



¿DÓNDE ESTAMOS?

Lista de Verificación



SEGUIMIENTO DE SUS COMPRAS RECIENTES

Realice un seguimiento de sus gastos recientes en categorías clave utilizando una lista de verificación simple e imprimible.

Esta lista de verificación lo guiará para documentar qué y dónde compró artículos en los últimos dos meses en cuatro categorías esenciales:

- Alimento
- Ropa
- Muebles
- Energía

Esto te ayudará:

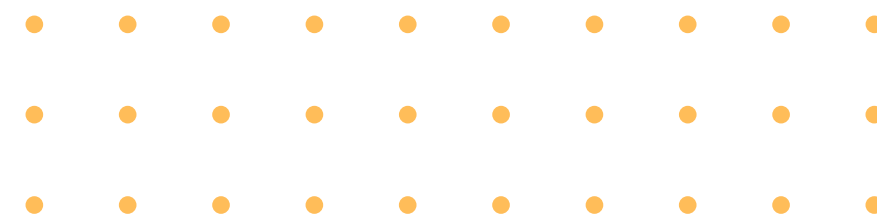
- Organiza y analiza tus hábitos de gasto.
- Identificar compras frecuentes y sus ubicaciones.

Comparative Research Network
CONSCIOUS CONSUMPTION Checklist
2020
Funded by the European Union
What and where did you buy in the last ... days/weeks/months?

FOOD	HOME
What: _____	What: _____
Where: _____	Where: _____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

WEAR	ENERGY
What: _____	What: _____
Where: _____	Where: _____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

**Dependiendo de la cantidad de artículos, puedes ajustar el tiempo en cada categoría.*





¿QUÉ ES EL CONSUMO CONSCIENTE?

Una introducción

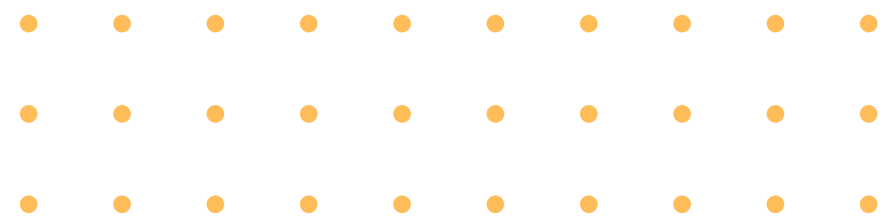


01. CONSUMO

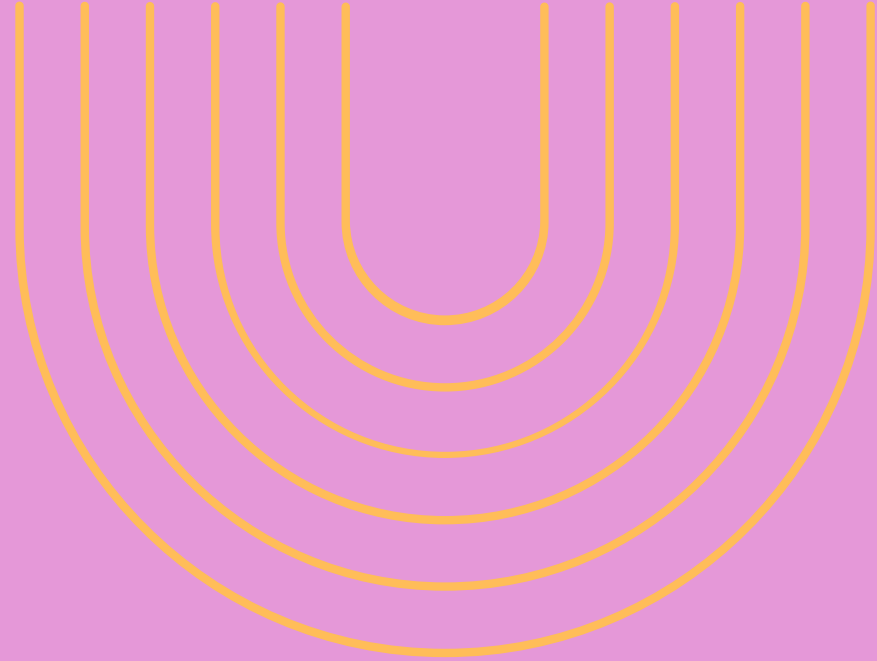
02. ESTILO DE VIDA DE 1,5 GRADOS

03. ESPACIOS DE CONSUMO JUSTO

04. ABORDEMOS EL PROBLEMA



**TABLA DE
CONTENIDOS**



CONSUMO CONSCIENTE

Definición

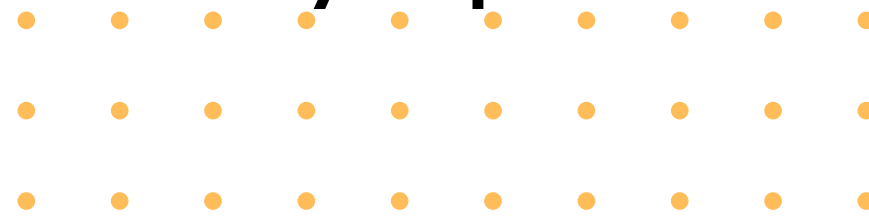


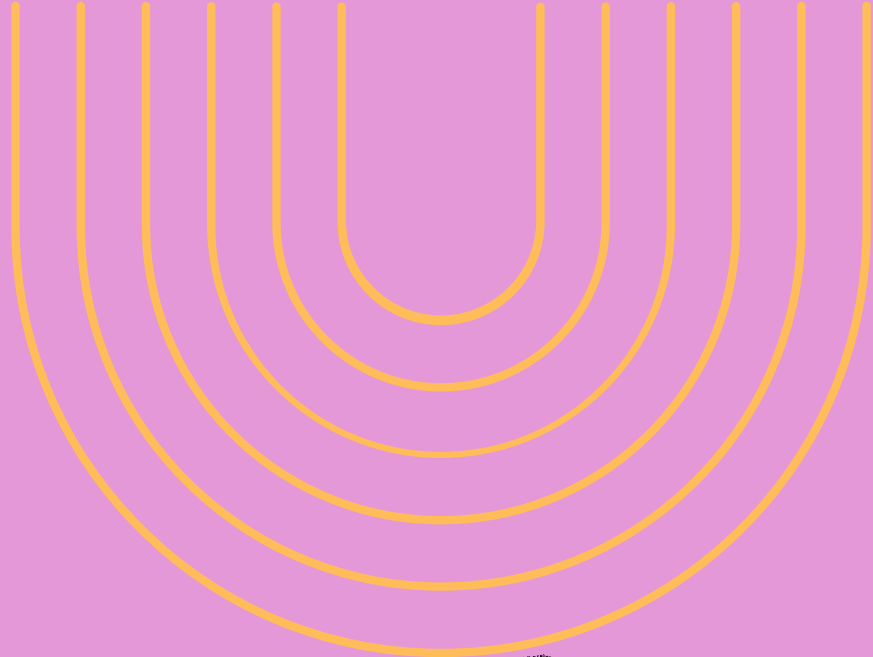
¿QUÉ ES EL CONSUMO CONSCIENTE?

El proyecto CoCo tiene como objetivo educarlo y empoderarlo para que tome decisiones más informadas y sustentables en su consumo diario. Queremos cambiar el enfoque de las discusiones teóricas o abstractas sobre cuestiones ambientales a actividades prácticas y atractivas relacionadas con las prácticas de consumo cotidianas.

Queremos brindarte alternativas fáciles y convenientes que sean fáciles de implementar en tu vida, ayudándote no solo a hacer algo contra el cambio climático, sino a ahorrar dinero y mejorar tu salud.

En un mundo donde los hábitos de consumo impactan significativamente nuestro medio ambiente y nuestra sociedad, la capacidad de tomar decisiones conscientes es crucial. Al participar en esta lección sobre consumo consciente, obtendrá información sobre cómo sus decisiones cotidianas pueden contribuir a la sostenibilidad ambiental, la responsabilidad social y el bienestar personal. Comprender los principios del consumo consciente no solo lo beneficia como individuo, sino que también juega un papel vital en la configuración de un futuro más sostenible para nuestras comunidades y el planeta en su conjunto.





ESTILO DE VIDA DE 1,5 GRADOS

¿Qué es y qué tiene que ver conmigo?



ESTILO DE VIDA DE 1,5 GRADOS

El concepto de estilos de vida de 1,5 grados consiste en realizar cambios en nuestros hábitos y comportamientos cotidianos para reducir el impacto sobre el cambio climático. Sugiere que cambiando la forma en que consumimos cosas como alimentos, vivienda, transporte, actividades de ocio y bienes de consumo, podemos contribuir a mantener el aumento de la temperatura global por debajo de 1,5 grados Celsius.

Este enfoque enfatiza la importancia de las prácticas de vida sostenibles para abordar los desafíos climáticos de manera efectiva en lugar de la Huella de Carbono.



ESTILO DE VIDA DE 1,5 GRADOS VS. HUELLA DE CARBONO

En comparación con centrarse únicamente en la huella de carbono, el enfoque de estilo de vida de 1,5 grados ofrece varias ventajas clave.

- El estilo de vida de 1,5 grados no se centra únicamente en las emisiones. Considera todo el estilo de vida, lo que brinda una imagen más completa de lo que debe cambiar.
- Al utilizar el concepto de presupuesto de carbono restante (la cantidad total que podemos emitir para mantenernos dentro de los 1,5°C de calentamiento), se comunica claramente la urgencia de tomar medidas inmediatas. Esto es más motivador y más fácil de entender que las cifras abstractas de la huella de carbono.
- Identifica "puntos críticos", o las áreas de nuestro estilo de vida que tienen el mayor impacto climático. Esto ayuda a priorizar los cambios, haciendo que los esfuerzos sean más eficientes.
- El enfoque establece objetivos de reducción equitativos, distribuyendo equitativamente el presupuesto de carbono restante entre toda la población mundial. Esto significa que todos reciben una parte justa del presupuesto de carbono.
- Apoya la adopción de opciones de estilos de vida con bajas emisiones de carbono, incluidos mejores productos y cambios en los hábitos de consumo.



CAMINOS HACIA ESTILOS DE VIDA DE 1,5 GRADO PARA 2030

¿Cambiarías tu coche por un híbrido?

¿O carne importada para pescado nacional?

¿Qué tal si nos mudamos a un apartamento más pequeño?

Hay muchos caminos hacia estilos de vida de 1,5 grados.

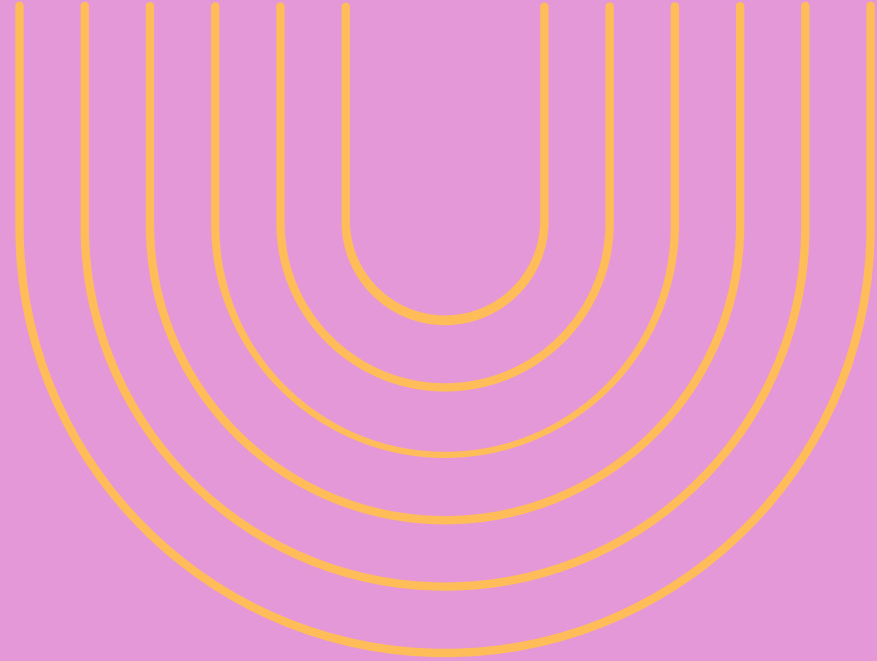
Puedes seguir a algunas personas aquí:

[https://www.sitra.fi/en/publications/pathways-to-1-5- Degree-lifestyles-by-2030/#hilmas-pathway-by-2030](https://www.sitra.fi/en/publications/pathways-to-1-5-Degree-lifestyles-by-2030/#hilmas-pathway-by-2030)

Haz tu propia prueba aquí: <https://www.lifestyletest.eu/>

Pregunta: ¿Cuáles son de tu propio consumo te imaginas cambiar?

Referencias: https://hotorcool.org/wp-content/uploads/2021/10/Hot_or_Cool_1_5_lifestyles_FULL_REPORT_AND_ANNEX_B.pdf



ESPACIOS DE CONSUMO JUSTO

¿Qué son y cómo podemos llegar allí?



ESPACIOS DE CONSUMO JUSTO

Imagina una habitación con techo y suelo. El techo representa la cantidad máxima de recursos y de impacto ambiental que podemos permitirnos sin causar daños al planeta (como el consumo excesivo de combustibles fósiles). El piso representa el nivel mínimo de consumo de recursos necesario para una vida digna y decente (como las necesidades básicas de vivienda, alimentación y atención médica).

Si alguien consume demasiado, deja menos para los demás y causa daño al medio ambiente. Por otro lado, si alguien consume muy poco, es posible que no tenga lo suficiente para satisfacer sus necesidades básicas.

El espacio de consumo justo consiste en garantizar que todos tengan lo que necesitan, sin tomar más de lo que el planeta puede soportar. Esto implica reducir el consumo en los países que usan demasiado y permitir un mayor consumo donde la gente no tiene suficiente. Se trata de un enfoque global, lo que significa que los países ricos necesitan reducir drásticamente su consumo de recursos, mientras que los países más pobres podrían necesitar consumir más para mejorar las condiciones de vida. Manteniendo el consumo dentro de este espacio justo, podemos lograr una distribución equilibrada y justa de los recursos.

ESPACIOS DE CONSUMO JUSTO

El consumo consciente puede ayudar a crear espacios de consumo justo al utilizar los recursos de manera ecológica y garantizar que todos tengan acceso a ellos. A continuación se muestran algunas formas en que los consumidores europeos pueden adaptarse a este concepto:

Un espacio de consumo justo es un área ecológicamente saludable que garantiza que todos tengan acceso a recursos para satisfacer sus necesidades básicas. Significa equilibrar el consumo para evitar el consumo excesivo, que causa daños ambientales, y el consumo insuficiente, que causa problemas sociales.

Los temas clave son:

Límites: Todos tenemos que permanecer dentro de los límites ecológicos, ya que nuestro planeta sólo puede producir una cierta cantidad de recursos.

Equidad: Garantizar que los recursos sean accesibles para todos. Los países que aún no están desarrollados tienen derecho a consumir más, mientras que el mundo desarrollado tiene que repensar su consumo.

Bienestar: Optimizar el uso de recursos para mejorar el bienestar de todos. Muchos productos están hechos para durar poco o utilizan ingredientes que nos hacen nocivos para la salud, deberíamos priorizar alternativas más saludables o duraderas.

CÓMO AYUDA EL CONSUMO CONSCIENTE

Los consumidores pueden participar en la edición de opciones eliminando productos no sostenibles de sus opciones:

- Puedes elegir productos elaborados con materiales sostenibles, como optar por ropa hecha de algodón orgánico o alimentos orgánicos y de producción local.
- Se puede instar a los minoristas a eliminar productos con un alto impacto ambiental, como los plásticos de un solo uso o los productos que consumen muchos combustibles fósiles. Por ejemplo, muchos países europeos han implementado prohibiciones o impuestos a las bolsas de plástico, alentando a los consumidores a utilizar bolsas reutilizables en lugar de 110.

Reducir el consumo excesivo

Puedes adoptar hábitos que reduzcan el consumo excesivo.

- **Adaptar dietas basadas en plantas o reducir el consumo de carne puede reducir significativamente la huella de carbono. Los estudios han demostrado que las dietas sostenibles están relacionadas con menores riesgos de enfermedades cardíacas y diabetes.**
- **Reducir la dependencia de los automóviles privados en favor del transporte público, andar en bicicleta o caminar puede reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.**

CÓMO AYUDA EL CONSUMO CONSCIENTE

Apoyando las innovaciones sociales

Los consumidores pueden participar en innovaciones sociales que promuevan la sostenibilidad:

- Participar en la agricultura apoyada por la comunidad: al suscribirse a granjas locales para obtener productos frescos, los consumidores apoyan las economías locales y reducen la huella de carbono asociada con el transporte de alimentos a larga distancia. Lo mismo ocurre con los huertos urbanos o con el cultivo de tus propios alimentos en los balcones.
- Participar en iniciativas de economía compartida: la utilización de servicios compartidos como el uso compartido de automóviles o bibliotecas de herramientas reduce la necesidad de propiedad individual y minimiza el uso de recursos.
- Comparte conocimientos en tu comunidad. Iniciativas como los cafés de reparación o los tutoriales de bricolaje en youtube ayudan a reparar productos, en lugar de comprarlos nuevos. Los intercambios de libros o de telas, ya sea entre amigos, en escuelas o en mercadillos, ayudan a ampliar aún más el espacio de consumo justo.

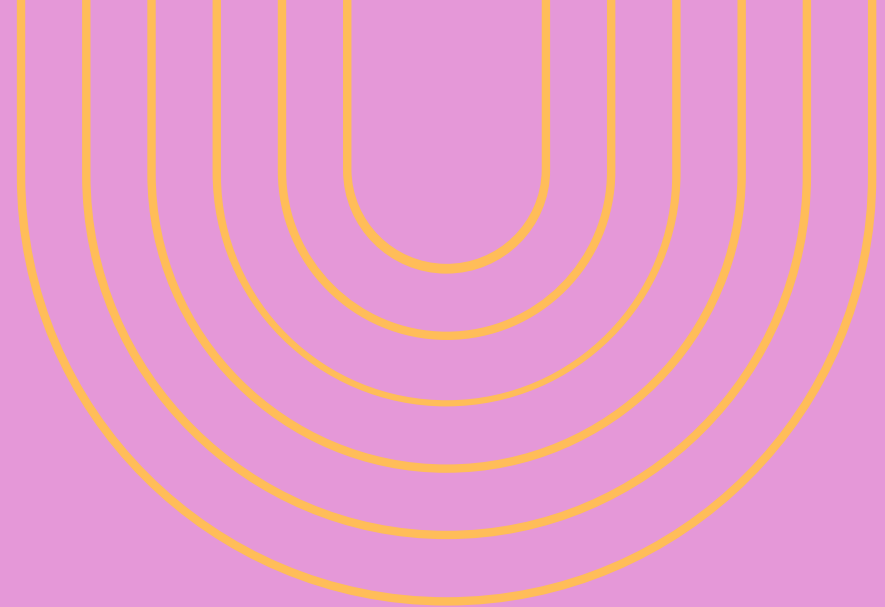
CÓMO AYUDA EL CONSUMO CONSCIENTE

Reflexiona sobre tu propio consumo.

- ¿Hacéis ya cosas que ayuden a crear un espacio de consumo justo?
- Escribálos.
- Piensa en tu lista de compras. ¿Qué cambios puedes aplicar fácilmente para apoyar el camino hacia la creación de un espacio de consumo justo?

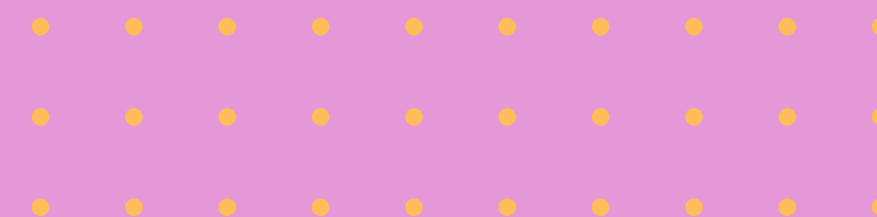
Fuentes: https://hotorcool.org/wp-content/uploads/2021/10/Hot_or_Cool_1_5_lifestyles_FULL_REPORT_AND_ANNEX_B.pdf





¡ABORDEMOS EL PROBLEMA!

Jugar al juego Climate Fresk



ABORDEMOS EL PROBLEMA

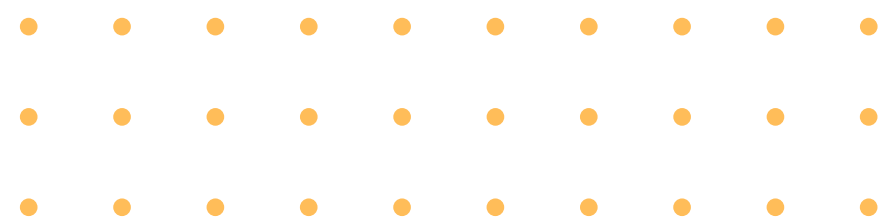
¿Quieres hacer cambios en tu comunidad?


Le animamos a utilizar el juego Climate Fresk, que le ayudará a comprender la interconexión de sus acciones y el impacto ambiental más amplio. El juego te anima a reflexionar sobre tus patrones de consumo. Puedes descargarlo gratis aquí: https://climatefresk.org/wp-content/uploads/2020/01/Self-training_EN.pdf

En el juego colaboras para reconstruir las relaciones de causa y efecto del cambio climático.

El entorno grupal del juego Climate Fresk permite el aprendizaje social y la discusión de soluciones sostenibles.

Después del juego, los facilitadores pueden guiar a los participantes para que identifiquen cambios específicos y viables que puedan realizar en sus vidas. Esto puede incluir reducir el consumo de carne, minimizar los viajes en avión, optar por el transporte público y conservar energía en el hogar.





VERIFICACIÓN DE ETIQUETA: ¿QUÉ ETIQUETAS TIENEN SUS COMPRAS?

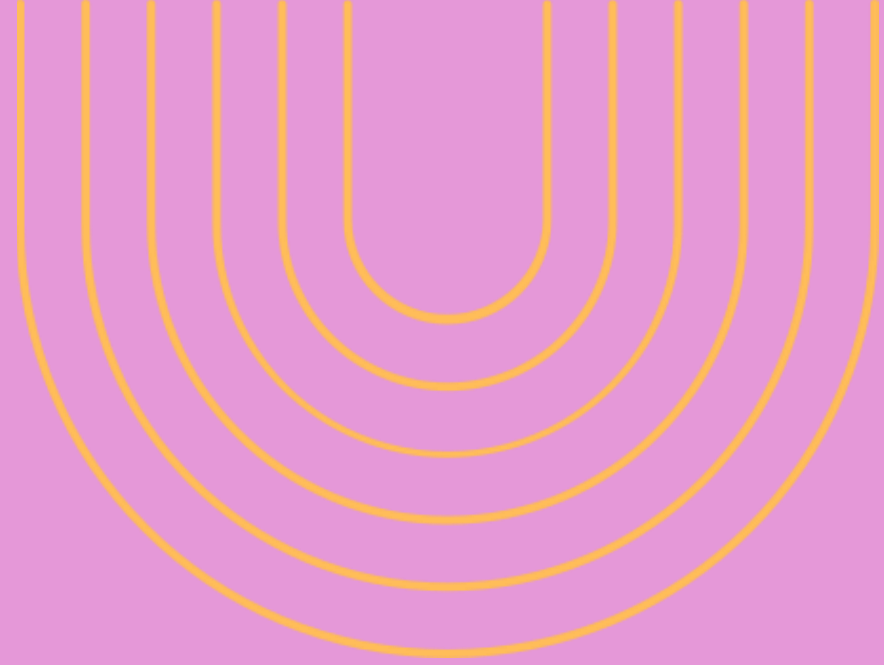




- 01.** ENTENDIENDO LAS ETIQUETAS
- 02.** CERTIFICACIÓN DE ALIMENTOS
- 03.** ETIQUETAS DE ROPA
- 04.** PRODUCTOS EXTRANJEROS
- 05.** CONSUMO DE ENERGÍA DE LOS DISPOSITIVOS



TABLA DE CONTENIDOS



ENTENDIENDO LAS ETIQUETAS



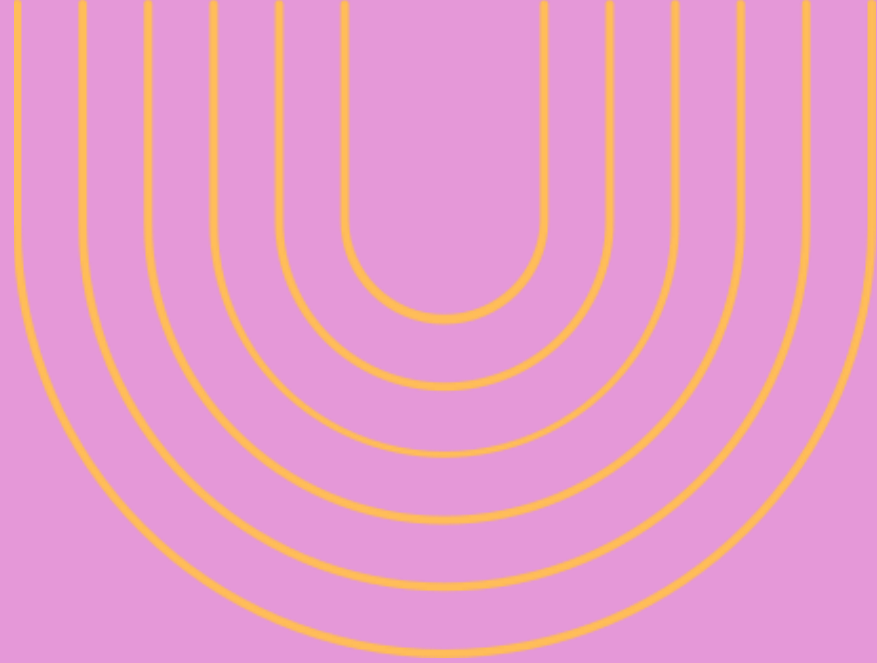
ENTENDIENDO LAS ETIQUETAS

Los productos, especialmente aquellos en envases que se encuentran en los estantes de las tiendas, están etiquetados. Más allá del nombre o los ingredientes, suele haber una etiqueta o letrero adicional en el paquete. Estos pueden llamar la atención. Es común ver etiquetas como “eco”, “natural”, “orgánico”, “consciente”, “bio”, “vegano”, “sostenible” o “no tóxico”.

Suponemos que estas etiquetas proporcionan información adicional para compradores y consumidores. Y lo hacen. Pero, desgraciadamente, algunos productores, impulsados por el deseo de obtener mayores beneficios, añaden etiquetas que pueden inducir a error.

Esta práctica se conoce como lavado verde. Implica engañar a los consumidores por parte de empresas que construyen su imagen basándose en afirmaciones falsas. El objetivo del greenwashing es a menudo desviar la atención de los consumidores de otras áreas de las operaciones de la empresa que son perjudiciales para el medio ambiente.





¿HAY CERTIFICACIONES?



¿HAY CERTIFICACIONES?

Las certificaciones, también conocidas como etiquetas o marcas, son otorgadas por organizaciones certificadoras relevantes que confirman que un producto cumple con ciertos criterios sociales y ecológicos, o al menos uno de ellos. Es fundamental que estas organizaciones sean independientes de las empresas para garantizar la credibilidad e imparcialidad de las certificaciones.

¿HAY CERTIFICACIONES?

Se conocen varios enfoques diferentes de certificación:

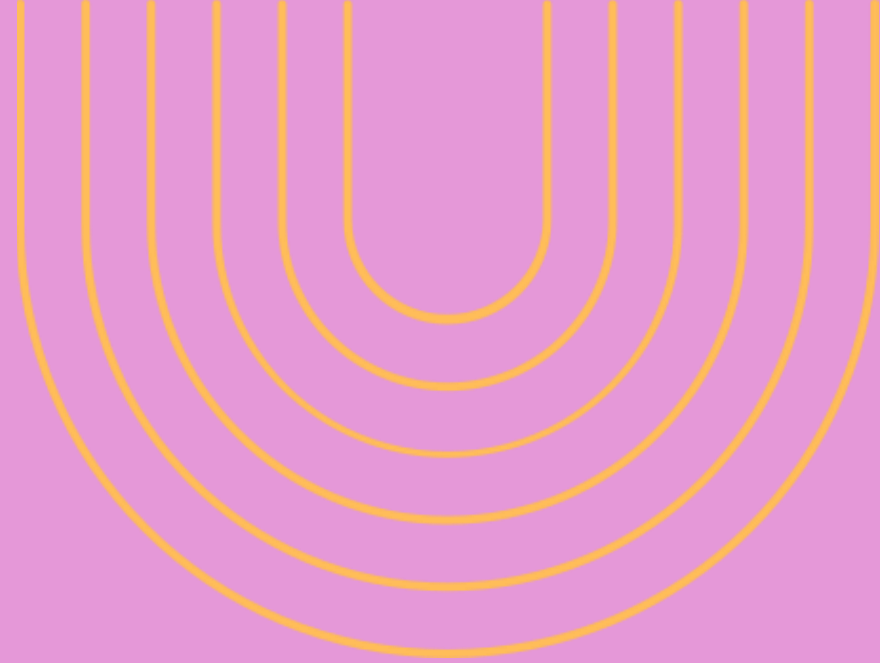
La más extendida es la certificación de productos. Después de cumplir los criterios necesarios, la empresa obtiene el derecho de utilizar una marca en el producto final que sea visible para los consumidores.

Otro enfoque es la certificación de fábrica; en este caso, los criterios deben ser cumplidos por instalaciones de producción individuales, que son auditadas y certificadas para cumplir con estándares determinados. La certificación no es visible en el producto final.

Un enfoque completamente diferente caracteriza las iniciativas multilaterales que reúnen a organizaciones sociales, sindicatos y empresas independientes. Las empresas que quieran convertirse en miembros de una iniciativa de este tipo deben adherirse a un código de conducta común. A menudo, las empresas informan sobre su participación en este tipo de iniciativas en sus materiales informativos y, a veces, incluso en sus productos.

Otro concepto completamente diferente son las iniciativas que otorgan el llamado código de producto. Cada producto de este sistema recibe su código, lo que permite a los consumidores rastrear todas las etapas de producción. Este etiquetado promueve una mayor transparencia en la cadena de suministro, brindando a los consumidores una imagen completa del origen del producto.

Diferentes grupos de productos reciben diferentes certificaciones.



CERTIFICACIÓN DE ALIMENTOS



CERTIFICACIÓN DE ALIMENTOS



Comercio justo:

es un movimiento creado por organizaciones no gubernamentales, activistas y voluntarios, consumidores y empresas para apoyar el desarrollo de comunidades de pequeños productores, especialmente del Sur Global (África, América Latina, el Caribe, Asia y Oceanía).

El principio fundamental de Fairtrade son los precios justos que los productores reciben por sus productos. Los precios siempre deben fijarse considerando las condiciones locales, involucrando a los productores y otras partes interesadas. La compensación a los productores debería cubrir los costes de una producción ecológica y social sostenible. La etiqueta se encuentra a menudo en productos como frutas, verduras, café, chocolate, cacao, azúcar, pero también en galletas o aceite de oliva. El certificado Fairtrade se utiliza para varios grupos de productos, incluido el algodón y el equipamiento deportivo.

CERTIFICACIÓN DE ALIMENTOS

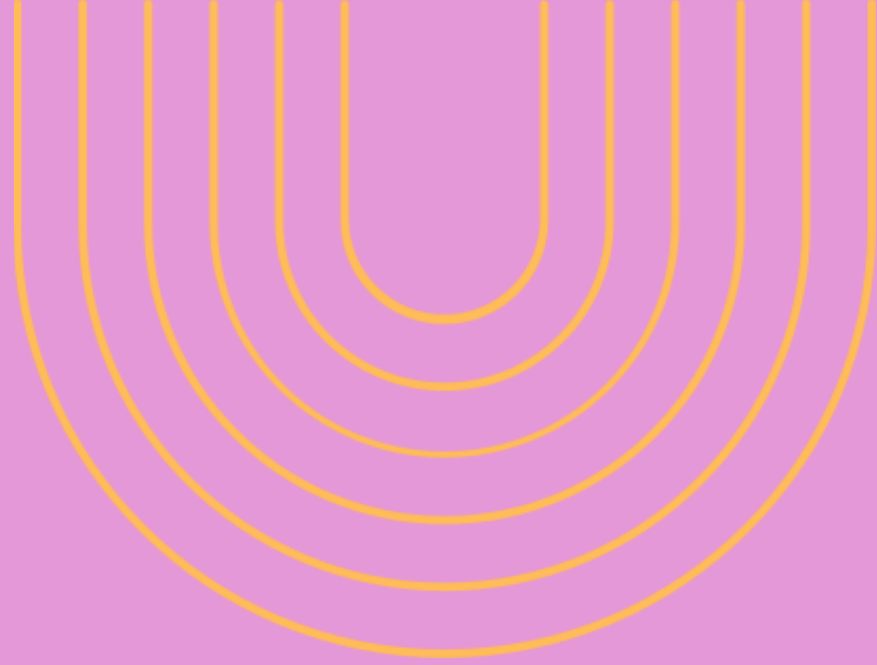


Agricultura Ecológica de la Unión Europea:

Esta certificación combina dos símbolos:

la bandera europea y una hoja que simboliza la naturaleza y el desarrollo sostenible.

El logotipo de producción ecológica de la UE ayuda a los consumidores a reconocer los productos ecológicos y ayuda a los agricultores a comercializarlos en toda la UE. Este certificado da confianza a los consumidores en el origen y la calidad orgánica de los alimentos y bebidas que compran, y su presencia en un producto significa que cumple con las normas de producción orgánica, es decir, es un producto orgánico. Solo se puede utilizar para productos que hayan obtenido un certificado emitido por un organismo certificador autorizado, y dichos productos deben cumplir condiciones estrictas en cuanto a métodos de producción, procesamiento, transporte y almacenamiento.



ETIQUETAS DE ROPA



ETIQUETAS DE ROPA



GOTS (Estándar Mundial de Textiles Orgánicos):

Este certificado se puede encontrar en productos textiles elaborados a partir de fibras naturales como el algodón, la seda, el lino o el cáñamo.

Los materiales con este certificado contienen en su mayoría materias primas procedentes de agricultura ecológica (sin el uso de fertilizantes artificiales, pesticidas ni semillas modificadas genéticamente).

ETIQUETAS DE ROPA

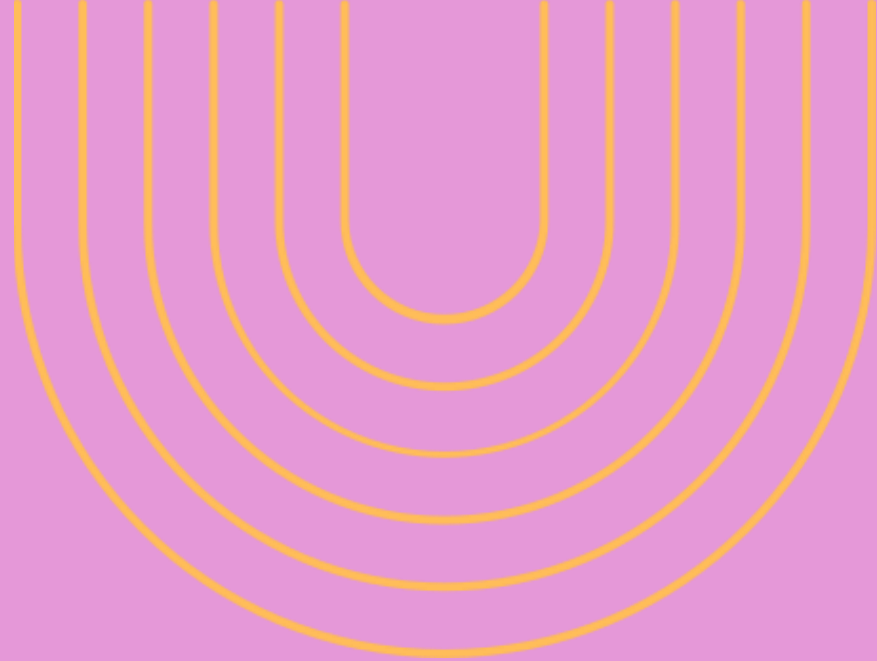
OEKO-TEX:

"Textiles dignos de confianza."



Estos productos no pueden contener (o sólo en cantidades muy pequeñas) muchas sustancias nocivas para la salud, como colorantes cancerígenos o alérgenos.

El certificado se aplica a productos terminados, lo que significa que durante la producción pueden haberse utilizado sustancias peligrosas. Los tejidos se prueban para detectar la presencia de sustancias nocivas.



PRODUCTOS EXTRANJEROS



PRODUCTOS EXTRANJEROS



FSC – Consejo de Manejo Forestal:

Un consejo internacional que opera en 89 países y reconocido mundialmente, es una organización sin fines de lucro que apoya la gestión forestal sostenible.

Emite certificados que confirman que la madera se ha obtenido de forma responsable. Dado que aproximadamente la mitad de la madera utilizada en el comercio mundial se utiliza para la producción de papel, la certificación es muy importante para el bienestar de las personas y la naturaleza. FSC garantiza la verificación del origen del producto de madera mediante la emisión de un certificado CoC (Cadena de Custodia), que cubre toda la cadena de suministro desde la producción hasta el consumidor final.

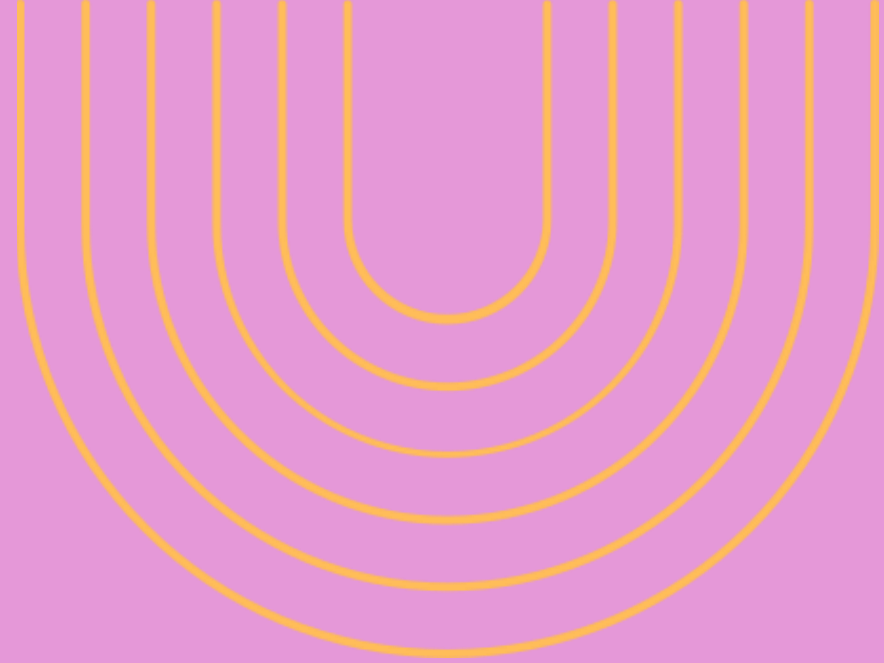
PRODUCTOS EXTRANJEROS



Alianza por la Selva Tropical:

Esta certificación se concede a diversos grupos de productos, como la madera, el papel, los plátanos, el té, el café, el cacao, el aceite de palma, las flores cortadas y los helechos, así como a los productos con múltiples ingredientes (por ejemplo, el chocolate), e incluso a la ganadería, al clima – granjas amigables y turismo sustentable.

Para los productos de madera y papel, el alcance del certificado cubre sólo la primera etapa de la cadena de producción: el abastecimiento de materia prima. El proceso de certificación Rainforest Alliance Certified para productos forestales es similar al FSC: las auditorías, incluidas las de campo, se realizan anualmente. Los auditores de SmartWood buscan opiniones sociales sobre las actividades del candidato a través de comentarios públicos, encuestas, entrevistas individuales y reuniones públicas. Las partes interesadas pueden presentar apelaciones o quejas sobre acciones que consideren que no cumplen con los estándares de certificación FSC/Rainforest Alliance.



CONSUMO DE ENERGÍA DE LOS DISPOSITIVOS



CONSUMO DE ENERGÍA DE LOS DISPOSITIVOS

Etiqueta energética:

Esta etiqueta proporciona información sobre la clase energética y los parámetros básicos de un dispositivo, como el consumo de energía y el nivel de ruido.

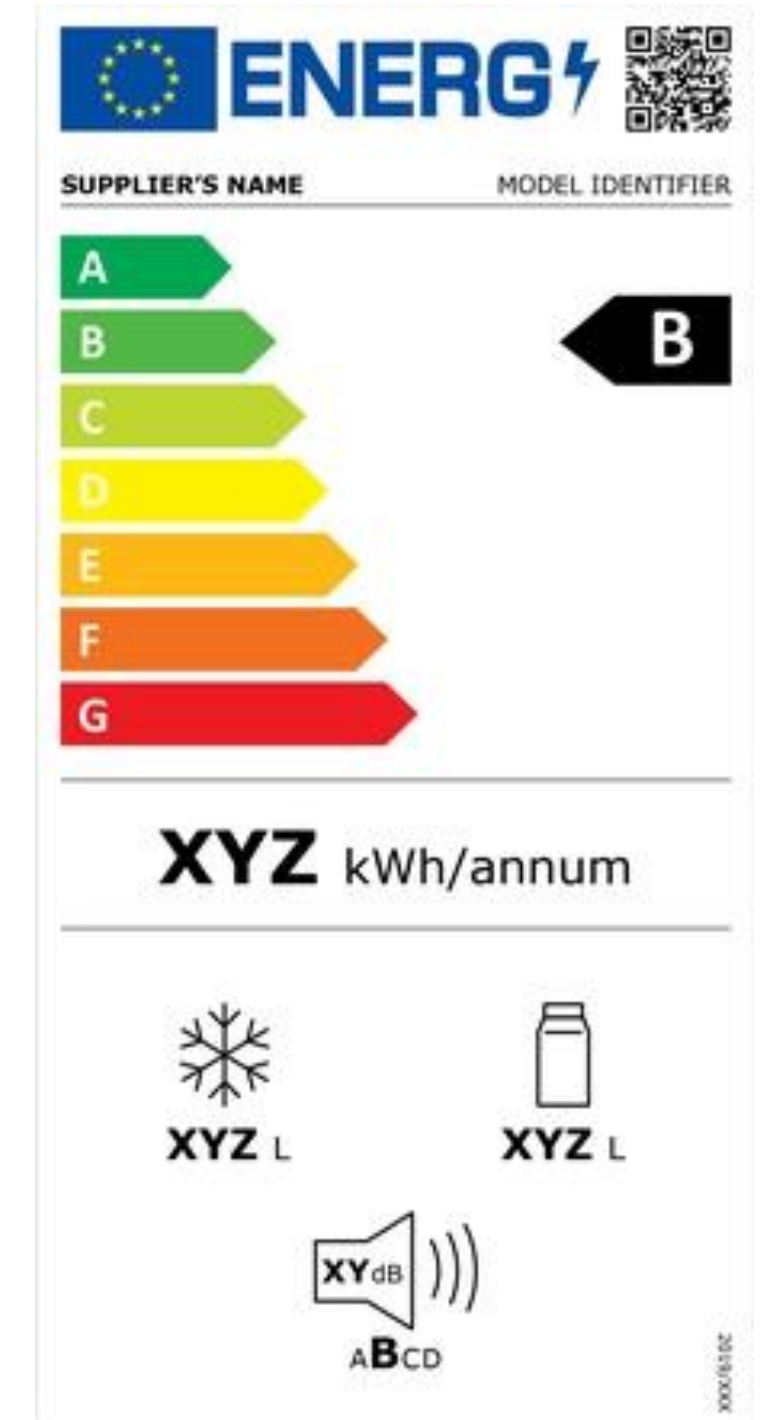
En la Unión Europea, los electrodomésticos y las fuentes de luz deben llevar esta etiqueta. Permite a los consumidores comparar diferentes dispositivos.

Esta información también es una valiosa fuente de conocimiento para los consumidores, en particular porque la presentación gráfica informa de forma accesible a los consumidores sobre los posibles costes operativos del dispositivo.

Las clases de eficiencia energética se asignan en una escala de A a G, donde la clase A, marcada con una barra verde, indica el dispositivo más eficiente, y la clase G, marcada con una barra roja, es el menos eficiente. Estas clases están determinadas por la relación entre el consumo de energía anual del dispositivo y el consumo de energía estándar para dichos dispositivos definido por las regulaciones pertinentes.

Índice de etiquetas:

<https://www.ecolabelindex.com/ecolabels/>



ANUNCIOS Y YO





01. **INTRODUCCIÓN**

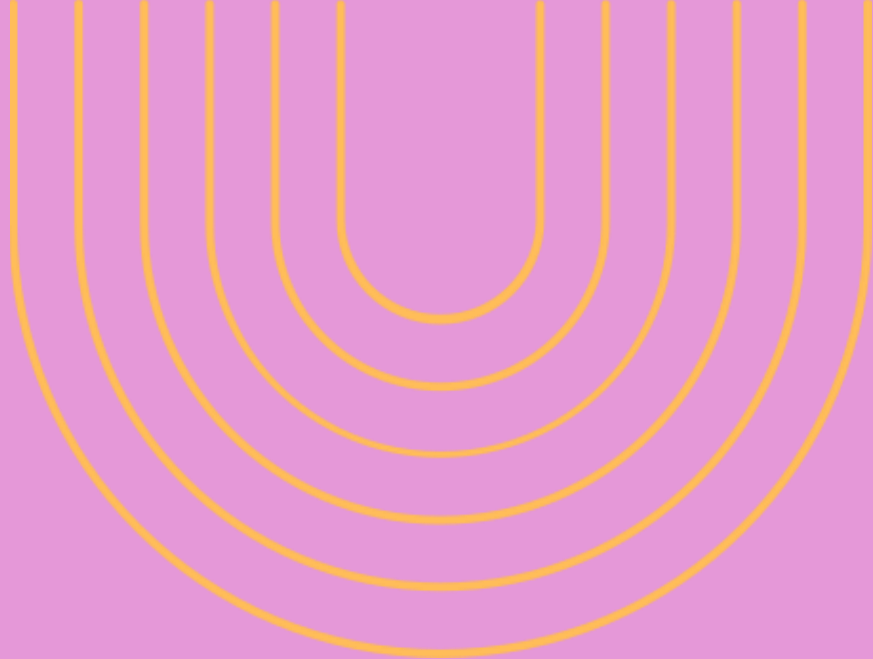
02. **¿CÓMO NOS MOTIVAMOS A COMPRAR?**

03. **¿QUÉ ES EL LAVADO VERDE?**

04. **CERTIFICADOS**



TABLA DE CONTENIDOS



INTRODUCCIÓN



INTRODUCCIÓN

Las empresas a menudo presentan sus productos como respetuosos con el medio ambiente, pero estas afirmaciones pueden ser engañosas. En este módulo, analiza tácticas de lavado verde, examina ejemplos de la vida real y aprende a evaluar críticamente las afirmaciones ambientales en la publicidad y los medios.

https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home/consumers_es



INTRODUCCIÓN

Lavado verde y su impacto en la toma de decisiones del consumidor: es crucial cubrir una variedad de perspectivas que impulsen el pensamiento crítico y empoderen a las personas a tomar decisiones informadas. Aquí hay algunas perspectivas clave para pensar:

- **Comprender las tácticas de lavado verde:** explorar las diversas tácticas y estrategias utilizadas en el lavado verde, como lenguaje vago, imágenes engañosas y falsas afirmaciones de sostenibilidad. Analizar ejemplos de la vida real para demostrar cómo las empresas manipulan las percepciones para parecer ambientalmente responsables.
- **Psicología del consumidor:** profundice en la psicología detrás de la toma de decisiones del consumidor y cómo el marketing influye en las percepciones y comportamientos. Discute conceptos como el consumerismo verde, donde los individuos buscan productos ambientalmente amigables pero pueden ser susceptibles a tácticas de lavado verde debido a sesgos cognitivos o atracciones emocionales.



INTRODUCCIÓN

- **Responsabilidad corporativa:** examinar el papel de las corporaciones en la promoción de la sostenibilidad y las prácticas éticas. Discutar las implicaciones éticas del lavado verde, incluyendo el daño potencial a los consumidores, el medio ambiente y la confianza en la responsabilidad corporativa.
- **Marcos regulatorios:** investigar el panorama regulatorio entorno al marketing y la publicidad verdes. Discutar el papel de las agencias gubernamentales y los estándares de la industria en el monitoreo y la aplicación de la verdad en las leyes de publicidad, así como los desafíos de regular las prácticas engañosas en un mercado en evolución.



INTRODUCCIÓN

- **Alfabetización mediática:** fomentar las habilidades de alfabetización mediática para ayudar a las personas a evaluar críticamente las afirmaciones ambientales en los anuncios y los medios de comunicación. Enseñar técnicas para detectar el lavado verde, como buscar certificaciones de terceros, verificar reclamaciones con fuentes creíbles y considerar los impactos del ciclo de vida completo de los productos.
- **Consumo sostenible:** fomentar las discusiones sobre el concepto de consumo sostenible y consumerismo responsable. Explorar enfoques alternativos para las decisiones de compra, como reducir el consumo, optar por productos de segunda mano o ecológicos y apoyar a empresas transparentes y éticas.



INTRODUCCIÓN



- **Empoderamiento ciudadano:** empoderar a las personas para que actúen como ciudadanos y consumidores informados. Discutir formas de abogar por la transparencia y la rendición de cuentas en las prácticas corporativas, apoyar políticas que regulen el lavado verde y participar en iniciativas que promuevan la sostenibilidad y la gestión ambiental.

Al cubrir estas perspectivas en el material del curso, los estudiantes pueden desarrollar una comprensión holística del lavado verde, sus implicaciones para la toma de decisiones de los consumidores y cómo navegar las complejidades del mercado como ciudadanos responsables.



¿CÓMO NOS MOTIVAMOS A COMPRAR?



¿CÓMO NOS MOTIVAMOS A COMPRAR?

Cada día, una persona media está expuesta a entre 300 y 350 anuncios. Los anuncios son un método excelente para llamar la atención sobre productos, causas y otros temas.

[Cómo influyen los anuncios en nuestra vida cotidiana | El estándar empresarial \(tbsnews.net\)](#)

Una lista de ética para los especialistas en marketing digital:

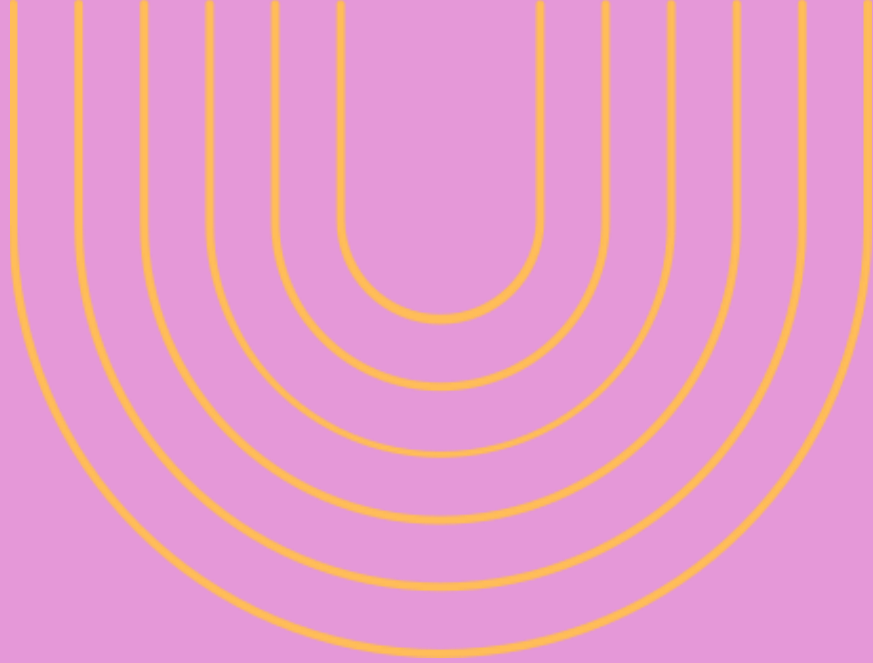
<https://blogs.oregonstate.edu/digitalmarketing/2019/11/08/how-advertising-affects-society-and-our-life/>

PUBLICIDAD Efectos positivos y negativos de la publicidad en los jóvenes:

<https://studymasscom.com/advertising/efecto-positivos-y-negativos-de-la-publicidad-en-la-juventud/>

Pensamiento versus sentimiento: la psicología de la publicidad:

[Pensamiento vs Sentimiento: Psicología de la Publicidad | USC MAPP en línea](#)



¿QUÉ ES EL LAVADO VERDE?



¿QUÉ ES EL LAVADO VERDE?

"El lavado verde es cuando las empresas presentan falsamente sus productos o prácticas como amigables con el medio ambiente. Esto puede implicar el uso de imágenes verdes o hacer afirmaciones vagas sobre la sostenibilidad sin evidencia. Confunde a los consumidores y socava los esfuerzos ambientales genuinos".

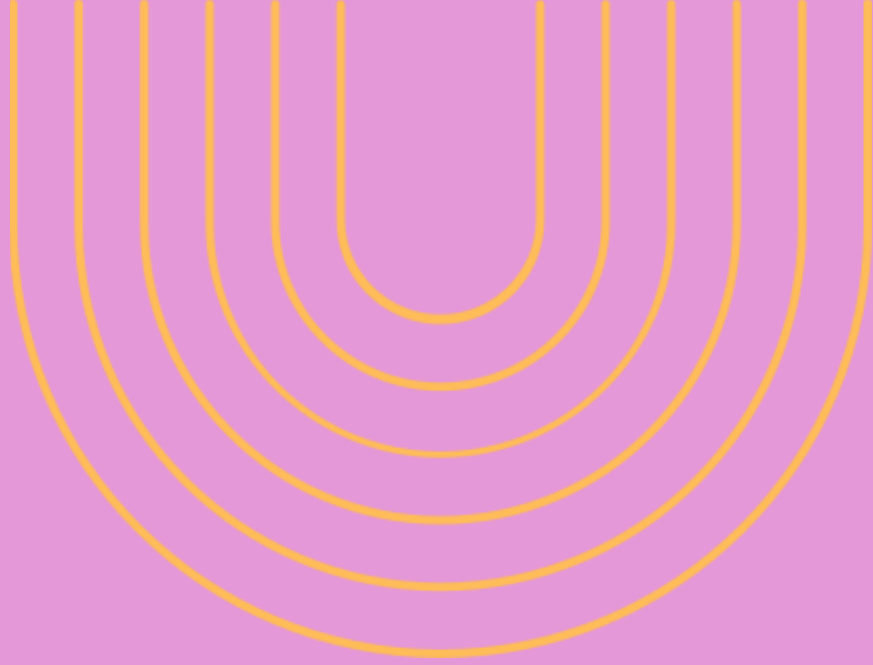
[La UE adopta una nueva ley que prohíbe el lavado ecológico y la información engañosa sobre los productos | Euronoticias](#)

¿CÓMO PUEDO RECONOCER EL LAVADO VERDE?

- Tenga cuidado con el lenguaje vago o con términos sin significado específico, como ecológico, sostenible o no tóxico. No ofrecen ninguna prueba real.
- No se deje engañar por imágenes con temas de naturaleza. Como seres humanos reaccionamos emocionalmente a las imágenes. También busque logotipos verdes.
- Considere si las afirmaciones son relevantes y pregunte si las afirmaciones están respaldadas por pruebas.
- Preste atención a las certificaciones. Las certificaciones independientes de terceros pueden ser marcadores útiles de sostenibilidad.
- Considere lo que no le dicen. Comunicar selectivamente sobre iniciativas verdes puede distraer la atención de toda la verdad.
- Utilice recursos para investigar empresas, por ejemplo:
 - [Inicio - Lavado verde](#)
 - hablando-basura.com

¿CÓMO PUEDO RESPONDER?

- Aprenda a detectar el lavado verde.
- Lea más sobre las empresas a las que les compra.
- Habla cuando detectes un lavado verde, cuestiona y busca evidencia.
- Busque envases mínimos o reciclables.
- Apoyo a la legislación y creación de guías verdes. Considere los temas cuando, p. votar en las elecciones.
- Las investigaciones nos dicen que incluso ser consciente del lavado verde le ayudará a tomar decisiones más conscientes.



CERTIFICADOS



CERTIFICADOS A TENER EN CUENTA

Como se indicó anteriormente, los certificados son importantes a la hora de investigar si la empresa es realmente tan sostenible como afirma. Con estos recursos podrás investigar las empresas, marcas y productos en los que gastas tu dinero.

LEED (Liderazgo en Diseño Energético y Ambiental)

Es el sistema de calificación de edificios sustentables más utilizado en el mundo. Disponible para prácticamente todos los tipos de edificios, LEED proporciona un marco para edificios ecológicos saludables, eficientes y que ahorran costos. La certificación LEED es un símbolo mundialmente reconocido de logro y liderazgo en materia de sostenibilidad.



<https://support.usgbc.org/hc/en-us/articles/4404406912403-What-is-LEED-certification>

CERTIFICADOS A TENER EN CUENTA

B Corporation, también conocida como B Corp, es un movimiento global que tiene como objetivo redefinir el éxito en los negocios exigiendo legalmente a las empresas que cumplan estrictos estándares sociales y ambientales. La certificación B Corp está disponible tanto para empresas como para particulares.

<https://global-standard.org/>

La moda sostenible, la ropa ética y la producción justa tienen muchos significados. El Estándar Global de Textiles Orgánicos (GOTS) tiene un conjunto de criterios claramente definido y es transparente. GOTS es el estándar de procesamiento textil líder a nivel mundial para fibras orgánicas, incluidos criterios ecológicos y sociales, respaldado por una certificación independiente de toda la cadena de suministro textil. Los productos finales certificados GOTS pueden incluir productos de fibra, hilos, telas, ropa, textiles para el hogar, colchones, productos de higiene personal, así como textiles en contacto con alimentos y más.



CERTIFICADOS A TENER EN CUENTA

<https://www.oeko-tex.com/es/>

certifica textiles (hogar, confección, calzado) y marroquinería. Ofrece varias certificaciones, incluida STANDARD 100, que garantiza que todos los componentes sean probados para detectar sustancias nocivas. La NORMA DEL CUERO se aplica a los productos de cuero.

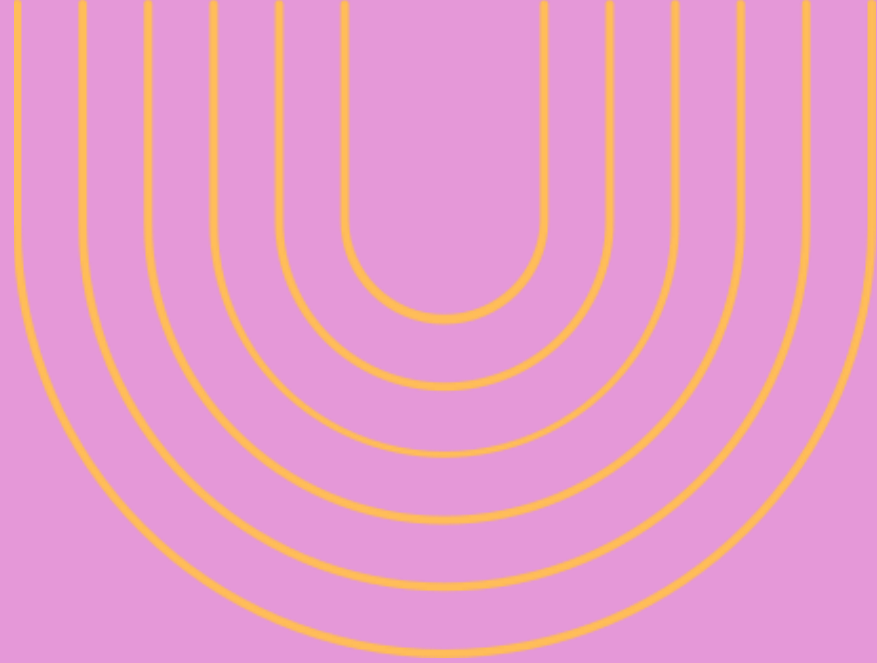
https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home_en

La etiqueta ecológica de la UE ayuda a los consumidores, los minoristas y las empresas a tomar decisiones verdaderamente sostenibles.



**LEATHER
STANDARD**





TAREA: VERIFICACIÓN DE ETIQUETAS

Inspecciona las etiquetas de algunas de las ropas que tienes.
¿Qué información puedes conocer sobre ellos?

<https://www.Oeko-tex.Com/es/label-check>





¿QUÉ PODEMOS HACER DIFERENTE?



01. INTRODUCCIÓN

02. REUTILIZAR

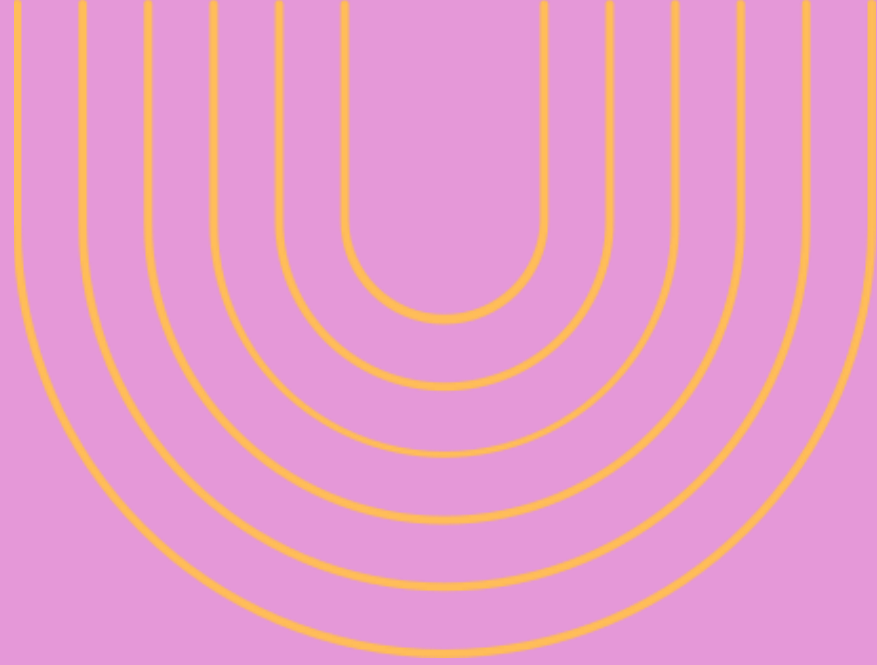
03. REDUCIR

04. RECICLEAR

05. COMPARTIR



**TABLA DE
CONTENIDOS**

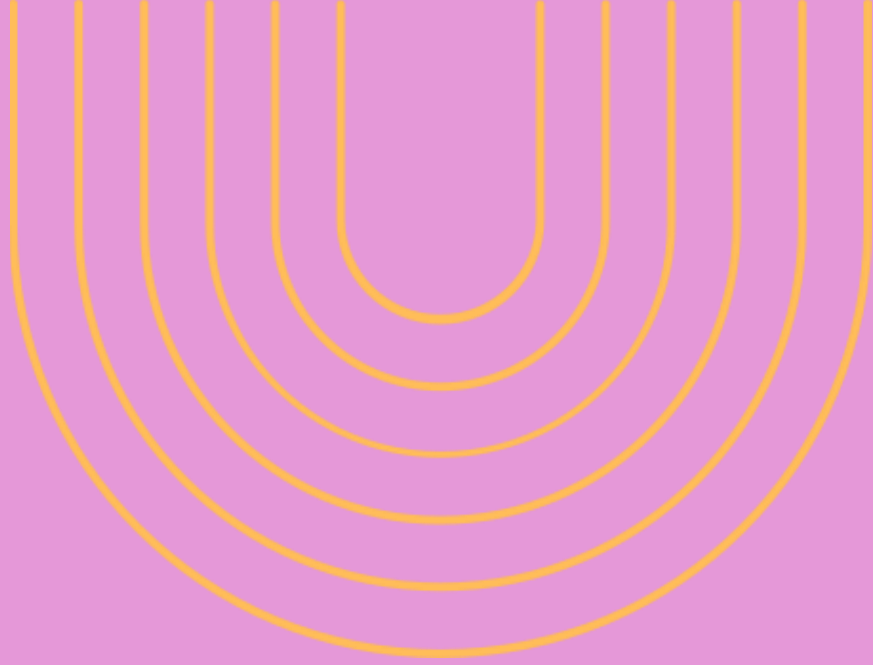


INTRODUCCIÓN



INTRODUCCIÓ



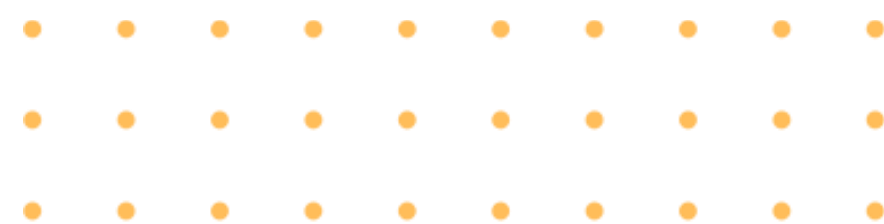


REUTILIZAR



REUTILIZAR

- La reutilización se refiere a la práctica de prolongar la vida útil de los productos al utilizarlos varias veces en lugar de desecharlos después de un solo uso. Esto puede implicar reparar, reutilizar o donar artículos para reducir los desechos y conservar los recursos.
- La reutilización fomenta un estilo de vida más sostenible al minimizar la necesidad de nuevos productos y disminuir el impacto ambiental.



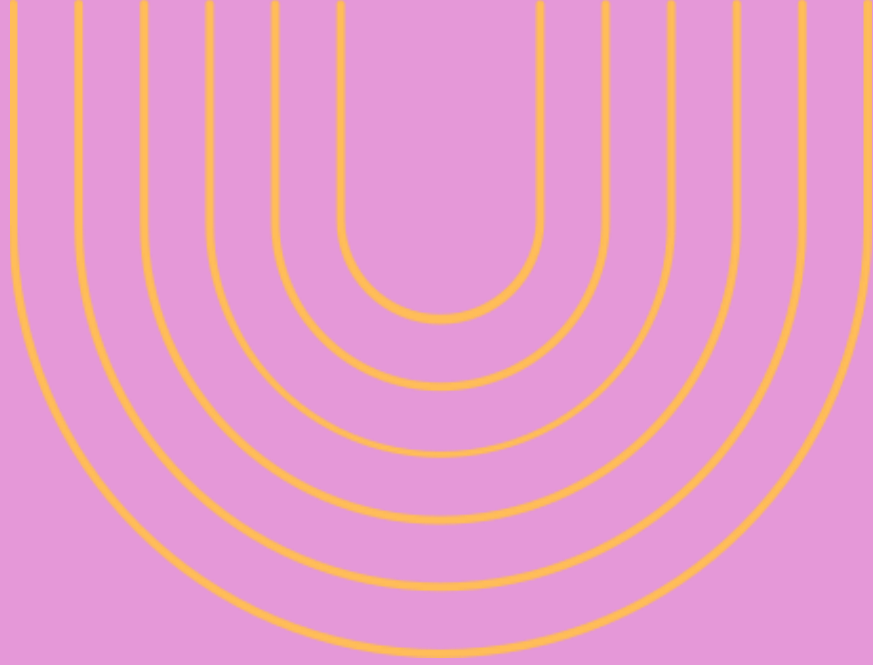
REUTILIZAR

Ejemplo de reutilización: **reutilización de objetos cotidianos.**

Piensa en tus objetos cotidianos: ¿cómo puedes reutilizarlos? ¿Qué tipo de formas creativas puedes imaginar para reutilizar cosas viejas? Algunos ejemplos podrían ser latas de metal, bolsas de plástico, botas de goma, libros, juguetes, ropa, rollos de papel higiénico...

- [60+ Examples of Things You Can Reuse – Soapboxie](#)
- [Reuse – Knowledge Bank – Solar Schools](#)





REDUCIR





REDUCIR

- Reducir significa minimizar la cantidad de residuos y recursos utilizados eligiendo consumir menos y optando por productos con un embalaje mínimo o con una vida útil más larga.
- Implica tomar decisiones de compra intencionales para disminuir el consumo general y la huella ambiental.
- Al reducir, podemos disminuir significativamente nuestro impacto en el planeta y promover la sostenibilidad.

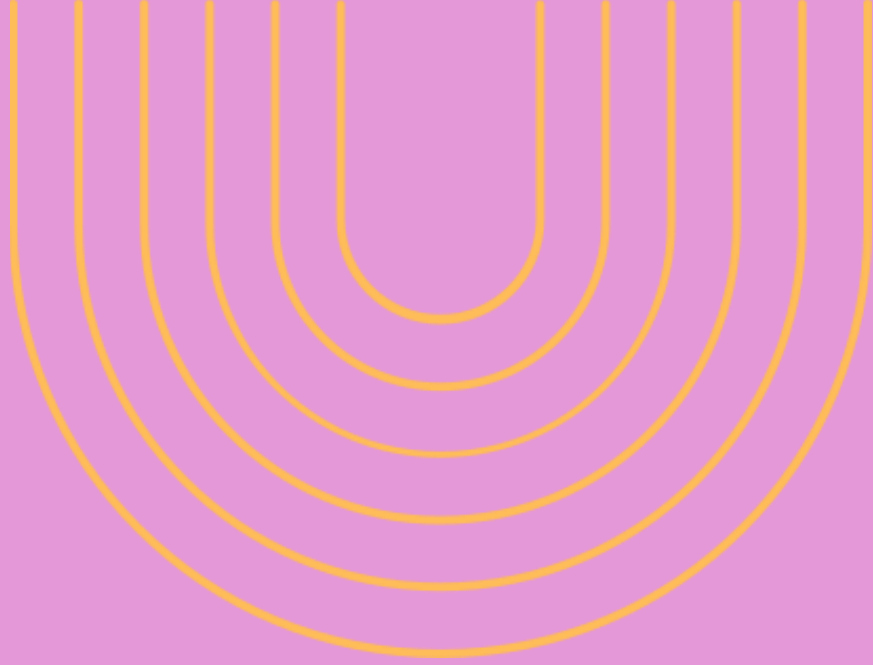
REDUCIR



Ejemplo de reducción: Regla del 5

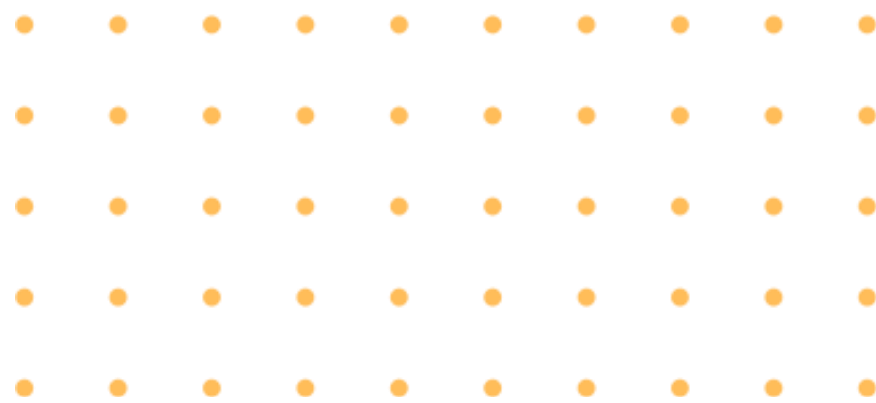
Un ejemplo de reducción es el desafío de la Regla del 5. En este desafío, solo puedes comprar 5 artículos de moda nuevos al año. ¿Cuántos has comprado ya este año? ¿Aceptar este desafío reduciría tu consumo?

[Rule of 5: How It Works – by Tiffanie Darke – Rule of Five \(substack.com\)](#)



RECYCLEAR





RECICLEAR

- El reciclaje se refiere al proceso de convertir materiales de desecho en productos nuevos y reutilizables para evitar que terminen en vertederos.
- Esto implica clasificar y procesar materiales reciclables como papel, plástico, vidrio y metal para crear nuevos artículos.
- El reciclaje ayuda a conservar los recursos naturales, reducir la contaminación y apoyar una economía circular al darle una nueva vida a los productos viejos.

RECICLEAR

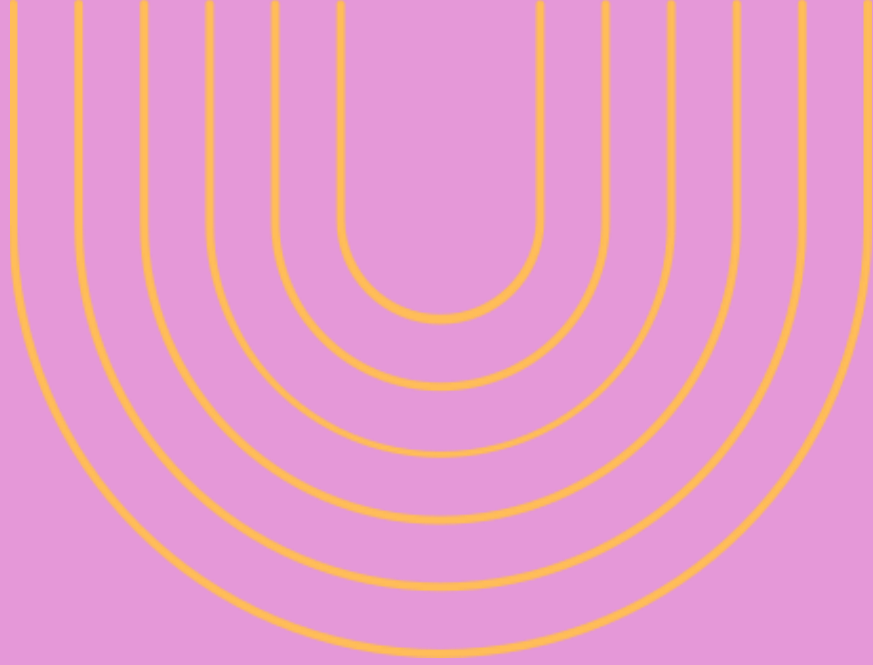
Ejemplo de reciclaje: **¿Qué se puede reciclar?**

Los materiales que se pueden reciclar pueden variar en distintos países o regiones de Europa. **¿Qué se puede reciclar en tu región o barrio?**

Los artículos reciclados más comunes son:

- Cartón
- Metal
- Papel
- Botellas de vidrio
- Plástico
- Residuos biológicos
- Baterías





COMPARTIR



COMPARTIR



- Compartir se refiere a la práctica de utilizar recursos de manera colaborativa para maximizar su uso y reducir el consumo individual.
- Esto puede implicar compartir artículos como herramientas, ropa o vehículos dentro de una comunidad o a través de plataformas que facilitan el préstamo y el préstamo de bienes.
- Compartir promueve la sostenibilidad al disminuir la necesidad de que todos posean los mismos artículos, lo que reduce el uso y el desperdicio de recursos en general.

COMPARTIR



Ejemplo de compartir: **Economía colaborativa**

La economía colaborativa ha sido un tema en auge en los últimos años. Tenemos diferentes plataformas y servicios, y algunos de ellos se utilizan en todo el mundo. ¿Qué tipo de artículos has compartido o qué servicios compartidos has utilizado? ¿Has utilizado Airbnb, alquilado una bicicleta, un patinete o algún otro vehículo? ¿Has compartido ropa con tus amigos? ¿Qué más podrías compartir para consumir menos?

[Sharing economy – Wikipedia](#)

Sitra: A fair share e-book: [A fair share \(eBook\) – Sitra](#)



CÓMO REFORMAR NUESTRA LISTA DE COMPRAS



1.PLANIFICAR CON ANTICIPACIÓN::

- Antes de ir al supermercado, haga un inventario de su despensa, refrigerador y congelador para evaluar qué artículos tiene ya a mano.
- Cree un plan de alimentación para la próxima semana según sus preferencias dietéticas, recetas planificadas y necesidades del hogar.



2. COMPRE MENOS, COMPRE MEJOR:

- Priorice la calidad sobre la cantidad al seleccionar los alimentos, optando por ingredientes frescos e integrales siempre que sea posible.
- Considere el valor nutricional y la sostenibilidad de los productos antes de tomar decisiones de compra, eligiendo opciones de origen local, orgánicas o producidas éticamente cuando estén disponibles.



3. MINIMIZAR EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS:

- Tenga en cuenta el tamaño de las porciones y evite comprar en exceso productos perecederos que puedan estropearse antes de poder consumirlos.
- Opte por artículos con una vida útil más larga o usos versátiles para minimizar el riesgo de desperdicio de alimentos.
- Utilice las sobras de forma creativa incorporándolas a comidas futuras o congelándolas para su uso posterior.

4. ADOPTA OPCIONES BASADAS EN PLANTAS:

- Incorpora más alimentos de origen vegetal a tu lista de compras, como frutas, verduras, legumbres y cereales integrales, para diversificar tu dieta y reducir tu huella ambiental.
- Experimenta con alternativas vegetales a los productos animales, como carnes vegetales, leche sin lácteos y sustitutos del huevo, para descubrir nuevos sabores y texturas.



5. REDUCIR LOS RESIDUOS DE ENVASES:

- Elija productos con un embalaje mínimo u opte por artículos a granel para reducir el desperdicio de plástico y papel.
- Considere alternativas reutilizables, como bolsas de tela para productos agrícolas y recipientes de vidrio, para empaquetar y almacenar sus alimentos de manera sostenible.



6. MANTÉNGASE ORGANIZADO:

- Mantenga su lista de compras organizada categorizando los artículos según su ubicación en la tienda o por categoría de comida para optimizar su experiencia de compra.
- Utilice aplicaciones digitales o plantillas de listas de compras para realizar un seguimiento de sus necesidades de compras y evitar compras impulsivas.



7. REVISAR REGULARMENTE:

- Revise periódicamente su lista de compras y plan de alimentación para identificar áreas de mejora y optimización.
- Ajuste sus hábitos de compra en función de los comentarios de sus experiencias, preferencias y necesidades dietéticas cambiantes.



8. COMPRAR PRODUCTOS DISPONIBLES EN CADA TEMPORADA:

- Dependiendo de dónde viva, considere comprar frutas y verduras de temporada.
- Desarrollar una lista de verduras y frutas locales.



9. ELIJA PRODUCTOS DEL ÁREA LOCAL:

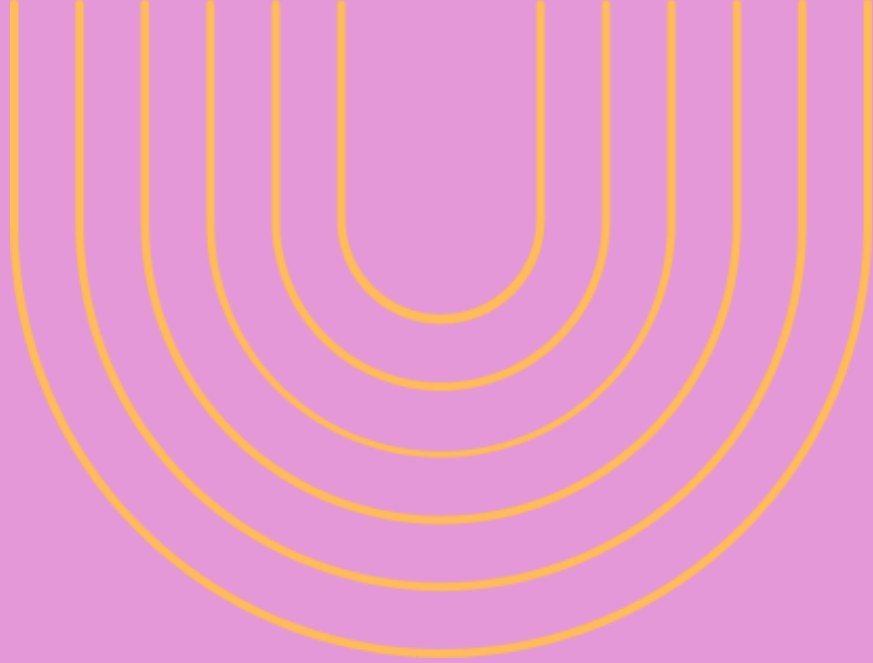
- Compra productos locales. Una buena solución para nuestro planeta es minimizar el transporte de productos cotidianos. Si es posible, elija productos que se hayan cultivado (por ejemplo, verduras, plantas) o producido (por ejemplo, pan, pasteles) lo más cerca posible de su lugar de residencia.



10. YA LO TIENES EN TU ARMARIO:

- Si planeas comprar ropa nueva, primero revisa lo que ya tienes en tu guardarropa. Sea creativo y encuentre nuevas configuraciones de su ropa vieja.





Si sigue estos consejos, puede reformar su lista de compras para priorizar la salud, la sostenibilidad y la eficiencia, tomando decisiones más informadas e intencionales que se alineen con sus valores y estilo de vida.

