

# Guía práctica y teórica

PARA LA PERSONA FACILITADORA



CONSUMO  
RESPONSABLE

# CARACTERÍSTICAS DEL MANUAL DE CAPACITACIÓN CONSUMO RESPONSABLE

## Antecedentes

Este manual fue elaborado a base de una primera experiencia de capacitación dirigida a los líderes/as de las organizaciones que inciden en el territorio del proyecto Píllaro-LAIF en Tungurahua, y a los técnicos/as de instituciones como el Ministerio de Agricultura y Ganadería, el Honorable Gobierno Provincial Intercultural de Tungurahua, los actores de los GAD parroquiales y de los municipios, la CONAGOPARE, las fundaciones que inciden localmente, etc.

A base de esta primera experiencia se elaboró la presente guía de capacitación, a destinación de las personas capacitadoras.

## Características del manual

Este manual de capacitación es dirigido a las personas facilitadoras para los talleres de **Consumo Responsable**. El módulo Consumo Responsable tiene una duración total de **5h15**.

El manual está elaborado con apoyo teórico y anexos, que se encuentran en el **DOSIER DOCUMENTAL**.

## Recomendaciones

Las recomendaciones elaboradas a partir de la primera experiencia de capacitación son las siguientes:

- ✓ Utilizar en mayoría una metodología participativa
- ✓ Tener una actitud proactiva y dinámica con los participantes del curso
- ✓ Utilizar dinámicas para mezclar los participantes y así homogeneizar el grupo
  - *Ejemplo: Cada que la persona capacitadora dice ¡SIGA CALIENTE! Los participantes tienen que rápidamente levantarse y cambiar de silla.*
- ✓ Prohibir el uso del Power Point: favorece la somnolencia de los participantes y excluye a los participantes que tienen dificultades en leer, o en escuchar y leer al mismo tiempo.
- ✓ Adaptar los datos a los de la zona donde se da la capacitación
- ✓ Al inicio de cada taller hacer una dinámica de estiramientos para calentar el cuerpo (más que todo si se inicia el taller en la mañana).
- ✓ Hacer las actividades al aire libre cuando es posible (juegos, socio dramas) para cambiar de ambiente y relajar las tensiones.
- ✓ Antes de iniciar con la temática, la persona capacitadora va a hacer una dinámica de presentación si es la primera vez que conoce a los participantes, o si hay nuevos participantes.

La dinámica de presentación puede hacerse de diferentes formas: compararse a un animal, una planta, un color, un paso de baile, y explicar por qué; cada uno escribe su nombre en una carta, las mezclamos, y cada participante (empezando por la persona capacitadora) se presenta, pregunta la carta de quién tiene, y esta persona se presenta, etc. Puede haber otras dinámicas de presentación.

## Evaluación de la capacitación

Después de cada taller se recomienda hacer una evaluación, para ver si los conocimientos han sido asimilados por parte de los participantes, evaluar su grado de satisfacción, y que se pueda dar sugerencias para mejorar el contenido del presente manual.

Al final de la temática de Género, se recomienda hacer una actividad-juego para recordar lo que se ha aprendido en los talleres

CONSUMO RESPONSABLE

Duración total: 5h15

Actividad/ duración	Descripción de la actividad	Materiales necesarios, apoyo documental
A1 1h	<p><b>Introducción</b></p> <p>La persona facilitadora enuncia frases sobre el consumo (se puede inspirar en el Video), preguntando a los participantes si son frases verdaderas o falsas. Se puede también pedir que los participantes lean las frases, uno a uno.</p> <p>Los/as participantes visionan el video, y a base de lo expuesto por Brenda Chavez definen el concepto de consumo responsable. La persona facilitadora deberá orientar y guiar los participantes para que aparezcan los tres ejes del consumo responsable: consumo ecológico, ético y solidario.</p> <p>Después de definir en grupo el concepto, cada participante dará un ejemplo de consumo responsable (y porqué lo hace), y un ejemplo de consumo no responsable (y como cambiarlo).</p> <p><b>Objetivo</b></p> <p>Los/as participantes definen el consumo responsable y lo ejemplifican con su vida diaria.</p>	<p>Guía de apoyo teórico A1</p> <p>VIDEO 1: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=3tclXtX-7D8">https://www.youtube.com/watch?v=3tclXtX-7D8</a></p>
A2 1h30	<p><b>Una sociedad sobre consumista</b></p> <p>En introducción de la actividad los/as participantes ven el VIDEO 2. Es un video que describe muy bien la situación actual, el hecho de que no es posible seguir así si queremos que la especie humana sobreviva, y que muestra también el origen del modelo consumista de hoy.</p> <p>Para ilustrar la situación actual, tenemos: la situación del modelo de economía capitalista, y la situación ambiental, bastante bien explicadas en el video de introducción.</p> <p>Para hacer más énfasis en la situación específica de la contaminación del plástico se puede enseñar el VIDEO 3. Se hace un debate después de ver el video y la persona facilitadora hace una explicación sobre el reciclaje del plástico (cuánto plástico se produce/año, cuánto del plástico producido es puesto a reciclar, cuánto del plástico puesto a reciclar es efectivamente reciclado. Se puede dar ejemplos locales</p>	<p>Guía de apoyo teórico A2</p> <p>VIDEO 2 DE INTRODUCCION: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=YoLJBZdprx4">https://www.youtube.com/watch?v=YoLJBZdprx4</a></p> <p>VIDEO 3: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=FdgXTqi-lisM">https://www.youtube.com/watch?v=FdgXTqi-lisM</a></p>

(Ej.: En Quito, se produce más de 800 mil toneladas de desechos sólidos al año, de los cuales 100 mil toneladas son desechos plásticos. En 2016 y 2017 se recicla solo el 0,2% del plástico)

En segunda parte de la actividad, la persona facilitadora pide a los/as participantes que lean las frases que están en apoyo teórico. Según el número de participantes:

Si hay 1 participante por frase, se disponen en círculo todos los participantes y cada uno lee la frase y explica lo que le inspira, como se siente de conocer el dato, como el consumo responsable puede cambiarlo.

Si hay 2, 3 o 4 personas por frase, leen entre 3 o 4 cada frase. Los que leen se ponen al centro de la sala de capacitación, los demás participantes simplemente son observadores. Los que leen la frase debaten sobre lo que les inspira, como se sienten de conocer el dato, como el consumo responsable puede cambiarlo.

Después de leer las frases, se hace un debate con los/as participantes, acerca del ¿por qué? ¿Por qué, sabiendo todo esto, continuamos a consumir de la misma manera?

#### Objetivo

Los/as participantes conocen el contexto de aparición del modelo consumista de la economía, pueden explicarlo, y relacionarlo con la situación actual.

A3 30 min	<p><b>La producción responsable: agroecología</b></p> <p>Se enseña el video para concientizar sobre el consumo responsable de alimentos: éticos, solidarios y ecológicos.</p> <p>El video introduce la noción de PRODUCCIÓN RESPONSABLE, que va de la mano con el consumo responsable.</p> <p>Se pregunta a los/as participantes: ¿Qué tipo de agricultura se menciona como opuesta a “la cadena”?; ¿De qué manera las prácticas agroecológicas constituyen una producción responsable? ¿Los consumidores que apoyan a la agroecología tienen un consumo responsable? Al final, si no se ha mencionado, guiar la discusión sobre la comercialización alternativa que promueve la agroecología. Insistir en que la decisión de apoyar un modelo de producción no es cualquier decisión, es una toma de decisión política y de defensa de los derechos humanos que se puede reivindicar con otras personas.</p>	VIDEO 4: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=7a_3YSiTc88">https://www.youtube.com/watch?v=7a_3YSiTc88</a>
A4 1h	<p><b>Las reglas de oro</b></p> <p>Cada participante va contando sus actividades diarias: que realiza todos los días, o a lo mejor en una frecuencia (semanales, mensuales, etc.) determinada. La persona facilitadora escribe en un pizarrón o un papelote estas actividades.</p>	Guía de apoyo teórico A4 VIDEO 5: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=4QM-2CYHdOY">https://www.youtube.com/watch?v=4QM-2CYHdOY</a>

Para cada actividad, los participantes tienen que formular las preguntas que, de manera individual, tenemos que hacer para cualquier actividad diaria y cualquier compra que hacemos, para que tengamos un consumo responsable. Puede llegar a una lista como la que está en apoyo teórico. Pueden obviamente encontrar más preguntas.

Ejemplos:

- Desayunar → ¿Dónde compré la comida? ¿A quién? ¿Qué tipo de producción estoy apoyando?
- Lavarse los dientes → ¿Cada cuánto tiempo cambio de cepillo? ¿Qué tipo de cepillo utilizo? ¿Apago el agua mientras me lavo los dientes?

Ir al trabajo → ¿Qué medio de transporte utilizo? ¿Qué impacto tiene en la emisión de GEI?

### Objetivo

Los/as participantes elaboran ellos mismos “las reglas de oro” del consumidor responsable.

A5 45 min	<p><b>Consumo responsable en las empresas: punto verde</b></p> <p>Para introducir la actividad los/as participantes visionan el VIDEO 6. Este explica lo que es el precio del carbono, utilización para incentivar las empresas a mejorar sus huellas ecológicas.</p> <p>Después de ver el video, se pregunta a los/as participantes, ¿qué iniciativas se han dado en Ecuador para que las empresas tengan una producción social y ambientalmente sostenible? ¿Conocen la iniciativa punto verde? ¿Qué requisitos tienen que cumplir las empresas para tener la certificación punto verde?</p> <p>Los participantes visionan los VIDEOS 7 y 8 que son una crítica de Nestlé en cuanto a su emisión de plásticos, que sin embargo han recibido la certificación punto verde. Los/as participantes formulan una crítica sobre el alcance que tiene en términos de consumo y producción responsable, respeto del medio ambiente, etc.</p>	<p>Guía de apoyo teórico A5</p> <p>VIDEO 6: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=1XfZYIHmRI0&amp;feature=youtu.be">https://www.youtube.com/watch?v=1XfZYIHmRI0&amp;feature=youtu.be</a></p> <p>VIDEO 7: <a href="https://www.vanguardia.com/mundo/coca-cola-pepsi-y-nestle-multinacionales-que-contaminan-los-oceanos-con-plasticos-MBVL447281">https://www.vanguardia.com/mundo/coca-cola-pepsi-y-nestle-multinacionales-que-contaminan-los-oceanos-con-plasticos-MBVL447281</a></p> <p><b>VIDEO 8:</b> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=48Z7LPG7hxl">https://www.youtube.com/watch?v=48Z7LPG7hxl</a></p> <p>VIDEO OPCIONAL (9): <a href="https://www.youtube.com/watch?v=LbnbrK9jgRw">https://www.youtube.com/watch?v=LbnbrK9jgRw</a></p>
	<p><b>Objetivo</b></p> <p>Los/as participantes analizan las iniciativas de reducción de huella ecológica de las empresas, y de manera crítica la medida « punto verde »: ventajas, desventajas, consecuencias.</p>	

A6	<b>Fomentar el consumo responsable</b>	Guía de apoyo teórico A6
----	--	--------------------------

30 min

Esta actividad es una actividad de cierre, que busca a que los/as participantes reflexionen sobre su papel como técnicos de las instituciones o productores, para apoyar y fomentar el consumo responsable.

A base de las actividades anteriores, se hacen las siguientes preguntas a los/as técnicos/as y líderes/as: ¿Qué medidas de consumo responsable se han implementado en su empresa/institución/vida? ¿A qué nivel ha participado a fomentar el consumo y la producción responsable en el ejercicio de su trabajo/ en su vida diaria? ¿A qué nivel podría incidir de manera individual como técnico/a y líder/esa? ¿Qué se podría hacer a nivel de las instancias más altas (provincial, nacional) para aumentar el fomento del consumo responsable?

### **Objetivo**

Los/as participantes reflexionan sobre las acciones de las instituciones para reducir nuestro consumo y hacerlo más responsable, tanto a nivel individual como en las empresas.

### APOYO TEÓRICO A1

El consumo, es la elección de nuestros alimentos, de nuestras compras para la vivienda, de nuestros vestidos, del uso de nuestro dinero, del tipo de empaque que aceptamos o rechazamos. Estas posibilidades de elección representan un gran **poder de parte de los consumidores**: las empresas están en una situación de profunda dependencia de nuestros comportamientos como consumidores.

El Consumo responsable es un concepto que defiende que **los seres humanos deben cambiar sus hábitos de consumo ajustándolos a sus necesidades reales y a las del planeta**, y escogiendo opciones que favorezcan el medio ambiente y la igualdad social.

Sin embargo esta es una definición un poco reducida de la realidad del consumo responsable: identificamos tres conceptos dentro del consumo responsable.

#### EL consumo Ético

Tenemos que elegir lo que compramos, basándonos en dos criterios: la historia del producto y la conducta de la empresa productora.

Para eso, aplicamos valores a nuestro consumo, como el comercio justo, la economía solidaria, la producción sana,... Le damos más valor a estas valores que a nuestro beneficio personal, que al hecho de consumir.

De esta manera, algunos métodos productivos son « aprobados », y otros son « condenados ».

Se puede lograr este tipo de consumo siguiendo 3 pasos:

- **Toma de consciencia en el ámbito personal**: tenemos que buscar información para formar un pensamiento crítico, cuestionándonos qué hay detrás de cada cosa que consumimos y cuáles son las consecuencias.
- **Compartir nuestras reflexiones** para construir una consciencia colectiva.
- **Reducir nuestros niveles de consumo como una opinión ética**: cambiando nuestro modelo de consumismo por uno basado en la felicidad y el bienestar (necesitar menos, y no tener más).

En consecuencia de este cambio, podemos dedicar una mayor parte de nuestro presupuesto a comer de forma sana, disfrutar nuestro ocio de una manera más constructiva, reducir nuestro tiempo de trabajo e invertir en solidaridad y trabajo comunal.

#### El consumo ecológico

Este es más centrado en el consumo que tenemos respecto a la alimentación. Favorece a formas alternativas de producción y comercialización como la agricultura y ganadería agroecológicas, orgánicas, más respetuosas del medio ambiente, etc.

Se extiende a todos los otros componentes de nuestras vidas, con la aplicación del principio de las 4 R:

- **Rechazar**: este nuevo modelo de consumo empieza por rechazar todo lo que no se necesita, empezando por las fundas de plástico, y eliminando o reemplazando poco a poco todos los artefactos inútiles que tenemos en nuestra casa: para limpieza, cosmética, vestimenta, etc.
- **Reducir**: nuestro consumo de energía, recursos naturales, productos cosméticos, consumo de carnes y productos animales, etc. Reducir también nuestro impacto en el medio ambiente, prefiriendo formas de producción respetuosa y sana como es la agroecología.
- Una herramienta interesante para saber si una compra es la **"ley de los 30 días"**: dejar 30 días entre el momento impulsivo del deseo de comprar, para evaluar la necesidad real de la compra.

- **Reutilizar:** va de mano con reparar, es la idea de que antes de botar algo, se puede reparar (un aparato electrodoméstico, una prenda de vestir, etc.) y reutilizar de alguna forma (por ejemplo latas reutilizadas en floreros, transformar una prenda de vestir en vez de botarla, hacer compost con los desechos verdes, etc.)
- **Reciclar:** reciclar todo lo que se puede reciclar: plásticos, latas, vidrios, baterías, focos, aparatos informáticos, etc. Para esto es necesario informarse sobre los puntos de recolecta.

### El Consumo Solidario

Este consumo es basado en la preferencia hacia productos originados en el comercio justo, basado en la economía solidaria, que permiten mejorar las relaciones y la equidad social (en particular hacia poblaciones vulnerables como jóvenes, niños, mujeres, pueblos indígenas, etc.), las condiciones laborales de elaboración del producto y las condiciones de remuneración por este producto (precio justo).

## APOYO TEÓRICO A2

---

### Porqué consumir responsablemente

- *Motivaciones viendo al pasado*

### La exclusión de los pequeños en el mercado de alimentos

A finales del siglo XIX el modelo de producción de alimentos se basaba en gran parte en una producción familiar, con autoabastecimiento de las necesidades de la familia, una venta de productos "de campo", local, etc. (B)

A principios del siglo XX se acentúa el desarrollo industrial de las grandes ciudades, lo que causa una dependencia creciente del medio rural hacia el medio urbano.

En los años 70 el Banco Mundial incentiva la "revolución verde", con el objetivo de garantizar la seguridad alimentaria de la población creciente. Esto provoca:

- **El cambio del modelo de producción:** se basa en la mecanización, uso de grandes cantidades de abonos químicos y fitosanitarios, utilización de grandes superficies de tierra.
- **La imposibilidad de adaptarse de los pequeños productores:** la propiedad se concentra en pocas manos, éxodo rural, envejecimiento de la población rural.
- **Acentuación de estas consecuencias** por las políticas públicas internacionales, neoliberalismo, globalización, dumping.
- **Desplazamiento de la producción a países en desarrollo:** para disminuir los costos de producción.
- **El productor se convierte en cliente de las multinacionales** (semillas, fitosanitarios, combustible) y proveedor de materia prima barata para las grandes agroindustrias.
- **Cambio en los hábitos de consumo:** para responder a sobreproducciones, incentivo al consumo de lácteos, carnes, etc.
- **Acentuación más grave de las consecuencias del cambio de modelo de producción:** desaparición de culturas campesinas y ganaderas más integradas en el medio natural, despoblamiento del campo, destrucción de ecosistemas, pérdida de diversidad agrícola y biológica, contaminación y deterioro de la calidad y seguridad alimentaria.

Por ello se busca cambiar el modelo de producción tanto como el modelo de consumo: el productor y el consumidor son los dos actores claves de este cambio.

### La economía cowboy:

El concepto de consumidor aparece en los años 50, cuando la industria busca formas de aumentar sus ingresos en la sociología, antropología, neuro-economía, etc. (C)

**El economista Victor Lebow describió en 1955: «Nuestra enorme industria productiva demanda que hagamos del consumo nuestro estilo de vida, que convirtamos comprar y usar bienes en rituales, que busquemos satisfacción espiritual y del ego consumiendo. Necesitamos que las cosas se compren, quemem, gasten, replacen y sean descartadas en un crecimiento sin límites».**

Lo describen como la aparición de una economía del “produce-consume-tira” en oposición a una economía del “produce-consume-reintegra” que es la que tenemos que adoptar, en la que se desarrolla una producción y un consumo responsable.

De la misma manera en los años 70 el también economista Kenneth E. Boulding calificó de economía **cowboy**, alegando que quien creyese en ese tipo de crecimiento «era un loco o un economista».

- *Motivaciones viendo al presente: Un poco de cifras*

Para representarse mejor el papel que podemos tener en el cambio del modelo consumismo que nos incita a consumir cada vez más, es bueno plantearse algunas cifras:

- Con nuestro modelo de economía *cowboy*, requerimos **1,5 planetas** para reponer lo que la humanidad consume al año.
- En Quito, se produce más de 800 mil toneladas de desechos sólidos al año, de los cuales 100 mil toneladas son desechos plásticos. En 2016 y 2017 se recicló solo el 0,2% del plástico.
- En el Pacífico, la «sopa de basura» de estos residuos forma un «séptimo continente» (del tamaño de 12 veces la superficie del Ecuador: 3,4 millones de kilómetros cuadrados) y siete islas más pequeñas. Pero cuidado: lo que flota es solo el 1,5 % del total del plástico oceánico. Significa que la basura que está en el fondo de los océanos representa casi dos veces la superficie terrestre del Mundo (los 5 continentes). O sea 800 veces la superficie del Ecuador.
- Si la población mundial alcanza los **9.600 millones de personas en 2050**, para mantener el actual estilo de vida **será necesario el equivalente a casi tres planetas** (E).
- Según Greenpeace, cada año se producen más de 100.000 millones de prendas de vestir. El 40% de ellas no son utilizadas. (<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/industria-textil-contaminacion-ecologia>)
- Las mujeres utilizan un promedio de 12 productos de cuidado personal por día, que contienen en total 168 productos químicos (datos de los Estados Unidos). En los cosméticos se utilizan casi 13,000 productos químicos y sólo se ha evaluado la seguridad de un 10 por ciento.
- La mayoría de los juguetes para niños y niñas que se venden en Ecuador vienen de China.
- 795 millones de personas padecen hambre. Se desperdician cada año 1.300 toneladas de alimentos, que podrían alimentar a 2.000 millones de personas. El **20% de la población mundial desperdicia el 80%** de lo que se produce.

## APOYO TEÓRICO A4

### Reglas de oro para adoptar un consumo responsable a nivel individual

- **Ser críticos con nuestro consumo y nuestra forma de vida**, aplicando filtros tejidos con valores éticos.
- **Exigir información e informarnos** acerca de las condiciones sociales y medioambientales en las que un producto o un servicio ha sido elaborado, como ha llegado hasta nosotros y cuáles son sus consecuencias sobre el ambiente.
- **Reducir nuestro consumo**, como opción ética y ecológica, optando por un modelo de bienestar y felicidad no basado en la posesión de bienes materiales.
- **Practicar un consumo respetuoso con la naturaleza**, reduciendo, reutilizando y, por último, reciclando y consumiendo productos ecológicos y artesanos.
- **Practicar un consumo solidario y socialmente justo**, respetuoso con las personas y las culturas, en el que no haya lugar para la discriminación ni la explotación.

## Ejemplos de preguntas para elaborar las reglas de oro

### CONSUMO RESPONSABLE DE ENERGÍA:

- ¿Utilizas pilas o baterías recargables?
- ¿Utilizas papel reciclado? ¿Vuelves a utilizar una hoja/cuaderno usado para borradores cuando ya se ha usado pero que queda partes blancas?
- ¿Apagas los aparatos eléctricos cuando no estás?
- ¿Qué tanto de aluminio utilizas?
- ¿Tu baño es equipado con un reductor de flujo? (una alternativa es colocar una botella o cualquier peso de 2 kg en la cisterna)
- ¿Utilizas la lavadora para lavar pocas prendas, o la usas con cargas completas?
- ¿Usas calefacción en tu casa, o aire acondicionado? ¿Si, y tus ventanas y puertas son bien aisladas o dejan pasar el aire?
- ¿Cuándo te vas al trabajo, usas tu carro? ¿Transporte en común? ¿Bicicleta? ¿Pies?

### CONSUMO RESPONSABLE DE ALIMENTOS:

- ¿Compras en las tiendas o en los supermercados?
- ¿Conoces el origen geográfico y el modelo de producción de los alimentos que compras?
- ¿Compras a revendedores o a productores?
- ¿Los productos que compras vienen con mucho, poco o nada de embalajes?
- ¿Para los productos líquidos, compras en envases de plástico o de vidrio?
- ¿Llevas tus propias bolsas o cestas cuando vas a hacer tus compras?
- ¿Conoces el precio que es pagado al productor?
- ¿Sabes si la producción, elaboración y transporte del producto ha sido respetuoso del medio ambiente?

### CONSUMO RESPONSABLE DE ROPA Y CALZADO:

- ¿Sabes de donde vienen los productos?
- ¿Sabes quién los ha fabricado? ¿Conoces las condiciones laborales de estas personas?
- ¿Sabes qué residuos ha generado la fabricación del producto?
- ¿Sabes si el material utilizado es un material reciclado?
- ¿Cuándo lavas tu ropa, lo haces con jabones o detergentes biodegradables?
- ¿Reutilizas tu ropa? (intercambio, reciclaje, arreglos, etc.).
- ¿Sabes dónde hay centros de donaciones de ropa?