

45 EDUCACIÓN Y CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL**ISO 26000** 6.7.5 Consumo sustentable, 6.7.9 Educación y concientización, 6.8.4 Educación y cultura**GRI** Desempeño Ambiental - G4-DMA**6.7.5 Asunto 3 sobre consumidores: consumo sostenible****6.7.5.1 Descripción del asunto**

El consumo sostenible se refiere al consumo de productos y recursos a tasas coherentes con el desarrollo sostenible. El concepto fue promovido en el principio 8 de la Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo [158], que establece que para alcanzar el desarrollo sostenible y una mayor calidad de vida para todas las personas, los Estados deberían reducir y eliminar los patrones de producción y consumo insostenibles. El concepto de consumo sostenible también incluye la preocupación por el bienestar de los animales, respetando la integridad física de los animales y evitando la crueldad [175].

El rol de una organización en el consumo sostenible surge de los productos y servicios que ofrece, sus ciclos de vida y sus cadenas de valor y de la naturaleza de la información que proporciona a los consumidores.

Las actuales tasas de consumo son claramente insostenibles, contribuyendo al daño del medio ambiente y al agotamiento de los recursos. Los consumidores juegan un rol fundamental en el desarrollo sostenible teniendo en cuenta factores éticos, sociales, económicos y ambientales, basados en información precisa, al realizar sus elecciones y tomar sus decisiones de compra.

6.7.9 Asunto 7 sobre consumidores: educación y toma de conciencia**6.7.9.1 Descripción del asunto**

Las iniciativas de educación y toma de conciencia permiten a los consumidores estar bien informados, ser conscientes de sus derechos y responsabilidades, tener mayores probabilidades de asumir un rol activo y ser capaces de tomar decisiones fundamentadas, en cuanto a la compra de productos o servicios, y consumir de manera responsable. Los consumidores desfavorecidos de las áreas rurales y urbanas, incluidos los consumidores con escasos ingresos y aquellos entre los que hay un nivel bajo de alfabetización, tienen necesidades especiales de educación y de incrementar su toma de conciencia. Siempre que exista un contrato formal entre una organización y un consumidor, la organización debería verificar que se informa debidamente al consumidor de todos los derechos y obligaciones pertinentes.

El objetivo de la educación de los consumidores no busca únicamente transferir conocimientos, sino también empoderarlos para aplicar esos conocimientos. Esto incluye el desarrollo de habilidades para evaluar productos y servicios, y para hacer comparaciones. También pretende hacer surgir la toma de conciencia sobre los impactos que las opciones de consumo tienen en otros y en el desarrollo sostenible [154]. La educación no exime a una organización de ser responsable si un consumidor resulta dañado al usar productos y servicios.