

SUSTAINABILITY, GREEN MARKETING AND PUBLIC POLICY. COMPARISON OF EUROPEAN AND LATIN AMERICAN VISION

Abstract

Recently, both in Europe and in developing countries governments and institutions have dedicating an increasing attention to the typical problems of sustainable development, as well as the influence that Green Marketing strategies can have on it. This discipline seems to encourage the promotion of responsible and sustainable behavior in order to better manage critical activities such as Urban Waste Management. This study is based on a review of literature about New Public Management, Green Marketing and Sustainable Development produced in Europe and in Latin America, as well as on the comparative analysis of some significant experiences developed in these areas.

Keywords

Green marketing, sustainability, public organizations, urban waste management.

Resumen

Recientemente, gobiernos e instituciones han dedicado una atención creciente al desarrollo sostenible y a la influencia que las estrategias de marketing pueden ejercer sobre este último. Esta disciplina parece favorecer la promoción de comportamientos responsables con respecto a las actividades críticas como la gestión de los residuos urbanos. El estudio se basa en el análisis de la literatura que se ha producido en el ámbito de la Nueva Gestión Pública, del marketing ecológico y del desarrollo sostenible tanto en Europa como en América Latina, así como sobre el análisis comparado de algunas experiencias significativas que se han desarrollado en estas mismas áreas.

Palabras clave

Marketing ecológico, sostenibilidad, organizaciones públicas, gestión de residuos.

SOSTENIBILIDAD, MARKETING ECOLÓGICO Y POLÍTICAS PÚBLICAS. COMPARACIÓN DE LA VISIÓN EUROPEA Y LA LATINOAMERICANA

Silvia Cosimato¹

Università degli Studi di Salerno

Introducción

El desarrollo sostenible representa en la sociedad contemporánea un concepto al que se ha dedicado una atención cada vez mayor por parte de instituciones, empresas y opinión pública². La orientación hacia la sostenibilidad parece tener, de hecho, una influencia directa sobre el crecimiento y el desarrollo de las organizaciones tanto a nivel nacional como internacional, y se considera como «una visión de futuro, que proporciona un plan de trabajo y ayuda en la focalización de nuestra atención sobre un conjunto de valores y de principios éticos y morales gracias a los que podemos guiar nuestras acciones»³. En el ámbito académico, el principio en cuestión se ha analizado recurriendo a una perspectiva de investigación holística, es decir, que reúne disciplinas y orientaciones diferentes como el marketing, la organización empresarial, la economía, la comunicación y la ecología. Las relaciones entre una disciplina como el marketing y el desarrollo

* Fecha de recepción 16 de julio de 2015; fecha de aceptación 30 de septiembre de 2015.

1. Silvia Cosimato ha conseguido el título de Doctora en Marketing y Comunicación por la Universidad de Salerno, con una tesis en el campo del marketing en relación con una investigación cualitativa que se desarrolla según los criterios del análisis de contenido. En de marzo 2014, fue ganadora de una beca de investigación en la Universidad de Salerno, Facultad de Ingeniería industrial. En de abril 2015, fue ganadora de una beca de investigación en la Universidad de Salerno, Facultad de Ingeniería Industrial. Su actividad de investigación profundiza el análisis de temáticas y problemáticas en relación con las siguientes áreas: sostenibilidad y desarrollo sostenible, Service Dominant Logic y Service Science, Supply Chain Management (SCM) y Green SCM, New Public Management, Marketing y Comunicación en el ámbito sanitario. scosimato@unisa.it

2. C. Brindley & L. Oxborrow, «Aligning the sustainable supply chain to green marketing needs: A case study», en *Industrial Marketing Management*, 43(1), 2014, pp. 45-55.

3. S. Viederman, «Knowledge for sustainable development: What do we need to know», en *A sustainable world: defining and measuring sustainable development*. Sacramento. IUCN, 1995, p. 103.



sostenible han sido objeto de muchos estudios, lo cual indica la influencia que ambas ejercen sobre el crecimiento empresarial e incluso sobre el desarrollo económico, social y ambiental del contexto de referencia⁴. Por lo tanto, sorprende que un ámbito disciplinario sectorial como el Marketing ecológico⁵ represente actualmente un área de investigación subestimada. Esto ocurre a pesar de su indudable potencial en términos de difusión capilar y correcta, de información en relación no solo a la ecocompatibilidad de los productos y los servicios, sino también al compromiso empresarial en la conservación y en la recuperación del entorno natural. Esta disciplina, que se define como un conjunto de prácticas cuyo fin es hacer negocios evitando daños a las personas y al planeta⁶, lentamente empieza a interesar e incluso a fascinar a ejecutivos y operadores del sector público, que a diario tienen que lidiar con la gestión del patrimonio económico, social y ambiental de ciudades, regiones y estados. De hecho, para ellos, el marketing ecológico todavía representa una disciplina nueva y poco conocida de la que, a menudo, se ignora el verdadero potencial. El estudio en cuestión tiene como objetivo principal el análisis de las relaciones entre las políticas públicas, el marketing ecológico y la orientación hacia la sostenibilidad, con especial cuidado hacia las declinaciones que estas relaciones han ido obteniendo en específicos ámbitos geográficos y culturales, como Europa Occidental y Latinoamérica. Por lo tanto, el artículo, recoge, analiza y compara las iniciativas y la normativa que se han producido a nivel nacional e internacional y a las que los países de las áreas en cuestión hacen referencia con el fin de producir y distribuir servicios públicos sostenibles y ecocompatibles. Para poder alcanzar dichos objetivos, el presente trabajo se ha articulado de la siguiente manera: la primera sección se ha dedicado al análisis de la literatura disponible en ámbito internacional en términos de orientación de la sostenibilidad del sector público, de influencia que las instituciones ejercen con el fin de promocionar la sostenibilidad urbana y del papel que interpreta el marketing ecológico para conseguir dicho objetivo; sigue una sección

4. S. Kumar, «Green and conditional marketing: a reform of unethical values in pharmaceutical industry», en *International Journal of Engineering & Management Sciences*, 3(1), 2012, pp. 101-110.

5. En esta dirección tan solo exponer una muestra de algunos de los estudios que en los últimos años han dedicado un apartado al Green Marketing: K. Peattie & M. Charter, «Green marketing», en *The marketing book* 5, 2003, pp. 726-755; J. Grant, *Green marketing. El manifiesto*, Francesco Brioschi Editore, Milano, 2009; J. J. Cronin Jr, J. S. Smith, M. R. Gleim, E. Ramirez J. D. & Martínez, J. D., «Green marketing strategies: an examination of stakeholders and the opportunities they present», en *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(1), 2011, pp. 158-174.

6. Center for Sustainable Enterprise. (2010). <http://www.kenan-flagler.unc.edu/cse/cse-overview.cfm>. Accessed February 2015.



en la que se analizan las peculiaridades y las diferencias que se han encontrado en el enfoque de la sostenibilidad que se ha desarrollado en el ámbito europeo y latinoamericano. El estudio se concluye con el análisis comparado de algunos casos de estudio que han permitido, gracias a algunas pruebas empíricas, definir mejor el enfoque europeo y el latinoamericano de la gestión sostenible y de la valorización de servicios públicos críticos, como la gestión de los residuos urbanos.

Nueva gestión pública y orientación a la sostenibilidad: el papel del marketing ecológico

El siglo xx se cerró con una reforma general del sector público, reforma que se orienta hacia la superación de los ya tradicionales modelos burocráticos⁷ y de las formas monopolísticas de gestión de los servicios públicos a favor de la confirmación de modelos abiertos y orientados hacia el mercado⁸. En este clima cultural se consolida el concepto de *Nueva Gestión Pública (NGP)*, que reúne temas específicos, estilos y modelos de gestión que se afirmaron a principios de los años ochenta y que se consideraban como alternativos respecto a los tradicionales⁹ ya que tenían como fin mejorar la eficacia y la eficiencia de los servicios públicos¹⁰. La NGP se originó a partir de un cambio de opinión general del sector y de las políticas públicas. Se consolidó primero en los países anglosajones y más tarde, lo reinterpretaron otros países de la Europa continental¹¹. Por lo general, la llamada descentralización administrativa se ha visto favorecida por esta disciplina. Esta se basa en la separación de las actividades políticas de las administrativas, menores discrepancias en las posiciones, una gestión cada vez menos jerárquica de las relaciones, la apertura a las lógicas de mercado, un mayor cuidado hacia las capacidades administrativas y a los resultados obtenidos por cada uno de los líderes públicos, el análisis comparativo, la planificación y el control¹².

7. G. Stoker, «Public value management a new narrative for networked governance?», en *The American review of public administration*, 36(1), 2006, pp. 41-57.

8. *Ibíd.*, p. 46.

9. M. Barzelay, *The new public management. Improving Research and Policy Dialogue*. University of California Press/Russel Sage Foundation, 2001.

10. C. Pollitt, S. Van Thiel & V. Homburg, «New public management in Europe», en *Management online review*, 2007, pp. 1-6.

11. *Ibíd.*, p. 5.

12. P. Du Gay, «Entrepreneurial governance and public management: The anti-bureaucrats», en *New managerialism, new welfare*, 2000, pp. 62-81.



Esta orientación innovadora hacia la gestión de las organizaciones públicas no ha cambiado, en la práctica, el papel que los gobiernos locales y nacionales juegan en la solución y la gestión de temas especialmente críticos, como los relacionados con la globalización socio-económica, la innovación tecnológica y los cambios demográficos y ambientales. Sin embargo, cada vez se presta mayor atención a cubrir las necesidades de los ciudadanos y una mayor disponibilidad para que estos se conviertan en parte activa de las políticas, de los servicios que se ofrecen y de sus mismas elecciones administrativas¹³. Precisamente, gracias a esta tendencia emergente ha nacido la posibilidad de aprovechar el potencial y los instrumentos característicos del marketing. Esta disciplina, de hecho, permitiría que las administraciones públicas se abriesen con más decisión a las oportunidades que ofrece el mercado, reforzando su propia competitividad gracias a soluciones y servicios cada vez más en línea con las expectativas de los ciudadanos. Kotler nos proporciona una de las definiciones más extendidas del marketing público, este autor lo considera como el posible conjunto de estrategias que favorecen el encuentro entre demanda y oferta, es decir, entre los entes públicos, los servicios que se ofrecen y los ciudadanos¹⁴. Por lo tanto, esta disciplina proporciona a los operadores del sector público «instrumentos de investigación, posicionamiento, comunicación, promoción, gestión y organización, contribuyendo a la transformación de este sector en una realidad económico-pública estratégica y autónoma, mejorando su nivel de servicios y las relativas formas de distribución»¹⁵. La aplicación de los principios y de las estrategias de marketing permitirían al sector público poder afrontar, tanto a nivel nacional como internacional, dos problemáticas especialmente importantes¹⁶: 1) la escasez de los recursos económico-financieros y naturales, 2) el aumento de la competencia por parte de los operadores privados. Bajo esta óptica, la escasez de los recursos ambientales y la cada vez mayor atención que se dedica a nivel internacional a los problemas ecológicos, ha influido el desarrollo de una disciplina sectorial como el marketing ecológico¹⁷, que se orienta hacia la valorización, el

13. D. Cepiku & C. Mititelu, «Public administration reforms in transition countries: Albania and Romania between the weberian model and the new public management», en *Public administration in the balkans*, p. 299, 2011.

14. P. Kotler, *Marketing in the public sector*. Pearson Education India, New Delhi, 2007.

15. A., Foglio, *Il marketing dello spettacolo: strategia di marketing per cinema, teatro, concerti, radio/TV, eventi sportivi e show business*. FrancoAngeli, Milano, 2005, p. 84.

16. T. Proctor, *Public sector marketing*. Pearson Education, London, 2007.

17. El marketing ecológico es una disciplina que «contribuye a hacer frente a los retos que



conocimiento y la participación de la opinión pública en las acciones ecosostenibles. Esta disciplina, aunque surgió entre los años setenta y ochenta, ha encontrado una más amplia difusión solo durante la última década del siglo xx, cuando una mayor conciencia ambiental ha empujado a consumidores y ciudadanos a prestar una mayor atención a la ecocompatibilidad, tanto de los productos, como de los servicios que eligen. Algunos autores asimilan esta disciplina con un proceso de gestión holístico gracias al cual se pueden identificar, anticipar y satisfacer las exigencias, no solo de los clientes, sino también de la sociedad, combinando el interés por las temáticas ambientales con las exigencias comerciales¹⁸. La tensión entre la protección ambiental y la orientación hacia el mercado se resuelve, precisamente, gracias al desarrollo sostenible, es decir, gracias a un enfoque del consumo y de la producción lo más sostenible posible. La finalidad consistiría en asegurar un buen nivel de bienestar social, económico y ambiental, no sólo para las generaciones actuales sino también para las venideras¹⁹. Si se aplica al sector público, el marketing ecológico impone un cambio de opinión no solo del marketing mix tradicional (*product, price, promotion, place*), sino también de las políticas públicas²⁰, empujándolas hacia un consumo y/o comportamiento más sostenible. Estas políticas se basan en estrategias específicas de abastecimiento, adquisición y distribución de recursos y servicios cada vez más respetuosos con el entorno que les rodea. Por eso es un deber de las instituciones públicas el desarrollar, actuar y promover unas políticas cuyo fin sea estimular inversiones sostenibles y, sobre todo, nuevos estilos de consumo en sectores críticos como el transporte, la industria o el mercado de la energía. Los gobiernos, por lo tanto, deberían asumir un papel cada vez más activo en la promoción de políticas y acciones que se orienten hacia la sostenibilidad²¹, con el fin de obtener motivos interesantes

proviene de las instancias socio-ambientales orientando el sistema de gestión pro-activa para obtener ventajas competitivas sostenibles a medio y largo plazo». Según Polonsky, este se asociaría demasiado a menudo exclusivamente con la publicidad y la promoción de productos ecocompatibles, mientras que en realidad su aplicación es potencialmente muy amplia, ya que está relacionada con la producción de bienes industriales y de consumo, además de con servicios complejos que requieren nuevas estrategias de gestión y de mercado, útiles para hacer frente a los retos que vienen del mercado y capaces de alcanzar y consolidar resultados satisfactorios en términos de valorización y cuidado de recursos ambientales.

18. S. Baker, *Politics of Sustainable Development*. Routledge, London, 2012.

19. *Ibid.*, p. 187.

20. A. Prakash, «Green marketing, public policy and managerial strategies», en *Business Strategy and the Environment*, 11(5), 2002, pp. 285-297.

21. A.N. Galera, A. de los Ríos Berjillos, M.R. Lozano & P.T. Valencia, «Transparency of sustainability information in local governments: English-speaking and Nordic cross-country



de reflexión acerca de los objetivos establecidos, las decisiones a tomar y los futuros desafíos que impone la sociedad. El interés que las instituciones públicas han manifestado hacia el desarrollo y la actuación de políticas sostenibles ha nacido, también, gracias a la voluntad de contribuir al crecimiento y al fortalecimiento de la confianza que los ciudadanos depositan en los gobiernos y las instituciones²². Según algunos expertos, el desarrollo sostenible es uno de los elementos clave de la evolución y la modernización de la relación que une gobiernos y ciudadanos²³. A nivel local, las ciudades y sus mismas instituciones representan el terreno privilegiado para la puesta en práctica de políticas y acciones cuyo fin es alcanzar un desarrollo realmente sostenible, gracias a la implicación de los diferentes agentes socio-económicos²⁴. Precisamente, es en los contextos urbanos donde encuentra su máxima expresión la cooperación entre las partes, favoreciendo la participación, tanto de los agentes sociales, como de las instituciones locales. Por este motivo, a los empresarios que actúan en el sector público se les pide que tomen decisiones en ámbitos específicos, y a veces críticos, como la construcción de infraestructuras, la gestión del sistema de transporte urbano y los gastos de la política. Resumiendo, se les pide que hagan del entorno urbano un lugar sostenible con la intención de mejorar la calidad de los servicios que se ofrecen, de las infraestructuras y del entorno natural, haciendo frente, al mismo tiempo, a los limitados recursos públicos, gracias a inversiones de particulares para poder definir el correcto equilibrio entre la voluntad de estos últimos, los valores públicos generales y una idea de sostenibilidad a largo plazo²⁵.

analysis», en *Journal of Cleaner Production*, 64, 2014, pp. 495-504.

22. E. Shepherd, A. Stevenson, A. Flinn, «Information governance, records management, and freedom of information: a study of local government authorities in England», en *Government Information Quarterly* 27(4), 2010, pp. 337-345.

23. En esta dirección tan solo exponer una muestra de algunos de los estudios que en los últimos años han dedicado un apartado al desarrollo sostenible: J. Guthrie & F. Farneti, «GRI sustainability reporting by Australian public sector organizations», en *Public Money and Management*, 28(6), 2008, pp. 361-366; J. Dumay, J. Guthrie & F. Farneti, «GRI sustainability reporting guidelines for public and third sector organizations: A critical review», en *Public Management Review*, 12(4), 2010, pp. 531-548; B. Williams, «The local government accountants' perspective on sustainability», en *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 6(2), 2015.

24. F. Nevens, N. Franzteskaki, L. Gorissen & D. Loorbach, «Urban Transition Labs: co-creating transformative action for sustainable cities», en *Journal of Cleaner Production*, 50, 2013, pp. 111-122.

25. J.F. Koppenjan & B. Enserink, «Public-private partnerships in urban infrastructures: reconciling private sector participation and sustainability», en *Public Administration Review*, 69(2), 2009, pp. 284-296.



Sostenibilidad, gestión de los servicios públicos y marketing ecológico

La sostenibilidad tiene como enfoque principal que empresas privadas, gobiernos e instituciones públicas pongan en práctica políticas que se orienten hacia una mejor gestión del impacto económico, social y ambiental que ellos mismos han causado, respetando las exigencias de cada *stakeholder*²⁶. En el informe «Our Common Future», la Comisión Brundtland ha afirmado, entre otras cosas, que «el futuro será predominantemente urbano, las preocupaciones ambientales de la mayoría de la gente serán principalmente de tipo urbano»²⁷. De hecho, entre los principales retos a los que las instituciones tienen que enfrentarse a nivel urbano, también se encuentra ese conjunto complejo de actividades denominado gestión de residuos urbanos o Urban Waste Management (UWM). En las últimas décadas la gestión de los residuos urbanos ha sido objeto de una animada discusión, interesando tanto a los países desarrollados como a los países en vías de desarrollo. Estos han concentrado su atención en proyectos y políticas para la mejora de la eficacia y la eficiencia de los servicios ofrecidos, a través de la introducción de nuevas políticas de gestión, de instrumentos, y de sistemas tecnológicamente vanguardistas. No menos importante ha sido también la actuación a nivel normativo. La acción institucional ha apoyado estos cambios a través de la promulgación de leyes y directivas que regulan la gestión de los residuos sólidos urbanos, no solo a nivel general, sino también nacional y local. Estas actividades, aunque ejerzan una indudable influencia sobre las políticas globales por la gran aportación de emisiones dañinas y de contaminación ambiental, incumben casi exclusivamente a los gobiernos y a las instituciones locales, que se ocupan de este tema paralelamente con otros servicios críticos como la sanidad, la educación y el transporte público. Actualmente el volumen cotidiano de residuos urbanos que se produce a nivel global crece cada vez más, con tasas especialmente elevadas en áreas como China y Asia oriental, Europa oriental y Medio Oriente, donde, de hecho, las políticas urbanas de gestión de residuos no solo son insuficientes, sino a menudo inexistentes. Por lo general, por gestión de residuos urbanos se entienden todas las actividades que van desde el traslado al tratamiento de los

26. European Commission. Directorate-General for Energy, and Ethniko Metsovio Polytechnio (Greece). *European energy and transport: Trends to 2030*. European Communities, 2003.

27. WCED (The Brundtland Commission), *Our Common Future*, Oxford University Press, New York, 1987, p. 255.



mismos y al cuidado del entorno en el que se desarrollan la mayoría de las actividades socio-económicas, las ciudades. Por lo tanto, la gestión óptima de los residuos urbanos representa una actividad compleja, ya que su finalidad son la recogida, el compostaje y la eliminación de residuos que generan diferentes actividades y sectores, como por ejemplo actividades comerciales (tiendas), instituciones (colegios, entes públicos, etc.), estructuras sanitarias (hospitales, centros diagnósticos, etc.), instalaciones de ocio y turismo (parques, restaurantes, hoteles, etc.). Bajo este punto de vista, los empresarios públicos ejercen un papel muy importante, ya que tienen que planificar sistemas eficaces de gestión de residuos, es decir, que sean capaces de tutelar y mantener la salubridad y la habitabilidad total de los espacios urbanos comunes. Sin embargo, a pesar de las numerosas directivas disponibles, todavía hay mucho que hacer a nivel institucional para que se llegue a una gestión de residuos sólidos urbanos más integrada y más racional, sobre todo en los países emergentes o en áreas críticas como los países del sur de la Unión Europea. Todo esto ocurre a pesar de que el siglo XXI haya comenzado con mayor sensibilidad y atención hacia la sostenibilidad y sus principios, hasta el punto de que muchas de las actividades cotidianas, entre ellas la llamada cadena de gestión de residuos sólidos urbanos, empiezan a verse bajo un punto de vista diferente empezando por el proyecto y continuando por el diseño, el funcionamiento y la eliminación de los mismos. Gran parte de los análisis a nivel internacional, en relación con la gestión de los residuos urbanos, se basa en el estudio y en la comparación de las diferentes tecnologías disponibles; incluso en la definición de las estrategias de gestión que deben garantizar una mayor sostenibilidad durante todo el ciclo. Esto es posible gracias a la difusión de las actividades de reciclaje, al uso de energías renovables y al cuidado de la biodiversidad y de los ecosistemas existentes²⁸. En Europa, la reciente directiva relativa a la gestión de residuos 2008/98/ CE, no solo propone nuevas definiciones de residuos, productos y materiales de deshecho, sino que también identifica las tecnologías y las metodologías que mejor se prestan a su tratamiento, todo ello con el fin de garantizar la salud pública, la conservación del entorno, la promoción de la reutilización y el reciclaje. La reciente normativa promulgada a nivel europeo sobre la gestión de residuos urbanos tiene como fin alcanzar algunos objetivos importantes que deben garantizar a las áreas interesadas un

28. UNEP, «E-waste: the hidden side of IT equipment's manufacturing and use. Early warnings on emerging environmental threats no. 5», en *United Nations Environment Programme*, Kenya, 2005.



desarrollo realmente sostenible, es decir: la minimización del impacto de las operaciones de recogida, la protección de la salud pública y del ambiente, la conservación de los recursos y del territorio, la gestión de los residuos «*after-care-free*» con el fin de reducir la peligrosidad de su disposición al vertedero, la gestión asimismo de los tratamientos biológicos, térmicos y de reciclaje y de la atenta evaluación económica de las actividades que se llevan a cabo²⁹. En los países en vía de desarrollo la vida de miles de personas todavía depende de las actividades relacionadas con la recogida y el reciclaje de residuos urbanos, por lo tanto, uno de los retos más difíciles al que tienen que enfrentarse tiene que ver, de hecho, con la mejora de la calidad de vida y de trabajo de quienes que se dedican a estas actividades. En Latinoamérica el 72% de la población reside en áreas urbanas, aunque los gobiernos y las instituciones locales a menudo no sean capaces de asegurar una gestión óptima y, sobre todo, sostenible de las mismas. Por eso, son cada vez más frecuentes las cooperativas sociales o las organizaciones no gubernamentales (ONG) que intentan suplir la sustancial falta de políticas y servicios sociales, a veces en colaboración con las instituciones y los gobiernos locales, con el objetivo de garantizar *in situ* a la población por lo menos los servicios públicos básicos (por ej. vivienda, salud, educación y seguridad).

Enfoque europeo para la sostenibilidad

La Unión Europea ha desarrollado con el tiempo un enfoque único y supranacional para la sostenibilidad, como demuestra el primer plan de acción para el medio ambiente que se publicó en el ya lejano 1972. Los principios básicos del desarrollo sostenible se han incluido como parte importante en algunos importantes tratados y documentos programáticos que se redactaron entre finales de los años 90 y la primera década del siglo XXI, como por ejemplo el Tratado de Maastricht, las conclusiones del Consejo Europeo de Cardiff de 1998, en la que se presentó la estrategia que introducía la protección ambiental en las políticas comunitarias, el Documento Introductorio del Consejo Europeo de Viena de 1998, las Conclusiones del Consejo Europeo de Helsinki de 1999, el V Plan Europeo de Acción Ambiental «Para un desarrollo duradero y sostenible», que nació de la Conferencia de Río

29. U. Arena, «Process and technological aspects of municipal solid waste gasification. A review», en *Waste management*, 32(4), 2012, pp. 625-639.



y Agenda 21 en la que se definían las pautas que se aplicarían en términos de protección ambiental y desarrollo sostenible. Además, ha sido especialmente importante el Consejo Europeo que se celebró en 2001 en Estocolmo, en el que se reiteró la necesidad de reconocer la misma dignidad a las tres diferentes dimensiones del desarrollo sostenible: Ambiente, Economía y Sociedad. También cabe recordar que fue durante el Consejo Europeo de Göteborg en 2001 cuando se definieron las pautas de acción de la estrategia europea para el desarrollo sostenible, mientras que el VI Plan de Acción Ambiental europeo contribuyó a definir la política ambiental comunitaria que había que llevar a cabo hasta el año 2010 desarrollando cuatro ámbitos de acción específicos: Cambios climáticos, Naturaleza y biodiversidad, Ambiente, salud y calidad de vida y, por último, Uso sostenible de los recursos. Bajo este punto de vista, ha adquirido cada vez más importancia la necesidad de resaltar lo más posible la orientación comunitaria a la sostenibilidad, para que los ciudadanos puedan, eventualmente, tomar parte en ella como prevé la estrategia de la Unión que se planeó para los años 2011-2014. Recientemente el Parlamento y el Consejo Europeo han aprobado el VII Plan de Acción Ambiental que define las políticas que los países miembros tendrán que seguir y ejecutar hasta 2020. El programa, que se definió en diciembre de 2013 y se denominó «Vivir bien, respetando los límites de nuestro planeta», nació del anterior y define los objetivos programáticos y los retos que se habrán que alcanzar para el 2020. El enfoque europeo para la sostenibilidad se propone, por tanto, como el compromiso ideal entre la presión que ejerce la opinión pública y la necesidad de mantener alto el nivel de innovación y competitividad de los países miembros, respetando el modelo social europeo. Este enfoque constituye, hoy en día, una especie de paradoja en la que a sus severas normas ambientales se opone un enfoque más que liberal a la sostenibilidad y a la responsabilidad social, el cual eclipsa el compromiso y las estrategias que ha actuado la Unión³⁰. La Comisión Europea, sin embargo, ha intentado mediar entre las diferentes exigencias sobre la confirmación de un desarrollo realmente sostenible, es decir, dando valor a la dimensión social y ambiental de las iniciativas propuestas en este sentido por las empresas, integrando las problemáticas y las necesidades empresariales en las políticas que se orientan hacia la sostenibilidad económica y ecológica, dando valor al diálogo con el componente social. Entre los objetivos principales de

30. O. Delbard, «CSR legislation in France and the European regulatory paradox: an analysis of EU CSR policy and sustainability reporting practice», en *Corporate Governance: The international journal of business in society*, 8(4), 2008, pp. 397-405.



la Unión está, de hecho, el de hacer de Europa un polo de excelencia en el campo del desarrollo sostenible, gracias también al intercambio de buenas prácticas, a la orientación a la productividad e incluso a la colaboración entre lo público y lo privado. Recientemente, además, ha adquirido una mayor importancia el concepto de «sostenibilidad urbana», que la Comisión Europea define como el reto que debe resolver las problemáticas internas de la ciudad y los problemas causados por las actividades que se desarrollan en ella³¹. La importante ayuda de instituciones y organismos internacionales (por ejemplo World Bank, OECD, Comisión Europea, etc.) ha sido determinante para la difusión de este principio y se ha intentado dar una dirección única a las actividades capaces de asegurar a las generaciones actuales y futuras, un nivel de bienestar urbano aceptable. El modelo europeo de desarrollo sostenible, a pesar de sus muchas contradicciones, parece evolucionar hacia una dimensión relacional que deja suponer la posibilidad de resolver precisamente esa dualidad típica de los estados modernos entre orientación liberal y orientación hacia la protección del Estado social³².

Enfoque latinoamericano para la sostenibilidad

Actualmente, los países de América Latina³³, gracias a la progresiva consolidación de las instituciones democráticas, están viviendo una fase muy favorable, cuyos efectos son evidentes tanto en el ámbito económico como en el socio-institucional. La creciente estabilidad no solo política, sino también socio-económica, de esta área y de la de los países que la componen, se encuentra en clara contraposición con lo que sucede en Occidente, y ello por culpa de la persistente crisis económico-financiera que frena el crecimiento de muchos países occidentales, aumentando las desigualdades sociales y de renta entre ellos³⁴. En el área latinoamericana, a pesar de las graves dificultades que tenían algunos Estados, los efectos de la crisis global han sido

31. European Commission. Directorate-General for Energy, and Ethniko Metsovio Polytechnio (Greece). *European energy and transport: Trends to 2030*. European Communities, 2003.

32. G. Esping-Andersen, *The three worlds of welfare capitalism*. John Wiley & Sons, London, 2013.

33. El área latino americana comprende, convencionalmente, 20 estados diferentes (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela), cuya población total se acerca a los 569 millones de habitantes que se distribuyen aproximadamente en el 14% del territorio disponible (Nicholls-Nixon et al., 2011).

34. R.N. Gwynne & K. Cristobal, *Latin America Transformed Second Edition: Globalization and Modernity*, Routledge, London, 2014.



menos drásticos que en el Viejo Continente. Un ejemplo especialmente interesante es Brasil, que representa el Estado latinoamericano más activo y competitivo a nivel global, no solo gracias a los altos niveles de producción, sino también gracias a una demanda interna en continuo crecimiento y sostenida por la mejora general de la calidad de vida y, obviamente, por el aumento de la renta per cápita³⁵. El crecimiento de la economía de estos países se basa principalmente en el desarrollo económico, que se ha obtenido, entre otras cosas, gracias a la definición de las políticas energéticas innovadoras y que han sostenido sobre en todo Brasil y México. De hecho, estas políticas prevén la diversificación energética que también se puede aplicar en el uso de diferentes formas y fuentes de energía renovable³⁶. Algunos análisis han evidenciado recientemente que tanto América Latina como el área caribeña se han visto especialmente afectados por los efectos que la contaminación atmosférica y los cambios climáticos tienen sobre el entorno en el que se desarrollan las actividades socio-económicas. Por todo ello resulta muy interesante la plataforma político-jurídica de Ecuador y Bolivia en la que se ha definido el concepto de «buen vivir»³⁷, una nueva manera de conjugar la sostenibilidad social, económica y ambiental con las exigencias del área de referencia. Las políticas que están en la base de este modelo requieren, sin embargo, profundos cambios que a menudo partiendo de modelos socio-económicos tradicionales llevan a modelos innovadores que, en países como estos, pueden ser contradictorios y a veces conflictivos³⁸. El «buen vivir», por lo tanto, tiene como objetivo la construcción de un futuro igualitario gracias al respeto y a la puesta en valor de las instituciones democráticas, gracias a las cuales es posible optimizar y redistribuir los recursos disponibles. Sin embargo, la comprensión total de este concepto será posible no solo gracias a la recuperación de las tradiciones locales, sino también gracias a la influencia que la modernización y el progreso tecnológico ejercen sobre el desarrollo socio-económico³⁹. El objetivo principal del «buen vivir» es la orien-

35. A. Mourougane & M. Pisu, «Promoting infrastructure development in Brazil. OECD Economics», *Department Working Papers*, No. 898, 2011.

36. M. Coviello, J. Gollán & M. Pérez, «Las alianzas público-privadas en energías renovables en América Latina y el Caribe». Cepal, 2012.

37. C. Walsh, «Development as Buen Vivir: Institutional arrangements and (de) colonial entanglements», en *Development*, 53(1), 2010, pp. 15-21.

38. U. Villalba, «Buen Vivir vs Development: a paradigm shift in the Andes?», en *Third World Quarterly*, 34(8), 2013, pp. 1427-1442.

39. R. Prada Alcoreza, «Al interior de la Asamblea Constituyente», en *Balance y perspectivas. Intelectuales en el primer Gobierno de Evo Morales*, 2010, pp. 66-70.



tación de las actividades humanas hacia el uso atento y consciente de los recursos económicos, sociales y naturales, garantizando a su vez iguales posibilidades de acceso y explotación a todos los componentes sociales. Ello no considera el «bienestar» en conexión con la adquisición y la acumulación de bienes materiales, sino unido a un conjunto de bienes inmateriales con un alto valor añadido (por ej., la identidad, los valores y las relaciones que caracterizan un ámbito socio-económico y territorial específico). La creciente atención que se dedica al desarrollo sostenible y a la conservación del entorno ha padecido la influencia de la rápida expansión urbana que han vivido los países del área latinoamericana, con los consiguientes problemas de adaptación de las infraestructuras ya existentes (por ej., edificios públicos y privados, medios de transporte público, red de carreteras, etc.) y de los servicios públicos actuales (por ej., calidad de las aguas, recogida de residuos, seguridad y sanidad pública, etc.).

Metodología

La investigación que nos ocupa tiene su origen en el estudio de la literatura académica que se ha generado en el ámbito del desarrollo sostenible con las peculiaridades que este ha tomado tanto del ambiente europeo como del latinoamericano, además de las reformas que han afectado al sector público, incluso en términos de mayor sostenibilidad y orientación, hacia el marketing ambiental. El trabajo pretende, además, verificar los temas que han surgido del estudio de la literatura a través del análisis de algunos casos que representan de forma completa las tendencias y los enfoques sobre la sostenibilidad urbana desarrollados por los gobiernos e instituciones europeas y latinoamericanas. El estudio se basa en una específica metodología de análisis, es decir, el estudio cualitativo del caso, lo que permite analizar uno o más fenómenos situados dentro de un contexto específico⁴⁰. Este enfoque se eligió con el fin de comprender mejor las relaciones y la influencia que ejercen el contexto geográfico y socio-político de cada país sobre la orientación de la sostenibilidad, y sobre la promoción de políticas sostenibles por parte de gobiernos nacionales y locales. Con el fin de conseguir el objetivo establecido, se ha elegido analizar más de un caso de estudio (*multiple-case studies*), para poder

40. R. K. Yin, «Case study research design and methods third edition», en *Applied social research methods series 5*, 2003.



describir en detalle un evento o un fenómeno inmerso en el contexto real en el que ocurre⁴¹. La decisión de analizar más de un caso de estudio permite evidenciar similitudes y diferencias gracias a las que se podrán verificar o falsear los temas teóricos sobre los que se basa el estudio. En especial, se han analizado las iniciativas dirigidas a poner valor la sostenibilidad urbana y a mejorar los servicios críticos como la gestión de residuos urbanos en zonas metropolitanas complejas de las ciudades de Buenos Aires y Mánchester.

La ciudad de Buenos Aires: de los «cartoneros» a los «recolectores urbanos»

Origen

En Argentina y en la ciudad de Buenos Aires en particular, las cuestiones relacionadas a la recogida y a la eliminación de los residuos son muy consideradas. De hecho, esas cuestiones conciernen no solo al ámbito social y ambiental de la vida de la ciudad, sino también al ámbito económico. Eso ocurre porque, ya desde hace muchos años, las actividades relacionadas a la recogida y a la separación de los materiales reciclables representa la única actividad de sustentación para una considerable parte de la población, sobre todo a lo largo de los periodos de crisis que afectaron no solo a la ciudad, sino también a toda Argentina.

De hecho, por mucho tiempo las actividades en cuestión han sido controladas por individuos llamados «cartoneros» que, de manera autónoma, se ocupaban de la recogida y de la venta de los materiales reciclables a empresas manufactureras. Se les llamaba «cartoneros» a los individuos, por la mayor parte los emarginados y los procedentes de las afueras, que para sobrevivir se veían obligados a revolver los residuos de la ciudad en búsqueda de material por reutilizar. Aunque no oficialmente reconocido y organizado, el trabajo de los susodichos individuos ha sido capaz de colmar casi la mitad de las actividades de reciclado de los residuos de la ciudad.

Sin embargo, andando el tiempo se ha abierto camino la necesidad no solo de complementar la actividad de los cartoneros con intervenciones más estructuradas y organizadas, sino también de garantizar un nivel mínimo de tutela social y legal.

41. Ídem.



Desarrollo del servicio

Durante la segunda mitad de los años noventa, Argentina, y en especial la ciudad de Buenos Aires, ha sido el objetivo de iniciativas y proyectos de mejora de la calidad de vida y de los atractivos de sus áreas urbanas, tanto para la población local, como para los turistas⁴². Los primeros barrios que se eligieron para realizar dichas iniciativas fueron *La Boca* y *San Telmo* por sus peculiaridades: proximidad al centro de la ciudad, buena disposición de viviendas, precios bajos y un alto número de viviendas alquiladas⁴³. En este tipo de contexto, se han podido llevar a cabo nuevas políticas de gestión con el fin de optimizar los servicios públicos y solucionar los problemas socio-ambientales, que ya se consideraban endémicos. Un ejemplo de ello ha sido la gestión de residuos urbanos. En gran parte de América Latina, así como en Argentina y, por lo tanto, en la ciudad de Buenos Aires, la gestión de residuos urbanos solo hasta ahora último ha sido objeto de una reflexión crítica y de un tratamiento normativo adecuado, pese a que la recogida y la recuperación de materiales reutilizables o reciclables ha representado durante mucho tiempo una de las pocas fuentes de ingresos para la supervivencia de las clases más desfavorecidas del país. El año 2002 ha representado un momento importante para la ciudad, ya que la gestión de residuos pasó de la libre iniciativa de los denominados «cartoneros» a un organizado sistema de gestión del servicio que se encargó a los «recolectores urbanos». Estos han sustituido la acción, a menudo individual, que muchos ciudadanos han realizado durante el largo periodo de crisis que ha vivido el país. Los cartoneros, de hecho, abastecían a las empresas nacionales de una serie de materiales, objetos y recursos reciclados que estas, debido a la devaluación de la moneda local, a menudo no podían comprar. Durante 2002 el Gobierno de la ciudad de Buenos Aires aprobó la primera ley sobre la recogida de residuos urbanos, conocida por la mayoría como ley de los «Cartoneros», que regula la creación de un sistema de recogida de residuos mixtos que se basaba en dos puntos: el húmedo, no reciclable, cuya recogida se ha dividido en tres zonas diferentes y se gestiona por medio de empresas privadas (DGPRU, 2007), y el seco, reciclable, que se basa en la separación selectiva y que gestionan los cartoneros. Esta la ley (Ley 922) también ha iniciado el

42. D. Herzer, «The long-run relationship between outward FDI and domestic output: evidence from panel data», en *Economics Letters*, 100(1), 2008, pp. 146-149.

43. C.A. Sternberg, «From “cartoneros” to “recolectores urbanos”. The changing rhetoric and urban waste management policies in neoliberal Buenos Aires», en *Geoforum*, 48, 2013, pp. 187-195.



proceso de legalización del trabajo de los cartoneros, que hasta aquel momento trabajaban sin ningún tipo de protección jurídica. En 2005, el legislador local promulgó una nueva ley, que nunca se ha llegado a cumplir totalmente, llamada comúnmente «Ley Basura Zero» o Ley 1854-1805, que proporciona las directrices para la renovación general del sistema de gestión de residuos y de las políticas de reciclaje. Esta ley prevé la creación de nada menos que seis «Centros verdes», centros de recogida, separación y compostaje en los que los cartoneros pueden proceder al tratamiento de los residuos. Según algunos, esta ley habría nacido de la voluntad de valorar el trabajo de los cartoneros, introduciendo su labor en el ciclo de gestión de residuos urbanos, gracias a la creación de cooperativas locales. Del análisis del proceso de mejora de la gestión de residuos urbanos que ha llevado a cabo la administración local de la ciudad de Buenos Aires durante estos años, ha emergido una casi total ausencia de comunicación y, por lo tanto, de estrategias que proporcionasen información sobre las iniciativas y los servicios que se ofrecían a los ciudadanos. La acción de las instituciones públicas, de hecho, debería orientarse hacia la creación, gracias a los instrumentos típicos del marketing ecológico y del marketing social⁴⁴, de las condiciones óptimas que deben sostener y promover la satisfacción y la participación de los ciudadanos en las acciones de gobierno.

Objetivos alcanzados y retos futuros

Entre los éxitos que la ciudad de Buenos Aires ha obtenido por lo que concierne a la administración de las actividades de recuperación y reciclado de residuos urbanos figura tanto la organización en cooperativas de casi la mitad de los 10.000 cartoneros, como la creación de áreas específicas de recogida llamadas «centros verdes».

La creación de cooperativas ha permitido a los cartoneros no solo obtener una condición jurídica y un salario que les ha permitido ingresar en el sistema social con todo derecho, sino también acceder a los diferentes servicios de previsión social. Desde la susodicha perspectiva, la ley «Basura Cero» ha contribuido a reconocer organicidad

44. El marketing social es una disciplina especializada que nació hacia 1970, cuando Philip Kotler y Gerald Zaltman entendieron que los principios base del marketing, que se utilizan en el ámbito comercial, también se podían aplicar en el ámbito social, o sea para «vender» o promover ideas, actitudes y/o comportamientos (Kotler and Zaltman, 1971). La aplicación de los principios y de las técnicas de marketing a la promoción de específicas causas sociales, ideas o comportamientos también se ha aplicado, en algunos casos, a los programas de reciclaje (Cole, 2007; MacLennan and McConnell, 2007).



y licitud a actividades que hasta hace pocos años se dejaban a la libre iniciativa.

De esta manera, las cooperativas se han convertido en fuentes de riqueza económica (dado que ofrecen trabajo a muchas personas) y social (dado que facilitan la entrada en la sociedad a los sectores más débiles de la población). La aplicación de la ley ha permitido a la ciudad de Buenos Aires obtener éxitos tan importantes que las otras ciudades de la región la consideran un modelo.

El Gobierno local se compromete no solo a favorecer la correcta aplicación de la normativa vigente, sino también a favorecer el desarrollo de una campaña promocional enfocada en subrayar las actividades hechas.

La gestión de los residuos en Gran Bretaña: el ejemplo de Manchester

Origen

En el Reino Unido la gestión de los residuos está dominada históricamente por un sistema casi totalmente basado en el depósito en los vertederos, además de los bajos índices de reciclaje y recuperación⁴⁵. La elevada disponibilidad de zonas que se puedan utilizar como vertederos ha hecho de este un sistema mucho más económico y rápido que los que se basan en el reciclaje, el compostaje y/o la incineración. Esta tendencia se confirma por el hecho de que en el año 2000 un porcentaje todavía muy alto de los residuos urbanos —alrededor del 80%— que se producen en el Reino Unido, todavía se destinaba a los vertederos⁴⁶. Por lo tanto, durante mucho tiempo el Reino Unido se ha caracterizado por una escasa conciencia sobre la importancia institucional, profesional y social del reciclaje, reforzada por un igualmente escaso conocimiento y difusión de las más recientes tecnologías para el tratamiento mecánico y/o biológico de los residuos⁴⁷. Esto ha sucedido tanto por la falta de actividades de marketing que promoviesen nuevos estilos de vida y una mayor conciencia de la importancia de contribuir a la tutela ambiental y a la salvaguardia del bienestar colectivo, como por la escasa coordinación de las políticas que se dedican

45. E. Uyarra & S. Gee, «Transforming urban waste into sustainable material and energy usage: the case of Greater Manchester (UK)», en *Journal of cleaner production*, 50, 2013, pp. 101-110.

46. *Ibid.*, p. 105.

47. *Ibid.*, p. 106.



a la gestión de los servicios públicos. En el Reino Unido, de hecho, la tradicional separación entre los sistemas de recogida y disposición de los residuos también parece haber pesado negativamente en la difusión de soluciones más o menos avanzadas de reciclaje y recuperación de residuos urbanos. Los recientes cambios que el sistema nacional ha aportado a la gestión de residuos se han visto directamente influenciados por las políticas, las normativas y las directrices que se han promulgado en el ámbito europeo⁴⁸. De hecho, la Directiva Comunitaria para la Regularización del uso de los vertederos (Directive 99/31/EC) ha contribuido a reforzar la presión de la opinión pública para que se modificaran las ya superadas y poco sostenibles prácticas para la recogida y la eliminación de residuos urbanos y otros en todo el país.

En un escenario no especialmente avanzado como el que acabamos de describir, la ciudad de Mánchester constituye un ejemplo especialmente importante en términos de renovación de la política de gestión de residuos urbanos.

Desarrollo del servicio

La *Greater Manchester Authority* (GMWDA) actualmente todavía representa la mayor organización de recogida y eliminación de residuos urbanos. Esta opera en una de las áreas urbanas más grandes del país, la *Greater Manchester*, constituida por las ciudades de *Bolton, Bury, Manchester, Oldham, Rochdale, Salford, Stockport, Tameside* y *Trafford*. Actualmente, esta organización administra casi 1,1 millones de toneladas al año de residuos, casi un 5% del total producido en todo el Reino Unido⁴⁹.

Desde finales de los años noventa, la actividad de la GMWDA ha apostado por sustituir el tradicional sistema de recogida y eliminación de residuos urbanos, que se basa en el uso indiscriminado de vertederos o incineradores, con soluciones avanzadas y ecocompatibles. De hecho, el área en cuestión se ha caracterizado históricamente por una tasa muy baja de reciclaje (el 3% del total de los residuos recogidos) incluso para un país como Gran Bretaña de esa época. Con el tiempo, la acción de diferentes grupos de ambientalistas y de algunos políticos ha contribuido a difundir una idea innovadora de «desecho», que se considera como un verdadero recurso para el intercambio o el uso dirigido a incrementar el desarrollo local,

48. J. Crawford & S. Davoudi, *Planning for climate change: strategies for mitigation and adaptation for spatial planners*, Routledge, London, 2009.

49. *Ibíd.*, p. 107.



gracias a la difusión de actividades directamente relacionadas con la recogida y el reciclaje. Esto ha llevado, además, a la difusión de una actitud generalmente crítica ante soluciones diferentes como, por ejemplo, recurrir a plantas de incineración⁵⁰. La aparición de nuevas exigencias sociales ha llevado en el año 2001 a la GMWDA a recurrir a una nueva organización, gracias a la contratación de nuevo personal y al uso de nuevas competencias con el fin de crear nuevas redes, alianzas estratégicas e incluso acciones de *lobbying* respecto al gobierno central⁵¹. Para estimular el crecimiento, o incluso el nacimiento de un mercado local de los materiales reciclados, se encargó un análisis para evaluar la viabilidad a gran escala de la gestión organizada de los flujos de recogida, compostaje y disposición. Este análisis se vio limitado por falta de información fiable sobre los volúmenes, los tipos y el origen de los residuos, además del nivel alcanzado en el ámbito local por las actividades en cuestión. Entre los años 2002 y 2006, la acción desarrollada por la GMWDA ha ejercido, además, un efecto positivo sobre la adquisición de financiaciones públicas para su uso en la prestación de servicios de recogida selectiva puerta a puerta de los materiales reciclables y para el compostaje, además de la mejora de la red de centros de servicio dedicados a estas actividades. Al complejo sistema de financiaciones descrito, la organización ha añadido una serie de acciones (por ej., campañas de información, seminarios, centros de formación, etc.) orientadas a aumentar la participación y a cambiar la percepción de la opinión pública local respecto al reciclaje. La estructura, cuyo objetivo es el de hacer sus actividades lo más competitivas posible, ha decidido privatizar una parte de ellas y transferir la gestión del personal a otra sociedad, cuyo trabajo consiste en recalificar los recursos en previsión del suministro de servicios innovadores y avanzados. Además, se han introducido infraestructuras y soluciones avanzadas que pueden influir positivamente en la tasa de reciclaje del área en cuestión, que en 2011 ha alcanzado el 37% del total de los residuos urbanos recogidos⁵².

Objetivos alcanzados y retos futuros

La Ciudad de Mánchester ha creado un grupo de trabajo que tiene como objetivo la búsqueda de soluciones alternativas para reducir el

50. *Ibíd.*, p. 107.

51. *Ibíd.*, p. 105.

52. *Ibíd.*, p. 106.



impacto ambiental de las actividades cotidianas entre las que figura la administración de los residuos urbanos. El plan de acción que la Ciudad se ha propuesto desarrollar a largo, medio y corto plazo se orienta a la optimización de las actividades y de los resultados que se pueden obtener a través de una eficaz y eficiente administración de los residuos urbanos y de los procesamientos relacionados (recogida, recuperación, reciclado y transformación).

En enero de 2015 se implementó un programa financiero que asciende a 631.000.000£ orientado a la implementación de un sistema organizado de administración de instalaciones apto para realizar la recuperación y el reciclado de los residuos urbanos para reducir la recogida en vertedero. La implementación del proyecto llevó a la creación de unos 5.000 empleos que ha dado empuje a la economía local.

La administración local, conjuntamente con la GMWDA, tiene la intención de ampliar aún más su compromiso en la administración de los residuos, al considerarlos fuentes de valor socio-económico. Es más, tiene la intención de asociar su compromiso a una administración mejor y sostenible de las actividades relacionadas a sectores diferentes como la venta al detalle, el comercio, la industria. Simultáneamente, la GMWDA tiene el objetivo no solo de desarrollar el sistema de financiamiento de las actividades de administración y reciclado de los residuos, sino también de garantizar mayor visibilidad a las actividades realizadas por campañas de comunicación *off-line* y *on-line*. De hecho, el sitio web de la organización ofrece muchas informaciones relacionadas a las actividades y a los proyectos realizados y un espacio de interacción entre *partners* y ciudadanos.

Conclusiones

Los grandes cambios que se han producido en el sector público a nivel internacional han planteado nuevos y cada vez más importantes desafíos a los gobiernos locales y nacionales, que necesitan nuevos instrumentos para garantizar óptimos resultados en términos de desarrollo sostenible. En este escenario entra en juego el marketing ecológico como disciplina capaz de aportar, también a las instituciones públicas, los instrumentos necesarios para promover nuevas ideas, proyectos, productos y servicios ecosostenibles, además de promover entre los ciudadanos y las instituciones comportamientos y actitudes que tutelen y den valor al entorno, para que las próximas generaciones puedan disfrutar plenamente de él. Por



lo tanto, el bienestar presente y futuro de los ciudadanos pasa también por la gestión optimizada y proactiva de los servicios públicos críticos como el de la salud, la gestión de residuos, la seguridad, el transporte, la instrucción y la protección del entorno. Los resultados que se han conseguido a través de este estudio han revelado, en primer lugar, que las instituciones públicas que se orientan hacia la sostenibilidad son, de hecho, multidireccionales, es decir, cuyo fin es la promoción de la colaboración entre gobiernos, empresas y la sociedad civil en su totalidad. Por lo tanto, en un ámbito crítico como el de la gestión de los residuos urbanos, la comunicación y la cooperación entre las partes, favorecida por las estrategias de marketing ecológico, adquiere una importancia creciente en términos de mejora general y mayor sostenibilidad del servicio ofrecido⁵³. Las instituciones públicas, por medio de una correcta gestión, promoción y comunicación de los servicios ofrecidos, y que también se basa en actividades como la información periódica *off-line* y *on-line* o el uso de investigaciones *follow-up*, podría tener efectos más que positivos sobre la difusión a largo plazo de un enfoque más maduro y consciente hacia la recogida y al reciclaje de los residuos urbanos⁵⁴. De hecho, así como demuestran los resultados que hemos tratado, la promoción y la actuación de campañas informativas con el fin de favorecer la difusión de buenas prácticas y comportamientos socialmente responsables ha favorecido, habría podido favorecer, como en el caso de la ciudad de Buenos Aires, la mejora general no solo del servicio de gestión de los residuos urbanos que se ofrece a la población, sino también de las políticas de gestión sobre las que estos se rigen. Del análisis de la literatura y de los casos de estudio que se han tratado se ha podido comprobar que las políticas de marketing ecológico y los instrumentos que a estas se asocian, todavía parecen estar poco extendidas dentro de las organizaciones públicas. Estas, de hecho, se demuestran poco sensibles a las exigencias de los ciudadanos que, por otra parte, desearían no solo involucrarse sino también conocer las estrategias de desarrollo de los servicios públicos de los que son los destinatarios. Esto ocurre en el ámbito de la gestión de residuos urbanos, una actividad que ha adquirido con el tiempo una relevancia cada vez mayor para la opinión pública, que cada vez se interesa y se implica más en las acciones que le puedan garantizar un ambiente

53. L. Guerrero, A. Ger Maas, & W. Hogland, «Solid waste management challenges for cities in developing countries», en *Waste management* 33(1), 2013, pp. 220-232.

54. C. Armijo-de Vega, «Solid Waste Management in a Mexican University Using a Community-Based Social Marketing Approach», en *The open waste management journal*, 3, 2010, pp. 146-154.



más saludable y vivible. Sin embargo, todos los servicios que están conectados precisamente a la gestión de residuos urbanos, están muy lejos de unos niveles claros de eficiencia y eficacia, de hecho, todavía puede y habría que hacer mucho en términos de comunicación y evaluación de los servicios ofrecidos. Por consiguiente, a pesar de que la gestión de residuos urbanos representa una problemática de interés global, a menudo las instituciones internacionales y locales afrontan esta cuestión de manera sectorial. En particular, las acciones y las políticas que a ella se dedican a menudo están sujetas a variables y a características culturales, como lo demuestran la normativa y las acciones que se han utilizado en dos áreas geográficas tan diferentes, tanto por el entorno como por la situación socio-económica, como son la Unión Europea y el área Latinoamericana. De hecho, en los países que pertenecen a la Unión Europea, la gestión de los residuos urbanos se considera un problema relevante, tanto para el desarrollo de los distritos urbanos, como para la orientación general a la sostenibilidad establecida a nivel comunitario. Por lo tanto, si la Unión Europea parece haber desarrollado un enfoque «normativo» en la gestión de los residuos urbanos no ha sucedido lo mismo en Latinoamérica, donde las iniciativas legislativas y de gestión que se han promovido han tenido casi siempre carácter nacional, por lo que cada país ha podido realizar políticas de gestión, iniciativas y reglas fuertemente personalizadas tanto a nivel cultural como político. Sin embargo, un rasgo común a toda el área latinoamericana parece ser el hecho de que los servicios y las actividades relacionadas con la gestión de residuos urbanos nace de la libre iniciativa individual, es decir, como una actividad llevada a cabo por quienes pertenecen a los niveles sociales más desfavorecidos para garantizar su supervivencia. Con el tiempo, sin embargo, la libre iniciativa de los ciudadanos ha sido objeto de una regulación por parte de las instituciones públicas, y ha sido absorbida y gestionada por empresas privadas en algunos Estados, y en virtud de la denominada liberalización de los servicios públicos han encomendado la gestión de residuos urbanos a dichas empresas. En conclusión, se puede afirmar que en la actual sociedad global la gobernanza social necesitaría nuevos y más avanzados instrumentos con los cuales favorecer la colaboración entre las partes y mejorar los servicios ofrecidos, con el objetivo además de garantizar un elevado grado de bienestar a las generaciones actuales y a las venideras.