

Dossier: «Responsabilidad social: un modelo de gestión inaplazable» coordinado por August Corrons Giménez

LAS CLAVES EN LA APLICACIÓN DE LOS INDICADORES DE CALIDAD DE VIDA

La sostenibilidad a lo largo del ciclo de vida de los productos

Montserrat Llobet i Abizanda

Economista y doctora en Políticas Públicas. Profesora colaboradora de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

RESUMEN Partimos de la definición del concepto de *sostenibilidad* del Informe Brundtland (1988) para analizar los aspectos clave y observar la esencia de la naturaleza humana. Nos damos cuenta de que la manera de satisfacer las necesidades de las personas es clave para optimizar la calidad de vida, integrarnos de nuevo en la naturaleza y lograr los diecisiete objetivos de desarrollo sostenible (ODS). La estrategia que hay que seguir es la cooperación entre las partes interesadas acercando los lugares de residencia, trabajo y consumo para poder disponer de espacios de encuentro en la proximidad de los barrios, pero también dentro de las empresas, de las administraciones públicas y de las entidades no lucrativas. Dado que se trata de satisfacer las necesidades humanas básicas en la sociedad de consumo que hemos construido, identificamos los indicadores de calidad de vida que nos permiten analizar la sostenibilidad de las organizaciones y de los productos a lo largo de su ciclo de vida. La aplicación de los indicadores de calidad de vida puede ser básica en nuestras decisiones individuales y colectivas de compra cotidiana, tanto pública como privada, para tomar conciencia y para hacer camino, con paso firme, hacia la sostenibilidad. También nos será de gran utilidad para diseñar políticas públicas sostenibles, incluidas las de contratación pública.

PALABRAS CLAVE sostenibilidad; necesidades humanas; satisfactores sinérgicos; ODS; cooperación; proximidad; sociedad de consumo; partes interesadas; organizaciones; ciclo de vida de los productos; indicadores de calidad de vida; compra pública y privada; toma de conciencia; políticas públicas; agua limpia y saneamiento; trabajo decente y crecimiento económico

KEYS IN THE APPLICATION OF QUALITY OF LIFE INDICATORS

Sustainability throughout the product's lifecycle

ABSTRACT We start with the Brundtland Report's (1988) definition of the concept of sustainability to analyze key aspects and look at the essence of human nature. We realize that the way to meet people's needs is key to optimizing their quality of life, integrating us back into nature and achieving the seventeen Sustainable Development Goals (SDG). The strategy that must be followed is the cooperation between the interested parties by bringing the places of residence, work and consumption closer to being able to have meeting spaces in the proximity of neighborhoods, but also within companies, public administrations and non-profit entities. Given that the purpose is to meet basic human needs in the consumer society we have built, we identify the quality of life indicators that allow us to analyze the sustainability of organizations and products throughout their lifecycle. The application of the quality of life indicators can be essential in our individual and collective decisions of everyday purchasing, both public and private, to raise awareness and to build a strong path towards sustainability. It will also help us design sustainable public policies, including public procurement.

KEYWORDS sustainability; human needs; synergistic satisfactors; SDG; cooperation; proximity; consumer society; stakeholders; organizations; product lifecycle; quality of life indicators; public and private procurement; awareness; public policies; clean water and sanitation; decent work and economic growth

Introducción

La definición de sostenibilidad del *Informe Brundtland*¹ es nuestro punto de partida: **satisfacer las necesidades del presente sin comprometer las de las generaciones futuras**. Aquí la palabra clave es *necesidades*. En nuestra sociedad postindustrial identificamos un exceso de necesidades porque partimos de las personas como sujetos consumidores ajenos a los impactos sociales y ambientales del ciclo de vida de los productos que adquirimos. Esta alienación implica que, cuantas más necesidades se identifican más oportunidades de negocio se generan. En este sentido, nuestro referente en materia de necesidades es la pirámide de Maslow (1943), que las clasifica de manera jerárquica en fisiológicas, de seguridad, de amor o pertenencia, de reconocimiento y de autorrealización, sin llegar a la raíz de la naturaleza humana.

El género humano se diferencia del resto de animales por una medida mucho más grande del cerebro y por el hecho de andar derecho sobre dos piernas, lo cual le permite detectar si hay depredadores o enemigos y tener libres los brazos para lanzar piedras o hacer señales. Como explica Yuval Noah Harari (2011), **el tamaño superior del cerebro humano** y el hecho de andar derechos requiere unas caderas estrechas y favorece los partos prematuros, cuando el cerebro y la cabeza del bebé todavía son relativamente pequeños y flexibles. El hecho de **que los bebés humanos estén indefensos** y dependan durante muchos años de personas adultas que los alimenten, los protejan y los eduquen **ha contribuido mucho a que desarrollen unas habilidades sociales extraordinarias**.

1. Las necesidades humanas y los satisfactores sinérgicos

El libro *A Theory of Human Need*, de Len Doyal e Ian Gough (1994), aclara que **las necesidades más básicas que tenemos las personas son la salud física y la autonomía crítica**. Es decir, disponemos de un cuerpo que necesita funcionar de manera saludable para relacionarnos con nuestro entorno social, intercambiando puntos de vista que nos ayuden a tomar nuestras mejores decisiones y a asumir las consecuencias que estas tengan (Llobet, 2022).

Esta sería **la esencia de la naturaleza humana** y, en 2022, la neurociencia (Castellanos, 2022) lo corrobora mostrando que no solo tomamos decisiones con la cabeza, sino también con el cuerpo, porque la memoria, la atención, el estado de ánimo o las emociones dependen de cuestiones como la postura corporal y los gestos faciales, la microbiota intestinal y el estómago, así como el patrón complejo de latidos cardíacos y la manera en la que respiramos.

No obstante, desde que empezamos a cultivar la tierra y a pastorear rebaños, **las personas nos hemos ido distanciando de la naturaleza** como si no formáramos parte de esta, cuando los expertos en este campo nos dicen que nuestro cerebro y nuestra mente están adaptados todavía a una vida de caza y recolección. Al fin podemos leer comentarios de neurociencia como, por ejemplo, «la ciencia y las humanidades pueden y tienen que volver a darse la mano»,² para evidenciar que esta distanciaci3n nos enferma. En el mismo sentido, el *focusing*³ es una técnica de psicología humanista sistémica⁴ que nos ayuda a interpretar lo que nuestro cuerpo nos dice para volver a conectar con la naturaleza y encontrar el equilibrio emocional que sustenta nuestra salud.

Dado que hablamos de las necesidades que caracterizan la naturaleza humana, la salud física y la autonomía crítica son, y han sido siempre, las mismas **necesidades humanas básicas** para todas las personas, independientemente de su cultura, religi3n, el territorio donde hayan nacido, la edad y el momento hist3rico en el que hayan vivido (Doyal y Gough, 1994). Se trata de necesidades **forjadas hace unos 70.000 a3os, cuando nuestros antepasados tenían que cazar y recolectar** para comer y protegerse, mientras que solo hace 12.000 a3os que practicamos la agricultura y el pastoreo, y 200 que hay personas oficinistas y trabajadoras urbanas (Harari, 2011).

1. Brundtland, presidenta de la World Commission on Environment and Development.

2. Comentario de Pablo de Ors sobre el libro *El espejo del cerebro* de Nazareth Castellanos (2021).

3. María de Mar Albajar, abadesa de Sant Benet de Montserrat, explica en la contraportada del diario *La Vanguardia*, del 10 de julio de 2023, qué es el *focusing*. Este monasterio ha recibido el aval de The International Focusing Institute, con sede en Nueva York, y será la sede en Catalu3a del primer centro internacionalmente acreditado para impartir la formaci3n completa en *focusing*.

4. La Wikipedia nos dice que la psicología sistémica ha desarrollado una postura sobre los problemas psicol3gicos que le ha permitido posicionarse no solo en la psicología familiar, sino en los diferentes ámbitos profesionales de la psicología (educativa, organizacional, social comunitaria, etc.).

A lo largo del tiempo, las personas hemos encontrado diferentes maneras de satisfacer nuestras necesidades humanas, y unas son más efectivas que otras en función del satisfactor que se utiliza. Manfred Max-Neef (1998) identifica cinco tipos de **satisfactores** o maneras de satisfacer necesidades: destructores, pseudosatisfactores, inhibidores, singulares y **sinérgicos**, y nos muestra que los sinérgicos, además de satisfacer una necesidad, estimulan la satisfacción de otras necesidades, lo cual **nos permite optimizar nuestra calidad de vida** (Alguacil, 2000).

El desarrollo de las habilidades sociales nos ha llevado a la **producción de bienes** y a la **prestación de servicios** (para intentar satisfacer necesidades) **que a lo largo de su ciclo de vida generan impactos sociales y ambientales**. Un ejemplo actual puede ser la necesidad de mejorar la seguridad de nuestro domicilio para que no entren ladrones. Hay diferentes opciones para satisfacerla, y seguramente la primera en la que pensamos será instalar una alarma, pero esta solo cubre la necesidad de seguridad. En cambio, la opción de conocer el vecindario y de establecer relaciones de confianza y colaboración, además de reducir la inseguridad, contribuye a satisfacer otras necesidades como, por ejemplo, ganar amistades, tener apoyo emocional ante las adversidades, organizar celebraciones para disfrutar juntos, intercambiar bienes o servicios sin coste económico y evitar el uso de aparatos y de instalaciones que requieren la extracción de materias primas, la destrucción de los ecosistemas, una producción y una distribución en condiciones laborales que hoy en día no podemos garantizar que sean dignas, y un impacto ambiental importante a lo largo de su ciclo de vida útil.

2. Los ODS y las partes interesadas

La vida en nuestro planeta está determinada por la alimentación, y animales como los leones o los tiburones llegaron a lo alto de la pirámide alimentaria evolucionando de manera muy gradual a lo largo de millones de años. Aun así, en los últimos 100.000 años, las personas, con nuestra capacidad de organizarnos socialmente de manera compleja, hemos podido superar el máximo de 150 individuos⁵ y hemos acabado fundando organizaciones y ciudades de decenas de miles de personas e imperios que gobiernan centenares de millones de personas, y nos hemos colocado en lo alto de la cadena, cuando hace relativamente poco tiempo éramos los seres más desvalidos de la sabana. Lo hemos hecho con tanta rapidez que ni el ecosistema ni nosotros nos hemos sabido adaptar (Harari, 2011). Ahora nos lamentamos de lo que consideramos una emergencia ecosocial y **redactamos la lista de los diecisiete objetivos de desarrollo sostenible** (ODS).

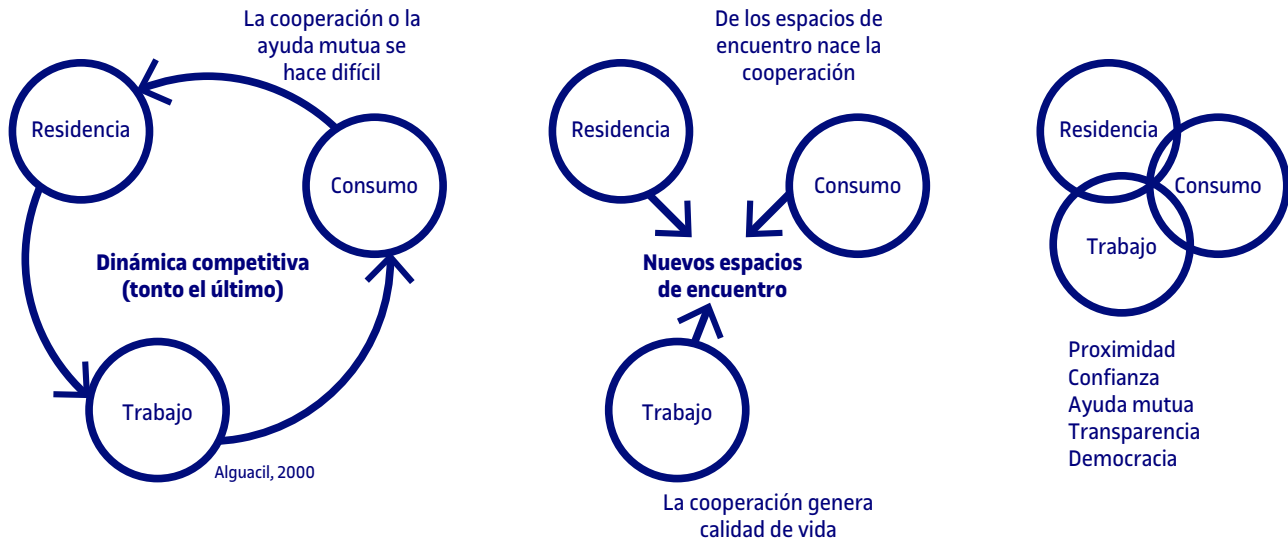
Las organizaciones públicas y privadas que dominan la vida en el planeta han diseñado la Agenda 2030 para lograr los ODS, que parte de la humanidad rechaza porque considera que atentan contra sus derechos. De hecho, podemos observar cómo **la mayoría de los satisfactores que propone la Agenda 2030 no son sinérgicos**, porque no tienen en cuenta la naturaleza humana forjada a lo largo de centenares de miles de años, y **a menudo se basan en los mismos miedos y angustias** que provocan la competitividad y que nos han llevado hasta la crisis ecosocial que sufrimos. Como dice Harari (2011), comparando la mayoría de grandes depredadores del planeta a quien los millones de años de dominio han llenado de majestuosidad y de seguridad, el sapiens es más bien como aquel dictador que actúa de manera cruel y peligrosa y provoca catástrofes históricas, guerras devastadoras y desastres ecológicos.

Como solo la cooperación permite el equilibrio entre la esfera individual y la esfera colectiva en la toma de decisiones, **se trata de cooperar en vez de competir**. Es decir, ningún individuo tiene que dominar a un colectivo, ni ningún colectivo tiene que dominar a los individuos, y para encontrar el equilibrio nos hace falta interacción social. Por eso, una organización no tendría que proclamar que tiene un propósito salvo que este surja de las personas que la integran, porque si no, el propósito de la dirección se convierte en hipocresía, dado que su proclamación tan solo tiene las intenciones comerciales de favorecer la reputación de la empresa (Honeyman y Jana, 2014, 2019) y, en ningún caso, hace que su personal se sienta más realizado. La palabra *propósito* es muy atractiva, comercialmente hablando, cuando de entrada es una misión individual, como explica Anita Moorjani (2013), para que otras personas no tengan que morir, como ella hizo para descubrir su propósito en la vida.

5. Investigaciones sociológicas han demostrado que el tamaño natural máximo de un grupo unido por el cotilleo es de ciento cincuenta individuos, que ni los homínidos previos a los sapiens, ni los chimpancés, pueden superar (Harari, 2011).

Sobre todo, en el contexto de la sociedad de consumo, es importante comprender que las personas **necesitamos que se nos respete el derecho y la necesidad individual de relacionarnos con otras personas de manera comunitaria**, porque la globalización facilita medios de transporte que acortan las distancias y separa geográficamente los lugares donde se desarrollan las funciones sociales básicas de residencia, trabajo y consumo, por lo que, la mayoría de nosotros utilizamos transporte motorizado para ir a trabajar o a comprar, y así desaparecen los espacios de encuentro, y nuestros barrios se convierten en ciudades dormitorio en los que la gente se conoce poco o nada.

Figura 1. Diagramas de proceso hacia la calidad de vida⁶



Fuente: elaboración propia

Así, se hace muy difícil intercambiar puntos de vista y reflexionar críticamente para tomar las mejores decisiones individuales y colectivas, que afectan a nuestra calidad de vida más de lo que nos pensamos. Es lo que se denomina individualismo y que un famoso anuncio de una empresa de mobiliario y de objetos para el hogar ilustra con una alfombra para la entrada de las viviendas con el mensaje «Bienvenido a la república independiente de mi casa», como si estando bien en casa ya nada nos tuviera que preocupar; cómo si no tuviéramos necesidad de estar en contacto con la gente de nuestra escalera, del barrio, ni de la naturaleza, de la que hemos extraído los mil y un objetos que tenemos dentro de casa, y sin ser conscientes que han contaminado y que han sido producidos en condiciones seguramente precarias. Es decir, **no somos conscientes del ciclo de vida de los productos que tenemos en casa ni de los que hemos tirado a la basura**.

Tomás García Perdiguero (2003) nos explicaba que, **hasta los años noventa, las corporaciones empresariales despertaban «fascinación»** entre la mayoría de la población, pero que se llegó a **una acumulación de hechos que inició el «desencanto»** debido a las deslocalizaciones, las diferencias norte-sur cada vez más grandes (Olivos, 2004), la precariedad laboral, la inestabilidad y el gigantismo (Stahel, 2006), la crisis financiera de finales de los noventa (con la caída de los valores de las empresas tecnológicas, rodeadas de escándalos financieros, preludio del estallido de la burbuja inmobiliaria del 2007) (Etxezarreta, 2008) y las campañas de sensibilización y denuncia de ONG, como la OIT (Organización Internacional del Trabajo) o Greenpeace. En aquel contexto, las corporaciones empezaron a hacer largas listas de **stakeholders priorizados**, según lo que se denomina la *materiality*, **para tener muy atendidos a los grupos de interés que son clave en sus negocios** porque pueden poner en entredicho su reputación. Nos referimos especialmente a los prescriptores de su producto, que les proporcionan el grosor de las ventas, y a aquellos colectivos que hay que tranquilizar

6. En el artículo «Cooperació de proximitat» (Llobet, 2017) se explica con más profundidad el proceso que nos llevaría hacia la calidad de vida. En el siguiente enlace, también se puede encontrar la canción del Sobrino del Diablo titulada *La sínia infernal*, en catalán, y *The Wheel*, en inglés, que nos describe la vida cotidiana en la sociedad de consumo: <https://citizensq.social/cooperacio-de-proximitat/>.

con medidas de responsabilidad social para evitar campañas de protesta por los impactos sociales o ambientales de la compañía. Así, **evitan hablar de partes interesadas**, lo cual obligaría a tratarlas por igual, sin prioridades de unas sobre las otras, porque todas merecen que la satisfacción de sus necesidades humanas básicas sea respetadas.

Ahora bien, si analizamos las organizaciones que conforman la sociedad de consumo, tanto si son empresas, administraciones públicas o entidades no lucrativas, vemos que **se pueden distinguir solo cuatro tipos de partes interesadas**. Estas partes son, por grado de interacción con la organización, en primer lugar, **las que trabajan**, porque interactúan durante toda la jornada laboral; en segundo lugar, **las que son clientas, usuarias o beneficiarias**, en función del tipo de organización que estemos analizando; en tercer lugar, **las proveedoras** de bienes o servicios; y, en cuarto lugar, **el vecindario local y global del planeta**, que no interactúa con la organización pero que está afectado por los impactos de sus actividades.

3. Los indicadores de calidad de vida

Cruzando las dimensiones de la calidad de vida y sus componentes (Alguacil, 2000) con las cuatro partes interesadas en la sostenibilidad de cualquier organización, llegamos a los **indicadores de calidad de vida** (Llobet, 2014), que nos permiten medir la sostenibilidad **de las organizaciones y de los productos a lo largo de su ciclo de vida** de manera sencilla pero fiable.

Tabla 1. Partes interesadas, dimensiones, componentes e indicadores de la calidad de vida

		Dimensiones de la calidad de vida		
		Calidad ambiental Vivienda Barrio o residencia Ciudad o territorio	Bienestar Ocupación Salud Educación	Identidad cultural Tiempo de ocio Participación Redes sociales
Partes interesadas	Trabajo	Indicadores del ámbito del trabajo		
	Clientas, usuarias o beneficiarias (consumo)	Indicadores del ámbito de las personas y las organizaciones clientas, usuarias o beneficiarias		
	Proveedoras (consumo)	Indicadores del ámbito de los abastecimientos		
	Vecinas locales-globales (vecinal)	Indicadores del ámbito de las personas afectadas		

Fuente: Llobet, 2014

De estos **indicadores** de calidad de vida destacan cinco **que nos informan de manera transversal sobre la contribución de cualquier organización a los ODS**. Lo hacen teniendo en cuenta las diversas maneras de satisfacer las necesidades humanas básicas en nuestra sociedad de consumo, y otorgando la puntuación más alta a los satisfactores sinérgicos. Cuando las organizaciones presumen de políticas de sostenibilidad basadas en satisfactores que no son sinérgicos podemos hablar de *greenwashing* o de intento de limpieza de imagen.

3.1. Indicador de estabilidad laboral

Este primer indicador es del ámbito del trabajo y obtiene la **máxima puntuación cuando su satisfactor es la autogestión**, ya que esta metodología de trabajo otorga toda la confianza y, en consecuencia, todo el compromiso de la organización con sus personas trabajadoras para que analicen toda la información sin confidencialidades y tomen

decisiones sobre su continuidad, o no, en el lugar de trabajo, sobre las condiciones laborales y sobre la participación en las decisiones operativas y estratégicas de la organización.

Encontramos **prácticas de autogestión en los movimientos indígenas**, que es donde más se han conservado los satisfactores sinérgicos de necesidades humanas de nuestra etapa cazadora recolectora, y en las zonas rurales de **Europa** que en la **Edad Media** quedaron libres con la caída del Imperio romano (Algarra, 2015). Los movimientos libertarios y anarquistas (Taibo, 2017) también se basan en la autogestión, y los pioneros de Rochdale, en la Inglaterra textil de 1844, la formalizaron con la creación de **las primeras cooperativas** (Llobet, 2019).

Más recientemente, **Frederic Laloux** (2015) **nos explica cómo se organizan centenares de empresas en todo el mundo** para socializar el conocimiento (Carbonell, 2007): las personas trabajan según modelos de gobernanza autogestionados, la toma de decisiones se hace a partir de pedir consejo a todas las partes afectadas y expertas en la materia, todo el mundo tiene acceso a toda la información de la empresa, la resolución de conflictos se consigue con el acuerdo entre las partes (y, si hace falta, con mediación) y la asignación de funciones se hace mediante una carta de compromiso. El ejemplo de las 7.000 enfermeras de Buurtzorg (Países Bajos), que con el cambio de modelo trabajan con más motivación, han mejorado la salud de los pacientes y, al mismo tiempo, ahorran un 40 % en horas de cuidados, es ilustrativo de la mejora de la eficiencia que proporciona el trabajo autogestionado de miles de personas conectadas que combina la presencialidad y la digitalización: la mejor manera de organizar la economía colaborativa que reclama Joan Torrent (2020).

3.2. Indicador de igualdad de oportunidades

Este segundo indicador también es del ámbito del trabajo y está formado por los subindicadores de género, diversidad funcional y exclusión laboral. Con los tres subindicadores podemos tener una idea de si la organización está integrada en la sociedad observando **el satisfactor sinérgico que apuesta por las capacidades que tienen las mujeres, las personas con certificado de discapacidad** y las que en el momento de ser contratadas están **en situación de exclusión laboral**.

3.3. Indicador de huella ecológica y social

El tercero es un indicador que trata el ámbito del trabajo y del consumo. Nos informa de uno **satisfactor sinérgico** al cual hoy en día no damos suficiente importancia y que, en cambio, es capital para la calidad de vida: **la proximidad física** desde nuestro lugar de residencia hasta el centro de trabajo, de consumo o social. A medida que la distancia para desplazarnos aumenta, y que hay que utilizar un transporte motorizado, se nos dificulta la conciliación entre la vida laboral, personal, familiar y comunitaria, y generamos más impacto ambiental. Cabe añadir que este indicador valora el teletrabajo como máxima proximidad física.

3.4. Indicador de ciudadanía activa

El cuarto indicador pertenece a los tres ámbitos (trabajo, consumo y vecindario) porque recoge las actividades dirigidas a todas las partes interesadas y que la organización lleva a cabo para reflexionar críticamente sobre ella misma y sobre el sector de actividad en el que actúa. La puntuación más alta del **satisfactor sinérgico** de este indicador estará determinado por el **grado de reflexión crítica** que la organización consiga y por el **número de actividades que realice**.

3.5. Indicador de redes de entidades

En el quinto, y último indicador, del ámbito de vecindario local o global, en el cual pueden participar partes interesadas otros ámbitos, se tienen en cuenta **varios indicadores sinérgicos** que permiten obtener la máxima puntuación: en primer lugar, el número de **entidades con las que se colabora** para hacer actividades de reflexión crítica sobre cualquier sector de actividad y, en segundo lugar, **si se ha formalizado la afiliación** a estas entidades, así como **el grado de participación**.

4. La sostenibilidad a lo largo del ciclo de vida de los productos

Como se ha visto, estos cinco indicadores permiten medir la sostenibilidad de las organizaciones mediante una metodología científica que se sustenta principalmente en la teoría de las necesidades humanas y los satisfactores sinérgicos de necesidades que optimizan la calidad de vida. Dado que las organizaciones ofrecen **productos, bienes o servicios**, algunos de los cuales son más sostenibles, y otros que no lo son tanto, **para medir uno por uno la sostenibilidad habrá que completar el análisis con indicadores específicos.**

En cuanto a los bienes, además de tener en cuenta los cinco **indicadores** mencionados, tanto para las empresas productoras como para las distribuidoras, habría que añadir los específicos de cada sector de actividad y los siguientes, ordenados según el ciclo de vida del producto, que son **comunes en todos los sectores de actividad:**

- **La vida útil del producto**, excepto en el caso de los alimentos:⁷ alargarla al máximo evitando la obsolescencia programada, tanto si es por una cuestión estética, por falta de calidad, por *software* intencionado o por cualquier otro motivo.
- **La distancia que recorren las materias primas o los productos ya elaborados:** el satisfactor de distancia producto de proximidad es lo más sinérgico.
- Que tenga **sello ecológico** porque no utiliza contaminantes o, si utiliza, que sean de baja intensidad: sinergia en función del grado de exigencia del sello.
- Si utiliza **envases** que sean **retornables**: son los más sinérgicos.
- **Etiquetado en la lengua de más proximidad:** es la más sinérgica.

Como expone el primer indicador sobre la vida útil, lo más urgente es **romper la dinámica desechable**. El *fast food* y la *fast fashion* son buenos ejemplos. Se prioriza la producción de objetos nuevos porque se valora la cantidad en vez de la calidad. Toda la publicidad comercial nos invita a vivir el momento de manera trepidante, como si no hubiera mañana. Un anuncio de compra a crédito que decía «Lo pienso, lo quiero, lo tengo» es también ejemplo de la inmediatez que promueve la sociedad de consumo: como si tuviéramos que olvidarnos de una rutina que no nos satisface y evadirnos comprando.

Actualmente, cuando nos hartamos de algún producto, como por ejemplo el chocolate u otros dulces, podemos pensar en los cazadores y los recolectores que cuando encontraban fruta se atiboraban por no quedarse sin. Pero ellos no lo hacían para calmar miedos o angustias, solo competían por la comida con los otros animales. Estando en lo alto de la pirámide alimentaria (Harari, 2011), **la competitividad ya no nos es útil y la tendríamos que sustituir por la competencia**, porque cuando eres competente, normalmente, ya no tienes que competir, y si conseguimos un planeta de personas competentes nos habremos humanizado (Carbonell, 2003).

El primer intento de humanización del comercio internacional⁸ lo encontramos en las normas del Libro del Consulado de Mar (siglo XIII), que, por ejemplo, como nos explica su cónsul mayor, Jordi Domingo, prohibía abandonar en un rincón o lanzar por la borda a los marineros enfermos, protegiéndolos con el derecho a cobrar la totalidad del sueldo, ser acompañados hasta el puerto más próximo y, en caso de muerte, que la totalidad de su sueldo lo cobrara la viuda. Aun así, ni esta ni otras normas no han podido evitar la precariedad laboral en la sociedad de consumo, en la que las personas a menudo son tratadas como objetos desechables.

Por lo tanto, con trabajo digno, y esto quiere decir también estable, tenemos que diseñar y producir objetos que nos sean realmente útiles, de larga vida y que si se nos estropean se puedan reparar. **Da igual si se trata de unas tijeras, de una prenda de ropa,⁹ de una bombilla,¹⁰ de un móvil, de un coche o de una vivienda.¹¹** No nos tiene

7. Propuesta para hacer más sostenible la compra de alimentos: <https://citizensq.social/compra-sostenible-aliments/>. En el sector de la carne, lo más sinérgico es apostar por la ganadería extensiva de proximidad: <https://citizensq.social/incendis-i-ramaderia-extensiva-de-proximitat/>.

8. En el sector del comercio, la gran mayoría de productos que encontramos provienen de otros países próximos o más lejanos; además, hay que valorar si la recogida se hace en tiendas próximas a nuestro domicilio. Enlace a una reflexión sobre producción y comercio: <https://citizensq.social/la-compra-sostenible-al-segle-xxi/>.

9. En el textil, hay que valorar si la ropa es de segunda mano. Enlace con propuesta para hacer más sostenible la compra de ropa de vestir: <https://citizensq.social/fem-possible-limpossible-un-textil-sostenible/>.

10. En el sector energético, tenemos que tener en cuenta el tipo de fuente de energía (Puig, 2023) y priorizar las comunidades ciudadanas de energía (Domènech, 2020). En el caso de la energía eléctrica, hace falta que los aparatos tengan una vida útil lo más larga posible, como las bombillas sin obsolescencia programada que promueve Feniss.

11. En la vivienda, hay que ver si la propiedad es en cesión de uso, y si se ha apostado por la rehabilitación en vez de la nueva construcción. El diseño para un consumo mínimo de energía también es muy importante.

que persuadir que el precio sea económico, ni que se trate del último modelo de moda. **Tenemos que cambiar el chip para que el principal criterio sea la durabilidad.**

En el año 1995, Perich ya ilustraba situaciones de obsolescencia programada con un dibujo en el que una persona que tenía que reparar una nevera decía «¡La nevera está de coña...! Solo falla el enchufe...», y el propietario le respondía «Cambie el enchufe...», a la cual cosa el técnico contestaba «Ya no se fabrican estos enchufes...», y el otro decía «¿Entonces?», y el técnico replicaba «¡Tendrá que cambiar la nevera!», con lo cual el propietario exclamaba «¿Hasta cuándo, consumismo abusarás de nuestra paciencia?». Hoy en día podríamos extrapolar esta situación a cualquier dispositivo móvil.

En el caso de los servicios, si para prestarlos se usan bienes o animales,¹² habrá que ver qué indicadores se aplican en función del sector de actividad al que pertenezcan. Si para prestar el servicio no se usan bienes, o no son significativos, **habrá que ver si con los cinco indicadores de empresa hay bastante.** Por ejemplo, en el caso de la prestación de servicios a la gente mayor, hay que añadir el indicador que mida si estos facilitan a la persona interacciones sociales de proximidad, que son fundamentales para el envejecimiento activo y determinan la calidad de vida.¹³

Conclusiones

La sociedad de consumo se mueve por **la motivación individual de cobrar a final de cada mes.** Esto **choca con nuestra naturaleza humana**, conformada básicamente en nuestra etapa cazadora y recolectora, cuando la esperanza de vida era mucho más baja, sin aquello que hoy denominamos *comodidades*, pero como individuos integrados en la naturaleza que nos ha creado y en equilibrio con las otras especies. En consecuencia, a menudo **nos sentimos alienados, deprimidos y estresados.**

El reto de la sostenibilidad, vivir en equilibrio con las otras personas y con el planeta, podemos lograrlo si somos conscientes de cuáles son nuestras necesidades y cuáles son los satisfactores sinérgicos que optimizan nuestra calidad de vida. **Medir la sostenibilidad de empresas y de productos** con los indicadores de calidad de vida **nos puede hacer conscientes del impacto** social y ambiental de nuestras decisiones de consumo cotidianas en casa, en el trabajo y en las entidades con las que colaboramos.

Podemos observar que **la proximidad física**, en base a conseguir que la mayor parte de las personas vuelvan a trabajar y a consumir en su barrio de residencia, **es un requisito básico de la sostenibilidad**, no solo **porque evita desplazamientos** de personas y de productos, con el consiguiente impacto ambiental, sino también porque **permite espacios de encuentro** presenciales ideales para establecer relaciones de confianza donde intercambiar puntos de vista sin temor a ser atacadas por los comportamientos competitivos, normalmente basados en las inseguridades personales.

A las inseguridades personales, que son más grandes mientras no descubrimos cuál es nuestro propósito vital y no nos podamos ganar la vida llevándolo a cabo, **se suman las inseguridades de especie** de las cuales nos habla Harari (2011): dudamos de nuestros objetivos, estamos insatisfechos y no tenemos ni idea de qué tenemos que hacer con todo el poder que hemos conseguido en relativamente tan poco tiempo que hace que nos hayamos situado en lo alto de la pirámide alimentaria.

Para afrontar el reto de la sostenibilidad, **nuestro principal activo es, al mismo tiempo, nuestra necesidad básica de autonomía crítica.** Solo podemos desarrollarla interaccionando con los demás y acompañándonos mutuamente en el proceso de sustitución de la globalización por la planetización, como Eudald Carbonell (2022) explica en su decálogo para la supervivencia de nuestra especie: **la planetización nos tiene que permitir recuperar la diversidad** cultural en la que ciudades y territorios puedan mostrar su personalidad, la diversidad alimentaria que nos proporciona más salud y mantener o, incluso, recuperar, la biodiversidad del planeta y el respeto a las diferencias raciales, religiosas, de género, de orientación sexual, de diversidad funcional, de vulnerabilidad social, etc., aprendiendo y educando para la sostenibilidad de la vida (Herrero, 2022).

Los indicadores de calidad de vida son constantes vitales para todo tipo de organizaciones de nuestra sociedad, tanto si son empresas, administraciones públicas o entidades no lucrativas, y también nos permiten medir la

12. En las hípicas, hay que tener en cuenta qué características tiene el espacio que se habilita para los caballos. Enlace con reflexión sobre la calidad de vida de los caballos y de quién los cuida: <https://citizensq.social/oportunitats-de-negoci-sostenibles/>.

13. Enlace con reflexión sobre la calidad de vida de la gente mayor: <https://citizensq.social/la-qualitat-de-vida-de-la-gent-gran/>.

sostenibilidad de los bienes y de los servicios a lo largo de su ciclo de vida. **Podemos usarlos de guía tanto para nuestras decisiones individuales de compra cotidiana como para decisiones colectivas de compra pública y privada.** Además, la suma de constantes vitales de todas las organizaciones de un territorio nos puede ser muy útil para **diseñar políticas públicas sostenibles.** Ahora bien, para que sean realmente sostenibles hace falta que se diseñen conjuntamente con todas las partes interesadas del territorio.

Dado que solo podremos avanzar en materia de sostenibilidad si conseguimos realizar alianzas entre varios sectores de actividad, y entre el sector público y el privado, otro gran reto que tenemos es, **además de extender entre las empresas los modelos de gobernanza basados en la autogestión, llevarlos a todo el sector público,** donde todavía son más necesarios para garantizar servicios públicos eficientes y de calidad.

Los ODS son buenos propósitos para la humanidad y para el planeta con los que todas las personas podemos estar de acuerdo. Como medir la sostenibilidad de manera completa es una tarea inabarcable, **los indicadores de calidad de vida nos permiten focalizar lo que realmente es relevante para lograr los ODS.**

Referencias bibliográficas

- ALGARRA BASCÓN, David (2015). *El común catalán. La historia de los que no salen en la historia.* Murcia: Cauac editorial nativa.
- ALGUACIL, Julio (2000). *Calidad de vida y praxis urbana: nuevas iniciativas de gestión ciudadana en la periferia social de Madrid.* Madrid: CIS / Siglo XXI [en línea]. Disponible en: <http://habitat.aq.upm.es/cvpu/acvpu.pdf>
- ANÓNIMO (s. XIII). *Libro del Consulado de Mar.* Londres: Forgotten Books
- BRUNDTLAND, Gro Harlem (1987) [1988]. *Nuestro futuro común.* Madrid: Alianza Editorial.
- CARBONELL, Eudald (2022). *El futur de la humanitat. Decàleg per a la supervivència de la nostra espècie.* Barcelona: Ara Llibres.
- CARBONELL, Eudald (2007). *El naixement d'una nova consciència.* Badalona: Ara llibres.
- CARBONELL, Eudald; BELLMUNT, Cinta (2003). *Els somnis de l'evolució.* Barcelona: La Magrana.
- CASTELLANOS, Nazareth (2022). *Neurociencia del cuerpo. Cómo el organismo esculpe el cerebro.* Madrid: Editorial Kairos.
- DOMÈNECH, Gemma (2020, noviembre). «Emergencia climática, nuevo modelo energético y economía colaborativa: ¿hacia las comunidades ciudadanas de energía?» *Oikonomics*, n.º 14. DOI: <https://doi.org/10.7238/o.n14.2016>
- DOYAL, Len; GOUGH, Ian (1994). *Teoría de las necesidades humanas.* Madrid: Icaria/FUHEM.
- ETXEZARRETA, Miren (2008). Conferencia titulada «Boom, crisis inmobiliaria y capital financiero», el 22 de enero de 2008 en la sede de EcoConcern - Innovación social, en Barcelona.
- HARARI, Yuval (2011). *Sapiens. Una breu història de la humanitat.* Barcelona: Edicions 62.
- HERRERO, Yayo (2022). *Educar para la sostenibilidad de la vida. Una mirada ecofeminista a la educación.* Barcelona: Octaedro.
- HONEYMAN, Ryan; JANA, Tiffany (2014, 2019). *The B Corp Handbook.* Barcelona: Centro de Libros PAFF.
- LALOUX, Frederic (2015). *Reinventar las organizaciones.* Barcelona: Arpa.
- LLOBET, Montserrat (2022). *Cooperativisme i economia col·laborativa.* Barcelona: UOC.
- LLOBET, Montserrat (2019). «La responsabilitat social a les empreses d'economia social». En: Eloi Serrano Robles (coord.). *Introducció a l'economia i l'empresa social.* Barcelona: Icaria.
- LLOBET, Montserrat (2017, juliol). «Cooperació de proximitat». *Cooperació Catalana*, n.º 411, págs. 18-19. Barcelona: Fundació Roca Galès.
- LLOBET, Montserrat (2014). *¿Qué es la responsabilidad social de las organizaciones? ¿Cómo se mide?* Saarbrücken: Dictus Publishing.

- MASLOW, Abraham (1943). «A Theory of Human Motivation». *Psychological Review*, vol. 50, núm. 4, págs. 370-396. DOI: <https://doi.org/10.1037/h0054346>
- MAX-NEEF, Manfred A. (1998). *Desarrollo a escala humana: conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones*. Barcelona: Icaria Editorial.
- MOORJANI, Anita (2013). *Morir para ser yo*. Madrid: Gaia.
- OLIVERES, Arcadi (2004). *Contra la fam i la guerra*. Barcelona/Manresa: Angle Editorial.
- PERDIGUERO, Tomás G. (2003). *La responsabilidad social de las empresas en un mundo global*. Barcelona: Anagrama.
- PERICH, Jaume (1995). *Así lo vió todo El Perich*. Barcelona: Ediciones B.
- PUIG, Josep (2023, 26 de juny). «Què és l'energia?... I per a què serveix?». *El 9 Nou*. Monogràfic mensual sobre La transició energètica [en línia]. Disponible en: <https://el9nou.cat/osona-ripolles/general/que-es-lenergia/#>
- STAHEL, Andri W. (2006). «Economies locals a Catalunya». *Papers d'Innovació Social*, n.º 88. Barcelona: EcoConcern - Innovació social.
- TAIBO, Carlos (2017). *Libertari@s. Antología de anarquistas y afines para uso de las generaciones más jóvenes, y de las que no lo son tanto*. Madrid: Catarata.
- TORRENT, Joan (2020, noviembre). «Economía colaborativa: mitos y realidades de un concepto transformador». *Oikonomics*, n.º 14. Video webinar [en línia]. Disponible en: <https://oikonomics.uoc.edu/divulgacio/oikonomics/es/numero14/video-destacat/jtorrent-lgaray.html>

Cita recomendada: LLOBET I ABIZANDA, Montserrat. «La sostenibilidad a lo largo del ciclo de vida de los productos». *Oikonomics* [en línia]. Noviembre 2023, n.º 21. ISSN 2330-9546. DOI: <https://doi.org/10.7238/o.n21.2314>



Montserrat Llobet Abizanda

mllobetab@uoc.edu

Economista y doctora en Políticas Públicas. Profesora colaboradora de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Creadora de los indicadores de calidad de vida en los que se basa la metodología Citizens Q (ciudadanía con calidad de vida) y, después de más de quince años de investigación, fundadora, en 2019, del Observatorio de calidad de vida, con el propósito de facilitar a las organizaciones el camino hacia la sostenibilidad gracias al uso esta metodología científica. Economista y doctora en Políticas Públicas y Transformación Social (Universidad Autónoma de Barcelona, UAB) y posgrado en Gestión Ambiental de las Empresas (Universidad Politécnica de Cataluña, UPC). Es profesora universitaria en la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) como tutora de trabajos de final de máster (TFM) e imparte la asignatura Cooperativismo y Economía Colaborativa del máster en Sostenibilidad y Responsabilidad Social, diseñada por ella. Ha sido profesora de Responsabilidad Social Empresarial en el grado de Administración y Dirección de Empresas y del posgrado de Economía Social del TecnoCampus Mataró-Maresme (UPF). También ha sido profesora de secundaria en cuatro centros educativos en las materias de economía, finanzas, *marketing*, seguridad en el trabajo y gestión de la calidad, y tutora de prácticas de empresa. Tiene una dilatada experiencia profesional en varios campos, lo cual le permite tener una visión multisectorial muy rica del tejido empresarial, de la administración pública y de las entidades no lucrativas: pequeño comercio, contabilidad, transporte de productos químicos, banca ética, servicios a la infancia y adolescencia, a la gente mayor y a las personas con trastornos de salud mental, docencia en secundaria y en la universidad, economía social y solidaria, consumo agroecológico, viviendas de uso turístico (HUT), textil sostenible en Cataluña, comunidades energéticas y comunidades ciudadanas de energía, colectivos en situación de vulnerabilidad, contratación pública y otras.

Los textos publicados en esta revista están sujetos –si no se indica lo contrario– a una licencia de Reconocimiento 4.0 Internacional de Creative Commons. Puede copiarlos, distribuirlos, comunicarlos públicamente, hacer obras derivadas siempre que reconozca los créditos de las obras (autoría, nombre de la revista, institución editora) de la manera especificada por los autores o por la revista. La licencia completa se puede consultar en https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es_ES.



ODS Los indicadores de calidad de vida nos aportan información transversal sobre el grado de consecución de todos los 17 ODS. Sin embargo podemos destacar:

