



UD 6: CONSUMO VERDE E SUSTENTABLE: Ten o teu peto pegada ecolóxica?

Índice de contidos

1. **A economía social. O consumo ético e responsable.**
 - 1.1 Que é a economía social? Modelos económicos alternativos en Galicia.
 - 1.2 O consumo ético e responsable: A pegada das nosas decisións financeiras.
2. **A Responsabilidade Social Corporativa (RSC).**
 - 2.1 RSC: O compromiso das empresas coa contorna e os dereitos humanos.
 - 2.2 O perigo do *Greenwashing*: Como detectar falsas promesas ecolóxicas.
3. **O etiquetado verde, de sustentabilidade e de consumo enerxético.**
 - 3.1 Etiquetas ecolóxicas e de comercio xusto: Aprender a lelas.
 - 3.2 O etiquetado enerxético: Unha ferramenta clave de aforro e sustentabilidade.

1. A economía social. O consumo ético e responsable

O diñeiro non é neutral. Cada vez que pagamos por un produto ou gardamos os nosos aforros nun banco, estamos a financiar un modelo de mundo determinado. O obxectivo deste tema é entender que o consumo intelixente non só mira polo menor prezo hoxe, senón polo impacto que ese gasto xera na sociedade e no planeta mañá.

1.1 A economía social

A **economía social** está formada por empresas e organizacións nas que **o beneficio humano, social e medioambiental está por riba do lucro financeiro**. Non buscan enriquecerse, senón xerar emprego digno, fixar poboación no rural e coidar a contorna.

- **As Cooperativas:** Empresas onde os traballadores son os donos e deciden democraticamente. En Galicia teñen moita forza no sector agrario e gandeiro (como *Feiraco / Cooperativas Lácteas Unidas/COREN*).
- **As Sociedades Laborais:** A súa característica principal é que a maioría do capital social (os cartos que se precisan para montar a empresa) está en mans dos propios traballadores. É dicir, as persoas que traballan alí son, ao mesmo tempo, as donas do negocio.
- **Empresas de Inserción Laboral:** Empresas que axudan a persoas en risco de exclusión social a atopar un traballo e integrarse. As empresa de inserción laboral non teñen como finalidade maximizar os beneficios económicos, senón maximizar os beneficios



sociais, crear emprego e axudar a aquelas persoas que teñen maiores dificultades para acceder ao traballo.

1.2 O consumo ético e responsable

O **consumo ético** implica introducir criterios de xustiza social e ambiental á hora de mercar. Cómpre pasar do "*merco o máis barato sen mirar de onde vén*" ao **consumidor consciente**.

- **Consumo de proximidade (Km 0):** Mercar produtos locais (como os dos mercados de abastos de Galicia). Evitamos a contaminación do transporte internacional e apoiamos a economía dos nosos veciños.
- **Comercio Xusto:** Asegura que os produtores de países en vías de desenvolvemento reciban un salario digno e que non exista explotación infantil (moi común no cacao, café ou té).

Exercicio 1. O mapa do teu almorzo

2. A Responsabilidade Social Corporativa (RSC)

As empresas teñen unha gran responsabilidade no estado do planeta. Xa non chega con que cumpran a lei ou paguen impostos; a sociedade esíxelles un comportamento ético activo.

2.1 Que é a RSC?

A **Responsabilidade Social Corporativa (RSC)** é o compromiso voluntario das empresas para xestionar o seu impacto social, económico e medioambiental de forma positiva.

1. Ámbito medioambiental (O Planeta)

Este ámbito céntrase en como as accións da empresa afectan á natureza. As empresas responsables buscan reducir ao máximo a súa "pegada ecolóxica":

- Reciclaxe e redución de residuos: Minimizar o uso de plásticos e reciclar os materiais que utilizan no seu día a día.
- Eficiencia enerxética: Usar enerxías renovables (como paneis solares) e non malgastar luz nin auga.
- Produtos sostibles: Diseñar produtos que duren máis ou que estean feitos con materiais biodegradables.

2. Ámbito Social (As Persoas)

Este eido divídese en dous: o coidado das persoas que traballan dentro da empresa (ámbito interno) e o impacto na comunidade que está fóra (ámbito externo).

- Cara ao interior (Os traballadores):
 - Garantir salarios xustos e condicións de traballo seguras.
 - Promover a igualdade entre homes e mulleres e axudar a conciliar a vida laboral coa familiar.
- Cara ao exterior (A sociedade):
 - Apoiar causas sociais (doar parte dos beneficios a ONGs, financiar proxectos educativos ou deportivos locais).
 - Respetar os dereitos dos consumidores ofrecendo produtos seguros e publicidade honesta.



3. Ámbito Económico e de Goberno (A Transparencia)

Unha empresa non pode ser socialmente responsable se fai trampas coas súas contas. Este ámbito asegura que a empresa gañe cartos de forma ética e transparente:

- Loita contra a corrupción: Non tolerar subornos nin fraudes fiscais (pagar os impostos que corresponden no lugar onde se xeran os beneficios).
- Relación xusta con provedores: Non espremer aos pequenos provedores e asegurarse de que eles tamén cumpren cos dereitos laborais.
- Transparencia: Publicar informes claros sobre como funciona a empresa para que os clientes e inversores saiban a onde vai o diñeiro.

2.2 O perigo do *Greenwashing* (Lavado de cara verde)

Como a sustentabilidade está de moda e vende, moitas empresas usan o **Greenwashing**: unha táctica de mercadotecnia que consiste en facer que un produto pareza ecolóxico ou responsable cando, en realidade, non o é.

Exemplo: Unha marca de roupa "Fast Fashion" saca unha liña de camisetas cun 10% de algodón orgánico e ponlle etiquetas de cor marrón e debuxos de follas, pero o 90% restante fabrícase contaminando ríos e con man de obra infrapagada en Asia.

Exercicio 2. Cazadores de Greenwashing

Exercicio 3. O Contra-Anuncio Sostible

3. O etiquetado verde, de sustentabilidade e de consumo enerxético

Para protexernos do *greenwashing* e tomar decisións financeiras eficientes, o consumidor intelixente non se fía dos slogans publicitarios, senón das **certificacións oficiais**.

3.1 Etiquetas ecolóxicas e de comercio xusto.

As etiquetas oficiais son "escudos" garantidos por organismos independentes. As máis importantes que debes coñecer son:

ETIQUETAS OFICIAIS DE SUSTENTABILIDADE	
<u>Ecolabel</u> (<u>Etiqueta Ecolóxica UE</u>)	Garante que o produto cumpre con criterios ecolóxicos estritos en todo o seu ciclo de vida.
<u>Agricultura Ecolóxica da UE</u> (A "folliña" verde con estrelas)	Certifica que os alimentos se produciron sen pesticidas químicos nin transxénicos.
<u>Fairtrade</u> (<u>Comercio Xusto</u>)	Garante prezos xustos aos agricultores e prohibe o traballo infantil.
<u>FSC</u> / <u>PEFC</u>	Certifica que o papel ou madeira procede de bosques xestionados de xeito sostible (evita a corta).
<u>O etiquetado enerxético</u>	Permite escoller electrodomésticos que supoñan un aforro enerxético para o planeta e para o peto.



3.2 O etiquetado enerxético: Aforro para o planeta e para o peto

Cando mercamos un electrodoméstico (unha neveira, un televisor) ou un dispositivo electrónico, o prezo de compra é só unha parte do custo. Hai que sumar o **custo oculto do seu consumo de luz**.

A etiqueta enerxética da UE clasifica os produtos nunha escala de cores e letras **dende a A (máxima eficiencia, cor verde) ata a G (mínima eficiencia, cor vermella)**.

Un electrodoméstico clase **A** pode ser máis caro na tenda que un clase **F**, pero ao gastar moito menos diñeiro na factura da electricidade cada mes, ao cabo de dous ou tres anos resulta **moito máis barato (Custo Total de Propiedade)**.

Exercicio 4. O Custo Oculto da Luz (Custo por Uso Enerxético)

Exercicio 5. O Caderno de Etiquetas

Exercicio 6. Escudo Crítico do Consumidor Verde

EXERCICIOS UD 6

1. O mapa do teu almorzo

a) Anota os 3 ingredientes principais que tomaches hoxe no almorzo (Ex: leite, cacao en po, galletas, laranxas...).

- Ingrediente 1: _____ Orixe: _____
- Ingrediente 2: _____ Orixe: _____
- Ingrediente 3: _____ Orixe: _____

b) **Razoamento Crítico**: Investiga na etiqueta de onde veñen. Cantos quilómetros tiveron que viaxar ata chegar á túa mesa? Cres que existía algunha alternativa de "Km 0" producida en Galicia? Que impacto financeiro e ecolóxico tería cambiar a ese produto local?

2. Cazadores de Greenwashing

Analiza as seguintes dúas estratexias comerciais e indica se cres que é RSC real ou *Greenwashing*, xustificando o teu motivo:

- **Caso A**: Unha gran cadea de tendas de roupa regala unha bolsa de tea reciclada se gastas máis de 80€ en pezas que foron fabricadas en países sen dereitos laborais.
- **Caso B**: Unha bodega de leite galega inviste parte dos seus beneficios en axudar ás granxas locais a instalar paneis solares para reducir a súa dependencia eléctrica.



3. "O Contra-Anuncio Sostible"

En parellas, elixide un produto que se venda como "ecolóxico", "eco-friendly" ou "natural".

Facede unha **presentación honesta de 1 minuto** ante a clase destapando o que hai detrás (ingredientes reais, prezos inflados polo "márketing verde", embalaxes esaxeradas de plástico...).

4. O Custo Oculto da Luz (Custo por Uso Enerxético)

Dous veciños de Vigo precisan mercar unha neveira nova. Teñen estas dúas opcións:

- **Sabela (Opción A):** Escolle unha neveira barata na tenda por **320 €**. É de clase enerxética **G**. O seu consumo eléctrico vai custarlle **90 € ao ano**.
- **Iago (Opción B):** Escolle unha neveira eficiente que custa na tenda **510 €**. É de clase enerxética **A**. O seu consumo eléctrico vai custarlle **35 € ao ano**.

Ambas neveiras están deseñadas para durar un ciclo de vida mínimo de 10 anos. Calcula o **Custo Total** ao cabo dese tempo:

Cal das dúas decisións de consumo foi máis intelixente e aforradora a longo prazo? Por que o máis barato na etiqueta saíu máis caro?

5. O Caderno de Etiquetas

Completa a seguinte táboa identificando os símbolos ecolóxicos que atopas na túa propia casa (en briks de leite, libretas, xampús ou electrodomésticos):

Produto atopado	Nome do selo/etiqueta	Que garante este selo?



6. Escudo Crítico do Consumidor Verde

Instrucións: Le cada situación, identifica a táctica, o erro ou o selo que se aplica, e redacta a mellor estratexia de defensa financeira e sostible.

Nº	Situación	Concepto / Táctica	Estratexia de Defensa (Que facer?)
1	Un bote de xampú ten letras verdes, debuxos de árbores e di "Natural", pero nos ingredientes químicos non hai nada ecolóxico.		
2	Unha marca de chocolate custa 1€, pero ao lado hai un co selo <i>Fairtrade</i> por 1,50€. Ti queres asegurar que non se usou explotación infantil.		
3	Un amigo di que mercar un electrodoméstico de clase G é mellor "porque hoxe aforras 150€ na caixa de pago".		
4	Unha marca de auga envasada di na televisión que "coida o planeta" porque o seu tapón usa un 5% menos de plástico, mentres vende millóns de botellas dun só uso.		
5	Queres mercar un moble de madeira e queres garantir que a súa produción non axudou á deforestación ilegal de bosques primarios.		
6	Tes a tentación de pedir produtos baratos a unha app internacional de Fast Fashion sabendo que veñen en avión dende o outro lado do mundo.		
7	Na etiqueta dun brik de leite ves o selo de "Galega 100%" e unha certificación de Cooperativa Galega.		