoliberal actualmente plantea situaciones sociales que se viven en tiempos de fracturas y heterogeneidad, de segmentaciones dentro de cada nación y de comunicaciones fluidas de la información, de la moda y del saber.

---

[139]Rojas Castro, Ma. Ovidia*, op. cit*., p. 37.
[140]Rodríguez Rodríguez, Aurea Verónica, *et al., op. cit*., pp. 999-1007.
[141]Chicaiza Villalba, Tania*, op. cit*., p. 39.
[142]Márquez Covarrubias, Humberto, La gran crisis del capitalismo neoliberal. *Andamios*, núm. 13, 2010, pp. 57-84, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=62815635004*

La globalización neoliberal se ha dado en medio de un avanzado proceso de monopolización transnacional, con la hegemonía del capital financiero y bajo el dominio de las grandes potencias imperialistas,[143] las cuales han propiciado significativos cambios económicos, sociales, culturales.

2.3 Producción y consumo

El consumismo crea un vínculo entre la producción y el consumo, esto es porque el motor de la producción se basa en la idea de que lo que se produzca se compre, uno depende del otro. La producción es una función fundamental de toda organización, y comprende las actividades realizadas para la creación de los bienes y la prestación de servicios, e implica el diseño, planificación, funcionamiento y control de los sistemas que producen bienes y servicios,[144]se puede decir que producir es crear o incrementar utilidades capaces de satisfacer las necesidades humanas, sabemos que la producción ha tenido distintas formas de satisfacer las necesidades en el transcurso del tiempo, por lo que siempre ha tenido un vínculo inseparable con el consumo.[145]

Las actividades de consumo y consumismo van ligadas forzosamente a la producción, almacenamiento, distribución y eliminación de los objetos de consumo, lo cual ha generado en la actualidad y en varias etapas de la historia, un flujo constate de materia prima utilizada, que se desencadena en la producción de bienes, cosas o servicios y posteriormente en compras para satisfacer necesidades básicas y otras de confort, que se contemplan en los sistemas de vida en el mundo o en los llamados patrones de funcionamiento social.

El capitalismo considera las fuerzas productivas y la riqueza que de éstas obtendrá, se apoya en todas las herramientas que se puedan encontrar a su alcance, con el soporte de la innovación tecnológica, contribuyendo así a la concentración de capital, lo cual le permite generar una capacidad de producción

[143]Rodríguez Rodríguez, Aurea Verónica, *et al., op. cit*., pp. 999-1007.
[144]J. Tersine, Richard, *Production/Operations Management: Conceptos*, New York, 2a ed., John Wiley & sons, 1985, p. 3, *http://www.prothius.com/docencia/L_CN-LC-13-2010-web.pdf*
[145]Scheifler, Xavier, *op. cit*., p. 18.

más rápida y en masa. El incremento de la producción y la productividad en ocasiones sobrepasa las capacidades del consumo de la población, no obstante, la sobreproducción es empleada para optimizar las ventas y ganancias.

Las sociedades consumistas se encuentran en una etapa complicada para vivir, se enseña una forma ideal de vida en base a estándares determinados por distintos intereses, sobre todo con intereses capitalistas, mostrando que existen un mar de necesidades y sueños que necesitan ser alcanzados, esto es lo que Bauman denomina “la revolución consumista”, que parte del tránsito que se hace del consumo al consumismo”, entendiéndolo como el cambio de ser consumidores a ser consumistas, mostrando que esta última, ser consumista, representa un problema social y otra de las vertientes de la idea de que para consumir se necesita producir y viceversa, creando una cadena donde uno depende del otro.

De esta forma, quien posee cierto poder económico tiende a la idea de producir y consumir constantemente, vender, adquirir o abastecer las necesidades del ser humano, que cada día son más cambiantes. El consumismo es en sí mismo una fuerza externa capaz de poner en movimiento a la sociedad de consumidores y mantener su rumbo, estableciendo los parámetros específicos de estrategias de vida ideales, manipulando las probabilidades de elección y conductas individuales de lo que se anhela. Las sociedades son moldeadas para adquirir formas de vida, que pasan del consumo al consumismo, donde el consumista desea, anhela con mayor intensidad, adquiriendo hábitos de apropiación, posesión y acumulación de objetos, cuyo valor radica en el confort o la estima, que según se espera, van a satisfacer exigencias sociales que recaen en la producción de todas aquellas representaciones de vida buscadas o impuestas y de muchas otras necesidades.

Dentro del sistema producción-consumo nos enfrentamos a aspectos como la apropiación, la posesión de bienes, deseos, aspiraciones de una sociedad de productores y consumidores, abocada a la estabilidad, confort y seguridad de un mañana, donde todo aquello que se compra hoy podamos usarlo después.

Este sistema se fundamenta en la reproducción de patrones de comportamiento indispensables en una era donde las fábricas, controlan las

elecciones. Los sistemas económicos más poderosos ponen en movimiento millones de toneladas de mercancías que aparecen como estrategia burocrática y panóptica de dominación que, en su esfuerzo de conseguir disciplina y subordinación, confían en la incorporación y estandarización de los comportamientos individuales adaptándolos al consumismo o consumo determinado por potencias económicas mundiales con intereses particulares.

Es así como todos estos factores del consumo y consumismo van delimitados con una racionalidad económica donde se considera de manera clara al consumo como un momento del ciclo de producción y reproducción social, donde el consumo es el punto en el que se completa el proceso iniciado al generar productos.[146] La relación producción consumo, así como su proceso, se centra simbólicamente en el producto o en la cosa material, que representa aquello que socialmente es acordado, esto contribuye a pensar en la exposición de la mercancía, como un mero reflejo de los deseos o necesidades de cada persona, sujetando aquel deseo a un intercambio del valor de nuestro trabajo por un deseo o necesidad material, todo esto es guiado o consecutivo a acuerdos económicos, dirigidos por la globalización del capitalismo neoliberal y aspirando a alcanzar los fines de la modernización, [147] mediante las producción-consumo de bienes y servicios.

Se plantea entonces que la producción-consumo a nivel mundial ha permitido a ciertas empresas trasnacionales posicionarse como las más grandes productoras del mundo, y en este sentido Petras afirma que las empresas transnacionales operan en muchos países recibiendo subvenciones y apoyo político de sus Estados, los cuales negocian acuerdos comerciales y de inversión muy favorables a ellas, pero a su vez, estos Estados expanden su influencia en los Estados donde se establecen las transnacionales, por lo que se suscita una poderosa expansión conjunta de los Estados y las empresas, lo cual requiere: del consentimiento de las masas, para lo cual utiliza instrumentos como los medios de comunicación, la educación, el espectáculo y la cultura; de la colaboración de las clases dominantes locales, con las que establece relaciones y redes de

[146]García Canclini, Néstor, *op. cit*., p. 43.
[147]Carrillo Delgado, Ángel, *op. cit*., p.164.

cooperación; y de las organizaciones internacionales, en las que tienen un fuerte predominio.[148]

A nivel mundial, en 2015 destacaban 10 compañías trasnacionales dedicadas a producir comestibles y bebidas, y se enfocaban en la transformación post-cosechas de las materias primas agrícolas en productos comestibles para consumo humano y animal,[149] y son las siguientes:

1. Mars: es una empresa fabricante de distintos productos alimenticios, principalmente para mascotas, entre sus marcas más famosas se encuentran: Milky Way, Twix, Snickers, Royal Canin, Whiskas, Pedigree, con una presencia en el mercado del 6.7%.
2. Cargill: esta empresa está enfocada en la compra, venta, procesado y distribución de granos y otras mercancías agrícolas, ganaderas, de cultivo, dedicada también a la venta de ingredientes para la industria farmacéutica, con un porcentaje en el mercado de 6.8%.
3. Mondelez: dedicada a las industrias de la confitería, alimentación y bebidas, esta empresa gestiona marcas como Trident, Chiclets, Halls, Stride, Cadbury, con un porcentaje en el mercado de un 6.9%.
4. Tyson: esta compañía es el segundo procesador y comercializador de pollo, res, cerdo, se encuentra con un 7.6% en el mercado.
5. ADM: Es una empresa mexicana, se dedica a la industria agrícola, produciendo alimentos para humanos, animales e industriales. Esta empresa se encuentra con un porcentaje de un 8.7% en el mercado.
6. Coca-cola: se dedica principalmente a la producción, venta y distribución de bebidas en latas y botellas, entre sus marcas encontramos Powerade, Crush, Fanta, Ades, Sprit, cuenta con 9.3% de porcentaje en el mercado.
7. JBS: es la mayor productora de proteínas del mundo, procesa carnes bovina, porcina, ovina y de pollo, también se dedica al procesamiento de cueros, y comercializa productos de limpieza e higiene, esta empresa

[148]Petras, James, *Economía política del imperialismo contemporáneo,* Madrid, Maia, 2009, p. 8.
[149]ETC, IPES FOOD, *op. cit*., p.24.

cuenta con marcas recocidas como Swift, Friboi, Matturata, Bordon entre otras.[150]

8. PepsiCo: esta empresa se dedica a la fabricación y comercialización de bebidas y aperitivos, es la segunda mayor empresa de alimentos y bebidas en el mundo, es una fusión entre Pepsi-Cola y Frito-lay formando una sola compañía que ofrece las mejores botanas, junto con refrescos.[151]
9. Nestlé: es una empresa dedicada principalmente a la producción de bebidas y alimentos una de las más grandes del mundo, esta empresa cuenta con más de 2,000 marcas, entre las que se encuentran: Gerber's, Carnation, Nescafe, Nestea y Milo.[152]

Ahora bien, la producción consumo en el sistema neoliberal se ha centrado en generar riqueza para un reducido grupo de personas, haciendo que adaptemos nuestras necesidades y satisfactores a una visión consumista, es así que la producción representada en el producto hace al consumismo como algo indispensable, olvidando el trabajo que permite la realización de cada bien material.

En este punto es importante destacar el impacto del consumismo en el ámbito laboral, ya que el trabajador tiene vital importancia en la etapa de elaboración del producto, y en la opinión de Arbuet, se sospecha que detrás de casi toda transnacional, la explotación laboral alcanza niveles demenciales, los cuales se basan en sus tasas de ganancia y en aspectos como la flexibilización laboral, desregulación estatal, descentralización de la producción en aquellas comunidades pobres de todo el mundo,[153] por lo que el trabajo se traduce en muchos casos en relaciones sociales opresivas para el trabajador.

La consolidación de la industria puede estar reforzando el abuso laboral, por ejemplo, Nestle y Kraf al igual que otras empresas importantes han admitido encontrar condiciones de trabajo infantil y esclavos dentro de sus cadenas de

[150]JBS, *https://jbs.com.br/marcas/*
[151]PepsiCo, *https://www.pepsico.com.mx/*
[152]Nestle, *https://www.nestle.com.mx/aboutus:*
[153]Arbuet Osuna, Camila, *op. cit.*, pp. 97-124.

suministro de café y cacao, y muchas de las empresas sufren de la presión de producir grandes volúmenes al menor costo posible,[154] lo cual favorece la realización de producciones con explotación, mismas que generan pobreza, enfermedades, desvaloración, en muchas ocasiones desempleo, trabajo infantil, sobre explotación de los recursos naturales así como afectación en el medio ambiente.

Lo anterior impacta negativamente en el nivel de vida de los trabajadores cuando depende de empresas o producciones con poca responsabilidad social, impidiendo a muchas personas tener una vida estable, ya que en muchos casos no logran adquirir con sus ingresos los artículos para satisfacer las necesidades básicas,[155]lo cual reproduce y amplía la pobreza así como las posibilidades de una menor calidad de vida, convirtiéndose la producción en un factor importante para la reproducción social.

Desde otra perspectiva, las naciones experimentan avances y cambios indudables todos los días que no son ajenos a las potencias mundiales, las cuales inciden las demás sociedades insertando una competitividad desigual en los mercados internacionales, supuestamente bajo las ideas de prosperidad económica y mejoramiento de los niveles de calidad de vida de las personas; se ha creado una distorsión de las necesidades y de las ventajas que esto trae, incluso las políticas de modernización del derecho y del Estado se han sustentado en muchos casos en la idea de un progreso universal hacia un Estado y una sociedad de tipo EE.UU.[156]

La sociedad se encuentra en una difícil situación laboral y económica reflejo de esto están la mayoría de los trabajadores en México, que viven con ingresos bajos y en condiciones laborales desfavorables, obligándolos a vivir en condiciones de pobreza; en contraste, las personas más ricas del país han incrementado su riqueza considerablemente, es decir, han sido los favorecidos del

[154]ETC, IPES FOOD*, op. cit*., p. 31.
[155]Oxfam, *op. cit*., p. 50.
[156]Hoekema, Andre J*., "*Hacia un pluralismo jurídico formal de tipo igualitario", *el otro derecho*, núm. 26, Colombia, ILSA, Colombia, 2002, p.63.

crecimiento económico,[157] lo que obliga a considerar la necesidad de garantizar condiciones de trabajo desde la responsabilidad social.

[157]Oxfam, *op. cit*., p. 50.

CAPÍTULO 3. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

***SUMARIO**. 3.1 Delimitación teórica de responsabilidad social. 3.2 Tipos de responsabilidad social. 3.3 Ejes de la responsabilidad social. 3.4 La responsabilidad social en el Estado mexicano y su regulación jurídica. 3.5 La responsabilidad social en la sociedad mexicana*

3.1 Delimitación teórica de responsabilidad social

La responsabilidad social tiene como antecedente a la responsabilidad social empresarial (RSE), que surge en Estados Unidos entre los años 50 y 60 del siglo XX a raíz de diversos conflictos mundiales, debido a que los ciudadanos empezaron a considerar que a través de su trabajo en determinadas empresas o comprando algunos productos, estaban colaborando con el mantenimiento de determinados regímenes políticos o con ciertas prácticas políticas o económicas éticamente censurables.

La sociedad empezó a darse cuenta del impacto de las empresas u organizaciones en su entorno y pidieron mayor revisión de ese efecto, es así como surge la RSE, acuñada por primera vez por el estadounidense Howard R. Bowen, llamado padre de la RSE o Responsabilidad Social Corporativa (RSC).[158]Es aquí donde notablemente el concepto de responsabilidad social parte históricamente de la definición de responsabilidad social empresarial.

La responsabilidad social empresarial es considerada por la Comisión Europea de la siguiente forma:

> Para asumir plenamente su responsabilidad social, las empresas deben aplicar, en estrecha colaboración con las partes interesadas, un proceso destinado a integrar las preocupaciones sociales, medioambientales y éticas, el respeto de los derechos humanos y las preocupaciones de los consumidores en sus operaciones empresariales y su estrategia básica, a fin de:

[158] ONG, “contra la pobreza en el mundo”, *Historia de la responsabilidad social corporativa*, https://mansunides.org/es/rsc/responsabilidad-social-corporativa/historia-rsc.

– Maximizar la creación de valor compartido para sus propietarios/accionistas [owners/shareholders] y para las demás partes interesadas [stakeholders] y la sociedad en sentido amplio;

– Identificar, prevenir y atenuar sus posibles consecuencias adversas [adverse impacts].[159]

De esta forma, la RSE fue una limitante establecida directamente a las empresas para asegurar su colaboración, considerando sus operaciones, consecuencias, afectaciones y preocupaciones sociales.

Por lo que se refiere a la responsabilidad social (RS) que, como ya se señaló tiene su origen la RSE, Vallaeys considera que su definición tiene dos direcciones, la primera se refiere al compromiso solidario de todos para todos, haciendo énfasis en el "compromiso solidario"; la segunda dirección se refiere a la calidad con que funcionan las empresas en el ciclo de su producción, como una noción referente al *Management (*administración, objetivos de una empresa u organización…). [160] La primera dirección habla del compromiso solidario, ofreciendo la unión y colaboración mutua que beneficiará a todos, donde no sólo me preocupo por el "yo", sino que ahora se debe pensar en los demás, por eso el autor en este primer acercamiento dice que es de todos y para todos, hablando así de la "totalidad", como forma de inclusión de las personas; la segunda dirección trata de la calidad de la empresas, de la relación que guarda la responsabilidad social con la responsabilidad de la empresas, aspecto que se abordará con posterioridad.

Por su parte, Argandoña al igual que Vallaeys han coincidido al ver a la RSE como un conjunto de responsabilidades que la empresa asume ante la sociedad que irán cambiando por las circunstancias y la propia sensibilidad de los autores.[161] La responsabilidad social se deriva específicamente de una explicación

[159] Vallaeys, François*, Introducción a la Responsabilidad Social Universitaria* (RSU), Tomo 6, Colombia, Universidad Simón Bolívar, 2016, pp. 26-28, *http://unionursula.org/wp-content/uploads/2016/11/Libro-intrpduccion-a-la-rsu-francois-vallaeys.pdf.*

[160] Idem.

[161] Argandoña Antonio, *¿Qué es y que no es la responsabilidad social?,* Universidad de Navarra, Barcelona, 2012, p. 3, *https://media.iese.edu/research/pdfs/OP-0199.pdf.*

más general de la RSE, lo cual enfoca a la responsabilidad social como dirigida a todos los grupos de personas.

En el desglose del concepto de la responsabilidad social, la responsabilidad consiste en el hecho de responder por tus actos, frente a los demás y responder por el futuro en general.[162] Es una situación de promesa y cumplimiento u obligación que se realiza para uno mismo y los demás, señalando que los demás podrían ser aquellos que de forma directa o indirecta son afectados por las acciones, de las cuales se debe estar consciente y responder por las consecuencias.

En tanto que lo social hace referencia a una totalidad, incluyendo a todos, a ese conjunto de personas, sujetos, seres que comparten e interactúan, que se relacionan, que van en una misma dirección, y que además se encuentran en un mismo espacio, comprendiendo las amplias expectativas y características de la misma.

Así mismo, la responsabilidad social es asumir la plena responsabilidad por el efecto que tenga cualquier cosa que toque o sea afectada por mis acciones u omisiones. Es así que la responsabilidad social "es un compromiso por parte de los miembros de una sociedad, ya sea de manera individual o grupal, implicando que se tenga en consideración el impacto que provocara determinada decisión"[163].

En otras palabras, Guarín afirma que la responsabilidad social corresponde a cada una de las personas que habitamos este planeta, hace referencia a un acto auténticamente humano y no es un libre compromiso solidario.[164]

En la opinión de Vélez Romero la responsabilidad social consiste en el cumplimiento del compromiso u obligación de los individuos, ya sea de manera

[162]Diccionario General, VOX, España, 1999, p. 447.
[163] GESTION. ORG, *Qué es la responsabilidad social*, *https://www.gestion.org/que-es-la-responsabilidad-social.*
[164]Guarín, Ramírez, Edgar Antonio, *"*La responsabilidad social de las instituciones educativas en la construcción de una sociedad auténticamente humana*", Magistral,* Vol. 5, núm. 10, 2011, pp. 43-58, https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3946029*.*

particular o como grupo social hacia sí mismo y hacia la sociedad en sentido general.[165]

Vallayes hace una aportación diciendo “Un ser humano del que no se esperaría nada, no sería considerado como un ser de promesa, destituyéndolo de la humanidad,[166] porque en este sentido la responsabilidad se da con cierta continuidad a la confianza social y al compromiso de las acciones, claro, aunque algunas en base a la coercitividad.

Habría que decir también, que la responsabilidad social es “responsabilidad por los impactos sociales y ambientales de las decisiones y acciones de las organizaciones e individuos”.[167] Esta definición centra la atención en los impactos sociales y ambientales, donde incorpora un nuevo elemento, los impactos ambientales, mismos que son el resultado de las decisiones y acciones de organizaciones e individuos.

Mientras que la norma ISO 26000 sobre responsabilidad social empresarial señala lo siguiente:

> …responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y en el medio ambiente, a través de una conducta transparente y ética que:
>
> - Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad
> - Tome en cuenta las expectativas de las partes interesadas (*stakeholders*);
> - Cumpla con las leyes y sea compatible con las normas internacionales de conducta;
> - Sea integrada en la totalidad de la organización y puesta en práctica en todas sus relaciones.[168]

La norma ISO 26000, al igual que Vallayes, contempla como elemento esencial de la responsabilidad social a los impactos que generan las decisiones o

---

[165] Vélez Romero, Xavier A., *et. al*., “Los diferentes tipos de responsabilidad social y sus implicaciones éticas”, Universidad Laica, vol. 2, 2016, p. 119, *file:///H:/Dialnet-LosDiferentesTiposDeResponsabilidadSocialYSusImpli-5802930.pdf.*

[166] Vallaeys, François*, Introducción a la Responsabilidad Social Universitaria* (RSU), *op. cit*., p. 9.

[167] *Ibidem*, p. 3.

[168] ISO 26000, *Norma Internacional*, España, 2010, http://americalatinagenera.org/newsite/images/U4ISO26000.pdf.

actividades de una organización, y de forma más específica, la contribución que se debe realizar, haciendo una amplia referencia a la conducta ética, que también se encuentra en la ley, por lo que esta última debe ser ética y transparente; es así que la responsabilidad social ya no puede ser vista como un libre compromiso, ya que se encuentra regulada por leyes. Asimismo, la definición anterior destaca la importancia del desarrollo sostenible como mejora de la sociedad.

Desde el punto de vista del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) la responsabilidad social consiste en:

> [...] la conciencia del compromiso y la acción de mejora continua medida y consistente, que hace posible a la empresa ser más competitiva, cumpliendo con las expectativas de todos sus participantes en particular y de la sociedad en lo general, respetando la dignidad de la persona, las comunidades en que opera y su entorno.[169]

Vallaeys sugiere una definición compartida de la responsabilidad social con la responsabilidad social empresarial, ya que la responsabilidad social se origina alrededor del quehacer empresarial, pero que este concepto ha ido evolucionando en paralelo a la globalización económica, la conciencia ecológica y el avance tecnológico en los distintos sectores de la sociedad.

Actualmente la responsabilidad social empresarial se asocia también al desarrollo sostenible, ya no se trata únicamente de una actuación solamente empresarial, ya que incluye un rango de responsabilidades mucho más amplio.

En reflexión de las aportaciones anteriores, el término RS se asocia también al desarrollo sostenible, ya que puede referirse a una noción de responsabilidad social encaminada exclusivamente a la actuación empresarial, o bien, al compromiso que tiene cada persona con el entorno y con la sociedad, considerando los efectos que cause en los mismos.

Vallaeys considera que la responsabilidad social se encuentra relacionada y determinada por los siguientes aspectos:

1) Impactos que tiene sobre la sociedad y el medio ambiente

[169] Centro Mexicano para la Filantropia (Cemefi), *https://www.cemefi.org/images/pdf/CIFBIBLIOTECA/p20.pdf.*

2) Somos insostenibles, por tanto, confort, lujos, “desarrollo”.
3) Nuestro nivel de consumo no cabe en los límites biofísicos del planeta, poniéndonos en riesgo.
4) Crisis ecológicas.
5) Desigualdad
6) Desarrollo insostenible
7) Economía de depredación
8) El poder
9) La educación
10) La ética ciega
11) La ambigüedad
12) Invisibilidad de los impactos.[170]

Estos indicadores de la responsabilidad social frecuentemente pasan desapercibidos, no obstante que nos destruyen en los diversos de la vida en sociedad y nos han llevado a una crisis ecológica, entre otros aspectos.

En conclusión, la responsabilidad social tiene un antecedente histórico empresarial debido a los impactos que en cierto momento causaron las empresas, y su definición ha cambiado conforme a las necesidades de la evolución social. Así, la responsabilidad social se refiere a asumir el compromiso de aquellas acciones, omisiones, decisiones, fines que afecten directa o indirectamente al entorno social y medioambiental, así como contribuir a mejorar nuestros niveles de vida. Lo ideal de la responsabilidad sería asumir un compromiso solidario sin ejercer coercitividad, sino realizarlo de forma consciente y voluntaria, lamentablemente esto no es así, lo cual requiere que la RS sea obligatoria.

3.2 Tipos de responsabilidad social

El Estado mexicano económicamente se compone por sectores que contribuyen al desarrollo del sistema económico, uno de esos sectores es el sector social, este

[170]Vallaeys, François, *op. cit*., pp. 15-23.

sector tiene entre sus finalidades satisfacer las necesidades de sus integrantes y comunidades.

A) La responsabilidad social y el sector social. Este sector forma parte del sistema económico-productivo nacional, persigue un fin y características distintas a los sectores privado y público. El sector social se encuentra contemplado en el artículo 3º de la Ley de Economía Social y Solidaria en los siguientes términos:

> El sector social de la economía estará integrado por las siguientes formas de organización social:
>
> I. Ejidos
> II. Comunidades
> III. Organizaciones de trabajadores
> IV. Sociedades cooperativas
> V. Empresas que pertenezcan mayoritaria o exclusivamente a los trabajadores
> VI. En general, de todas las formas de organización social para la producción, distribución y consumo de bienes y servicios socialmente necesarios.[171]

Un aspecto importante a destacar es que este sector no tiene fines de lucro personal, su finalidad es reinvertirlos beneficios para seguir cumpliendo sus objetivos funcionales en conjunto,[172] por lo que tienen una finalidad social o altruista, están basadas en relaciones de solidaridad, cooperación, reciprocidad, satisfaciendo las necesidades de todos sus integrantes o comunidades.

Existen poco más de 60,000 organismos del sector social de la economía en el país. De éstos, prácticamente la mitad son ejidos (29,555) y 15,000 son sociedades cooperativas.[173]

B) La responsabilidad social en el sector público. Este sector se integra por la administración pública, que en el ámbito federal se integra por la administración pública federal, misma que conforme al artículo 90 de la Constitución Política de

---

[171]Ley de Economía Social y Solidaria, publicada en el Diario Oficial de la federación el 23 de mayo de 2012, *http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LESS_120419.pdf.*

[172] Organización Gubernamental de Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad, *https://www.responsabilidadsocial.net/el-tercer-sector-el-sector-social/.*

[173] Instituto Nacional de la Economía Social, *Nociones básicas de la economía social*, Sistema Nacional de Capacitación y asistencia Técnica Especializada, *http://www.inaes.gob.mx/doctos/Nociones1%20x%20web/index.html.*

los Estados Unidos Mexicanos se organiza en centralizada y paraestatal, y se encuentra reglamentada por la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.

La administración pública centralizada se integra por la Oficina de la Presidencia de la República, las Secretarías de Estado, la Consejería Jurídica del Ejecutivo Federal y los Órganos Reguladores Coordinados en Materia Energética a que hace referencia el artículo 28, párrafo octavo de la Constitución, que son la Comisión Nacional de Hidrocarburos y la Comisión Reguladora de Energía.

En tanto que la administración pública paraestatal se conforma por los organismos descentralizados, las empresas de participación estatal, las instituciones nacionales de crédito, las organizaciones auxiliares nacionales de crédito, las instituciones nacionales de seguros y de fianzas y los fideicomisos denominados entidades paraestatales, de las cuales los organismos descentralizados, las empresas de participación estatal y los fideicomisos públicos tienen una mayor participación en el ámbito de la producción.

Las entidades paraestatales se agrupan en sectores, de conformidad a su objeto y actividades, y son coordinadas por una dependencia de la administración pública centralizada.

El sector público en particular debe caracterizarse por la responsabilidad social, la cual se manifiesta en la adecuada regulación de la administración pública y su funcionamiento, en su participación en las actividades productivas, en la creación de un buen sistema de consumo y en la formación de un ser socialmente responsable, entre otros aspectos.

Es pertinente destacar que la participación del sector público en el sistema productivo actualmente es mínima, ya que las entidades paraestatales con las que participa en la producción son escasas y enfrentan problemas de diversa índole (por ejemplo, PEMEX Y CFE). En este punto es necesario puntualizar el determinante papel del Estado mexicano en la conformación de los sectores público y privado en la producción, ya que como advierte Meyer, desde la década de los treinta el gobierno mexicano había destinado parte del presupuesto federal a estimular el crecimiento económico, por lo que desde la década de los cuarenta la inversión directa y el control del crédito permitieron al gobierno implementar

políticas de fomento industrial y dirigir la economía, de manera que en el periodo de 1940 a 1970, únicamente entre 5% y 8% de la inversión total efectuada en el país fue de consorcios extranjeros.[174]

La década de los setenta se distinguió por una importante participación estatal en diversas ramas de la industria, ya que en 1970 existían 391 entidades públicas en tanto que para 1982 se habían incrementado a 1155, mismas que operaban en muy diversas áreas. Sin embargo, este periodo que corresponde a los regímenes de Echeverría Álvarez y López Portillo, los cuales se caracterizaron por populistas y despilfarradores, finalmente enfrentaron diversos problemas económicos y administrativos,[175] por lo que para 1982 el proteccionismo y la presencia del Estado en muchas áreas económicas terminaron por crear un aparato productivo ineficiente, corrupto e incapaz de generar los recursos económicos necesarios para su reproducción. Por consiguiente, la forma en que se llevó a cabo la administración de la empresa pública, caracterizada por la irresponsabilidad, altos índices de corrupción e impunidad, limitó su desempeño y sus beneficios para la sociedad mexicana.

Aunado a lo anterior, la deuda pública también se había incrementado de manera alarmante, por lo que las características del contexto nacional y sobre los cambios en el contexto internacional propiciaron el cambio del modelo económico de sustitución de importaciones al modelo económico neoliberal, que implicó el repliegue del Estado en las actividades económicas y una débil política de fomento a la industria, a la que se pretendía fortalecer ante la fuerte competencia en los mercados nacional e internacional, quedando éstos prácticamente controlados por el sector privado.

C) La responsabilidad social de las empresas en el sector privado. La empresa tiene una gran capacidad de transformación desde lo económico, social y medioambiental en nuestro planeta, por lo que, a mayor poder, debe corresponder mayor responsabilidad social.

---

[174] Meyer, Lorenzo, ""La encrucijada" en Cosío Villegas, Daniel (coord.)", *Historia general de México*, 3ª ed. México, El Colegio de México, núm. 2, 1987, pp. 1276-1285.
[175] Meyer, Lorenzo, *Liberalismo autoritario*, México, Océano, 1995, p. 28.

Las empresas del sector privado están integradas por inversionistas y administradores de empresas tanto nacionales como extranjeras, donde los medios de producción son de propiedad privada y disponen de sus bienes con el propósito de invertir para obtener ganancias. Este sector privado empresarial surgió al comenzar el proceso de industrialización capitalista, como una visión atractiva de explotar los recursos naturales de un territorio y encontrar al mismo tiempo mano de obra barata.[176]

Lorenzo Meyer, historiador y analista político, ha dicho que el sector privado en México se desarrolló con el apoyo del Estado mexicano,[177] ya que con las bases creadas para el crecimiento industrial antes de 1940 y fomentadas por decretos y la Ley de Industrias de Transformación de 1941, se brindó a la naciente actividad manufacturera la protección necesaria para sobrevivir a la competencia e inversión extranjera, brindándole estímulos fiscales y fijándose tarifas arancelarias altas, medidas que resultaron decisivas para la formación de una estructura manufacturera nacional que satisfacía las necesidades del mercado interno, y que tuvo todavía un crecimiento mayor debido a la segunda guerra mundial, de la que pudo beneficiarse la incipiente clase empresarial mexicana debido en gran parte a las medidas económicas que el Estado tomó a su favor.

De esta forma, el Estado mexicano se caracterizó por un sentido proteccionista en el sistema económico, y para garantizar el poder de la economía nacional se llevaron a cabo acciones como: la creación de una amplia infraestructura de transportes y comunicaciones, el impulso de investigación industrial, la producción de productos y servicios subsidiados a tasas y precios artificialmente bajos, todo lo cual permitió al sector privado mexicano incrementar su participación en la economía mexicana y mundial e influir en la evolución de los esquemas económicos-sociales.

Actualmente la inversión extranjera predomina en las actividades industriales del país, [178] siendo definida dicha inversión extranjera como: la

[176]Delgado de Cantú, Gloria, *México: estructuras política, económica y soci*al, 2ª ed., México, Pearson Educación, 2003. p. 357.
[177] Meyer, Lorenzo*, op. cit*., pp. 1276-1285.
[178] Rojas, Castro, Ma. Ovidia, *op. cit.,* p.186.

participación de inversionistas extranjeros, en cualquier proporción, en el capital social de sociedades mexicanas; la realizada por sociedades mexicanas con mayoría de capital extranjero; la participación de inversionistas extranjeros en las actividades y actos contemplados por esta Ley, conforme al artículo 2º de la Ley de Inversión Extranjera.[179]

El sistema económico neoliberal implementado por el Estado mexicano ha favorecido la expansión y consolidación del capital extranjero, distinguiéndose entre las empresas más importantes las siguientes:

1) Wal-Mart: corporación de origen Estadounidense, opera grandes cadenas de almacenes.
2) Grupo Financiero BBVA Bancomer: es una institución financiera.
3) AT&T: Empresa de telecomunicaciones estadounidense
4) Apple: compañía dedicada a la tecnología.
5) Coca cola: empresa dedicada a la venta de bebidas.[180]

Muchas de las empresas mencionadas las encontramos cerca de nuestros hogares o incluso somos clientes de alguna o muchas de ellas, en menor o gran medida, están presentes en nuestra vida cotidiana.

Considerando que una empresa, como cualquier otra organización, se crea para permanecer en el tiempo y su sostenibilidad contribuye a su entorno económico, social y ambiental. Las empresas privadas se encuentran en escala más alta de ventas y en la prestación de servicios, producen objetos, servicios, comida, zapatos, ropa, electrónicos, etc. e inciden en la forma y calidad de vida de la colectividad, así como en el medio ambiente, por lo que deben asumir una gran responsabilidad social. Si la responsabilidad social es un asunto de todos, todos aquellos que compartimos un mismo territorio, que perseguimos un mismo fin, siendo este el bienestar social.

La idea generalizada de responsabilidad social plantea que la inversión extranjera y las empresas transnacionales pueden desempeñar un papel muy

[179] Ley de Inversión Extranjera, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 27 de diciembre de 1993, *http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/44_150618.pdf*
[180] Registro Nacional de Inversiones, *https://datos.gob.mx/busca/dataset/registro-nacional-de-inversiones-extranjeras-rnie*

positivo en el desarrollo económico, lo cual implica que las empresas, sean nacionales o transnacionales, al igual que la sociedad en general deben guiar sus actividades con una visión más humana, reconociendo la responsabilidad que les corresponde, para esto es necesario apoyarse de ejes de la responsabilidad social.

3.3 Ejes de la responsabilidad social

La responsabilidad social necesita apoyarse en ejes que funcionan como una especie de guía, dichos ejes podrían ser los siguientes:

1) Mejora de la gobernanza: en base a la mejora de la calidad institucional, sujetándola a la mejora de los países de forma equilibrada, así como también a formar y contribuir a una mejor estructura social.

2) Buen gobierno: el comportamiento de la administración pública en sus labores siempre recae en el entorno social, las decisiones, acciones, compromisos, valores, compromisos, entre otros, formaran parte esencial de asegurar una mejor calidad de vida

3) Eficacia y eficiencia de las políticas públicas: promover y velar por la eficacia de la aplicación de las políticas públicas, para que éstas no sólo queden en palabra sino asegurar una mejor obtención de resultados que permitan el desarrollo de las buenas prácticas.

4) Participación y transparencia: participar en el ejercicio del compromiso solidario y más humano contribuye a tener mejores resultados en calidad y cantidad.

5) Legitimidad: que exista consenso entre los miembros de la sociedad para que contribuyan de igual forma, y lograr que la responsabilidad sea un arma con mucho poder.

6) Dialogo de grupos de interés: es una estrategia que observe y escuche las necesidades de los distintos grupos sociales.

7) Economía: la economía es indispensable, esta forma parte de la esencia de grandes avances y retrocesos sociales, la economía se busca y encuentra en

grandes estructuras con las que el ser humano se identifica, ésta moldea procesos, nunca es estática, es por ello y por otras muchas cuestiones que acompaña y está presente en la responsabilidad social.

8) Cuidado ambiental: uno de los más graves problemas que enfrenta la humanidad es el deterioro del ambiente, propiciado por el mismo ser humano, lo cual disminuye la calidad de vida en todo el planeta. Esta situación es alarmante, por lo que se necesita crear estrategias para atacar el deterioro ambiental y promover su cuidado.

9) Mejora y protección de las condiciones laborales. Es una realidad preocupante que las grandes empresas contratan mano de obra barata para satisfacer las demandas del mercado globalizado, diariamente hay personas que viven en condiciones de trabajo inhumanas o muy irregulares en todas partes del mundo, por lo que resulta necesario mejorar y proteger las condiciones laborales, que van acompañadas de mejores condiciones de vida, lo cual indudablemente es una forma de ejercer la responsabilidad social frente a las condiciones laborales que se ofrecen.

10) Ejercicio de los valores: desde una visión responsable, el ejercicio de los valores son una guía de vida del comportamiento social, una orientación para el mejor desarrollo humano en sociedad.

11) Compartir territorios socialmente responsables: es compartir un territorio que conlleva la idea de responsabilidad, porque en tanto es habitado por distintas personas precisa de la existencia de valores comunes para todos, en los cuales predomina la vida y el no sufrir, lo que implica cuidar el propio territorio y procurar el bienestar para todos.

12) Producciones, empresas y mercadeo responsable: la adquisición de bienes y productos para el consumo es ofrecido por mercados locales y globales, siendo indispensable que las empresas o participantes, brinden a los clientes y a los todos los consumidores el poder confiar en productos, teniendo la certeza no sólo de que no afectan su salud, sino que tampoco afectan el medio ambiente y que no sean objeto de abusos.

13) Política pública de prevención, protección y promoción de prácticas responsables: son necesarias por las manifestaciones de deterioro que el entorno presenta actualmente.[181]

Los ejes de la responsabilidad social son aquellos sobre los que versa el ejercicio de la responsabilidad social y tienen como finalidad mejorar la calidad de vida, así como la prevención y participación responsable de cada persona en su conducta personal y social, así como de los Estados. Por consiguiente, es fundamental colaborar activamente en iniciativas profundas guiadas en los ejes de la responsabilidad social.

3.4 La responsabilidad social en el Estado mexicano y su regulación jurídica

Para la mejor comprensión de este tema se iniciará por precisar la definición de Derecho que guía el presente trabajo, como: "el sistema normativo positivo que intenta organizar la sociedad según una cierta idea de la justicia, de donde derivan tres perspectivas de lo jurídico: la normativa, la social y la valorativa".[182] Por consiguiente, las tres dimensiones del derecho son: la norma, el hecho social y el valor.

> No se entiende plenamente el mundo jurídico si el sistema normativo (ciencia del derecho) se aísla y separa de la realidad social en la que nace y a la cual se aplica (sociología del derecho) y del sistema de legitimidad que inspira a aquel, sistema que –a través de instancias sociales de mediación– es siempre susceptible de una crítica racional (filosofía del derecho). Una compresión totalizadora de la realidad jurídica exige la complementariedad, o mejor la recíproca y mutua independencia e interacción de esas tres perspectivas o dimensiones que cabe diferenciar al hablar del derecho: perspectiva científico-normativa, sociológica y filosófica.[183]

Actualmente existe una tendencia casi general de reconocer en el ámbito jurídico estas tres dimensiones, al igual que la necesidad de elaborar y

[181]Curso-Taller de responsabilidad social universitaria, Coordinación de Responsabilidad Social y Formación Docente, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Morelia, Michoacán, del 6 al 20 de diciembre 2019.
[182] Díaz, Elías, *Sociología y filosofía del derecho*, Madrid, Taurus, 1980, p. 116.
[183] *Ídem*.

sistematizar los conceptos del derecho para su mejor compresión y aplicación, estudiar la realidad social del derecho, así como sus funciones y fines.

De esta forma, señala Rojas, resulta importante concebir el derecho desde una perspectiva amplia, no limitada a uno sólo de sus aspectos, porque en la compleja realidad jurídica se encuentran presentes e interrelacionados elementos sociológicos, psicológicos, económicos, éticos, normativos, etcétera, que le caracterizan de una manera específica en una sociedad y en un momento histórico determinado.

Resulta entonces que el derecho es, en gran medida, una cuestión de hechos sociales, más aún, el derecho requiere de la identificación de los hechos sociales relevantes que ameritan la limitación de conductas, considerando, al mismo tiempo, aquellos aspectos que la comunidad considera valiosos y que contribuyen a la eficacia del derecho. [184]

Los principales valores que pretende lograr el Derecho se encuentra el bien común, que hace referencia al bienestar general de la sociedad y comprende aspectos económicos, éticos, artísticos, sociales, etc., y "se alcanza cuando todos los miembros de una sociedad disponen de los medios indispensables para la satisfacción de sus necesidades materiales y espirituales, lo mismo que para el desarrollo y perfeccionamiento de sus aptitudes";[185] lo cual evidencia la necesidad de una justa distribución de los bienes, salarios adecuados, una educación de calidad, una vida saludable y de las oportunidades para lograr una sociedad más solidaria e igualitaria que cumpla, entre otros aspectos, con la responsabilidad social.

El marco jurídico mexicano cuenta con disposiciones que hacen referencia a la responsabilidad social, como el párrafo primero del artículo 25 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que enuncia:

> Corresponde al Estado la rectoría del desarrollo nacional para garantizar que éste sea integral y sustentable, que fortalezca la Soberanía de la Nación y su régimen democrático y que, mediante la competitividad, el fomento del crecimiento económico y el empleo y una más justa distribución del ingreso y la riqueza, permita el pleno

[184] Rojas Castro, Ma. Ovidia, *op. cit.*, pp. 2-3.
[185] García Máynez, Eduardo, *op. cit., p. 488.*

> ejercicio de la libertad y la dignidad de los individuos, grupos y clases sociales, cuya seguridad protege esta Constitución. La competitividad se entenderá como el conjunto de condiciones necesarias para generar un mayor crecimiento económico, promoviendo la inversión y la generación de empleo.[186]

Este primer párrafo asigna al Estado la rectoría del desarrollo nacional, mismo que deberá ser integral, es decir total, en todos los aspectos, por lo que incluiría la responsabilidad social, y también será sustentable, entendiendo por desarrollo sustentable "aquel que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades",[187] y que forma parte de los ejes de la responsabilidad social.

Así mismo, contempla el fomento del crecimiento económico y el empleo, necesarios para satisfacer las necesidades elementales, así como una más justa distribución del ingreso y la riqueza, lo cual representa uno de los mayores retos si tenemos presente que México se distingue por ser uno de los países con mayor desigualdad económica, misma que incide en los altos índices de pobreza y en las posibilidades de consumo, de adquisición de productos indispensables para vivir con decoro.

Complementa lo anterior el párrafo cuarto del artículo 25 Constitucional al señalar: "Al desarrollo económico nacional concurrirán, con responsabilidad social, el sector público, el sector social y el sector privado, sin menoscabo de otras formas de actividad económica que contribuyan al desarrollo de la Nación", que hace referencia de manera explícita a la responsabilidad social con que deberán desempeñarse los sectores público, social y privado.

Por su parte, el párrafo séptimo del citado artículo 25 constitucional establece: "Bajo criterios de equidad social, productividad y sustentabilidad se apoyará e impulsará a las empresas de los sectores social y privado de la economía, sujetándolos a las modalidades que dicte el interés público y al uso, en beneficio general, de los recursos productivos, cuidando su conservación y el

[186] Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, op. cit.*
[187] ONU, Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo, Nuestro futuro común, *http://www.oarsoaldea.net/agenda21/files/Nuestro%20futuro%20comun.pdf*.

medio ambiente", lo cual evidencia la importancia del interés público y el beneficio general en el uso de los recursos productivos, así como su aprovechamiento sustentable, todo lo cual guarda estrecha relación con la responsabilidad social y con la obligación de las empresas de ser socialmente responsables.

El párrafo octavo del artículo 25 Constitucional prevé de forma general mecanismos que contribuyen a la actividad económica del sector social, diciendo lo siguiente:

> La ley establecerá los mecanismos que faciliten la organización y la expansión de la actividad económica del sector social: de los ejidos, organizaciones de trabajadores, cooperativas, comunidades, empresas que pertenezcan mayoritaria o exclusivamente a los trabajadores y, en general, de todas las formas de organización social para la producción, distribución y consumo de bienes y servicios socialmente necesarios.

Este articulo asigna al Estado mexicano la rectoría del desarrollo nacional, caracterizándolo y señalando acciones para lograrlo, además de establecer una vinculación entre responsabilidad social y sistema económico, enfocándose en la producción, distribución y consumo de bienes y servicios necesarios, en base a estándares que inciden en la calidad de vida; además, regula las acciones que deben realizarse con responsabilidad social, sujetas a todos sus principios, uno de ellos la sustentabilidad.

Ahora bien, en cumplimiento del artículo 26 constitucional se emitió el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2019-2024, el cual establece los objetivos nacionales, las estrategias que durante la Administración se seguirán, entre otros aspectos. El PND, menciona al desarrollo sostenible y en cierta forma hace referencia a la responsabilidad social en el cual se señala lo siguiente:

> El gobierno de México está comprometido a impulsar el desarrollo sostenible, que en la época presente se ha evidenciado como un factor indispensable del bienestar. Se le define como la satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. Esta fórmula resume insoslayables mandatos éticos, sociales, ambientales y económicos que deben ser aplicados en el presente para garantizar un futuro mínimamente habitable y armónico. El hacer caso omiso de este paradigma no sólo conduce a la gestación de desequilibrios de toda suerte en

el corto plazo, sino que conlleva una severa violación a los derechos de quienes no han nacido. Por ello, el Ejecutivo Federal considerará en toda circunstancia los impactos que tendrán sus políticas y programas en el tejido social, en la ecología y en los horizontes políticos y económicos del país. Además, se guiará por una idea de desarrollo que subsane las injusticias sociales e impulse el crecimiento económico sin provocar afectaciones a la convivencia pacífica, a los lazos de solidaridad, a la diversidad cultural ni al entorno.[188]

Este apartado no contiene de manera textual la palabra responsabilidad social, pero se refiere a ella de manera implícita al considerar el desarrollo sostenible, el impacto de las políticas y programas públicos, una idea de desarrollo que subsane las injusticias sociales y un crecimiento económico que no afecte la convivencia pacífica. Los párrafos anteriores establecen principios por los que la responsabilidad social vela.

Así mismo en el ámbito internacional y de forma trascendente sobresale en relación al tema de estudio “El Pacto Mundial de la ONU”,[189]que constituye un llamamiento a las empresas para que incorporen en sus operaciones y funcionamiento los 10 principios del citado Pacto, los cuales se relacionan con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción en los siguientes términos:

Derechos humanos:

Principio 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional.

Principio 2: Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en abusos a los derechos humanos.

Normas laborales:

Principio 3: Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4: Las empresas deben eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio.

---

[188] Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024, *https://lopezobrador.org.mx/wp-content/uploads/2019/05/PLAN-NACIONAL-DE-DESARROLLO-2019-2024.pdf.*

[189] Pacto Mundial, Diez Principios del Pacto Mundial, del 29 de noviembre, de 2017 *https://www.pactomundial.org/category/aprendizaje/10-principios/.*

Principio 5: Las empresas deben abolir de forma efectiva el trabajo infantil.

Medio ambiente:

Principio 6: Las empresas deben eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación. Medio Ambiente.

Principio 7: Las empresas deben apoyar los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales.

Principio 8: Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9: Las empresas deben fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para el medio ambiente.

Lucha contra la corrupción:

Principio 10: Las empresas deben actuar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.[190]

Como se puede observar estos principios se encuentran divididos en cuatros ejes: derechos humanos, laboral, medio ambiente y lucha contra la corrupción, y de los citados principios, contribuyen de manera particular al tema de la responsabilidad social los siguientes: el principio 1, que trata del respeto a los derechos humanos, el 7, 8 y 9 que están dirigidos a la protección del medio ambiente y la responsabilidad sobre el mismo; además, todos los principios involucran de alguna manera la responsabilidad social y promueven buenas prácticas en general, por lo que resultan benéficos. No obstante, lo anterior, estos principios no son vinculantes para las empresas debido a su naturaleza privada, por lo que no son muy eficaces.

De manera similar, en el ámbito internacional también destaca en el tema de estudio la norma ISO 26000, que incorpora aspectos como: derechos humanos, mejores prácticas laborales, medio ambiente, consumidores, participación activa y desarrollo de la comunidad, entre otros aspectos. Es pertinente precisar que ISO son las siglas de la Organización Internacional de Normalización, que es una federación mundial de organismos nacionales de

[190] ONU, Pacto Mundial de la ONU, 29 de noviembre de 2017, *https://www.un.org/es/cr%C3%B3nica-onu/el-pacto-mundial-de-la-onu-la-b%C3%BAsqueda-de-soluciones-para-retos-globales*

normalización (organismos miembros de ISO), que lleva a cabo la elaboración de las Normas Internacionales por medio de sus comités técnicos, si bien las organizaciones internacionales, tanto públicas como privadas, también participan en el trabajo.

La Norma ISO 26000 fue elaborada por el ISO/TMB Grupo de Trabajo sobre Responsabilidad Social y está dirigida a la responsabilidad corporativa, principalmente a la actividad económica y a la sostenibilidad, de manera que brinda orientación sobre la responsabilidad social, sus principios y el involucramiento de las partes interesadas; al mismo tiempo se compromete con las materias fundamentales y los asuntos que constituyen la responsabilidad social, las maneras de integrar un comportamiento socialmente responsable en la organización y hace énfasis en la importancia de los resultados y mejoras en el desempeño de la responsabilidad social.[191]

La Norma ISO 26000 tiene información sumamente relevante sobre responsabilidad social y constituye una guía de responsabilidad social que puede ser de gran utilidad para las organizaciones del sector privado, público y sin fines de lucro, sin importar que sean grandes o pequeñas y se encuentren ubicadas en países desarrollados o en países en desarrollo.

Al mismo tiempo, en Latinoamérica exístela Unión de Responsabilidad Social Universitaria de Latinoamérica (URSULA), en la cual participan los diferentes actores de desarrollo (organizaciones de la sociedad civil, gobiernos, organismos, empresas, etc.), impulsando las buenas prácticas y modelos de gestión innovadores y sostenibles. [192] URSULA tiene su enfoque a nivel universitario, pero su raíz contempla una visión de los diversos sectores de la población, buscando equilibrar la visión universitaria al quehacer de transmitir los saberes.

Algo semejante pasa con la UNESCO en su agenda 2030, la cual hace referencia al avance en cuanto al desarrollo sostenible, puntualizando lo siguiente:

---

[191] Norma Internacional ISO 26000:2010, *Guía de responsabilidad social*, *https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es*

[192] URSULA (Unión de Responsabilidad Social Universitaria Latinoamericana), *https://unionursula.org/que-es-ursula/*

> Desarrollo sostenible: la Agenda 2030 busca en primer lugar y ante todo canalizar el mundo hacia un camino sostenible y reciliente. La UNESCO apoya los países en lograr este cambio transformativo mediante su labor en garantizar que todos los que están aprendiendo tendrán las habilidades y los conocimientos necesarios para convertirse en ciudadanos responsables, 'verdes' y globales; promocionando la ciencia, la tecnología y la innovación para el desarrollo de soluciones sostenibles para mitigar y adaptar al cambio climático y otros desafíos mundiales; ampliando el acceso a las TIC para promover su desarrollo socioeconómico; y garantizando la integración de la cultura en las estrategias de desarrollo sostenible para que sean pertinentes, efectivas y adaptadas a los contextos locales.[193]

Es decir, la agenda pretende la sustentabilidad y la resiliencia por medio de la educación, que implicaría la formación de ciudadanos, de personas socialmente responsables, en un contexto de promoción de soluciones de innovación tecnológica frente a soluciones sostenibles, que podrían considerarse como un instrumento para combatir el consumismo.

Los distintos instrumentos contribuyen al avance que se tiene en materia de responsabilidad social, y también funcionan como parámetro para detener o eliminar acciones que nos están destruyendo; es necesario darnos cuenta del resultado de las acciones que realizamos todos los días y saber en qué momento nuestras acciones perjudican a los otros, a uno mismo y al medio ambiente.

3.5 La responsabilidad social en la sociedad mexicana

En México no es tan visible una cultura de responsabilidad social, es por ello que no se cuenta con un ejercicio amplio de la misma en instituciones educativas, al igual que en muchos hogares no es relevante conocer las prácticas responsables.

Además México es uno de los países que enfrenta una lucha contra la contaminación y se posiciona en el número 43, con una puntuación de 67.3 en el

[193] UNESCO, Agenda 2030 para el desarrollo sostenible, 2017, *http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Hanoi/2030_Brochure_SP.pdf*

Índice de Desempeño Ambiental,[194] que clasifica 163 países en base a 10 categorías: salud ambiental, calidad del aire, administración del recurso hídrico, biodiversidad y hábitat, entre otros, sin embargo, no se han tomado las suficientes medidas para la regulación de este problema. Si bien existen diversas disposiciones y algunas medidas de control y de seguridad, el mayor problema se centra en garantizar el cumplimiento y la aplicación de leyes, planes y programas introducidos en distintas normativas o documentos regulatorios.

Otro de los grandes problemas de México es el de la desigualdad económica, que incide directamente en las posibilidades y condiciones de la alimentación, educación, salud, etc.,[195] es decir, en la baja calidad de vida en general, lo que constituye una contradicción a los principios que promueven la responsabilidad social, entre los que se encuentran: respeto a las jornadas laborales, adecuadas condiciones de trabajo y promoción de prácticas saludables de vida.

Es conveniente puntualizar que en México existen diferentes asociaciones civiles y organismos no gubernamentales que promueven y apoyan la responsabilidad social, entre los que destaca el Centro Mexicano para la Filantropía, [196] (CEMEFI), institución privada que otorga certificados a las empresas que realizan acciones en los siguientes ámbitos:

1) Contribuir a la calidad de vida dentro de la empresa.
2) Cuidado y preservación del medio ambiente.
3) Desempeñarse con un código de ética.
4) Vincularse con la comunidad a partir de la misión del negocio, pero también desde los bienes y servicios producidos.[197]

Dentro de su página oficial, CEMEFI señala la alianza que existe con la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX), el Consejo Coordinador Empresarial (CCE), la Confederación de Cámaras Industriales de los

[194] González, García, Juan, Navarro, Chávez, José Cesar, *Sociedad del conocimiento y competitividad en el desarrollo de México y China*, México, Porrúa, 2012, p. 71.
[195] Piñar, Álvarez, María Ángeles, *La responsabilidad social empresarial como pieza clave en la transición hacia el desarrollo sustentable en el sector turístico*, México, El Colegio de Veracruz, 2016, p. 133, *http://www.pasosonline.org/Publicados/14116/PS116_08.pdf*
[196] Centro mexicano de filantropía, *op. cit*.
[197] *Idem*.

Estados Unidos Mexicanos, (CONCAMIN), la Confederación de la Unión Social de Empresarios de México (USEM), los cuales promueven la responsabilidad social empresarial en México. Las empresas que se comprometen a la práctica de responsabilidad social atienden aspectos como el cuidado en utilizar envolturas menos agresivas con las que envuelven sus productos, o el adecuado manejo de residuos, así como empleo digno, la justicia y equidad, cuidado del medio ambiente, solidaridad, contribución al bien común, entre otros.

Cuando las empresas adquieren el compromiso de ser responsables adquieren obligaciones como las antes mencionadas, que se supone van a cumplir, lo cual ante la sociedad y los consumidores las hace más confiables para adquirir sus productos. En México algunas empresas como Audi México, Televisa, S.A. de C.V., Samsung, Royal Holiday, Hershey México, Jumex, Telcel, Volaris, Cinepolis México, Danone México, Coca-Cola de México y Grupo Bimbo, S.A. de C.V. se encuentran contribuyendo en aspectos como: sustentabilidad ambiental, contribuciones caritativas, adecuado manejo de residuos y beneficio a empleados, según la CEMEFI.[198]

No obstante, lo anterior, se observa un problema severo entre varias de las empresas anteriores y la promoción de prácticas saludables de vida, mismo que constituye uno de los principios de la responsabilidad social, ya que promueven el consumo de alimentos chatarra, misma que según la PROFECO, se refiere a "comestibles pobres en nutrientes, con un alto contenido de azúcar, grasa y sodio**.** Ejemplo de ello, lo son las papas fritas, los refrescos, golosinas, pasteles, helados, bizcochos, algunas comidas rápidas, como hamburguesas, pizzas, hot dogs, etc."[199] y su consumo cotidiano causa una fuerte adicción, sobre peso y obesidad y diversas enfermedades no transmisibles, como la diabetes, cardiopatías, etc., situación que resulta preocupante si tenemos presente que, conforme datos de la UNICEF, en la actualidad México ocupa el primer lugar

[198] Centro Mexicano para la Filantropía, *Empresas grandes que obtuvieron el Distintivo ESR,https://www.cemefi.org/servicios/noticias/filantropicas/5329-empresas-grandes-que-obtuvieron-el-distintivo-esr-2019*

[199] Alimentos chatarra. Procuraduría General del Consumidor, https://www.gob.mx/profeco/documentos/alimentos-chatarra?state=published

mundial en obesidad infantil y el segundo en adultos,[200] lo que obliga al Estado mexicano a adoptar medidas para la solución de este problema y lograr cambios significativos en los patrones de consumo, donde la información adecuada de los alimentos es decisiva para su elección.

Por consiguiente, la importancia de la información por parte de las empresas y proveedores a los consumidores es de decisiva y su publicidad no debe inducir a error, confusión, información engañosa o abusiva. Los productores también están obligados a informar a los consumidores en sus etiquetas, acerca de las características indispensables del producto, así como como la forma de uso y su contenido.

En la regulación de las relaciones entre los productores y los consumidores destaca la Ley Federal de Protección al Consumidor,[201] misma que en su artículo 7 ordena:

> Todo proveedor está obligado a informar y a respetar los precios, tarifas, garantías, cantidades, calidades, medidas, intereses, cargos, términos, restricciones, plazos, fechas, modalidades, reservaciones y demás condiciones aplicables en la comercialización de bienes, productos o servicios, sobre todos aquellos que se hubiera ofrecido, obligado o convenido con el consumidor para la entrega del bien o prestación del servicio, y bajo ninguna circunstancia serán negados estos bienes, productos o servicios a persona alguna, así como la información de los mismos.

Lo que permite que de forma más visible se expongan los riesgos de los productos que consumimos, lo cual representa una advertencia para el cuidado de la salud. Dicho de otra manera, esto puede representar un avance en el equilibrio de la alimentación de cada persona, ya que en las últimas cuatro décadas se ha suscitado un cambio importante en los platillos comunes de cada lugar y en los modos de alimentación, lo que representa entrar en contacto con una dieta distinta

[200] *Idem*.
[201] Ley Federal de Protección al Consumidor, publicada en el Diario Oficial de la Federeción el 24 de diciembre de 1992, http.www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/ 113_261219.pdf

a la que comúnmente se conocía.[202] Lo cierto es que actualmente consumimos en México muchos azucares, alimentos con altos contenidos con grasas trans y harinas refinadas que, aunados al sedentarismo, representan un riesgo para la salud de los mexicanos.

En efecto, según la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT) 2018,[203] llevada a cabo con el objeto de conocer el estado de salud y las condiciones nutricionales de la población mexicana, existen 8.6 millones de adultos con diabetes y el 75% de personas mayores de 20 años presentan sobrepeso u obesidad, mientras que el 18.1% los niños de 5 a 8 años tienen sobrepeso y el 17.5% obesidad; por su parte, las personas entre 12 y 19 años registran un 38.4% de sobrepeso u obesidad, todo lo cual representa importantes problemas de salud que se relacionan en muchos casos con una mala alimentación y el consumo de bebidas azucaradas, botanas y dulces, además de causar diversas afectaciones en el organismo y requerir, por consiguiente, de recursos económicos para su tratamiento, lo que ha llegado a constituir una presión para los enfermos y sus familias, así como para las instituciones de salud pública.

Aunado a lo anterior, en la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2012, México registraba un gran índice de personas con un consumo usual inadecuado de azucares añadidos, colocándose en el 9º lugar mundial en diabetes y se estimó que para el 2025 ocuparía el séptimo lugar.[204]

De esta forma, problemas como los alimentos chatarra y sus repercusiones, la publicidad engañosa, la producción y el consumismo obligan a la implementación de acciones que promuevan la concientización y promuevan las nuevas prácticas de consumo, y en esta problemática la educación constituye una opción o herramienta adecuada.

---

[202] Ayuso Reraza, Giselle et.al., “Globalización y nostalgia”, *Cambios en la alimentación de familias Yucatecas*, México, núm. 50, julio-diciembre de 2017, *http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572017000200004*

[203] Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), Secretaría de Salud e Instituto Nacional de Salud Pública (INSP), *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición Pública 2018*, *https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/ensanut/2018/doc/ensanut_2018_presentacion_resultados.pdf*

[204] Secretaria de Salud, *https://www.insp.mx/epppo/blog/3609-consumo-azucar-mexico-nueva-directriz-oms.html*

CAPÍTULO 4. LA EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO FRENTE AL FENOMENO DEL CONSUMISMO

***SUMARIO**. 4.1 La educación y la educación para el consumo. 4.2 Cultura del consumo. 4.3 Producción-Consumo Responsable. 4.5 La formación de ciudadanos socialmente responsables, ejerciendo el consumo responsable en el Estado mexicano.*

4.1 La educación y la educación para el consumo

El consumo y el consumismo han llegado a establecer todo un estilo de vida y de pertenencia social, es obvio que al establecer y transmitir determinadas prácticas de consumo, el consumismo vaya en aumento, lo cual ha enfatizado en la necesidad de ver a la educación formal no sólo como precursora de aprendizaje institucional o como instrumento de análisis de ciertas materias, sí no más bien, que a través de ella se pueda profundizar, prevenir, planear e implementar acciones que contribuyan a solucionar el problema del consumismo.

En torno a la educación es conveniente señalar que ésta constituye un término polisémico que ha sido definido de diferentes maneras, por ejemplo, Von Cube la define como aquellos procedimientos de conducción orientados y posturas valorativas o actitudes duraderas.[205] Por su parte, Pérez Chávez expresa que "la educación es el medio fundamental para adquirir, trasmitir y acrecentar la cultura; es un proceso permanente que contribuye al desarrollo del individuo y a la transformación de la sociedad; asimismo, es un factor determinante para la adquisición de conocimiento y para formar a mujeres y a hombres, de manera que tengan sentido de solidaridad social".[206]

Castillejo, puntualiza que la educación constituye "un proceso de inculcación/asimilación cultural, moral y conductual. Básicamente es el proceso por el cual las generaciones jóvenes se incorporan o asimilan el patrimonio cultural de los adultos", y de manera más precisa como un "proceso de construcción

[205]Von Cube, Felix, *La ciencia de la educación,* CEAC. España, 1981, p. 14.
[206] Pérez Chávez, José. *Tipos y modalidades de educación*, México, p. 1.

personal (también social)".[207] El proceso educativo institucional, no solo debe estar enfocado en transmitir solamente contenidos concretos como fórmulas de repetición, la educación debe constituirse como una herramienta reflexiva a través de la cual las personas adquieren no solo nociones sobre las formas "correctas" de ser, y poder ser, sino más bien el sistema de educación debe centra atención en permitir que cada ser pueda ser libre de analizar cuestiones donde se pone en peligro al otro, poder analizar, necesita de un proceso de acompañamiento el cual permita el desarrollo humano adecuado, no bastara solamente con disciplina, o repeticiones, es necesario tener un equilibrio en el aprendizaje y las acciones o conductas, entre los contenidos y la aplicación de los mismos, entre el contexto y la participación, porque se sabe que no basta con reconocer lo que nos perjudica, no basta saberlo es necesario ejecutar decisiones de forma equilibrada donde se pueda explotar de manera adecuada muchas habilidades que cada ser goza.

Lamentablemente una realidad que se ha visto a la educación como una herramienta condicionada más aun por el contexto económico. Sin embargo, si bien dicho contexto condiciona a la educación, también la requiere a su vez como elemento indispensable para el proceso de socialización, que hace posible la incorporación de los individuos a la sociedad, ya que por medio de dicha socialización se establece lo siguiente:

> …se imparten a los individuos las normas, valores, creencias y actitudes del grupo, adaptándolo a él… ese proceso se comienza a ejercer sobre la persona desde que nace y su ámbito fundamental es el grupo primario, donde se encuentran los primeros y principales agentes socializadores, ampliados posteriormente a través de los medios de comunicación de masas, el grupo familiar, la escuela, el grupo de pares, el equipo de trabajo que son los agentes transmisores de normas a seguir, dictadas mientras el individuo aprende a vivir en sociedad, a comportarse como lo hace la mayoría y como se considera adecuado hacerlo.[208]

[207]Castillejo B. J., *Diccionario de las ciencias de la educación.* España, Santillana, 1999, p. 475.
[208] López, Rosalío, *Lo oculto en la enseñanza del derecho*. México, Porrúa, 2008, p. 9.

Este proceso de socialización que se lleva a cabo en diversos ámbitos coadyuva a que las generaciones jóvenes incorporen normas, valores, creencias y actitudes del grupo social en general, y para el tema de estudio, determinadas formas de consumo y consumismo.

De forma similar resulta importante señalar, que como medio socializador por excelencia, en la educación se pueden distinguir dos importantes modalidades: la educación no formal, misma que se considera no sistemática y que llevan a cabo la familia, los medios de comunicación, los amigos, la iglesia y los partidos políticos, entre otras instancias; la otra modalidad es la que imparte la escuela, es decir, la educación formal, que se distingue por ser planeada, organizada e inserta en un sistema educativo que le orienta, además de caracterizarse por proporcionar conocimientos, habilidades, valores así como pautas de conducta, por lo que constituye un medio idóneo para formar a los estudiantes, a los futuros ciudadanos, con valores entre los que se encuentra la responsabilidad social.

En realidad sí existe la necesidad de adecuar la educación a formas específicas de acuerdo al tiempo y espacio de aplicación, y es necesario porque la sociedad es cambiante, cada momento histórico es diferente, las particularidades del lugar donde se vive plantean diferencias, lo que implica que la educación también tenga que transformarse, y en este sentido Dewey de igual forma ha destacado que las escuelas influyen de manera positiva y constructiva en las condiciones sociales, pero la educación debe ser cambiante, debe coincidir con el tiempo y el contexto real.[209] La educación es cambiante en el sentido de actualización de contenido textual y social, aunque al mismo tiempo funciona de forma homogénea, tratando de establecer un vínculo con todos los estados que conforman un país y tratando de impulsar patrones de comportamiento y comunicación.

La educación formal en el siglo XXI, en el mundo y en México, debe responder a los problemas, necesidades y expectativas actuales, lo que implica

[209] Niebles Reales, Eleucilio, “La educación como agente del cambio social en John Dewey”, *Universidad del Atlántico*, Colombia, núm. 10, 2005, pp. 25-33, *https://www.redalyc.org/pdf/937/93701003.pdf*

una constante transformación de la escuela, es decir, de su organización, de los planes y programas de estudio, de los procesos enseñanza-aprendizaje, de las relaciones humanas y particularmente de los docentes, por el importante papel que desempeñan y para que cuenten con los elementos necesarios para brindar una educación de calidad, lo cual les obliga a una permanente actualización y formación, así como a asumir una actitud abierta ante el conocimiento y el proceso educativo en general.

En este punto resulta de particular interés el Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la Educación para el Siglo XXI, denominado *La educación encierra un tesoro*,[210] que postula una educación a lo largo de la vida, la cual se debe basar en cuatro pilares:

- Aprender a conocer, combinando una cultura general suficientemente amplia con los conocimientos profundos de un pequeño número de materias, lo que supone aprender a aprender.

- Aprender a hacer, para adquirir una competencia que capacite al individuo para hacer frente a gran número de situaciones y a trabajar en equipo. Pero, también, aprender a hacer en el marco de las distintas experiencias sociales o de trabajo.

- Aprender a vivir juntos, que implica desarrollar la comprensión del otro y la percepción de las formas de interdependencia –realizar proyectos comunes y prepararse para tratar los conflictos– respetando siempre los valores de pluralismo, comprensión mutua y paz.

Aprender a ser, para lograr que se desarrolle la propia personalidad y se cuente con los elementos necesarios para conducirse con creciente capacidad de autonomía, de juicio y de responsabilidad personal, sin menospreciar ninguna de las posibilidades de cada individuo: memoria, razonamiento, sentido estético, capacidades físicas, aptitud para comunicar.[211]

---

[210] Delors, Jacques et. al, *La educación encierra un tesoro,* Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la Educación para el Siglo XXI, Compendio, https://redcampussustentable.cl/wp-content/uploads/2018/03/7-La-educaci%C3%B3n-encierra-un-tesoro.pdf

[211] *Ibídem*, pp. 16-17.

Destacando la trascendencia de uno de los cuatro pilares: aprender a vivir juntos, con la finalidad de crear un espíritu nuevo que lleve a cabo proyectos comunes y solucione de manera pacífica sus conflictos. Desde luego, reconociendo la importancia de los demás pilares, los cuales brindan los elementos para aprender a vivir juntos, por lo que es importante concebir a la educación como un todo, superando la tendencia existente en los sistemas educativos de dar mayor importancia a la adquisición de conocimientos.

Asimismo, plantea la necesidad de que los sistemas educativos respondan a los cambios económicos, políticos y sociales, así como a los retos de la sociedad de la información con la finalidad de lograr el acceso al conocimiento en el mundo del mañana, lo que supone importantes reformas educativas en las distingue tres principales agentes para su éxito: primero, la comunidad local, principalmente los padres, los directores y los docentes; segundo, las autoridades públicas, y; tercero, la comunidad internacional, teniendo presente además que las reformas educativas desde arriba o desde el exterior han sido un gran fracaso y que ninguna podrá tener resultados favorables sin la participación de los docentes, por lo que se debe atender su situación social, material y cultural, particularmente su formación y acceso a la formación permanente, de manera que se dote al sistema educativo de docentes adecuadamente formados y de los medios para lograr una enseñanza de calidad.

Por consiguiente, se plantea la necesidad de que los docentes también cambien para enfrentar con éxito los nuevos retos, los nuevos medios de información y comunicación, siendo conscientes de que actualmente los estudiantes se encuentran por lo general menos apoyados por sus familias, pero más informados, y en ese contexto deben lograr ser escuchados por ellos, así como motivarlos para aprender y comprender que la información no es conocimiento, en función de que éste requiere de esfuerzo, atención, rigor y voluntad para lograrlo.

En ese sentido se señala la relevancia de los contenidos de aprendizaje, mismos que deben ser adaptados constantemente a las necesidades existentes, cuidando contengan conocimientos teóricos y prácticos a un alto nivel, valores, y

que consideren las exigencias del futuro, así como las responsabilidades de los docentes y la sociedad.

También se analiza y destaca la necesidad de fortalecer la educación en todos sus niveles, así como el enriquecimiento continuo de los conocimientos y la formación de una ciudadanía acorde a las exigencias de nuestra época, en función de que es en la escuela donde inicia la educación para una ciudadanía consciente y activa.[212]

Como se puede observar, la educación es de suma importancia en la formación de los individuos y puede ser estudiada desde distintas perspectivas, pero siempre se destaca la formación docente, la necesidad de que ésta sea adecuada en función del importante papel que desempeña el docente en el proceso educativo, por lo que es clave para el éxito de la educación en general.

Desde otra perspectiva, la educación es un derecho humano contemplado en diversos instrumentos internacionales y en legislaciones nacionales. Los derechos humanos son aquellos derechos que poseemos como seres humanos desde nuestra existencia, son inherentes a la naturaleza humana "con independencia de la nacionalidad, género, origen étnico o nacional, color, religión, idioma o cualquier otra condición. Varían desde los más fundamentales -el derecho a la vida- hasta los que dan valor a nuestra vida, como los derechos a la alimentación, a la educación, al trabajo, a la salud y a la libertad".[213]

En el ámbito internacional se contemplan los derechos humanos en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, que conjuntamente con el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, así como la Declaración Universal de Derechos Humanos, integran la Carta Internacional de Derechos Humanos.

La Declaración Universal de Derecho Humanos regula el derecho humano a la educación en su artículo 26, en los siguientes términos:

> 1. Toda persona tiene derecho a la educación. La educación debe ser gratuita, al menos en lo concerniente a la instrucción elemental y fundamental. La instrucción

[212] *Ibídem*, pp. 18-40.
[213] ONU, ¿En qué consisten los derechos humanos?, *https://www.ohchr.org/sp/issues/pages/whatare humanrights.aspx*

elemental será obligatoria. La instrucción técnica y profesional habrá de ser generalizada; el acceso a los estudios superiores será igual para todos, en función de los méritos respectivos.

2. La educación tendrá por objeto el pleno desarrollo de la personalidad humana y el fortalecimiento del respeto a los derechos humanos y a las libertades fundamentales; favorecerá la comprensión, la tolerancia y la amistad entre todas las naciones y todos los grupos étnicos o religiosos, y promoverá el desarrollo de las actividades de las Naciones Unidas para el mantenimiento de la paz.

3. Los padres tendrán derecho preferente a escoger el tipo de educación que habrá de darse a sus hijos.[214]

De manera que la educación, la elemental en particular, deberá ser gratuita y obligatoria, además, la educación en general tendrá por objeto el desarrollo de la personalidad del ser humano y el respeto a los derechos humanos, entre otros aspectos.

Por su parte, el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales contempla en su artículo 13 el derecho humano a la educación de la siguiente forma:

1. Los Estados Partes en el presente Pacto reconocen el derecho de toda persona a la educación. Convienen en que la educación debe orientarse hacia el pleno desarrollo de la personalidad humana y del sentido de su dignidad, y debe fortalecer el respeto por los derechos humanos y las libertades fundamentales. Convienen asimismo en que la educación debe capacitar a todas las personas para participar efectivamente en una sociedad libre, favorecer la comprensión, la tolerancia y la amistad entre todas las naciones y entre todos los grupos raciales, étnicos o religiosos, y promover las actividades de las Naciones Unidas en pro del mantenimiento de la paz.

2. Los Estados Partes en el presente Pacto reconocen que, con objeto de lograr el pleno ejercicio de este derecho:

a) La enseñanza primaria debe ser obligatoria y asequible a todos gratuitamente;

b) La enseñanza secundaria, en sus diferentes formas, incluso la enseñanza secundaria técnica y profesional, debe ser generalizada y hacerse accesible a

[214] ONU, Declaración Universal de Derechos Humanos, *https://www.humanium.org/es/ddhh-texto-completo/#*

todos, por cuantos medios sean apropiados, y en particular por la implantación progresiva de la enseñanza gratuita;

c) La enseñanza superior debe hacerse igualmente accesible a todos, sobre la base de la capacidad de cada uno, por cuantos medios sean apropiados, y en particular por la implantación progresiva de la enseñanza gratuita…[215]

Este precepto además de declarar el derecho de toda persona a la educación, la caracteriza, y establece sus fines y asigna a los Estados diversas acciones, incentivando el cumplimiento de los derechos humanos en general, que podrían ser pensados como un aparato centrado en las personas en el cual de forma transversal considere los objetivos de crecimiento y desarrollo económicos, bienestar e inclusión social, cuidado de medio ambiente y los recursos naturales.[216]

Asimismo, los derechos humanos permiten acceder al bienestar social y personal, lo cual específicamente se refiere a cuestiones como la salud, vivienda, educación, alimentación, vestido entre otras tantas necesidades, las cuales en su gran mayoría son satisfechas a través del consumo, mismo que se pretende sea de forma responsable.

Por lo que se refiere a México, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos regula en su artículo 3º lo relativo a la educación, puntualizando que toda persona tiene derecho a la educación, y que el Estado (Federación, Estados, Ciudad de México y Municipios) impartirá y garantizará la educación inicial, preescolar, primaria, secundaria (que integran la educación básica), media superior y superior, precisando que la educación básica y la media superior serán obligatorias.

Asimismo, enuncia que: Corresponde al Estado la rectoría de la educación, la impartida por éste, además de obligatoria, será universal, inclusiva, pública, gratuita y laica"; puntualizando que la educación se basará en: el respeto de la dignidad de las personas, con un enfoque de derechos humanos y de igualdad

[215]ONU, Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, *https://www.ohchr.org/sp/professionalinterest/pages/cescr.aspx*

[216]Cherlorivsk, Salmon, "Ingreso básico universal por México al frente", *El punto sobre la i*, núm. 36, año 7, 2018, p. 1.

sustantiva; tenderá a desarrollar armónicamente todas las facultades del ser humano y le fomentará el respeto a todos los derechos, las libertades, la cultura de paz y la conciencia de la solidaridad internacional, y; promoverá la honestidad, los valores y la mejora continua del proceso de enseñanza aprendizaje.

Ordena que el Ejecutivo Federal determinará los planes y programas de estudio de la educación básica y normal, considerando la opinión de los gobiernos de las entidades federativas y de diversos actores sociales involucrados en la educación. Los planes y programas de estudio tendrán perspectiva de género y una orientación integral, e incluirán el conocimiento de las ciencias y humanidades: la enseñanza de las matemáticas, la lecto-escritura, la literacidad, la historia, la geografía, el civismo, la filosofía, la tecnología, la innovación, las lenguas indígenas de nuestro país, las lenguas extranjeras, la educación física, el deporte, las artes, en especial la música, la promoción de estilos de vida saludables, donde se podría hacer énfasis en el tema del consumo y el problema del consumismo, la educación sexual y reproductiva y el cuidado al medio ambiente, entre otras.

De particular importancia es la fracción II del precepto en comento, que enuncia:

> El criterio que orientará a esa educación, se basará en los resultados del progreso científico, luchará contra la ignorancia y sus efectos, las servidumbres, los fanatismos y los prejuicios.
>
> Además:
>
> a) Será democrático, considerando a la democracia no solamente como una estructura jurídica y un régimen político, sino como un sistema de vida fundado en el constante mejoramiento económico, social y cultural del pueblo;
>
> b) Será nacional, en cuanto –sin hostilidades ni exclusivismos– atenderá a la comprensión de nuestros problemas, al aprovechamiento de nuestros recursos, a la defensa de nuestra independencia política, al aseguramiento de nuestra independencia económica y a la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura;
>
> c) Contribuirá a la mejor convivencia humana, a fin de fortalecer el aprecio y respeto por la naturaleza, la diversidad cultural, la dignidad de la persona, la integridad de las familias, la convicción del interés general de la sociedad, los

ideales de fraternidad e igualdad de derechos de todos, evitando los privilegios de razas, de religión, de grupos, de sexos o de individuos;

d) Se deroga.

e) Será equitativo, para lo cual el Estado implementará medidas que favorezcan el ejercicio pleno del derecho a la educación de las personas y combatan las desigualdades socioeconómicas, regionales y de género en el acceso, tránsito y permanencia en los servicios educativos. En las escuelas de educación básica de alta marginación, se impulsarán acciones que mejoren las condiciones de vida de los educandos, con énfasis en las de carácter alimentario. Asimismo, se respaldará a estudiantes en vulnerabilidad social, mediante el establecimiento de políticas incluyentes y transversales. En educación para personas adultas, se aplicarán estrategias que aseguren su derecho a ingresar a las instituciones educativas en sus distintos tipos y modalidades. En los pueblos y comunidades indígenas se impartirá educación plurilingüe e intercultural basada en el respeto, promoción y preservación del patrimonio histórico y cultural;

f) Será inclusivo, al tomar en cuenta las diversas capacidades, circunstancias y necesidades de los educandos. Con base en el principio de accesibilidad se realizarán ajustes razonables y se implementarán medidas específicas con el objetivo de eliminar las barreras para el aprendizaje y la participación;

g) Será intercultural, al promover la convivencia armónica entre personas y comunidades para el respeto y reconocimiento de sus diferencias y derechos, en un marco de inclusión social;

h) Será integral, educará para la vida, con el objeto de desarrollar en las personas capacidades cognitivas, socioemocionales y físicas que les permitan alcanzar su bienestar,

i) Será de excelencia, entendida como el mejoramiento integral constante que promueve el máximo logro de aprendizaje de los educandos, para el desarrollo de su pensamiento crítico y el fortalecimiento de los lazos entre escuela y comunidad;

Ahora se puede decir que la Declaración de los Derechos Humanos y la Constitución, atendiendo al artículo 3º constitucional adopta como criterio de orientación la educación a la ciencia, así como: ser democrático, estableciendo al efecto un concepto de democracia amplio, al considerarla no sólo en sus ámbitos jurídico y político, sino también como un sistema de vida fundado en el constante

mejoramiento económico, social y cultural del pueblo; nacional, ya que atenderá a nuestros problemas nacionales y al aprovechamiento de nuestros recursos, entre otros aspectos; contribuir a la mejor convivencia humana, lo que implica el respeto por la naturaleza, la diversidad cultural y la dignidad de las personas; y será intercultural.

Asimismo será equitativo, para lo cual el Estado implementará acciones que apoyen a sectores vulnerables con el objetivo de que ejerzan su derecho a la educación, lo que resulta de particular importancia si consideramos la excesiva desigualdad socioeconómica existe en México, que afecta de manera decisiva a los sectores económicos más débiles, ya que según Tuirán y Muñoz, 5 de cada 100 jóvenes del nivel más bajo de ingreso tenía acceso a la educación superior en 2010, en contraste con 60 de cada 100 en el nivel de mayores ingresos,[217] lo que se traduce en una gran desigualdad en los años de escolaridad entre los jóvenes mexicanos y que más de la mitad de dicha desigualdad "es atribuible a circunstancias sociales heredadas, entre las que destacan los orígenes de clase y en menor medida la condición de residencia urbana o rural.

Esto lleva a concluir que, lejos de ser el resultado de diferencias en méritos, aptitudes y esfuerzos personales, la desigualdad en niveles de escolaridad en México es principalmente producto de la desigualdad de oportunidades",[218] lo que limita y condiciona la movilidad social a la vez de contribuir en forma determinante a la reproducción de la pobreza, situación que se pretende atenuar mediante la implementación de becas, de conformidad con el último párrafo del artículo 4º constitucional, que ordena: "El Estado establecerá un sistema de becas para las y los estudiantes de todos los niveles escolares del sistema de educación pública, con prioridad a las y los pertenecientes a las familias que se encuentren en condición de pobreza, para garantizar con equidad el derecho a la educación."

[217]Tuirán, R. y Muñoz, C., "La política de educación superior: trayectoria reciente y escenarios futuros", A. Arnaut y S. Giorguli, coords., *Los grandes problemas de México,* México: El Colegio de México, pp.359-390.
[218]Solis, Solís, P., 2010. "La desigualdad de oportunidades y las brechas de escolaridad", A. Arnaut y S. Giorguli, coords., *Los grandes problemas de México,* México, El Colegio de México, p. 617.

De manera que el criterio que orientará a la educación será: inclusivo, por lo que se tendrán en cuenta las diferentes capacidades, circunstancias y necesidades de los educandos, además de adoptarse medidas para para eliminar las barreras para el aprendizaje y la participación, lo que implica hacer de los educandos el centro del procesos enseñanza-aprendizaje; integral, es decir, desarrollará las capacidades cognitivas, socioemocionales y físicas de las personas, lo cual requiere de la implementación de metodologías que propicien dicha formación integral, así como de docentes conscientes de la importancia de su labor, que cuenten con la formación adecuada y se actualicen permanentemente; de excelencia, que se refiere al mejoramiento integral constante, en el que se desarrolle el pensamiento crítico, superándose por consiguiente a la tradicional memorización, y el fortalecimiento de las relaciones entre la escuela y comunidad.

Los criterios anteriores tienen que ver con la educación desde tres ámbitos de análisis: social, escolar y el aula. Desde la perspectiva social, la educación se lleva a cabo en un medio social que la condiciona, y por lo que se refiere a la educación que imparten las instituciones educativas, propiamente la educación formal, contribuye de manera determinante en la socialización de los individuos, es decir, coadyuva en su integración a la sociedad mediante conocimientos, habilidades, valores e interpretaciones de la realidad, adquiridos no siempre de manera consciente.

En relación al ámbito escolar, la educación en México se caracteriza por ser tradicional, por lo cual la escuela es una institución especializada, que cuenta con un edificio, está organizada en forma jerárquica, con funciones, normas y roles que asumir, horarios específicos, con su respectivo currículum, el cual precisa sus finalidades, el plan de estudios y programas de las respectivas asignaturas, mismos que precisan los contenidos que el alumno deberá adquirir, los cuales a su vez pueden estar predeterminados por las autoridades del sistema educativo nacional, programadores, las autoridades escolares, las academias de profesores o simplemente el docente, resultando decisivos para la formación de los alumnos y la reproducción cultural, y por lo que se refiere al tema de estudio, representan un

medio determinante para atender el problema del consumismo y fomentar la responsabilidad social.

Por lo que se refiere al aula, en la cual también predomina la educación tradicional, misma que en la opinión de Palacios, consiste en “el camino hacia los modelos de la mano del maestro”,[219] constituyendo la actividad de éste la base y condición del éxito de la educación, además de representar el modelo a seguir y se le debe obedecer; a él le corresponde organizar el conocimiento, seleccionar los contenidos que han de ser aprendidos, determinar el manual escolar, utilizar el método de enseñanza, donde el repaso, es decir la repetición exacta de lo que dice el profesor, la memorización, es una actividad fundamental, y en este contexto, el orden y la disciplina son fundamentales. De esta forma, la escuela tradicional tiene una estructura piramidal, fundamentada en la memorización, en la competencia, el autoritarismo y la disciplina.[220]

Respecto a lo anterior, Freire al referirse al papel del educador en la educación bancaria (que se identifica con la educación tradicional) la cual define como “el acto de depositar, de transferir, de transmitir valores y conocimientos”[221] destaca el papel relevante que desempeña, ya que es el que educa, sabe, piensa, habla, disciplina, actúa, escoge el contenido programático, identifica la autoridad del saber con su autoridad funcional y la opone a la libertad de los alumnos, por lo que se convierte en el sujeto del proceso educativo. Lo cual representa una guía no solo educativa si no de vida.

En cuanto al alumno, la escuela tradicional lo concibe como el depositario de un saber acabado, por lo que su actividad se basa principalmente en permanecer en silencio, memorizar la información que le proporciona el docente durante su exposición y realizar las actividades que se le indiquen. En este punto, Freire afirma que en la educación bancaria el educando: es el educado, el que no sabe, el objeto pensado, el que escucha dócilmente, el que debe ser disciplinado, el que tiene la ilusión de que actúa en la actuación del educador, se acomoda a

[219] Palacios, Jesús, *La cuestión escolar.* Barcelona: Laia, 1984, p. 21.
[220] *Ibidem*, pp. 18-19, 28.
[221] Freire, Paulo, *Pedagogía del oprimido*, 48ª ed. México, Siglo XXI, 1996, p. 73.

los contenidos elegidos por el educador, se adapta a las determinaciones del educador y es un objeto del proceso educativo, por consiguiente, los educandos no son llamados a conocer, sino a memorizar lo expuesto por el docente, por lo que no realizan ningún acto cognoscitivo.[222] De manera que el proceso educativo no contribuye a la reflexión, a la crítica, a ser más libres de decidir analíticamente.

Por su parte, De la Madrid señala que en las prácticas pedagógicas tradicionales el aprendizaje de la razón crítica, a que aspira el artículo 3º constitucional, suele estar limitado por prácticas y criterios de corte autoritario, por lo que "con tal pedagogía no se construyen sujetos autónomos –con juicio independiente ni capacidades propias de discernimiento–, sino personalidades sumisas y obedientes. No se construye ciudadanía, sino su opuesto" [223] y contribuyen a la reproducción de la educación tradicional y a la escasa incorporación de metodologías centradas en la participación activa de las y los estudiantes en la construcción del conocimiento.[224]

En este punto conviene destacar la importancia de la formación docente y de las metodologías que utilizan, ya que como señala Yuni, muchos docentes sustentan gran parte de su actividad pedagógica en lo que denomina creencias, que consisten en concepciones que poseen los individuos acerca de la escuela y el proceso enseñanza-aprendizaje, las cuales se configuran desde temprana edad a través de la escolarización y que se caracterizan por su persistencia en el tiempo y gran resistencia al cambio, debido a que en muchas ocasiones son inconscientes,[225] es decir, reproducen los métodos que utilizaron sus profesores cuando ellos fueron estudiantes, generalmente de manera inconsciente, lo cual dificulta su visibilización y, por ende, la posibilidad de cambiarlas, dando como resultado su uso reiterado y permanencia en el tiempo, además de dificultar el empleo de metodologías que favorezcan la reflexión, el pensamiento crítico y la formación integral de los alumnos.

---

[222] *Ibidem*, p. 74.
[223] De la Madrid, *op. cit*., p. 90.
[224]; Moreno, Salvador, *Guía del aprendizaje participativo.* México, Trillas, 1993.
[225] Yuni, José Alberto, *La formación docente.* Córdoba, Argentina, Brujas, 2009, p. 106.

Así, es indudable que el artículo 3º constitucional aporta los elementos que deben caracterizar a la educación a que se aspira en México, pero también es indudable que existen muchos aspectos que deben cambiar, entre los que se encuentra la formación docente, el contexto escolar y las condiciones económicas, políticas y sociales para lograr una mejora del sistema educativo, tanto cuantitativa como cualitativamente, y en esta temática los resultados del Programa para la Evaluación Internacional de Alumnos (PISA) 2018, de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) a la que pertenece México, resultan orientadores.

En los resultados de PISA 2018 se observa que los estudiantes mexicanos obtuvieron un promedio bajo respecto al promedio OCDE en lectura, matemáticas y ciencias,[226] el cual ha sido similar durante la mayor parte de la participación de México en PISA, si bien es importante señalar que el puntaje alcanzado por al menos el 90% ha mejorado gradualmente en estas áreas, lo que significa que la brecha entre los estudiantes con mayor y menor rendimiento ha disminuido; no obstante, se debe señalar que el nivel socioeconómico desempeña un papel esencial o condicionante del rendimiento en las citadas áreas, ya que por ejemplo, los estudiantes aventajados superaron a los estudiantes desaventajados en lectura en 81 puntos (el promedio OCDE fue de 89 puntos), y muchos estudiantes, principalmente los desaventajados, tienen ambiciones más bajas de lo que sería esperable conforme a sus logros académicos.

Un aspecto positivo de relevancia es que el 83% de los estudiantes manifestaron estar satisfechos con sus vidas, en tanto el promedio OCDE fue de 67%, y el 89% de estuvo de acuerdo o muy de acuerdo con que generalmente

[226] El Programa para la Evaluación Internacional de Alumnos (PISA, por sus siglas en inglés), de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), es una encuesta trienal de alumnos de 15 años que evalúa los conocimientos y habilidades esenciales para la participación plena en la sociedad, y se enfoca en las áreas escolares de lectura, matemáticas y ciencias, si bien considera también las competencias de los alumnos en un dominio innovador y el bienestar de los estudiantes. El PISA 2018 señala que en México sólo el 1% de los estudiantes obtuvo un desempeño en los niveles de competencia más altos (nivel 5 o 6) en al menos un área, en tanto que el promedio OCDE fue de 16%, y el 35% de los estudiantes no obtuvo un nivel mínimo de competencia (Nivel 2) en las 3 áreas, mientras que el promedio OCDE fue de 13%. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), *Programa para la Evaluación Internacional de Alumnos (PISA). PISA 2018-Resultados*, pp. 3-5 *https://www.oecd.org/pisa/publications/PISA2018_CN_MEX _Spanish.pdf*

pueden encontrar una salida a situaciones difíciles (promedio OCDE: 84%); no obstante esta actitud positiva, sólo el 45% de los estudiantes tiene una mentalidad de crecimiento.[227]

De manera complementaria a los resultados de PISA 2018, en cuanto a la influencia de los factores socioeconómicos en el rendimiento escolar, la OCDE en ¿Cómo va la vida en México?, 2020, expone información acerca del bienestar actual de México y destaca que de los países que integran la OCDE, México ocupa el primer lugar en distribución inequitativa de la riqueza, desigualdad y el nivel de ingresos más bajos, aunado al hecho de que el porcentaje de empleados que trabajan más de 50 horas por semana es de 28.7%, mientras que el promedio OCDE es de 7%, es decir, no sólo presenta el nivel más bajo de ingresos, sino que además tiene muchos empleados que laboran largas jornadas de trabajo.

Asimismo, señala que los principales problemas que enfrenta el país son: la pobreza, la creciente inseguridad, efectos climáticos negativos y un escaso desarrollo de la educación y las habilidades; además, precisa el estudio que desde 1994, año en que México ingreso a la OCDE, a la fecha, los indicadores de empleo, ingresos promedio, salud, educación y satisfacción con la vida presentan avances mínimos en comparación los demás miembros,[228] lo cual en cuanto a la educación es comprensible, si consideramos que la educación forma parte de un todo, no existe aisladamente.

En otro estudio, *La educación es clave para construir una sociedad más resiliente,* la OCDE señala que la crisis derivada del COVID-19 puso de manifiesto las deficiencias y desigualdades de los sistemas educativos, pero que la educación es la clave para construir una sociedad más resiliente, por lo que es de suma importancia asignar los recursos económicos necesarios a la educación, además de fortalecerse las técnicas de la educación para que ésta sea más atractiva y se reduzca la deserción escolar.[229]

---

[227] *Ibídem*, pp. 6-7.

[228] El informe ¿Cómo va la vida en México?, 2020, se centra en el tema del bienestar de los mexicanos y su comparación con la OCDE, 2018, pp. 1-8 disponible. OCDE, *¿Cómo va la vida en México?,*, https://www.oecd.org/mexico/Better-Life-Initiative-country-note-Mexico-in-Spanish.pdf

[229] OCDE, La educación es clave para construir una sociedad más resiliente, *https://www.oecd.org/centrodemexico/medios/panoramadelaeducacion2020.htm*

Ahora bien, como ya se comentó el artículo 3º de la Constitución Política de los Estados Unidos regula el derecho a la educación, y como ley reglamentaria de este artículo se encuentra la Ley General de Educación,[230] misma que en su artículo 15 precisa los fines de la educación mexicana, consistentes en: contribuir al desarrollo integral y permanente de los educandos; promover el respeto de la dignidad humana; inculcar el enfoque de derechos humanos y de igualdad sustantiva; fomentar el amor a la patria, el aprecio por sus culturas, el conocimiento de su historia y el compromiso con los valores; formar a los educandos en la cultura de la paz; promover la pluralidad étnica, cultural y lingüística de la nación sobre la base de equidad y respeto mutuo; inculcar el respeto por la naturaleza, el aprovechamiento de los recursos naturales, el desarrollo sostenible y la resiliencia frente al cambio climático; fomentar la honestidad y los valores, etc., por lo que dichos fines son congruentes con la educación que se pretende lograr conforme al artículo 3º constitucional.

Así, la educación es un asunto complejo, y si bien inicia en la familia, es complementada con la formación en una institución educativa con la finalidad de obtener resultados favorables para su participación como ciudadanos, como persona humanas y con buenos resultados para la sociedad, además de contribuir a la conservación, crecimiento y continuidad de la cultura, ya que la riqueza de la vida en sociedad se mantiene mediante la defensa de los bienes que la sustentan, donde resulta de gran importancia la actividad vital que es creada mediante selecciones, afinidades, manteniéndose mediante la creación, la reflexión, la imitación y el cumplimiento de roles específicos que la educación incentiva, para formar al individuo que la sociedad necesita,[231] por lo que desde esta perspectiva la educación desempeña una importante función social.

Es verdad que la educación es sumamente importante, de ahí que para esta investigación es relevante decir que la educación debe ocuparse del consumo, la educación para el consumo consiste en “adquirir competencias que le

[230] Ley General de Educación, Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 30 de septiembre del 2019, *http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGE_300919.pdf*
[231]Gutiérrez, Sanz, Ángel, “La función social de la educación”, *Publicación especializada en ideas políticas y sociales generadas en el pasado*, núm. 14, México, 2010, p. 15.

permitan usar y construir experiencias axiológicas del acto de consumo",[232] la educación para el consumo debe de seguir lineamientos que permitan contribuir a formar consumidores responsables lo cual significa estar informado, así como conocer las consecuencia de los impactos de sus actos.

En efecto, entre las funciones de la educación se encuentra el mejoramiento de la sociedad, la familia y los individuos, ya que pretende hacer a las personas más humanas, acogedoras, auténticas, libres, pacíficas y menos violentas.[233] Es necesario confiar en los buenos resultados que la educación podría lograr, enfocándose en el desarrollo integral del ser humano, específicamente en formar ciudadanos socialmente responsables, si bien es indudable que existen muchos desequilibrios sociales.

Un desequilibrio social sin duda es el problema del consumismo, en función de que muchas personas tienen hábitos consumistas, ya sea por la satisfacción de diversas necesidades o por lujos y comodidades que sobrepasan las necesidades vitales, en los cuales influye de manera determinante la publicidad, por lo que cobra relevancia la fracción II del artículo 1 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que prevé como principio en las relaciones de consumo "La educación y divulgación sobre el consumo adecuado de los productos y servicios, que garanticen la libertad para escoger…", lo que implica la constante motivación y reflexión en torno a este problema así a sus posibles alternativas de solución, y en este punto Cantera considera que:

> La publicidad nos bombardea. Nuestros hijos están literalmente obsesionados con el marquismo. Nuestro status depende más que de ninguna otra cosa, de los millones que nos haya costado el piso donde vivimos, de la marca de nuestro coche y del tiempo que haga que nos desprendimos del anterior, del lugar en que pasemos las vacaciones o de si tenemos los recursos económicos suficientes para enviar a estudiar a nuestros hijos a Estados Unidos o a cualquier país europeo.[234]

---

[232] Castillejo, J. l*., et. al*., "Educacion para el consumo", *Educacion XXI*, Mexico, núm. 35-58, 2011, pp, 39-42, *http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70618224002*

[233]Gutierrez, Sanz, Ángel*, op.cit.,* p. 17.

[234] Cantera, Desiderio, *Educación para el consumo*, CEAPA, Confederación Española de Asociaciones de Padres y Madres de Alumnos, p. 1, *http://cfcasturias.es/UserFiles/1/File/Guias%20y%20agendas/Educacion%20Consumidor%20Aula/Educaci%C3%B3n%20para%20el%20consumo.pdf*

De manera que en el consumismo asume gran importancia para el marquismo, mismo que consiste en la inclinación o tendencia hacia determinas marcas, lo cual es una representación de la idealización de compra impulsada por las marcas, si bien como ya se ha expuesto, en el consumismo existen muchos otros aspectos, entre los que destaca el ideal, de un estilo de vida, el cual cada sociedad ha establecido e identificado como símbolo de prosperidad, lo que ha impulsado a muchas personas a trabajar más para alcanzar lujos o estilos de vida más ostentosos, incluso se ha llegado a ignorar la salud para lograr cierta apariencia.

Se debe reconocer que el consumo y el consumismo comienzan en el hogar, muchos de los hábitos de consumo son aprendidos, es por ello que se debe educar a los niños con la libertad y la capacidad de elegir, de informarse y tomar decisiones, en general, todos debemos reflexionar y analizar nuestros deseos, anhelos y la posibilidad de responsabilizarnos por nuestra producción y nuestro consumo o consumismo.

La educación para el consumo a partir de las distintas reflexiones del consumismo, debe proponer y acrecentar una actitud crítica ante las prácticas de consumo, estimular el dominio personal y el autocontrol para poder adoptar decisiones adecuadas y lograr una mejor calidad de vida; por consiguiente, la educación para el consumo implica información, sensibilidad, capacidad de análisis crítico, así como velar por los valores que nos alejen de aquellos factores que ponen en peligro la supervivencia, por lo que evidentemente debe promover cambios positivos en la forma de pensar y conductas de las personas.

Saber que vivimos en una sociedad consumista, ya sea por necesidades o por despilfarro, nos obliga a pensar en diversas acciones para lograr un equilibrio, y para ello la educación para el consumo debe ofrecer mecanismos y estrategias para racionalizar el consumo y adaptarlo a la satisfacción de nuestras necesidades más esenciales y logar que éstas sean satisfechas con éxito.[235] Lo que nos permite satisfacer nuestras necesidades, se ejerce a través de una buena situación económica, que supuestamente es vista como una mejora a la calidad de

[235] *Ídem*.

vida de sus habitantes, indudablemente más enriquecedor es lograr un progreso de la población en cuanto a conocimiento y educación, éste si es un factor determinante para el desarrollo y crecimiento económico.[236]

Una de las tareas de vital importancia en el mundo actual es invertir en educación del consumo, lo cual consiste en formar a un ser humano con una actitud crítica ante el consumo, sustituyendo al consumismo por acciones más racionales y por el consumo ético responsable y solidario. En este punto es pertinente destacar que en el marco jurídico mexicano la Ley Federal de Protección al Consumidor,[237] asume gran importancia, en principio, tiene por objeto, conforme a su artículo 1, párrafo segundo "promover y proteger los derechos y cultura del consumidor y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores".

Además, el citado artículo 1 establece diversos principios en las relaciones de consumo, entre los que se encuentra: "II. La educación y divulgación sobre el consumo adecuado de los productos y servicios, que garanticen la libertad para escoger…", lo cual contribuye a la formación integral de los educandos y favorece la práctica de niveles altos de responsabilidad social, por lo que se prestaría especial atención al desarrollo de las facultades para adquirir conocimientos, desarrollar la capacidad de observación, análisis y reflexiones críticas, que nos permitiría cuestionar muchas acciones que nos están destruyendo y colaborar en el equilibrio entre las necesidades y deseos de la sociedad y sus impactos.

Así, en la planificación formativa por parte de instituciones educativas, administración pública, familia, asociaciones consumeristas, (organizaciones que establecen un movimiento a favor de los derechos de los consumidores.[238]), entre otras, pueden llevar a cabo las siguientes estrategias para fomentar la educación para el consumo:

1. Definir con rigor conceptos básicos de la educación para el consumo como: consumo, consumismo, consumerismo, mercado, etc.

---

[236] González, García, Juan, Navarro, Chávez, José Cesar, *op. cit.,* p. 133.
[237] Ley Federal de Protección al Consumidor, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 24 de diciembre de 1992, *http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/113_261219.pdf*
[238] Ramírez Pérez, Antonia*, Consumerismo y movimiento de los consumidores*, Reis, pp. 145-176, *https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/292155.pdf*

2. Dar a conocer los aspectos esenciales de la legislación sobre el consumo.
3. Denunciar los mecanismos de manipulación y advertir sobre los riegos de la publicidad engañosa.
4. Sensibilizar a los padres y madres sobre sus derechos como consumidores y usuarios, la necesidad de defenderlos y la importancia de denunciar las irregularidades
5. Tomar conciencia de que en la educación para el consumo han de implicarse administraciones públicas, familia, escuela y asociaciones, entre otras.
6. Diseñar estrategias para introducir actividades de educación para el consumo.
7. Apoyar como padres y madres las experiencias de educar para el consumo mediante actividades eminentemente prácticas como talleres y visitas.
8. Impulsar la organización de actividades que vinculen la educación para el consumo con las fiestas que se celebran: tales como navidad, año nuevo, entre otras.
9. Vincular la educación para el consumo a otros ejes transversales con los que se relaciona e interactúa, como un ejemplo la educación medioambiental.
10. Asumir individual y colectivamente que hemos de superar la denominada cultura del despilfarro e instaurarnos en una cultura de austeridad.
11. Potenciar el valor de la educación para el consumo para lograr un cambio de hábitos y actitudes que contribuyan a un desarrollo personal equilibrado.
12. Relacionar la educación para el consumo y los valores consumeristas a la calidad de vida y a la defensa de las condiciones medioambientales.[239]

[239] Cantera, Desiderio, *op. cit.,* p. 4.

Es necesario el compromiso de la educación para el consumo, más aún si se tiene presente que gran parte de nuestra economía se basa en la mercadotecnia, que estimula el impulso de compra, mismo que se traduce en un consumo desmedido, por lo que se debe fomentar la responsabilidad social de manera colectiva, de manera que al realizar la compra de un producto nos informemos cómo está elaborado y si es necesario, analicemos el impacto que se causa con ese consumo, atendamos en todo momento el bienestar propio, pero no por encima de los otros, sino a la par. Impulsar la educación de consumo requiere del apoyo social para obtener resultados mejores, mejores personas.

4.2 Cultura del consumo

La cultura ha sido analizada y definida de diversas maneras, para Barrera Luna la cultura "…es un sistema que sirve para relacionar a las comunidades humanas con sus entornos ecológicos" asumiendo que "el cambio cultural es ante todo un proceso de adaptación que se superpone a la selección natural".[240]

En una perspectiva simbólica, la cultura constituye un sistema y conjunto de símbolos y significados compartidos que buscan la riqueza de la realidad cotidiana de las gentes frente a mundos completamente ideacionales, de mitos como una pelea de gallos, funerales, comidas, entre otras actividades, donde la realidad y los actores representan ese mundo simbólico al que pertenecen mediante las acciones que responden a esos significados compartidos.[241]

El vocablo cultura procede de "*colare* referido al cultivo de campo", término creado en el periodo de la ilustración, donde se realzó el valor de la razón y se pretendió asignar un nombre al fenómeno cultural.

La cultura es ese complejo que comprende conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre en tanto miembro de una sociedad, donde se enuncia una

[240] Barrera, Luna, Raúl, "El concepto de cultura", *Revista de Historia y Ciencias Sociales,* México, núm. 343, 2013, pp. 3-14, *C:/Users/Propietario/Downloads/Dialnet-ElConceptoDeLaCultura-5173324.pdf*
[241] *Ídem*.

concepción de la cultura como herencia social, no genética del hombre, y hace referencia al concepto de civilización, por consiguiente, existe un contenido evolutivo en los cambios de las sociedades en el tránsito del salvajismo a la civilización.

Es así como la cultura está constituida por la producción simbólica escrita y visual, e históricamente este sector forma parte del patrimonio en el que se define y elabora lo propio de cada nación, en la cual la modernización ejemplifica lo cambiante dentro del significado de cultura como práctica, la modernización es la práctica humana e influye creando ideales y símbolos, así como interactuando en la formación social, dando atención a la dimensión simbólica, presente en todas las prácticas de los hombres, como lo es el consumismo.[242]

Ahora bien, la cultura tiene distintos significados y muchos de ellos precisan que la cultura hace referencia a las prácticas de cada sociedad, y por lo que se refiere a la cultura del consumo en particular, el consumo constituye una práctica que nos muestra cruces o hibridaciones interculturales, estos cruces son resultado en cierta parte de la globalización, que ha generado una nueva tensión entre lo tradicional y lo moderno, creando una significativa mezcla de prácticas. Conviene tener presente que las transformaciones culturales son difíciles de prever, ya que el perfil es menos preciso, entramos en contacto con todo un mundo que es guiado por ideas distintas, que estimulan el consumismo y crean una vía de transmisión de ciertos parámetros de comportamiento sociales.[243]

La cultura del consumo y el crecimiento económico son cambiantes, los dos concluyen en prácticas sociales. El crecimiento económico puede influir en la cultura, ya que la situación económica de un país puede depender en gran medida de una sociedad de consumidores, del apego a una clase de vida determinada, de los grandes ideales que trae consigo la modernidad, donde el trabajo funciona como herramienta para sobrevivir, por lo que las transformaciones que surgen del crecimiento económico moldeando la cultura de consumo.

---

[242]García, Canclini, Néstor*, Cultura y pos política, México,* Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Mexico,1995*,* pp.23-27.
[243]Bauman, Zigmunt, *op. cit*., p.145.

En México en particular, la Ley Federal de Protección al Consumidor hace referencia a la cultura del consumo en su artículo 8 Bis, en los siguientes términos:

> La Procuraduría deberá fomentar permanentemente una cultura de consumo responsable e inteligente, entendido como aquel que implica un consumo consciente, informado, crítico, saludable, sustentable, solidario y activo, a fin de que los consumidores estén en la posibilidad de realizar una buena toma de decisiones, suficientemente informada, respecto del consumo de bienes y servicios, los efectos de sus actos de consumo, y los derechos que los asisten.
>
> Para este propósito, elaborará contenidos y materiales educativos en esta materia a fin de ponerlos a disposición del público por los medios a su alcance, incluyendo su distribución en los establecimientos de los proveedores, previo acuerdo con éstos. También presentará sus contenidos educativos a la autoridad federal competente a fin de que los incorpore a los programas oficiales correspondientes en términos de las disposiciones aplicables…

Este precepto asigna el fomento de la cultura de consumo a la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), organismo descentralizado de servicio social con personalidad jurídica y patrimonio propio, que tiene funciones de autoridad administrativa, así como la promoción y protección de los derechos e intereses del consumidor; asimismo, cumple una actividad de trascendencia en la citada cultura de consumo al elaborar contenidos y materiales educativos, que hace llegar al público a través de la Revista del Consumidor, que cuenta con más de 40 años de circulación en puestos de periódicos y locales cerrados de todo el país, misma que aborda temas actuales de consumo, resultados de estudios de calidad, de precios y temas de los derechos de los consumidores, y que en los últimos años ha intentado tener mayor difusión, ya que se presenta en forma impresa y digital, además de contar con un canal en YouTube.[244]

También de relevancia para el tema de estudio es el artículo 24, que complementa el artículo 8 Bis, y asigna a la PROFECO diversas atribuciones, entre las que se encuentran:

[244] Procuraduría Federal del Consumidor. *Revista del Consumidor,* Revista del Consumidor | Procuraduría Federal del Consumidor | Gobierno | *gob.mx (www.gob.mx)*

V. Formular y realizar programas de educación para el consumo, así como de difusión y orientación respecto de las materias a que se refiere esta ley;

VIII. Promover y realizar directamente, en su caso, programas educativos y de capacitación en las materias a que se refiere esta ley y prestar asesoría a consumidores y proveedores.

Estas atribuciones de la PROFECO le permiten desempeñar un papel decisivo en la educación para el consumo, que ambiciosamente nos llevaría a mejores prácticas, teniendo presente que actualmente la cultura de consumo en México y en el orbe cambia constantemente y permite experimentar sensaciones placenteras y experiencias que este nuevo mundo nos ofrece, además de presentar un escenario diferente a las normativas legales, económicas, sociales y culturales que plantean límites y diferentes condiciones de vida.

Se podría pensar que la economía global crea cambios en las culturas de consumo de los países y que los modelos extranjeros se han constituido como referentes importantes, particularmente los de las potencias económicas, que funcionan como precursores del consumo, ya sea por el marquismo, la publicidad o los bajos precios de sus productos, todo lo cual incrementa, en el caso de México, las importaciones de Estados Unidos de Norte América y China principalmente.

Las practicas del consumo ilimitado plantaron la idea del hiperconsumo, representando el avance al consumo excesivo. Actualmente muchas instituciones están formateadas para funcionar como practicas del consumo descontrolado. El consumo conquista áreas tan diversas como el deporte, la sexualidad, la educación, la cultura y el deporte, entre otros.

La cultura del consumo contempla una infinidad de actividades sociales, por ejemplo, una práctica tan común en las ciudades es “ir de compras” es un nuevo entretenimiento que consiste generalmente en asistir a los grandes centros comerciales, los cuales combinan la venta común y la exposición de diferentes productos (ropa, calzado, joyería, hogar y decoración, deportes, librerías, farmacias), servicios (bancos, inmobiliarias, casas de cambio, agencias de viaje),entretenimiento y espectáculos (cines, juegos electrónicos, actuaciones de

grupos de teatro o musicales) que están cambiado o ya han cambiado el funcionamiento de muchas ciudades y los hábitos sociales, culturales y mentales de la gente.

De esta forma la cultura de consumo se ha relacionado con todos los aspectos de la vida, en tanto interactúa de manera directa con los sistemas de consumo inmoderado creando modificaciones en los hábitos y la cultura, por lo que impulsa patrones de consumo no sustentable. En términos de Lipovetsky, se ha fomentado la necesidad irresistible de consumir y a la vez se han creado distintos sistemas de compra, el mundo ya está formado, educado, adaptado al consumo ilimitado.[245]

Ante lo anterior cobra relevancia el consumo sustentable que constituye un principio del derecho del consumidor, el cual pretende combatir o atenuar las consecuencias negativas del consumo no responsable en general, entre las que destacan el medio ambiente y la obsolescencia programada de los productos,[246] además de generar prácticas de información.

Así, apoyado en el fortalecimiento del sistema educativo como condición necesaria para generar una cultura de consumo es ineludible, ya que ésta aportaría beneficios personales y colectivos, además de influir positivamente en el desarrollo socioeconómico, en función de que a través de la educación se pueden promover patrones de desarrollo que generen tendencias distributivas favorables para todos,[247] lo que se traduciría en mejores condiciones de vida en general.

4.3 Producción-Consumo Responsable

Hablar de producción-consumo responsable es reiterar la necesidad de medir nuestros impactos, esto quiere decir plantear el problema dela producción no

[245] Lipovetsky, Gilles, *La felicidad paradójica*, Barcelona, Anagrama, 2007, pp.121-387.
[246] Bianchi, Lorena Vanina, *op. cit*., pp. 277-310.
[247] Casares Ávila, Laura, Casares Muñoz, Jorge, et. al., "Análisis y prospectiva Histórica pedagógica de la Educación para el Consumo en el sistema educativo español*", EA, Escuela Alerta*, núm. 20, 2017, pp. 63-79, *https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6346218.pdf*

responsable y del hiperconsumo o consumismo de las sociedades desarrolladas o en vías de desarrollo, como lo es México.

Toda actividad estrictamente económica se desarrolla en una red de instituciones, practicas, costumbres, creencias y actitudes sociales, [248] que constituye un aspecto cultural y se manifiesta en el binomio producción-consumo, mismo que incide en el crecimiento económico, el cual se encuentra sujeto a una importante influencia global que ha traído cambios al mercado, a la económica individual, a la producción y al consumo, derivando este último en consumismo, por lo que resulta de suma importancia estructurar un sistema de producción responsable así como una sociedad que consuma responsablemente.

Habría que decir también que, en México la Procuraduría Federal del Consumidor, como ya se ha señalado con anterioridad, es la "encargada de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica entre proveedores y consumidores" conforme al artículo 20 de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), y establece entre sus atribuciones las siguientes:

> Artículo 24. La procuraduría tiene las siguientes atribuciones:
>
> I. Promover y proteger los derechos del consumidor, así como aplicar las medidas necesarias para propiciar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores;
>
> IV. Recopilar, elaborar, procesar y divulgar información objetiva para facilitar al consumidor un mejor conocimiento de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado…;
>
> V. Formular y realizar programas de educación para el consumo, así como de difusión y orientación respecto de las materias a que se refiere esta ley;
>
> VI. Orientar a la industria y al comercio respecto de las necesidades y problemas de los consumidores;
>
> VII. Realizar y apoyar análisis, estudios e investigaciones en materia de protección al consumidor;

[248]Bauer, Arnold J., *Somos lo que compramos*, México, Taurus, 2002, p. 317.

VIII. Promover y realizar directamente, en su caso, programas educativos y de capacitación en las materias a que se refiere esta ley y prestar asesoría a consumidores y proveedores;

IX. Promover nuevos o mejores sistemas y mecanismos que faciliten a los consumidores el acceso a bienes y servicios en mejores condiciones de mercado;

IX bis. Promover en coordinación con la Secretaría la formulación, difusión y uso de códigos de ética, por parte de proveedores, que incorporen los principios previstos por esta Ley respecto de las transacciones que celebren con consumidores a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología;

IX Ter. Promover la coordinación entre las autoridades federales, estatales y municipales que corresponda, a fin de asegurar la protección efectiva al consumidor en contra de la información o publicidad engañosa o abusiva;

XXIII. Publicar, a través de cualquier medio, los productos y servicios que con motivo de sus verificaciones y los demás procedimientos previstos por la Ley sean detectados como riesgosos o en incumplimiento a las disposiciones jurídicas aplicables; emitir alertas dirigidas a los consumidores y dar a conocer las de otras autoridades o agencias sobre productos o prácticas en el abastecimiento de bienes, productos o servicios, defectuosos, dañinos o que pongan en riesgo la vida, la salud o la seguridad del consumidor…

XXIV. Retirar del mercado los bienes o productos, cuando se haya determinado fehacientemente por la autoridad competente, que ponen en riesgo la vida o la salud del consumidor, cuando los proveedores hayan informado previamente que sus productos ponen en riesgo la vida o la salud de los consumidores y, en su caso, ordenar la destrucción de los mismos, a fin de evitar que sean comercializados;

Las atribuciones de la PROFECO son de especial interés en materia de investigación y difusión de información destinada al consumidor para la adquisición de bienes y servicios, así como en la educación para el consumo por los programas educativos y las actividades de capacitación que debe implementar; asimismo, puede ser un apoyo para la producción al orientar a la industria y al comercio respecto a las necesidades de los consumidores.

La formulación y uso de códigos de ética destinados a los proveedores para la realización de sus transacciones con los consumidores elaborados por la PROFECO promueve mejores prácticas y fortalece la relación producción-consumo. Es conveniente puntualizar que la Ley Federal de Protección al consumidor define al proveedor en su artículo 2, fracción II, como la “persona física o moral en términos del Código Civil Federal, que habitual o periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos y servicios”

Otra atribución relevante de la PROFECO es la protección al consumidor contra la información o publicidad engañosa o abusiva, misma que el artículo 32, párrafo segundo de la LFPC define como “aquella que refiere características o información relacionadas con algún bien, producto o servicio que pudiendo o no ser verdaderas, inducen a error o confusión al consumidor por la forma inexacta, falsa, exagerada, parcial, artificiosa o tendenciosa en que se presenta”, ya que conforme a este mismo precepto, “La información o publicidad relativa a bienes, productos o servicios que se difundan por cualquier medio o forma, deberán ser veraces, comprobables, claros y exentos de textos, diálogos, sonidos, imágenes, marcas, denominaciones de origen y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión por engañosas o abusivas”.

De manera similar, la publicación de sus verificaciones en productos y servicios que resulten riesgosas o incumplan con la normatividad es de gran importancia, ya que además de proteger la salud de los consumidores, constituye un medio que obliga o induce a los proveedores a cuidar la calidad de sus productos y a cumplir con las disposiciones jurídicas. Más aún, la PROFECO puede retirar del mercado los productos o servicios que pongan en riesgo la vida o la salud, lo que implica una investigación permanente de los productos y servicios que se ofrecen en el mercado.

Relacionado con lo anterior, en 2019 la PROFECO llevó a cabo la investigación de diversos productos, entre ellos investigaciones sobre el atún que nos llevaba a resultados, uno de ellos es que contenía grandes cantidades de soya, lo cual no estaba especificado; otro de los productos era el agua alcalina, 19

marcas no proporcionaban beneficios adicionales a los que da el líquido;[249] entre otros productos se encontraba la carne para hamburguesas, tanto de pollo como de res, donde,13 marcas no detallaban en su información que contenían soya, pellejos o piel de pollo o de cerdo, por lo que vendían los productos con información engañosa.[250]

En 2020, los estudios de la PROFECO fueron relativos a las bebidas con sábila o agua endulzada, que recientemente han logrado popularidad por su publicidad de contener sábila y ofrecer promesas para la salud, mostraron que varias marcas conocidas sólo contienen entre el 3% y el 5% del total de contenido del producto, algunas contienen un 1% y otras no contienen.[251]

Otro producto investigado por la PROFECO en 2020 fue la salchicha, cuyo consumo es muy popular, y los estudios de calidad, que consideran en gran parte una norma de 1984, la cual ordena que para deberá contener un minimo de 60% de carne y grasas de la especie que determine la carne, ysi es una mezcla de dos especies, deberá contener mayormente la primer carne mencionada, lo cual varias marcas no cumplieron, además, la mayoría de las marcas presentaronun alto contenido de agua, almidón, sodio y conservadores.[252]

Es indudable la gran responsabilidad de la PROFECO en la producción y consumo responsable, ya que son de suma importancia las investigaciones que realiza en cuanto al contenido de alimentos y otros productos, y la información que presentan en sus etiquetas y publicidad, así como el daño que ciertos productos pueden causar en el aspecto patrimonial, ambiental, social y en la salud.

En México el artículo 4º constitucional prevé que toda persona tiene derecho a la protección de la salud, la alimentación nutritiva, suficiente y de calidad, un ambiente sano, el acceso a la cultura y el ejercicio de los derechos

[249] PROFECO, “Agua alcalina”, *Revista del consumidor*, 2019, pp. 42-49.
[250] Saldaña Ivett, “Profeco denuncia 10 engaños alimenticios”, *El universal*, 10 enero del 2020, *https://www.eluniversal.com.mx/cartera/profeco-denuncia-10-enganos-alimenticios*
[251] PROFECO, “Bebidas con sábila o agua endulzada”, Revista el consumidor, 2020, 21-28, *https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/538781/ESTUDIO_CALIDAD_BEBIDAS_CON_SABILA_.pdf*
[252] PROFECO, “Salchicha”, Revista el consumidor, 2020, pp. 29-44, *https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/569105/ESTUDIO_CALIDAD_SALCHICHAS_.pdf*

culturales, la cultura física y práctica del deporte, entre otros derechos, todos ellos de decisiva importancia en el desarrollo integral de los individuos.

Como ley reglamentaria del derecho a la protección de la salud se encuentra la Ley General de Salud (LGS),[253] que en su artículo 1º Bis establece una definición amplia de la salud al enunciar: "Se entiende por salud como un estado completo de bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades".

Esta Ley establece la promoción de la salud, que tiene por objeto"… crear, conservar y mejorar las condiciones deseables de salud para toda la población y propiciar en el individuo las actitudes, valores y conductas adecuadas para motivar su participación en beneficio de la salud individual y colectiva" (artículo 110, LGS), y que comprende: educación para la salud; alimentación nutritiva, actividad física y nutrición; control de los efectos nocivos del ambiente en la salud; salud ocupacional y fomento sanitario, constituyendo cada uno de estos aspectos factores importantes para la colectividad.

En efecto, la educación para la salud pretende: fomentar en la población el desarrollo de actitudes y conductas para la prevención de enfermedades y accidentes; brindar a la población los conocimientos sobre las causas de las enfermedades y de los daños provocados por el ambiente; orientar a la población en materia de nutrición, alimentación nutritiva, salud mental, etc. (artículo 112, LGS). Asimismo, la Secretaría de Salud, en coordinación con la Secretaría de Educación Pública, los gobiernos de las entidades federativas y otras dependencias desarrollará programas de: educación para la salud; nutrición, para reducir la malnutrición y promover el consumo de alimentos adecuados a las necesidades nutricionales de la población.

De gran importancia para el tema de estudio es el control sanitario, que consiste en una serie de acciones de orientación, educación muestreo y verificación por parte de la Secretaría de Salud, con la participación de productores, comercializadores y consumidores, siendo aplicable dicho control

[253] Ley General de Salud, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 7 de febrero de 1984, *http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/142_070121.pdf*

sanitario al proceso, importación y exportación de alimentos, bebidas no alcohólicas, bebidas alcohólicas, productos cosméticos, productos de aseo, etc.

Por lo que se refiere al proceso, el artículo 197 de la LGS lo define como el "conjunto de actividades relativas a la obtención, elaboración, fabricación, preparación, conservación, mezclado, acondicionamiento, envasado, manipulación, transporte, distribución, almacenamiento y expendio o suministro al público de los productos…", y de particular importancia es el artículo 212, que fue reformado en 2019 para quedar en los siguientes términos:

> La naturaleza del producto, la fórmula, la composición, calidad, denominación distintiva o marca, denominación genérica y específica, información de las etiquetas y contra etiquetas, deberán corresponder a las especificaciones establecidas por la Secretaría de Salud, de conformidad con las disposiciones aplicables, y responderán exactamente a la naturaleza del producto que se consume, sin modificarse; para tal efecto se observará lo señalado en la fracción VI del artículo 115.
>
> Las etiquetas o contra etiquetas para los alimentos y bebidas no alcohólicas, deberán incluir información nutrimental de fácil comprensión, veraz, directa, sencilla y visible.
>
> Además de lo dispuesto en el párrafo anterior, el etiquetado frontal de advertencia deberá hacerse en forma separada e independiente a la declaración de ingredientes e información nutrimental, para indicar los productos que excedan los límites máximos de contenido energético, azúcares añadidos, grasas saturadas, sodio y los demás nutrimentos críticos e ingredientes que establezcan las disposiciones normativas competentes…

Este último párrafo ha sido muy benéfico, en el sentido de que los productos al señalar en la parte frontal los excedentes de los límites de azúcares añadidos, grasas saturadas, etc. permiten al consumidor tener una mayor claridad del producto que pretende adquirir, incluso, identificar productos que consideraba muy saludables y que en realidad no lo son.

Actualmente se han realizado las reformas de 2019 al artículo 2012 de la LGS, las cuales fueron acompañadas con la "Modificación a la norma oficial mexicana NOM-051-SCFI/SSA1-2010, las cuales fueron realizadas para señalar

especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas pre envasados-información comercial y sanitaria", de 2020, la cual establece los requisitos del etiquetado frontal y leyendas de productos y bebidas no alcohólicas, estas acciones puntualizan la responsabilidad del Gobierno Federal de procurar las medidas necesarias para garantizar que los productos que se comercialicen en territorio nacional contengan los requisitos necesarios que garanticen la información comercial para la protección del consumidor.[254]

Esta nueva modalidad de la presentación de los productos establece una nueva forma de información comercial y sanitaria, determina la información en un etiquetado frontal, el cual debe advertir de forma clara y veraz sobre el contenido de nutrimentos críticos e ingredientes que representan riesgos para su salud en un consumo excesivo. Esta norma representa una obligación para responsabilizarse por los efectos en la salud de los consumidores, por parte de aquellos que los producen, es también una medida informativa de prevención que funciona para realizar un consumo informando en base al grado de peligro que representa para la salud, lo cual podría generar menos demanda de productos dañinos, esto indudablemente contribuye a la salud y nutrición de los consumidores, a mejorar la calidad de vida desde edades tempranas y a desalentar el consumismo.

Relacionado con lo anterior y en el ámbito de las entidades federativas, es de destacarse que Oaxaca adicionó a la Ley de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes del Estado de Oaxaca,[255] el artículo 20 Bis, para ordenar lo siguiente:

> Artículo 20 Bis. Para la eliminación de formas de malnutrición de niñas, niños y adolescentes, se prohíben las siguientes actividades:
>
> I. La distribución, venta, regalo y suministro a menores de edad, de bebidas azucaradas y alimentos envasados de alto contenido calórico en el Estado;

---

[254] Secretaría de Economía, *Modificación a la Norma Oficial Mexicana NOM-051-SCFI/SSA1-2010*, publicada en el Diario Oficial de la federación el 27 de marzo de 2020, https://www.dof.gob.mx/2020/SEECO/NOM_051.pdf

[255] Ley de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes del Estado de Oaxaca, *http://docs64.congresooaxaca.gob.mx/documents/legislacion_estatals/Ley+de+los+Derechos++de+las+Ni%C3%B1as%2C+Ni%C3%B1os+y+Adolescentes+(Ref+dto+1672+LXIV+Legis+2+sep+2020+PO+40+6a+secc+3+oct+2020).pdf*

> II. La distribución, venta, regalo y suministro de bebidas azucaradas y alimentos envasados de alto contenido calórico en instituciones educativas públicas y privadas de educación básica y media superior, y
>
> III. La venta, distribución o exhibición de cualquiera de esos productos a través de distribuidores automáticos o máquinas expendedoras en instituciones educativas públicas y privadas de educación básica y media superior.
>
> Las bebidas y alimentos de alto contenido calórico señalados en las fracciones anteriores, serán aquellos que excedan los límites máximos de azúcares, grasas saturadas, grasas trans y sodio añadidos, conforme a la Norma Oficial Mexicana correspondiente.

Este artículo protege a los menores de edad al adoptar medidas preventivas y de combate a los malos hábitos de alimentación y a las enfermedades derivadas de la comida chatarra y bebidas azucaradas, además de contribuir a la reflexión y concientización de las acciones consumistas.

Es necesario tener presente que la manera de comer se enseña principalmente en casa, ya que la alimentación va más allá del acto de satisfacer una necesidad fisiológica, en función de que tiene una dimensión simbólica que determina en gran parte los hábitos y las costumbres transmitidas de una generación a otra, y que no sólo indica qué comer, sino cuándo y cómo, en otras palabras, es la enseñanza de la generación de más edad a la de menos edad, particularmente a los niños, que dependen de los adultos, mismos que tienen la responsabilidad de elegir una alimentación sana y eliminar alimentos con altas calorías y poco nutritivos, deben adoptar patrones sanos de consumo de alimentos, lo cual en la actualidad es un gran reto, debido a que el cambio en los hábitos de consumo obedece a la urbanización, a los empleos lejos de casa, al mayor acceso a la información y la publicidad eficaz.[256]

Ahora bien, es importante puntualizar que las disposiciones en el ámbito nacional tanto de la Ley Federal de Protección al Consumidor como de la Ley General de Salud tienden al logro de una producción y consumo responsables en

[256] Procuraduría Federal del Consumidor, *Alimentos chatarra*, https://www.gob.mx/profeco/documentos/alimentos-chatarra?state=published

la sociedad, ambas finalmente son prácticas sociales, por lo cual repercuten más o menos en la sociedad, de ahí la necesidad de que los productores sean conscientes de las repercusiones de sus productos y los consumidores de las consecuencias de sus acciones, no sólo en el momento de realizar una compra, sino también en lo que sucederá con el uso y desechamiento de los productos.

Se necesita evidentemente la búsqueda de nuevas formas de producción apegadas a la educación responsable, que también provean de conocimientos al consumidor para el ejercicio de nuevas formas de consumo, donde se consideren instrumentos como la huella ecológica.

Existen formas de reducir los impactos que la producción y el consumo pueden producir, como es el de mitigar o minimizar el problema de la obsolescencia de los productos, para lo cual se sugieren las siguientes alternativas:

- Comprar y almacenar suficiente cantidad de componentes que puedan quedar obsoletos en el futuro.
- Crear productos usando programas informáticos libres, el modularidad y la estandarización.
- Usar materiales múltiples.
- Fijar una ruta de la tecnología de producción que se va a usar.
- Usar el Big Data en la supervisión para el control y la estimación.
- Planificar la gestión de la obsolescencia a través de documentos e informes.[257]

El problema de la obsolescencia de los productos debe ser considerado también por el consumidor, y en este aspecto la información de las características de los productos constituye una buena herramienta, por lo cual los productores deben cumplir con su obligación de informar adecuadamente, precisando la "etiqueta del ciclo de vida del producto, así como sus condiciones y efectos. El etiquetado sobre la duración de vida o el número estimado de utilizaciones de un producto, puede ser una herramienta útil para abordar y prevenir la compra y

[257]Yang, Zhoupeng, *op. cit.,* pp. 24-25.

disminuir la obsolescencia programada,"[258] lo que permitiría también hacer mejores elecciones de los productos en términos de calidad y salud.

Es decir, frecuentemente nos hemos alimentado de productos que a la larga podrían ser nocivos para la salud por su alto contenido en químicos, lo cual no precisamente es especificado, los productores han eliminado la información sobre sus efectos, como es caso de la industria de las semillas con las que ahora nos alimentamos. A mediados del siglo XX Estados Unidos dio el primer paso para impulsar el desarrollo de la agricultura industrial, entregando a un puñado de corporaciones el control de la agricultura,[259] se impuso un modelo de agricultura industrializada basada en monocultivos, en la utilización de maquinaria pesada, en la aplicación intensiva de agroquímicos y en la concentración de la tierra, además de la modificación genética de las semillas, lo que constituyó el inicio de uno de los experimentos biológicos más riesgosos que la humanidad haya podido realizar, y que indudablemente la pone en peligro.

El sector de la agricultura está íntimamente relacionado con la industria cárnica y con el sector agroalimentario, que impactan la economía política de los sistemas alimentarios y afecta a los campesinos, a los trabajadores de la cadena alimentaria, a los consumidores, a las comunidades.[260]

La producción frente al consumo requiere, de manera importante, la responsabilidad de guiarnos con políticas nacionales e internacionales que establezcan regulaciones adecuadas y al mismo tiempo organismos de vigilancia, como la Organización para las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), que vigilen e implementen acciones, por ejemplo, dividir las industrias o compañías de distintos sectores, en donde las compañías de insumos no funcionen como una misma cadena de los mismos dueños, los cuales impulsen ideas negativas para la salud,[261] ya que el poder de las industrias han generado en la sociedad una dependencia hacia ellas para cualquier cosa que se intente hacer; por consiguiente, es importante reconocer el amplio mundo que existe entre

[258] Bianchi, Lorena Vanina, *op. cit*., pp. 277-310.
[259] Colectivo de Semillas en América, *op. cit*., p. 2.
[260] ETC, IPES FOOD, op. cit., p. 5.
[261] *Ibídem*, p. 34.

la producción y el consumo, no pueden ser visualizados independientemente, ni tampoco sus efectos en el entorno ambiental y socioeconómico.

4.5 La formación de ciudadanos socialmente responsables, ejerciendo el consumo responsable en el Estado mexicano

La crisis de la vida en el planeta plantea muchos retos para la responsabilidad social, entre los que se encuentra formar ciudadanos que puedan enfrentar esta crisis, pero, además, crear un sistema y una educación de prevención.

Las distintas interacciones marcadas por la globalización, los cambios en la ciencia, la tecnología y la sociedad plantean cambios en la educación, la cual debe prestar particular atención a la dimensión ética con la finalidad de que los estudiantes asuman valores y principios que coadyuven a su desarrollo integral como personas y al bienestar de todos.[262] Es preciso para los agentes activos en el sistema educativo formarse con valores éticos, para que de forma paralela puedan ser facilitadores y formar alumnos con estos mismos aprendizajes, resultando indispensable que en la elaboración de los contenidos contemplen actitudes y valores como: el sentimiento de solidaridad y justicia; el respeto a los demás; el sentido de responsabilidad; la estima del trabajo humano y de sus frutos; las actitudes y valores concernientes a los derechos fundamentales; la defensa de la paz; la conservación del entorno; la identidad y la dignidad culturales de los pueblos; otros valores sociales y éticos llamados a suscitar entre los jóvenes una visión amplia del mundo.[263]

La legislación mexicana incorpora en la Constitución Política una serie de valores, y de manera similar la Ley General de Educación los contempla en diversos artículos, como el 29, penúltimo párrafo, que enuncia:

---

[262]Hirijoyen, Maria Amelia, "La educación para la responsabilidad, cuestiones a considerar en las aulas", *Una aproximación desde la ética del discurso*, Argentina, CONICET, p. 2, *http://www.ehu.eus/ikastorratza/9_alea/etica4.pdf*

[263] Pereira de Gómez, María Nieves, *Educación personalizada,* 5ª ed., México, Trillas, 1996, pp. 26-27.

> Artículo 29 … Los programas de estudio…podrán incluir orientaciones didácticas y actividades con base a enfoques y métodos que correspondan a las áreas de conocimiento, así como metodologías que fomenten el aprendizaje colaborativo, entre los que se contemple una enseñanza que permita utilizar la recreación y el movimiento corporal como base para mejorar el aprendizaje y obtener un mejor aprovechamiento académico, además de la activación física, la práctica del deporte y la educación física de manera diaria…

Así como el artículo 30, relativo a los contenidos de los planes y programas de estudio, que incorpora de manera relevante los valores.

En realidad, el proceso educativo debe incluir una gama de valores: intelectuales, físicos, estéticos, éticos, libertad y afectivo-sociales, mismos que a su vez hacen referencia a otros valores, por ejemplo, los valores afectivo-sociales comprenden los valores de: sentido de pertenencia a una comunidad familiar y social; conciencia del otro; solidaridad, fraternidad y servicio; democracia; nacionalismo; desarrollo ecológico y ciudadanía. Este último valor, el de ciudadanía, promueve actitudes como: cumplimiento de las pautas sociales; respeto y utilización correcta de los lugares y vías públicos; prontitud y eficacia en el trabajo; realizar tareas con responsabilidad respecto de los demás; ejercicio y respeto de los derechos y deberes del ciudadano; respeto y valoración de las diferencias individuales y de grupo, además, formar criterio para saber qué tiene que comprar y qué no debe de comprar por tratarse de necesidades superfluas.[264]

Es pertinente puntualizar respecto a lo anterior, que los valores se presentan como un fin, y la actitud como la disposición interior que se manifiesta en un comportamiento para lograr dicho fin o valor, de tal manera que a cada uno de los valores les corresponden diversas actitudes. Otro ejemplo, el desarrollo ecológico, este hace referencia a actitudes como: conocer el entorno natural y social, cuidándolo, respetándolo y preservándolo; valora y reconoce la aportación de los seres vivos en el equilibrio ecológico; usa racionalmente los recursos naturales y muestra interés por los problemas de la escasez de recursos no

[264] *ibidem*, pp. 118-125.

renovables.[265] A su vez, cada actitud requiere de situaciones didácticas, por ejemplo, para la actitud conoce su entorno natural y social, cuidándolo, respetándolo y preservándolo, se pueden realizar situaciones didácticas como: actividades de investigación y descubrimiento, puestas en común para comentar en grupo la información recopilada, sesiones de discusión, planteamiento de problemas y resolución de los mismos, enriquecimiento del entorno para que los alumnos interactúen con él, entre otras.

Es de primordial importancia para el desarrollo sostenible desde la conciliación de los principios del desarrollo sostenible con los objetivos del crecimiento económico, donde se incluyen tres componentes a) medio ambiente, b) sociedad, c) economía, en función de que resulta básico estudiar de manera integral el proceso económico y la calidad de vida en un proceso de economía sostenible

Entender la importancia del medio ambiente dentro de la economía de un país,[266] es esencial, ya que las consideraciones ambientales son un factor clave para el desarrollo económico y el ejercicio del compromiso de la comunidad para garantizar su cuidado.

De manera que la responsabilidad social es para todos y es imprescindible considerarla en los programas de estudio, con la finalidad de habilitarnos para ser cada vez más responsables y gestionar los impactos de nuestros actos. La responsabilidad existe siempre ante algo o ante alguien, a causa de esto es importante decir que la responsabilidad social es vivida por cada una de las personas de modo singular e intransferible, ya que depende de las distintas circunstancias vividas, de factores y situaciones.[267] Aunque la responsabilidad sea vivida de distinta forma en cada persona, está envuelta de principios generales, los cuales mantienen el equilibrio de las acciones de cada uno.

Evaluar nuestros actos sobre la base de sus consecuencias personales y en la sociedad, es tomar en cuenta los pros y los contras de las decisiones

[265]Ibidem, p. 117.
[266]González, García, Juan*, et. al*., *op. cit.,* p. 59.
[267]Mestre, Alberto, "La ética de la responsabilidad Según Robert Spaemann". *Universitas. Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, núm. 10, 2008, p. 240, https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=476150829010

tomadas,[268] lo que remite a la importancia de la educación, a la necesidad de formar seres humanos interesados en establecer una sociedad sostenible, que no agote la base de los recursos al exceder la producción, evitando producir más contaminantes y sea responsable del impacto de sus decisiones.

De manera que la adquisición de productos sea el resultado de un ejercicio reflexivo, y en este sentido se podrían considerar los siguientes aspectos:

a) Una oferta vasta y diversificada de bienes y mensajes representativos de la variedad internacional de los mercados, de acceso fácil y equitativo para las mayorías, ya que el ofrecer una oferta vasta y diversificada en el consumo obliga a las empresas a mostrar mejores atributos y precios de sus productos, lo cual genera mejores opciones a la hora de comprar.

b) Información multidireccional y confiable acerca de la calidad de los productos, con el control efectivamente ejercido por parte de los consumidores y con capacidad para refutar las pretensiones y seducciones de la propaganda. Tener la habilidad de poder informarnos representa una opción de la cual debemos sacar provecho y mostrarnos comprometido con lo que consumimos y principalmente de las consecuencias.

c) Participación democrática de los principales sectores de la sociedad civil en las decisiones del orden material, simbólico, jurídico y político donde se organizan los consumos: desde la habilitación sanitaria de los alimentos hasta las concesiones de frecuencias radiales y televisivas, desde el juzgamiento de los especuladores que ocultan productos de primera necesidad hasta los que administran informaciones clave para tomar decisiones[269], lo cual requiere de la formación de ciudadanos con responsabilidad social.

La participación democrática representa una gran contribución para mejorar, para lograr beneficios de la vida común y para alcanzar los niveles de vida que se pretenden gozar. En otras palabras, la formación de ciudadanos socialmente responsables presupone la necesidad de alcanzar estándares educativos más eficientes, impulsar los principios de responsabilidad social, y asegurar el compromiso social.

[268]Mestre, Alberto, *op. cit*., p. 242.
[269] Carrillo Delgado, Ángel*, op. cit*., p.75.

CONCLUSIONES

La presente investigación centró su estudio en la determinación de las principales causas y consecuencias del consumismo, así como la manera en que la educación y el Derecho pueden contribuir a solucionar el problema del consumismo en México, por lo que en su desarrollo se corroboraron las hipótesis que precisan sus principales causas, como lo son: el incremento de utilidades por parte de los productores y prestadores de servicios, así como los patrones socioculturales que se han impuesto principalmente a través de los medios de comunicación; y sus consecuencias, que son primordialmente de índole económica, social, cultural, ambiental y de salud, destacando además el importante papel que desempeñan la educación, las instituciones y acciones gubernamentales, así como el Derecho para la disminución y solución de este problema, llegando finalmente a la elaboración de las siguientes conclusiones:

Primera. El consumo consiste en la satisfacción de un gran número de necesidades, principalmente las básicas, es decir, aquellas necesidades mayormente utilizadas para nuestra supervivencia, además de ciertas necesidades que la sociedad ha llegado a considerar como indispensables.

Segunda. El consumismo se refiere a la producción, compra, uso o consumo de más productos de los que necesitamos, lo cual es motivado por factores como los medios de comunicación, la publicidad y la moda, entre otros. El estudio del consumismo presupone el análisis de la constante relación entre la producción y el consumo, que en el marco de la globalización y el sistema capitalista neoliberal presenta significativos cambios.

El sistema capitalista neoliberal y la globalización han propiciado importantes transformaciones en la sociedad del siglo XXI, en las que han sido de gran importancia: los avances en la ciencia y la tecnología, la liberalización comercial, la apertura a la inversión extranjera, la política de privatización, etc. que han dado lugar a cambios económicos, sociales, políticos y culturales.

Tercera. Actualmente las empresas gozan de grandes ventajas para la producción y comercialización de sus productos, como consecuencia de los avances tecnológicos, negociaciones y tratados comerciales; sin embargo, muchas empresas han utilizado esas ventajas para vender productos que no ofrecen ningún beneficio a los consumidores o los venden sin las características con que los promocionan, además y principalmente de fomentar el consumismo en la sociedad, utilizando al efecto los medios de comunicación y distintos tipos de publicidad, logrando de esta forma introducir cambios negativos en los patrones socioculturales y de consumo, así como la afectación en el medio ambiente, para, obtener mayores ganancias.

Cuarta. El consumismo tiene efectos adversos en la salud física y psicológica de las personas, en las relaciones sociales, la conducta, la economía, el medio ambiente, etc., y para enfrentar este problema se requiere, entre otros aspectos, de una educación para el consumo y fomentar la responsabilidad social, que consiste en asumir el compromiso de aquellas acciones, omisiones, decisiones y fines que afectan directa o indirectamente al entorno social y medioambiental, así como contribuir a mejorar nuestro nivel de vida.

Quinta. La responsabilidad va a velar por los intereses sociales, de tal forma que se enfoca a que cada individuo y los sectores privado, público y social respondan por las consecuencias de sus actos, de manera que las acciones de la sociedad estén dirigidas a un compromiso solidario y a la calidad de las empresas en su ciclo de producción.

La responsabilidad social indudablemente incorpora las acciones de todos los actores sociales con la finalidad de manejar los impactos generados en la sociedad y en el planeta tierra, es necesario tener claro que la RS exige mucho compromiso, lo cual significa que quienes adquieren este compromiso desde luego adquieren responsabilidades.

Ser responsable es responder por nuestros actos ante otros que te responsabilizan, esto va más allá de la caridad o el compromiso, la RS es una obligación que requiere que practicas concretas, ya no puede ser una decisión opcional, la responsabilidad social debe funcionar de manera obligatoria.

Motivar a realizar acciones responsables y lograr una educación para el consumo requiere de un sistema educativo de calidad, una regulación jurídica adecuada, la intervención de instituciones públicas y privadas, así como la participación y concientización de la sociedad requiere de una corresponsabilidad.

Sexta. En México, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos regula en diversos artículos la responsabilidad social y los derechos a la educación, a una alimentación nutritiva, suficiente y de calidad, a la protección de la salud, a un medio ambiente sano, etc., contribuyendo a su eficacia diversas leyes reglamentarias, todo lo cual coadyuva a la solución del problema del consumismo.

El problema del consumismo en México ha impactado directamente en la salud, la alimentación, los patrones socioculturales, etc., lo que obliga a la implementación de acciones en diversos ámbitos. En la educación, es importante su fortalecimiento para cumplir con lo dispuesto por el artículo 3º constitucional, para lo cual es importante la formación apropiada de los docentes y su actualización permanente, para que con las metodologías y los recursos adecuados tengan mayores posibilidades de lograr una formación integral de los estudiantes, de tal forma que éstos orienten su consumo en base a la reflexión y a sus necesidades.

Es esencial para lograr lo anterior, que la responsabilidad social sea un eje transversal para que la Secretaría de Educación Pública trabaje en forma coordinada con la Secretaría de Salud para construir nuevos hábitos de consumo, fomentando practicas saludables y exponiendo las problemáticas que se enfrentan a causa de no hacerlo, haciendo particular énfasis en el consumo de alimentos, en función de que los malos hábitos alimenticios de la población han propiciado desnutrición y diversas enfermedades que han llegado a convertirse en problemas de salud a nivel nacional, lo que ha implicado destinar recursos para su tratamiento y la disminución del nivel de vida de muchas personas.

De manera similar, la Secretaría de Educación Pública y la Secretaría de Salud deben trabajar de manera conjunta con la Procuraduría Federal del Consumidor para implementar acciones y programas educativos, ya que esta

última debe fomentar una cultura de consumo responsable, para que las decisiones que adopten los consumidores sean informadas y las más convenientes, como lo ordena la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Septima. La PROFECO también atiende la relación producción consumo y combate la información engañosa, evitando que algunas empresas se beneficien de ella para incrementar sus ganancias; además, debe elaborar contenidos y materiales educativos, de los cuales no se sabe mucho en los medios de información, por lo que no se aprovechan correctamente, lo que evidencia en cierta forma la necesidad de fortalecer a esta institución.

Octava. Es necesaria una evaluación y reestructuración de estrategias educativas, de salud y gubernamentales, para cambiar nuestros hábitos de consumo, lo cual requiere cambiar patrones de consumo de alimentos, de formas de vestir, sociales y culturales, apoyados fundamentalmente en la educación.

Asimismo, los cambios en nuestro consumo requieren de la participación y acciones del gobierno e instituciones, que de forma equilibrada tomen decisiones para enfrentar a empresas sumamente poderosas y a medios de comunicación que nos condicionan a determinados patrones de vida. Es necesario llevar a cabo estrategias educativas eficientes, que aprovechen los espacios públicos y los medios de comunicación para informar del problema del consumismo y de formas más sanas de consumo, como programas educativos interesantes en la radio, la televisión e internet.

Las Secretarías de Educación Pública y de Salud, así como la Procuraduría Federal del Consumidor, entre otras, cuentan con disposiciones jurídicas de gran relevancia en materia de educación para el consumo, que indudablemente resultan benéficas para la sociedad mexicana, pero más aún si se cumplieran.

FUENTES DE INFORMACIÓN

BIBLIOGRÁFICAS

BAUER, ARNOLD J., *Somos lo que compramos*, México, Taurus, 2002.

BAUMAN, Zygmunt, *Vida de consumo*, trad. de Mirta Rosenberg, Jaime Arrambide, México, Fondo de Cultura Económica, 2007.

CASTILLEJO B. J., *Diccionario de las ciencias de la educación,* Santander, 1999.

CASTELLS, Manuel, *La cuestión urbana*, México, Siglo XXI, 1974.

COLL, César, *¿Qué es el constructivismo*? Buenos Aires, Magisterio Río de la Plata, 1997.

DELGADO DE CANTÚ, Gloria, *México: estructuras política, económica y soci*al, 2ª ed., México, Pearson Educación, 2003.

DELORS, Jacques, *La educación encierra un tesoro*. México, Dower, 1996.

DÍAZ, Elías, *Sociología y filosofía del derecho*, Madrid, Taurus, 1980.

DOUGLAS Mary, Isherwood Baron, *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo,* México, Grijalbo-CNCA, 1990.

ESCUDERO GÓMEZ, Luis Alfonso*, Los centros comerciales*, *espacios postmodernos de ocio y de consumo,* Real, Cuenca y Toledo, Universidad de Castilla La Mancha, 2008.

FREIRE, Paulo, *Pedagogía del oprimido*, 48ª ed., México, Siglo XXI, 1998.

GARCÍA CANCLINI, Néstor, *Consumidores y Ciudadanos*, México, Grijalbo, 1995.

GARCÍA MÁYNEZ, Eduardo, *Filosofía del derecho,* 3ª ed., México, Porrúa, 1980, p. *488*

GIORGULI, coords., *Los grandes problemas de México. VII. Educación*. México, El Colegio de México, 2010.

GONZÁLEZ, GARCÍA, Juan, Navarro, Chávez, José Cesar, *Sociedad del conocimiento y competitividad en el desarrollo de México y China*, México, Porrúa, 2012.

JOSÉ, Alberto, *La formación docente.* Córdoba: Brujas, 2009.

LARROYO, Francisco. *La ciencia de la educación*, Porrúa, México.1980.

LIPOVETSKY, Gilles, *La felicidad paradójica*, ANAGRAMA, Barcelona, 2007.

LÓPEZ, Rosalío, *Lo oculto en la enseñanza del derecho*. México: Porrúa, 2008.

MAYORGA TORRES, Óscar *et al., Análisis de costos y utilidad del ciclo de vida del producto,* Colombia, Tecnura, 2009.

MILLER, Tyler G., *Ecología y medio ambiente*, México, Iberoamérica, 1994.

MONTAMAT, Daniel Gustavo, *La economía del consumo posmoderno*, Argentina, Ciudad Argentina, 2005.

MORENO, Salvador, *Guía del aprendizaje participativo,* México, Trillas, 1993.

MUÑOZ FRAGA, Rafael, *Derecho económico*, 3ra ed., UNAM, México, 2015.

PALACIOS, Jesús, *La cuestión escolar,* Barcelona, Laia, 1984.

PEREIRA DE GÓMEZ, María Nieves, *Educación personalizada,* 5ª ed., México, Trillas, 1996.

PÉREZ, CHÁVEZ, José. *Tipos y modalidades de educación*, México, 1992.

PETRAS, James, *Economía política del imperialismo contemporáneo,* Madrid, Maia, 2009.

RAMOS, Fernando*, La publicidad contaminada*, Madrid, Universitas, 2003.

RECASENS, SICHES, Luis, *Sociología*, 3ª ed., México, Porrúa, 2006.

ROJAS CASTRO, Ma. Ovidia, *Derecho económico en México*, 2ª ed., México, Porrúa, 2018.

ROJAS, MERCED, Juvenal, *La estructura de Mercado Oligopólica*, México, Universidad Autónoma del Estado de México, 2015.

RUIZ MALBAREZ, Mayra*, La responsabilidad social empresarial y la obsolescencia programada*, Madrid, 2011.

SARTORI, Giovanni, *Homo videns*, Argentina, Taurus, 1998.

SCHEIFLER, Xavier, *Teoría económica*, México, Trillas, 1974.

SEN, Amartya, *El nivel de vida*, España, Complutense, 1987.

SOLÍS, P., La desigualdad de oportunidades y las brechas de escolaridad, 2010.

STIGLITZ, Joseph E, *El malestar en la globalización*, Taurus, México, 2003.

TUIRÁN, R. y Muñoz, C., La política de educación superior: trayectoria reciente y escenarios futuros. *Los grandes problemas de México. VII. Educación*, México, El Colegio de México, 2010.

VIGOTSKY, Lev Semionovich, *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores,* México, Grijalbo, 1979.

VON CUBE Felix, *La ciencia de la educación,* CEAC, Barcelona, 1981.

HEMEROGRAFICAS

CHERLORIVSK, Salmon, “Ingreso básico universal por México al frente”, *El punto sobre la i*, núm. 36, año 7, 2018.

COLECTIVO DE SEMILLAS EN AMÉRICA, ¡*Semillas en resistencia*!, México, Acción por la Biodiversidad y Grain, 2017.

GUTIERREZ*,* Sanz, Ángel, “La función social de la educación”, *Publicación especializada en ideas políticas y sociales generadas en el pasado, núm. 14, México, 2010.*

HOEKEMA, Andre J*., Hacia un pluralismo jurídico formal de tipo igualitario*, el otro derecho, núm. 26, Colombia, ILSA, Colombia, 2002.

MEYER, Lorenzo, “La encrucijada” en Cosío Villegas, Daniel (coord.)”, *Historia general de México*, núm. 2, 3ª ed. México, El Colegio de México, 1987.

PROFECO, “Agua alcalina”, *Revista del consumidor*, 2019.

FUENTES ELECTRÓNICAS

Bibliográficas

ARGANDOÑA Antonio, *¿Qué es y que no es la responsabilidad social?,* Universidad de Navarra, Barcelona, 2012, *https://media.iese.edu/research/pdfs/OP-0199.pdf.*

ARIAS, Ángel, *Las Nuevas Tecnologías y el Marketing Digital*, 2ed, *https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=egTPCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=las+nuevas+tecnologias+y+la+compra&ots=9s2VSP4hGv&sig=VKsaCHYDdCtCppfayNwSpQ9X5ok#v=onepage&q=las%20nuevas%20tecnologias%20y%20la%20compra&f=false*

BERNAL ZULUAGA, H. A, "La diferencia entre necesidad, demanda, deseo y pulsión", *Poiésis,*2019, https://doi.org/10.21501/16920945.3190

CANTERA, Desiderio, *Educación para el consumo*, CEAPA, Confederación Española de Asociaciones de Padres y Madres de Alumnos, *http://cfcasturias.es/UserFiles/1/File/Guias%20y%20agendas/Educacion%20Consumidor%20Aula/Educaci%C3%B3n%20para%20el%20consumo.pdf.*

CARIOSO, Alba, *"El género de consumo en la sociedad del consumo"*, México, 2008, *http://148.202.18.157/sitios/publicacionesite/pperiod/laventan/Ventana27/130-169.pdf*

CUESTA DÍAZ, Pedro Jesús, "Factores de Atracción de los Centros Comerciales en España*", ICE Revista de Economía*, España, 2006, *portaldocomerciante.gal.*

DE LA GARZA TOLEDO, Enrique, *Problemas clásicos y actuales de la crisis del trabajo*, Argentina, CLACSO, 2001*, https://isp8st-sfe.infd.edu.ar/sitio/upload/1garza.pdf*

HIRIJOYEN, María Amelia, La educación para la responsabilidad, cuestiones a considerar en las aulas, Una aproximación desde la ética del discurso, Argentina, CONICET*, http://www.ehu.eus/ikastorratza/9_alea/etica4.pdf*

J. TERSINE, Richard, *Production/Operations Management: Conceptos*, 2a ed., New York, John Wiley & sons, 1985, *http://www.prothius.com/docencia/L_CN-LC-13-2010-web.pdf*

PIÑAR Álvarez, María Ángeles, *La responsabilidad social empresarial como pieza clave en la transición hacia el desarrollo sustentable en el sector turístico*, México, El Colegio de Veracruz, 2016, *http://www.pasosonline.org/Publicados/14116/PS116_08.pdf*

RAMÍREZ Pérez, Antonia, *Consumerismo y movimiento de los consumidores*, Reis, *https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/292155.*pdf

VERNENGO, Roberto J., Ética reflexiva y ética de responsabilidad en Max Weber, http://www.cervantesvirtual.com/descargaPdf/tica-reflexiva-y-tica-de-responsabilidad-en-max-weber-0/

YANG, Zhoupeng, *La obsolescencia programada*, Bilbao, Universidad del País Vasco, 2016, *https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/19046/YANG_TFG.pdf?sequence=2&isAllowed=y*

Hemerográficas

ANAYA DÍAZ, Alfonso, “Industria telefónica en México. Monopolio y entrada en pequeña escala”. *Revista Económica Una Revisión,* núm. 323, 2012.

AYUSO RERAZA, Giselle et.al., Globalización y nostalgia. “Cambios en la alimentación de familias Yucatecas”, México, núm. 50, julio-diciembre de 2017, *http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572017000200004*

ARBOLEDA, Ana M., “Beneficios y perjuicios de la estrategia de imitación”. *Estudios Gerenciales*, núm. 30, 2014, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21231108006*

ARBUET OSUNA, Camila, “Capitalismo y Globalización: El capital en la era del capital tecnológico”, Desafíos, núm. 2, 2014, *dx.doi.org/10.12804/desafios26.02.2014.04*

BARROSA Tanoira, Francisco Gerardo, La responsabilidad Social empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán., México, núm. 226, septiembre-diciembre de 2008, *http://www.scielo.org.mx/scielo.php? script=sci_arttext&pid=S0186-10422008000300005*

BARRERA LUNA, Raúl, “El concepto de cultura”, *Revista de historia y Ciencias Sociales,* México, núm. 343, 2013, *C:/Users/Propietario/Downloads/Dialnet-El Concepto De La Cultura-5173324.pdf*

BIANCHI, Lorena Vanina, “La influencia del principio del consumo sustentable en el combate de la obsolescencia programada, la garantía de los "productos durables" y el derecho a la información de los consumidores en Argentina”, *Revista de Derecho Privado*, núm. 34, 2018, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=417555894009*

BORDONI, Mariana, “La imitación reconsiderada: Su función social en la infancia temprana”, *Interdisciplinaria*, núm. 35, 2018, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18058784007*

CAMPOS VÁZQUEZ, Raymundo M., Medina Cortina, Eduardo M, “¿Realmente bajan los precios durante el Buen Fin?”, *El Trimestre Económico*, núm. 334, 2017, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31354200003*

CARRILLO DELGADO, Ángel, “Reseña de "Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización" de Néstor García Canclini”, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 2, 1995, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31600209*

CÁSARES ÁVILA, Laura, Cásares Muñoz, Jorge, et. al., “Análisis y prospectiva Histórica pedagógica de la Educación para el Consumo en el sistema educativo español*”, EA, Escuela abierta*, núm. 20, 2017, *https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6346218.pdf*

CASILDA BÉJAR, Ramón, “América Latina y el Consenso de Washington”, *Boletín Económico del ICE,* Madrid, núm. 2803, 2004. *http://biblioteca.ribei.org/898/1/DT-010-2005.pdf*

CASTILLEJO, J. l*., et. al*., "Educación para el consumo", *Educación XXI*, México, núm. 35-58, enero, 2011, *http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70618224002*

CHICAIZA VILLALBA, Tania, "Vendiendo felicidad: el nuevo paradigma de las marcas", *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, núm. 39, 2012, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=504550953003*

COCA CARASILA, Milton, "El concepto de marketing: pasado y presente perspectivas", *Universidad Católica de San Pablo Cochabamba*, Bolivia, vol. 9, núm. 18, 2006, *http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425942516002*

CUEVAS AHUMADA, Víctor Manuel*, et. al.,* "El FMI y la nueva arquitectura financiera mundial". *Análisis Económico*, núm. 39, 2003, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41303904*

EDUCADORES POR LA SOSTENIBILIDAD, Educación científica y Sostenibilidad, Consumo Responsable, *Revista Eureka*, núm. 1, 2007, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=92040112*

ELIZALDE, Antonio *et. al*., *Una revisión crítica del debate sobre las necesidades humanas desde el enfoque centrado en la persona*, España, Polis, 2006, *http://journals.openedition.org/polis/4887*

ESPAÑOL, SILVIA, Bordoni, Mariana, *et. al*., "La imitación y el entonamiento afectivo en el juego social temprano", *Interdisciplinaria*, núm. 35, 2018, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18058785004*

FERNÁNDEZ, John, "El banco mundial y la enseñanza superior en América Latina", *Universitas. Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, núm. 9, 2007, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=476150828003*

GESTION. ORG, *Que es la responsabilidad social*, *https://www.gestion.org/que-es-la-responsabilidad-social*

GUARÍN, Ramírez, Edgar Antonio, *"*La responsabilidad social de las instituciones educativas en la construcción de una sociedad auténticamente humana*", Magistral.* Vol.5, núm. 10, 2011, *https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3946029*

GORDIMER*,* Nadine*,* Hacia una sociedad con valor añadido, Barcelona, *El País,* 1999. *https://www.researchgate.net/publication/329923668_Nadine_Gordimer_Novelas_contra_el_'apartheid'*

HERNÁNDEZ CALDERÓN, María del Rocío, *Efectos de la ley de competencia económica en los monopolios en México* (2013-2015), México, Universidad Autónoma del Estado de México, Tesis de Licenciatura, 2019, *http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/99037/TESIS.+EFECTOS+DE+LA+LEY+FEDERAL+DE+COMPETENCIA+ECON%D3MICA+EN+LOS+MONOPOLIOS+EN+M%C9XICO.pdf;jsessionid=126497A21CB96E5A3E064995835964FD?sequence=1*

HEVIA, Elizalde, *et al*., “Una revisión crítica del debate sobre las necesidades humanas desde el Enfoque Centrado en la Persona”, *POLIS, Revista Latinoamericana*, Chile, núm. 5, 2006, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30517306006*

LATOUR, Bruno, “Si nunca fuimos modernos, ¿qué nos pasó?”, *Cuadernos de Antropología Social*, núm. 43, 2016, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180948645003*

LECHUGA MONTENEGRO, Jesús, Bustamante Torres, Jorge, “"Marcas" O "Monopolio Del Conocimientos": La Naturaleza Del Trabajo En La Nueva Economía”, *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*, núm. 150, 2007, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11820083004.*

LEÓN ZULETA S., P. Guillermo, “Problemática socio-cultural de la biogenética”, *Franciscanum. Revista de las ciencias del espíritu*, núm. 145, 2007, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=343529896007.*

LLOBET, Montserrat, *et al*., “Necesidades humanas: evolución del concepto según la perspectiva social. aposta”, *Revista de Ciencias Sociales*, 2012, núm. 54, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495950250005*

LULLE, THIERRY, Paquette, Catherine, “Los grandes centros comerciales y la planificación urbana. Un análisis comparativo de dos metrópolis latinoamericanas”, *Estudios Demográficos y Urbanos*, 2007, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31222203.*

MÁRQUEZ COVARRUBIAS, Humberto, La gran crisis del capitalismo neoliberal. *Andamios*, núm. 13, 2010, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=62815635004.*

MESTRE, Alberto, “La ética de la responsabilidad Según Robert Spaemann”. *Universitas. Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, núm. 10, 2008, https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=476150829010.

MEDINA CANO, Federico, “El centro comercial: una "burbuja de cristal"”. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 8, 1998, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31600804*

MUÑOZ ESPINOSA, I., & Salgado Gómez, “Ocupaciones de tiempo libre: una aproximación desde la perspectiva de los ciclos vitales, desarrollo y necesidades humanas”. *Revista Chilena de Terapia Ocupacional,* núm. 6, 2006, *https://revistahistoriaindigena.uchile.cl/index.php/RTO/article/view/110.*

MORELLO, Gabriele Productos, “Mercados y la cuestión del *Made in*”, *Economía y Desarrollo*, núm. 2, 2007, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425541311010.*

NIEBLES REALES, Eleucilio, “La educación como agente del cambio social en John Dewey”, *Universidad del Atlántico*, Colombia, núm. 10, 2005, *https://www.redalyc.org/pdf/937/93701003.pdf.*

PÁRAMO, MORALES, “Socialización del consumo”, *Pensamiento & Gestión en línea*, Colombia, núm. 44, 2018, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64659524001.*

PEÑA BARRERA, Carlos Roberto, “Dinámica de centros comerciales en Bogotá”, *Revista Bitácora Urbano Territorial*, 2005, núm. 9, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74800908.*

PIÑUEL, José Luis, “La moda o el aprendizaje de la integración por el cambio”. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 3, 1996, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31600304.*

REYES, Luz Maritza, *et. al*., Investigación y ciudadanía socialmente responsable, núm. 3, *Omnia*, 2009, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=73712297003.*

RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, Aurea Verónica, *et. al*., ¿Hay neoliberalismo no capitalista? *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, núm. 2, 2011, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77321592033*

RON PAREJA, Juanita Ximena, “El impacto de las mega estructuras del capital: El caso del Mall Condado Shopping”, Quito, 2012, *http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/9184/2/TFLACSO-2012JXRP.pdf*

SALDAÑA Ivett, “Profeco denuncia 10 engaños alimenticios”, *El universal*, 2020, *https://www.eluniversal.com.mx/cartera/profeco-denuncia-10-enganos-alimenticios*

SANTIAGO, Paulo *et.al*., *Revisiones de la OCDE sobre la evaluación en Educación México*, trad. Florencia Martínez, México. OCDE-INEE, 2014, *http://www.oecd.org/education/school/Revisiones-OCDE-evaluacion-educacion-Mexico.pdf*

SEÑÁN, GASPAR, Brändle, El consumo en tiempos de crisis: Una Aproximación Sociológica a la distribución del gasto en España, *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, núm. 45, 2010, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495950241001*

TULA MOLINA, Fernando, “Consumo tecnológico y educación tecnológica: fundamentos filosóficos para un proyecto futuro”. *Sociologías*, núm. 26, 2011, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86819459007*

VALLAEYS, François*, Introducción a la Responsabilidad Social Universitaria* (RSU), Tomo 6, Colombia, Universidad Simón Bolívar, 2016, *http://unionursula.org/wp-content/uploads/2016/11/Libro-intrpduccion-a-la-rsu-francois-vallaeys.pdf*

VARGAS HERNÁNDEZ, José Gpe, “Análisis Crítico del Capitalismo Transnacional”, *Revista de Desenvolvimiento Regional*, vol. 19, núm. 1, 2014, *https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=552056833002*

VÉLEZ ROMERO, Xavier A., *et. al*., “Los diferentes tipos de responsabilidad social y sus implicaciones éticas”, Universidad Laica, vol. 2, 2016, *file:///H:/Dialnet-LosDiferentesTiposDeResponsabilidadSocialYSusImpli-5802930.pdf*

Derecho Positivo

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, *http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1_080520.pdf*

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION, Modificación a la Norma Oficial Mexicana NOM-051-SCFI/SSA1-2010, marzo de 2020, *https://www.dof.gob.mx/2020/SEECO/ NOM_051.pdf*

ISO 26000, *Norma Internacional*, España, 2010http://americalatinagenera.org/newsite/images/U4ISO26000.pdf

LEY DE ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA, *http://www.diputados.gob.mx/leyesbiblio/pdf/less_120419.pdf*

LEY DE LOS DERECHOS DE LAS NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES DEL ESTADO DE OAXACA,*http://docs64.congresooaxaca.gob.mx/documents/legislacion_estatals/Ley+de+los+Derechos++de+las+Ni%C3%B1as%2C+Ni%C3%B1os+y+Adolescentes+(Ref+dto+1672+LXIV+Legis+2+sep+2020+PO+40+6a+secc+3+oct+2020).pdf*

LEY DE INVERSIÓN EXTRANJERA, *http://www.diputados.gob.mx/Leyes Biblio/ pdf/44_150618.pdf*

LEY FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA, *http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFCE_270117.pdf*

LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, *http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/113_261219.pdf*

LEY GENERAL DE EDUCACIÓN, *http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGE _300919.pdf*

LEY GENERAL DE SALUD, http://www.salud.gob.mx/cnts/pdfs/LEY_GENERAL_DE_SALUD.pdf

PACTO MUNDIAL, Diez Principios del Pacto Mundial, del 29 de noviembre, del 2017 *https://www.pactomundial.org/category/aprendizaje/10-principios/*

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2019-2024, *https://lopezobrador.org.mx/wp-content/uploads/2019/05/PLAN-NACIONAL-DE-DESARROLLO-2019-2024.pdf*

Enciclopedia y Diccionario

DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, abril-mayo de 2019, *https://dle.rae.es/?id=AT2HJjb.*

Curso Virtual

CURSO VIRTUAL "¿La cultura del consumo puede ser ética?", desarrollado por la Unión de Responsabilidad Social Universitaria Latinoamericana (URSULA) y la Cátedra itinerante Ética, Responsabilidad e Innovación Social (ERIS), *https://forms.gle/ujXQ5iyteEC9zPdE9*

Paginas Oficiales

CENTRO MEXICANO PARA LA FILANTROPIA (Cemefi) *https://www.cemefi.org/images/pdf/CIFBIBLIOTECA/p20.pdf*

INSTITUTO NACIONAL DE LA ECONOMÍA SOCIAL, *Nociones básicas de la economía social*, Sistema Nacional de Capacitación y asistencia Técnica Especializada, *http://www.inaes.gob.mx/doctos/Nociones1%20x%20web/index.html*

JBS, *https://jbs.com.br/marcas/*

NESTLE, *https://www.nestle.com.mx/aboutus*

OCDE, La educación es clave para construir una sociedad más resiliente, *https://www.oecd.org/centrodemexico/medios/panoramadelaeducacion2020.htm*

ONU, Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo, Nuestro futuro común, *http://www.oarsoaldea.net/agenda21/files/Nuestro%20futuro%20comun.pdf*

ONG contra la pobreza en el mundo, *Historia de la responsabilidad social corporativa*, *https://mansunides.org/es/rsc/responsabilidad-social-corporativa/historia-rsc*

ORGANIZACIÓN GUBERNAMENTAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SUSTENTABILIDAD, *https://www.responsabilidadsocial.net/el-tercer-sector-el-sector-social*

OXFAM, OXFORD, COMMITTE FOR FAMINE RELIEF, *Premiar el trabajo, no la riqueza, Informe de Oxfam.* 2018, *https://d1tn3vj7xz9fdh.cloudfront.net/s3fs-public/file_attachments/bp-reward-work-not-wealth-220118-es.pdf*

PEPSICO, *https://www.pepsico.com.mx/*

PROFECO, "Bebidas con sábila o agua endulzada", Revista el consumidor, 2020, https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/538781/ESTUDIO_CALIDAD_BEBIDAS_CON_SABILA_.pdf

PROFECO, "Salchicha", Revista el consumidor, 2020, *https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/569105/ESTUDIO_CALIDAD_SALCHICHAS_.pdf*

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, *Diccionario de la Lengua Española, https://dle.rae.es/consumir*

REGISTRO NACIONAL DE INVERSIONES, *https://datos.gob.mx/busca/dataset/registro-nacional-de-inversiones-extranjeras-rnie*

SECRETARIA DE SALUD, *https://www.insp.mx/epppo/blog/3609-consumo-azucar-mexico-nueva-directriz-oms.html*

UNESCO, Agenda 2030 para el desarrollo sostenible, 2017, *http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Hanoi/2030_Brochure_SP.pdf*

URSULA (Unión de Responsabilidad Social Universitaria Latinoamericana), *https://unionursula.org/que-es-ursula/*

ENCICLOPEDIA Y DICCIONARIO

DICCIONARIO GENERAL, Madrid, *VOX,* 1999.

ENCICLOPEDIA JURÍDICA MEXICANA, Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, México, Porrúa, 2002.

CURSO TALLER

CURSO-TALLER DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA, Coordinación de Responsabilidad Social y Formación Docente, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Morelia, Michoacán, del 6 al 20 de diciembre de 2019.

PANEL INTERNACIONAL de Expertos en Sistemas Alimentarios Sustentables, "Demasiado grandes para alimentarnos", *MISEREOR y Bread for the World*, 2017.