

# FICHA FORMATIVA

## 01. CONSUMO RESPONSABLE EN EL USO DE LOS RECURSOS

<b>Área</b>	<i>Uso de los recursos</i>										
<b>Nivel</b>	<b>BÁSICO</b>										
<b>Tema</b>	<table border="1"> <tr> <td>x</td> <td>1. Concepto de CR aplicado al uso de recursos</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> </table>	x	1. Concepto de CR aplicado al uso de recursos								
x	1. Concepto de CR aplicado al uso de recursos										
<b>Módulo</b>	<table border="1"> <tr> <td>x</td> <td>Consumo responsable en el uso de los recursos</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> </table>	x	Consumo responsable en el uso de los recursos								
x	Consumo responsable en el uso de los recursos										
<b>Palabras clave</b>	Consumo responsable; economía sostenible; recursos naturales; recursos renovables; recursos no renovables; agua; contaminación atmosférica; ODS 12; agenda 2030; economía circular; desperdicio										
<b>Introducción (500-1000 caracteres incluyendo espacios)</b>	<p>Para 2050, se espera que la población mundial alcance los 9.600 millones de personas, y eso significa que nuestro estilo de vida no podría mantenerse, al requerir más recursos naturales de los disponibles (agua, árboles, minerales, pescado, aire, petróleo, etc.)</p> <p>El <b>consumo responsable</b> (CR) tiene como objetivo integrar los aspectos sociales, ambientales y éticos en las decisiones de conducta y compra, bajo los principios de:</p>										

	<ul style="list-style-type: none"><li>- <i>Reducción</i>: limitación del consumo cuestionando la necesidad de la compra.</li><li>- <i>Eficiencia energética</i>: búsqueda de productos eficientes y de ahorro energético.</li><li>- <i>Sostenibilidad</i>: garantizar que los productos tengan el mínimo impacto medioambiental negativo una vez terminada su vida útil.</li></ul> <p>El consumo responsable busca avanzar hacia una economía más circular, que mantenga en circulación los materiales, productos y servicios durante el mayor tiempo posible, reduciendo su uso y la energía empleada, y recuperando de nuevo los "residuos" como fuentes de insumos.</p>
<b>Desarrollo de temas</b> (2000-2500 caracteres incluyendo espacios)	<p><b>El consumo sostenible / responsable (CS/CR)</b> de recursos implica el uso consciente de bienes y servicios, enfocado a minimizar el gasto de recursos y reducir las emisiones contaminantes. El ODS 12 "Producción y consumo responsables" de la Agenda 2030 propuesto por la ONU revela que se podría necesitar el equivalente a casi tres planetas para proporcionar los recursos naturales necesarios para mantener los estilos de vida actuales.</p> <p>Los recursos naturales se pueden clasificar en:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1) <b>Recursos no renovables</b>: combustibles fósiles como el petróleo, el gas natural, el carbón, la energía nuclear, minerales, etc., que tienen un suministro limitado y no pueden utilizarse de manera sostenible.</li><li>2) <b>Recursos renovables</b>. Elementos de la naturaleza que se regeneran o renuevan cada cierto periodo de tiempo, como los árboles, la radiación solar, el viento, los peces salvajes, etc., que también hay que cuidar porque su uso y consumo excesivo puede llevar a su extinción.</li></ol> <p>La economía lineal de "usar y tirar" tiene consecuencias ambientales, ya que favorece el calentamiento global, que conduce al cambio climático y al agotamiento de los recursos.</p> <p>La transición de un modelo de economía lineal a uno circular puede mitigar estos efectos negativos del consumo, pero, hasta ahora, las acciones para promoverlo se han centrado principalmente en el papel de las empresas y las industrias, ignorando el papel del consumidor, que resulta igualmente esencial en esta transición.</p>

	<p>El consumo y la producción sostenibles consiste en hacer más y mejor con menos. Eso significa disociar el crecimiento económico de la degradación ambiental, aumentar la eficiencia de los recursos y promover estilos de vida sostenibles.</p> <p>El consumo responsable, también llamado consumo ecológico, ético, crítico o verde, comporta ser consciente de las limitaciones del suministro de recursos naturales y está representado por consumidores comprometidos, debidamente informados de los efectos de sus decisiones de compra, que tratan de mitigar sus impactos negativos.</p> <p>Convertir a los consumidores en <i>prosumidores</i> (consumidores proactivos, comprometidos y responsables) será la clave para avanzar hacia una economía circular e incluso hacia un modelo de “residuos cero” cuyo objetivo es eliminar todos los vertidos a la tierra, el agua y el aire que amenazan la vida del planeta.</p>
<b>Buenas prácticas</b> (1000 -1500 caracteres incluyendo espacios)	<p>Los productos locales o de “kilómetro cero” evitan las emisiones de la refrigeración o el transporte y ayudan a impulsar la economía local. La administración podría fomentar el consumo local, por ejemplo, mediante la emisión de vales de descuento para ser canjeados en las empresas y negocios locales.</p> <p>La energía renovable. Promover el uso de fuentes de energía renovables contribuye a la transición energética y al uso eficiente de nuestros recursos naturales. También es importante utilizar la energía de forma responsable, reduciendo consumos innecesarios e invirtiendo en empresas que apliquen criterios de eficiencia y sostenibilidad en toda la cadena de valor.</p> <p><i>Wallapop: es una app</i> de comercio de segunda mano que ha lanzado una campaña publicitaria bajo el lema “lo hecho, hecho está”, que promueve un consumo más responsable y sostenible a través de la reutilización y reciclaje de objetos. Frases como “lo nuevo es hacer menos cosas nuevas” y “lo hecho, hecho está, y lo mejor que podemos hacer es usarlo” son algunos de los mensajes que resumen la campaña.</p>

	<p>El <i>greenwashing</i>, también conocido como eco-blanqueo, es una mala práctica que consiste en orientar la imagen de marketing de una organización o empresa hacia un posicionamiento ecológico mientras sus acciones van en contra del medio ambiente.</p>
<p><b>Desafíos actuales y futuros</b> (1000 -1500 caracteres incluyendo espacios)</p>	<p>El consumo responsable concierne a todas las partes involucradas en la producción y el consumo: gobiernos, empresas y sociedad.</p> <p><b>Desafíos de los consumidores:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Aumentar el conocimiento sobre los impactos de sus decisiones de consumo.</li><li>- Extender la educación ambiental para aumentar la motivación ecológica desde la infancia.</li><li>- Convertirse en consumidores proactivos, comprometidos y responsables (<i>prosumidores</i>).</li></ul> <p><b>Retos de las empresas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Apostar por la producción de artículos más duraderos, reparables y renovables.</li><li>- Mejorar los sistemas de fabricación y logística para ser más eficientes.</li><li>- Desarrollar modelos de negocio responsables y aprovechar las oportunidades de la economía circular.</li><li>- Descartar la práctica del <i>greenwashing</i>.</li></ul> <p><b>Desafíos para el gobierno y el sector público:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Incorporar la educación ambiental y el consumo responsable en los currículos educativos.</li><li>- Mantener vivas campañas permanentes de sensibilización y recomendaciones sobre consumo responsable.</li><li>- Apoyar el avance hacia la economía circular</li></ul> <p><b>Desafíos para otras partes interesadas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Desarrollar investigaciones sobre el comportamiento del consumidor para apoyar científicamente las campañas y medidas para el consumo responsable.</li><li>- Aumentar la investigación y la innovación para reducir la demanda de recursos en todos los sectores.</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>- Potenciar el papel clave de las entidades medioambientales y las asociaciones de consumidores para el consumo responsable.</li><li>- Estimular la participación de la ciudadanía y el intercambio de buenas prácticas y casos de éxito.</li></ul>
<i>Idioma</i>	<i>Español</i>
<i>Socio</i>	<i>UMA - Carmen Jambrino - Ana M. Castillo</i>
Otras referencias	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Y2n7xFQW">https://www.youtube.com/watch?v=Y2n7xFQW</a> <a href="#">Ojo</a>  <a href="https://unstats.un.org/sdgs/report/2022/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2022_Spanish.pdf">https://unstats.un.org/sdgs/report/2022/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2022_Spanish.pdf</a> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=oAfZjEFWTT">https://www.youtube.com/watch?v=oAfZjEFWTT</a> <a href="#">I</a>  <a href="https://www.ecoescuelas.org/">https://www.ecoescuelas.org/</a>  <a href="https://www.oecd.org/env/indicators-modelling-outlooks/40224072.pdf">https://www.oecd.org/env/indicators-modelling-outlooks/40224072.pdf</a>  <a href="https://www.oecd.org/greengrowth/49709364.pdf">https://www.oecd.org/greengrowth/49709364.pdf</a>