

# Alemania, un ejemplo para el mundo *en el ámbito de la sostenibilidad*

Por Sofia Villacís  
(sofiavillacis2@hotmail.com)

¿Hay conciencia en los gobiernos, la academia, las instituciones de educación y los docentes sobre la necesidad de concienciar a las nuevas generaciones para enfrentar los retos de proteger el planeta, erradicar la pobreza y garantizar la prosperidad de los pueblos a través de una agenda común de desarrollo sostenible? Mientras Europa brega por este objetivo, el continente americano se mantiene todavía distante.

El 25 de septiembre de 2015, los líderes mundiales adoptaron los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos por las Naciones Unidas, los cuales conforman un conjunto de metas globales para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible (Naciones Unidas, 2018). Esto exige la creación de políticas gubernamentales que generen estrategias tendientes a garantizar el compromiso de cada nación a partir de dichos objetivos.

Sin embargo, educar a las futuras generaciones para crear conciencia y compromiso de la juventud con el planeta y la inequidad social debe asumirse también de manera conjunta por la academia,

los colegios, las universidades y los docentes. Muchos países ya han empezado a tomar responsabilidad de este compromiso, y han puesto en marcha programas y mecanismos para disminuir los impactos negativos del consumo humano en el ecosistema, buscando garantizar una convivencia comprometida para enfrentar las inequidades sociales y el grave problema de la contaminación y el hambre.

Quisiera dar a conocer las prácticas ambientales y sociales que Alemania ha desarrollado en diferentes niveles sociales e institucionales, demostrando el compromiso de esta sociedad con la sostenibilidad, no solo desde el ámbito teórico sino más bien desde los esfuerzos de un país que ha sido considerado como ejemplo a seguir en el compromiso con la sostenibilidad.

*Educar a las futuras generaciones para crear conciencia y compromiso de la juventud con el planeta y la inequidad social debe asumirse también de manera conjunta por la academia, los colegios, las universidades y los docentes.*



Las vivencias acumuladas durante los dos años y medio que viví en Alemania me han permitido conocer las regulaciones ambientales y las certificaciones que las organizaciones reciben como reconocimiento a sus prácticas ambientales y su compromiso social. Las prácticas que citaré testimonian la forma de vida de los ciudadanos y los esfuerzos de negocios y empresas que contribuyen con iniciativas para disminuir el impacto ambiental generando nuevas formas de consumo.

Dentro del marco de la sostenibilidad citaré aspectos observados en la sociedad alemana que demuestran el compromiso para eliminar el uso del plástico, incorporar mecanismos eficientes de reciclaje, crear conciencia ambiental sobre las emisiones de CO2 y contribuir con sectores sociales desfavorecidos.

La eliminación del uso del plástico es un esfuerzo que ha influido significativamente en la reducción del impacto ambiental del consumo humano. Alemania ha implementado estrategias para crear conciencia social y fomentar la disminución del consumo del plástico. Una de estas estrategias es el sistema “pfand”, por el



La mayoría de compradores llevan su bolsa de tela para transportar sus alimentos, ya que adquirir una bolsa tiene un costo aproximado de 0,50 centavos.

cual cada botella plástica o de lata que se vende en los supermercados lleva un sello que graba con un valor entre 0,20-0,25 centavos de euros. Para recuperar el valor “pfand”, el consumidor debe acercarse a una máquina que recicla las botellas vacías y emite un ticket que puede canjearse por euros en el mismo local donde se hizo la compra. Con este sistema, la sociedad alemana educa a la población, contribuyendo a los procesos de reciclaje.

Respecto de los alimentos, es común ver en los supermercados alemanes que la mayoría de verduras y vegetales no vienen empaquetados con plástico. Además, existen locales en donde los consumidores llevan sus propios envases para comprar productos al peso. Tal es el caso de la tienda Original Unverpackt de Berlín, que es considerada el primer mercado en el mundo que le ha declarado la guerra al *packaging*.

Supermercados alemanes como Lidl, Penny o Aldi no venden snacks en las pequeñas bolsas personales, ya que generan un desperdicio innecesario. En las cafeterías del país se observa que no se utilizan envases plásticos para servir el café. Estos negocios

fomentan la venta de envases de bambú para el consumo de agua o café. También se puede ver que, en los supermercados, la mayoría de compradores llevan su bolsa de tela para transportar sus alimentos, ya que adquirir una bolsa tiene un costo aproximado de 0,50 centavos.

Actualmente en Alemania se recicla el 60 % de la basura doméstica, 452 kilos por habitante, por año, 1,6 kilos por día (Freitag, 2008). Los contenedores reciclan separadamente desechos comunes, desechos de plástico y tetrapack, así como residuos orgánicos, metálicos y de vidrio. En muchas ciudades se utilizan las llamadas *gelbersack* o “bolsas amarillas” que reciclan productos de plástico y materiales compuestos. La política de clasificación de desechos en un *gelbersack* advierte que el mal

*Al realizar una comparación entre las prácticas que se han implementado en Alemania y Ecuador advertimos que resta mucho por hacer en nuestro país, tanto a nivel de las regulaciones como de la generación de una conciencia social entre la población.*

uso genera multas a los consumidores.

Alemania también ha emprendido una lucha para controlar las emisiones de CO<sub>2</sub>, aunque todavía existe un gran número de autos que emiten partículas dañinas al ambiente. Sin embargo, la sociedad ha tomado conciencia y las empresas se esfuerzan por disminuir la contaminación con CO<sub>2</sub>. Varias organizaciones han establecido políticas que prohíben el uso del avión para viajes de negocios, por lo que muchos empresarios prefieren movilizarse en tren. Los autos eléctricos son cada vez más populares entre los usuarios.

El modelo de auto *smart*, por ejemplo, permite una forma de movilización más limpia, con cero emisiones y amigable con el medio ambiente. Esta línea de autos se renta también a través del servicio de auto compartido, contribuyendo a reducir la necesidad de adquirir un auto propio.

El manejo del impacto social es un aspecto fundamental dentro del ámbito de la sostenibilidad. El reciclaje a través de contenedores de ropa usada genera la venta de artículos de segunda mano con precios módicos. Esta iniciativa



ha permitido a personas de escasos recursos y a miles de refugiados beneficiarse del servicio. Los mercados y tiendas en línea de artículos usados se han popularizado en Alemania, pues la sociedad es consciente de que no se debe permitir el desperdicio.

La iniciativa *Food-Sharing* funciona de manera efectiva en Alemania. Se han instalado refrigeradores en calles y tiendas, a fin de que la población pueda donar la comida que le sobra. Los movimientos *Food-Sharing* utilizan las redes sociales para publicar los productos que están disponibles, permitiendo que la población se mantenga actualizada y pueda beneficiarse.

Al realizar una comparación entre las prácticas que se han implementado en Alemania y Ecuador, en el ámbito de sostenibilidad, advertimos que resta mucho por hacer en nuestro país, tanto a nivel de las regulaciones como de la generación de una conciencia social entre la población. Es importante mencionar, por ejemplo, el contraste del uso de los autos smart en Europa y el consumo masivo de autos SUV en Latinoamérica y Estados Unidos. Por otro lado, hay que admitir los esfuerzos de los supermercados ecuatorianos para fomentar la venta de fundas de tela, pero es necesario establecer costos para las fundas plásticas a fin de suprimir o disminuir su consumo.

El viaje de la adolescente Greta Thunberg, quien utilizó un ve-

lero desde Europa hasta Estados Unidos para denunciar su preocupación por el cambio climático, nos permite cuestionar nuestros viajes para ir de compras a Estados Unidos en vuelos aéreos con altas emisiones, en lugar de viajar en medios menos contaminantes dentro del Ecuador o hacia países vecinos.

La brecha entre los países del primer mundo y los países en vías de desarrollo va más allá del tema económico o tecnológico. La sostenibilidad no debe ser utilizada como excusa para mostrar únicamente preocupación o para desarrollar estrategias de mercado que atraigan más clientela. El compromiso en nuestro país se debe materializar en formas de vida, en pequeñas acciones diarias que demuestren que el planeta nos preocupa y que el bien común y el futuro de las nuevas generaciones debe prevalecer sobre el bienestar individual.

## Referencia

Organización de Naciones Unidas. (2018). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Noticias ONU. Obtenido de <https://news.un.org/es/story/2018/06/1436322>

Freitag, V. (12 de octubre de 2008). Alemania, insuperable en la separación de basura. *Deutsche Welle*. Obtenido de <https://www.dw.com/es/alemania-insuperable-en-la-separaci%C3%B3n-de-basura/a-3636623>.