



## REVISTA PLUS ECONOMÍA

ISSN electrónico: 2644-4046

pluseconomia@unachi.ac.pa

Centro de Investigación en Ciencias Económicas, Estadísticas y de  
Tecnologías de Información y Comunicación, CICEETIC  
Universidad Autónoma de Chiriquí (UNACHI)  
República de Panamá



**Yaritzel Ríos S.**  
Ingeniería ALTEC, Panamá

**COMPRAS INTELIGENTES, FUTURO SOSTENIBLE:  
COMO SER UN CONSUMIDOR RESPONSABLE**

**Vol. 12, Núm. 1**  
Enero - Junio de 2024  
pp. 42-46



## COMPRAS INTELIGENTES, FUTURO SOSTENIBLE: COMO SER UN CONSUMIDOR RESPONSABLE

Fecha de recepción: 08/05/2023

Fecha de aprobación: 30/07/2023

### Autor

**Yaritzel Ríos S.**



0000-0001-7794-5449

Ingeniería ALTEC

yaritzelrios@outlook.es

### Resumen

El materialismo verde en la provincia de Chiriquí y en Panamá busca promover el consumo responsable y la sostenibilidad ambiental. Esto implica tomar decisiones de consumo conscientes, considerando el impacto ambiental de los productos. En Chiriquí, se apoya la agricultura orgánica y sostenible, así como el turismo responsable que valora la conservación de los recursos naturales y la cultura local. En todo el país, se están implementando iniciativas gubernamentales y de organizaciones no gubernamentales para promover el consumo responsable, como la promoción de productos locales y la reducción del uso de plásticos desechables. Además, se fomenta la protección de las áreas naturales, como parques nacionales y reservas biológicas, a través del turismo ecológico y actividades al aire libre sostenibles. Panamá está adoptando prácticas sostenibles en todos los sectores para preservar su riqueza natural y diversidad de ecosistemas.

### Palabras clave

Consumismo, cultura, economía, materialismo, reducir

### Smart shopping, sustainable future: how to be a responsible consumer

**Abstract:** Green materialism in the province of Chiriqui and in Panama seeks to promote responsible consumption and environmental sustainability. This implies making conscious consumption decisions, considering the environmental impact of the products.



In Chiriquí, organic and sustainable agriculture is supported, as well as responsible tourism that values the conservation of natural resources and local culture. Throughout the country, government and non-governmental organization initiatives are being implemented to promote responsible consumption, such as promoting local products and reducing the use of disposable plastics. In addition, the protection of natural areas, such as national parks and biological reserves, is promoted through ecological tourism and sustainable outdoor activities. Panama is adopting sustainable practices in all sectors to preserve its natural wealth and diversity of ecosystems. In summary, green materialism in Chiriqui and Panama implies adopting responsible and sustainable consumption practices, supporting local production, promoting the conservation of natural resources and valuing the natural and cultural wealth of the country.

**Keywords:** Consumerism, culture, economy, materialism, reduce.

## Introducción

El mundo ha sido testigo de un rápido aumento de los problemas ambientales y, lamentablemente, ningún país o región es inmune a las repercusiones del cambio climático. Muchos estudios recientes consideran los patrones de consumo y producción insostenibles entre las principales razones del deterioro ambiental y el cambio climático. Debido a la creciente presión ecológica asociada con el aumento de los otros recursos, y la disminución de la biocapacidad, la mayoría de estos países están experimentando déficits ecológicos.

El consumo excesivo por parte de los países ricos, así como de países consumista como lo es Latinoamérica es un factor importante de nuestras crisis ambientales como lo plantea BBC News, (2019).

Nuestro impacto en el medio ambiente puede incluso puede calcularse con una simple formula siendo el consumo por persona multiplicado por nuestros números de artículos. Dado que el consumo global continúa aumentando mientras que un gran número de personas no escapan de la pobreza, es fundamental que adoptemos sistemas económicos más sostenibles y



reduzcamos el exceso de consumo cuando sea posible.

Vivimos en un mundo que intenta convencernos de que siempre necesitamos más. Más bebés, más dinero, más cosas para satisfacernos y ser felices.

Este pensamiento obsesionado con el crecimiento tóxico está en el centro de la crisis ambiental. Gran parte de lo que compramos (teléfonos móviles, ropa, automóviles, computadoras portátiles, etc.) termina siendo desechado por versiones más nuevas y elegantes. Con 4 millones de nosotros y contando, “reducir, reutilizar, reciclar” realmente hace una gran diferencia.

La gestión de la enorme cantidad de residuos en los vertederos y que producimos colectivamente será cada vez más difícil con más y más personas consumiendo y menos espacio para almacenarlos o depositarlos.



Figura 1. Consumo verde Fuente: BBC News, (2019)

Lo beneficioso de esta nueva generación es que se puede trabajar conjuntamente la tecnología con la innovación; un claro ejemplo es esta modalidad de estudio a distancia, gracias a ello una educación en línea impacta directamente en evitar consumir y gastar recursos como en papelería, infraestructura, demanda eléctrica, generando una huella ecológica positiva hacia la conservación, de la misma manera aplica para las actividades de teletrabajo, freelance lo que representa un ahorro y menor consumo.

El crear y fabricar productos no solo se circunscribe a cosas materiales, aplica para todo, hasta en el ámbito alimenticio, por ejemplo, reducir la cantidad de carne y lácteos en nuestra dieta puede marcar una gran diferencia para el planeta y es más amable con los animales.

La agricultura animal es responsable de una gran proporción de las emisiones de gases de efecto invernadero que alimentan el cambio climático así lo indica Badilla,(2021).

La ganadería es el mayor impulsor de la deforestación y la escorrentía de estiércol líquido de las granjas es una de



las principales causas de la contaminación del agua y la mortandad de peces. La producción de carne roja en particular tiene un impacto ambiental desproporcionadamente grande ya que es energéticamente ineficiente. El ganado requiere una enorme cantidad de agua y alimento durante su vida. Cuando sea posible, es recomendable elegir productos orgánicos locales para limitar las emisiones del transporte y apoyar la agricultura respetuosa con el medio ambiente sin el uso de pesticidas sintéticos.

Así mismo, aplica para los medios de transporte, usar una bicicleta, el transporte público o incluso una caminata amena para moverse ayuda a reducir la contaminación del aire y las emisiones del cambio climático, además de ser beneficiosa para nuestra salud, al menos que sea indispensable el uso de un automóvil, tal vez elegir uno eléctrico o participar en un plan de automóviles compartidos. El debate de muchos ecologista y personas preocupadas por el medio ambiente es que estamos produciendo y tirando más plástico que nunca.

El plástico de un solo uso puede tardar miles de años en descomponerse

y termina acumulándose en los vertederos, ingresando al océano y matando a la fauna marina. Según Ramirez & Zapata, (2018) es cada vez más importante comprender las decisiones de consumo y cómo estas afectan la salud de un planeta con recursos limitados.

Si bien la pandemia de coronavirus captó la atención del mundo en 2020, la crisis climática también fue enormemente destructiva, Panamá reportó una alza en el consumo eléctrico, combustible, fluctuaciones en la demanda de productos y servicios y más los de primera necesidad, de igual manera a nivel mundial, podemos mencionar según Vindel, (2019) una temporada prolongada de incendios forestales en el estado de California y decenas de miles de muertes por la contaminación del aire y el aumento de las temperaturas solo en los Estados Unidos.

Está claro que se necesita hacer más en el campo de los materiales sostenibles, reduciendo la energía en la fabricación, reduciendo la cantidad de materiales utilizados y la investigación de sustitutos naturales.



Hoy por hoy, los consumidores, en particular los Millennials, dicen cada vez más que quieren marcas que adopten el propósito y la sostenibilidad. Incluso recientemente un estudio indicó que ciertas clases de productos con enunciados de sostenibilidad manifestaron el doble de crecimiento que sus contrapartes fabricadas tradicionales. Los recursos se están agotando en los países que tienen una población en aumento lo argumenta la especialista Gargano, (2020).

Por lo tanto, para un futuro sostenible, es necesario orientar el comportamiento de las personas hacia acciones respetuosas con el medio ambiente. Las estrategias de marketing que promueven los beneficios ambientales pueden atraer a los consumidores a comprar productos ecológicos.

Usar los fundamentos de marketing en plataformas digitales como Instagram, Facebook, o cualquier medio en tendencia para conectar a los consumidores con el propósito de generar y valorar una marca, mostrar beneficios más allá de las opciones convencionales y hacer que la sustentabilidad sea irresistible, son

desafíos centrales para las empresas en las próximas décadas y a medida que más y más tengan éxito, los negocios sostenibles se convertirán en negocios inteligentes.

### Referencias

- Badilla, K. (2021). La vuelta a Marx, el problema de la fundamentación del materialismo encarnado. *Dialnet*, 12-17.
- Gargano, Cecilia. (2020). Materialismo histórico, ciencia y tecnología: Apuntes para una teoría crítica de la ciencia desde el desierto verde. *Realidad Económica*, 30-34.
- Ramirez, C. A., & Zapata, J. P. (2018). Tendencias de producción y consumo. *Espacios*, 25.
- Redacción BBC News. (10 de octubre de 2019). *BBC News*. Obtenido de Qué es el "materialismo verde" y por qué el consumo reducido puede ser mejor que el consumo ecológico: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-50002295>
- Vindel, J. (2019). El marxismo ecológico ante la crisis ecosocial. *Viento Sur*, 1-9