

CONSUMO RESPONSABLE Y CONSCIENTE



NÚMERO 19 | EDICIÓN NOVIEMBRE 2023 | BOLETÍN MENSUAL



**CALENDARIZACIÓN
DE CURSOS** p.11

¿Qué es el consumo responsable? p.2

**DIRECTORIO
INTERNO** p.12

¿Cuánto te dura la felicidad al comprar de manera irresponsable? p.5

**DIRECTORIO
COMERCIAL** p.13

Obsolescencia programada p.8

EDITORIAL

¿Te consideras responsable al realizar una compra?

El consumo responsable es un concepto adherido a la condición humana para cambiar nuestros hábitos de consumo, realizando un ajuste hacia nuestras necesidades reales adjuntas a las del planeta, escogiendo productos y servicios que ayuden al medio ambiente y la igualdad social.

El realizar una compra implica satisfacer necesidades o deseos, y al ejercer un consumo, activamos una serie de procesos económicos, sociales, medioambientales e incluso éticos.

Considerando que el modelo capitalista ejercido durante los últimos años se basa en la extracción de los recursos naturales para su transformación en productos comerciales dentro de la industrialización, podemos analizar temas extensos como el siguiente.

De acuerdo con la ONU, se requieren 3,000 litros de agua al día, para cubrir las necesidades de producción de alimentos agrícolas para una sola persona. Tomando en cuenta que para 2023 según un estudio realizado por La Oficina del Censo de Estados Unidos, determinó que, en el mundo habitamos 7 mil 800 millones personas. Esto quiere decir que para poder sustentar a toda la población del planeta un solo día con alimentos agrícolas, se necesitan de 23,400,000,000 de litros de agua (veintitrés mil cuatrocientos millones de litros de agua).

Analizando esta problemática podemos replantear nuestras formas de consumo y cuestionarnos lo siguiente. Si se necesitan miles de millones de litros de agua, para alimentar únicamente por un día a toda la población mundial con alimentos agrícolas, ¿Cuánto tiempo nuestro planeta va a poder sustentar esa cantidad de agua?, ¿Cuánta agua se gasta para más productos?, ¿Qué otros recursos naturales estamos explotando de la misma manera?

De nosotros depende empezar a ejercer acciones para realizar un consumo responsable. Considerando factores éticos, económicos y naturales como; poner en peligro de extinción a especies por sus pieles, grasas, pelaje, plumaje, marfiles; el calentamiento global, la tala masiva de bosques, inflación, sobre demanda de productos que no pertenecen a la canasta básica, entre otros.

Debemos empezar a preocuparnos por poner en riesgo nuestra propia subsistencia como especie al acabarnos todos los recursos naturales de nuestro planeta.

Dentro de este boletín, podrás conocer más características sobre el consumo responsable y consciente.



Jorge Cabrera

LIC. CONTADURÍA PÚBLICA

CONSUMO RESPONSABLE

¿QUÉ ES?

Entendemos por consumo responsable la voluntad de los consumidores y usuarios de algún servicio, a hacer una compra consciente y crítica empleando eficientemente los recursos de los que se dispone.

El consumo responsable se basa en dos máximas:

1.- Consumir menos y que lo que consumamos sea lo más sostenible y solidario posible.

2.- Al comprar satisfacer una necesidad o un deseo pero también activar toda una serie de procesos económicos, sociales y medioambientales.



En este sentido, hacerlo de una manera responsable significa cuestionarse a la hora de comprar qué es prescindible y qué no; cuáles son nuestras disponibilidades económicas reales y, después, elegir los productos, no sólo por su precio o su calidad, sino también porque son respetuosos con el medio ambiente y porque las empresas que los elaboran cumplen con los derechos humanos y los principios de justicia social.

Las características del consumo responsable son:



Es un hecho consciente, ya que es premeditado y antepone la libre elección a la presión de la publicidad y a las modas impuestas.



Es crítico ya que se pregunta por las condiciones sociales y ecológicas en las que ha sido elaborado un producto o producido un servicio.



Es ético, se basa en valores como la responsabilidad, la austeridad como alternativa al despilfarro y al consumismo, o el respeto de los derechos de los productores y del entorno.



Es ecológico al prevenir el derroche de los recursos naturales, ya que una producción masiva degrada el medioambiente.



Es saludable porque fomenta un estilo de vida basado en hábitos alimenticios sanos y equilibrados y en la compra de productos de calidad y respetuosos con el entorno.



Es sostenible ya que reducir el consumo innecesario puede mejorar la calidad de vida del planeta y el equilibrio medioambiental y se generarían menos residuos.



Es socialmente justo ya que se basa en los principios de no discriminación y no explotación.



Tiene poder de transformación social.



FUENTE: Consumoresponde.es

CONSUMO RESPONSABLE

¿REALMENTE SOMOS CONSUMIDORES RESPONSABLES?



El siglo XX se distingue por tener una economía neoliberal en la que la sociedad mercantil actúa de manera libre y autónoma sin la intervención del Estado. De esta forma, el libre mercado “actúa como una mano invisible” que permite que la sociedad alcance el bienestar social máximo mientras cada persona libremente en el mercado busca su propio interés” (Martinez, 2008).

Con el libre mercado, cualquier persona puede ofrecer sus productos y servicios, elige que vender, el medio, cuánto vender y a quién, de manera que, “de un frente está el productor y al otro el consumidor, ambos, productor y consumidor resuelven sus necesidades de intercambio de bienes y servicios en plena libertad” (Martinez, 2008).

El consumo es uno de los motores fundamentales de la economía actual y tiene un papel muy importante en nuestra vida, necesitamos consumir productos y servicios básicos para poder vivir. Sin embargo, no todo lo que compramos en la actualidad es necesario para subsistir, consumimos por moda, gustos, diversión e incluso para tener cierto estatus, pero ¿realmente somos consumidores responsables?

El consumo responsable en México surge a partir de las repercusiones económicas, ecológicas, climáticas y sociales que trajo consigo la economía neoliberal, “su principal reto es desvincular el crecimiento económico de la degradación ambiental y promover al mismo tiempo un desarrollo sostenible que favorezca las condiciones de bienestar” (Redalyc, 2007).

Las pequeñas, medianas y grandes empresas, se sostienen gracias al consumo de todas y cada una de las personas, por lo que los consumidores deben informarse mejor sobre qué consumen y como lo hacen.

Un consumidor responsable evita comprar productos que fueron creados en un ambiente donde no se respetan los

derechos humanos, los niveles de contaminación rebasan los límites permitidos y los artículos generan mucha contaminación, como por ejemplo los plásticos o materiales que difícilmente se reciclan.

Buscar información sobre las actividades y los procesos dentro de las empresas, que tengan un comportamiento ético, social y medioambiental, no consumir solo por la información del marketing sino por los estándares de calidad, comprar únicamente lo necesario, el ahorro de energía en los hogares, el cuidado del agua, hasta comprar en empresas pequeñas y locales, son pequeñas acciones que se pueden llevar a cabo para fomentar un consumo responsable y sustentable.

El consumo responsable no solo debe ser del interés de los ecologistas, es responsabilidad de todos y cada uno de nosotros, pequeñas acciones realizadas por un gran número de personas pueden generar grandes cambios en beneficio del medio ambiente y con ello de nuestra sociedad.

Belén Torres

Lic. Ciencias de la comunicación

¿Cuánto te dura la felicidad al comprar de manera irresponsable?

El consumo irresponsable se puede interpretar como el consumismo, compras compulsivas, sobreconsumo entre otros términos que hacen referencia al consumo de recursos de manera impulsiva, adquiriendo bienes materiales o servicios que no necesitamos.

Se pronostica que para 2050, exista un promedio 7 mil 900 millones de personas. Y mantener el actual ritmo de sobreconsumo en el planeta es insustentable.

De acuerdo a Greenpace, se extraen y transforman un 50% más de los recursos naturales que los que se utilizaban hace 30 años. Si continuamos con este ritmo de sobreproducción, necesitaremos tres planetas para poder sustentar y abastecernos de la manera habitual, es decir, con lo que vivimos el día a día, desde los pares de tenis que traes puestos en este momento, hasta lo que almorzaste el día de hoy.



El consumo irresponsable no solo se ejemplifica al gastar más dinero de lo que ganamos mensualmente, sino que también, lo realizamos de manera inconsciente en acciones como en dejar la llave del lavabo abierta mientras nos cepillamos.

Al realizar estas acciones, no solo estamos subiendo nuestras cuotas en los pagos de los recibos, también estamos consumiendo energía y recursos que tienen repercusiones graves para el planeta.

Los anuncios y campañas publicitarias nos orillan a comprar artículos por temporadas o modas, dejando consecuencias para problemas como el calentamiento global, la economía, extinción de especies, entre otras más.

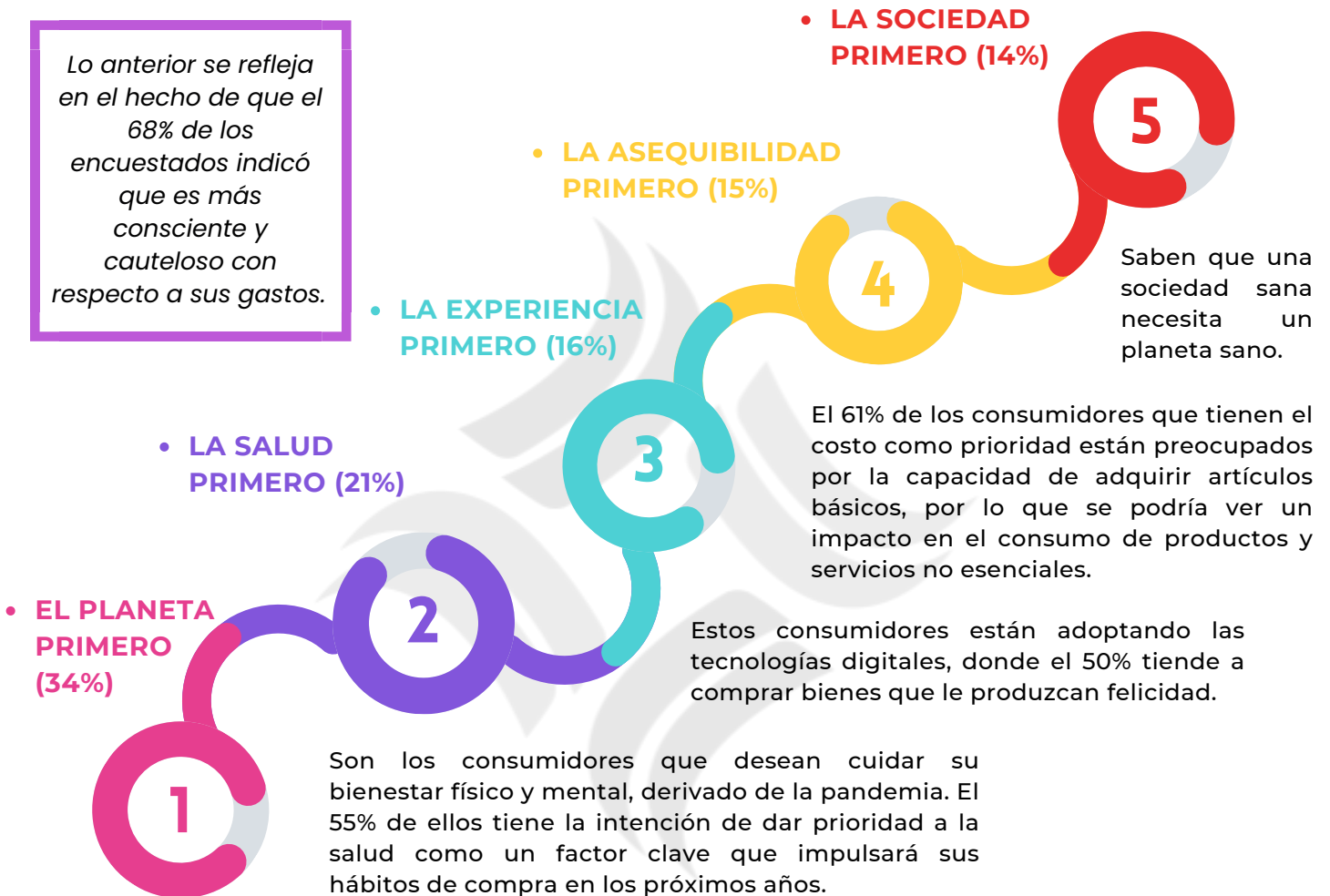
Al seguir consumiendo de manera irresponsable no frenamos consecuencias como la sobrepesca, deforestación, emisión de gases de efectos invernaderos o las islas de plásticos.

ESCRITO POR: JORGE CABRERA

TIPOS DE CONSUMIDORES 2023

EY Future Consumer Index

La decimoprimer ola del EY Future Consumer Index reúne los sentimientos de más de 21 000 consumidores a nivel global, con la finalidad de identificar las tendencias que darán forma a los próximos patrones de consumo.



Estas tendencias revelan que las empresas de consumo no solo deben centrarse en la percepción de los compradores, sino que deben entender los matices de los distintos grupos para poder definir cuál es la mejor manera de atender sus necesidades.

PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE

La producción y el consumo sostenibles, es hacer más y mejor con menos.

El Programa Sectorial de Medio Ambiente y Recursos Naturales 2020-2024 busca *“Promover un entorno libre de contaminación del agua, el aire y el suelo que contribuya al ejercicio pleno del derecho a un medio ambiente sano”, tomando como estrategia, “fomentar el cambio y la innovación en los métodos de producción y consumo de bienes y servicios, a fin de reducir la extracción de recursos naturales, el uso de energía y minimizar los efectos de las actividades humanas sobre el medio ambiente”.*

Esta estrategia impulsa la implementación de acciones encaminadas a apoyar el cumplimiento del Objetivo 12 de la Agenda 2030, *“Garantizar patrones de producción y consumo responsables/sustentable”*



Metas

- Lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de recursos naturales
- Alentar a las empresas a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes, y
- Asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza.

FUENTE: Gob.mx

Obsolescencia programada

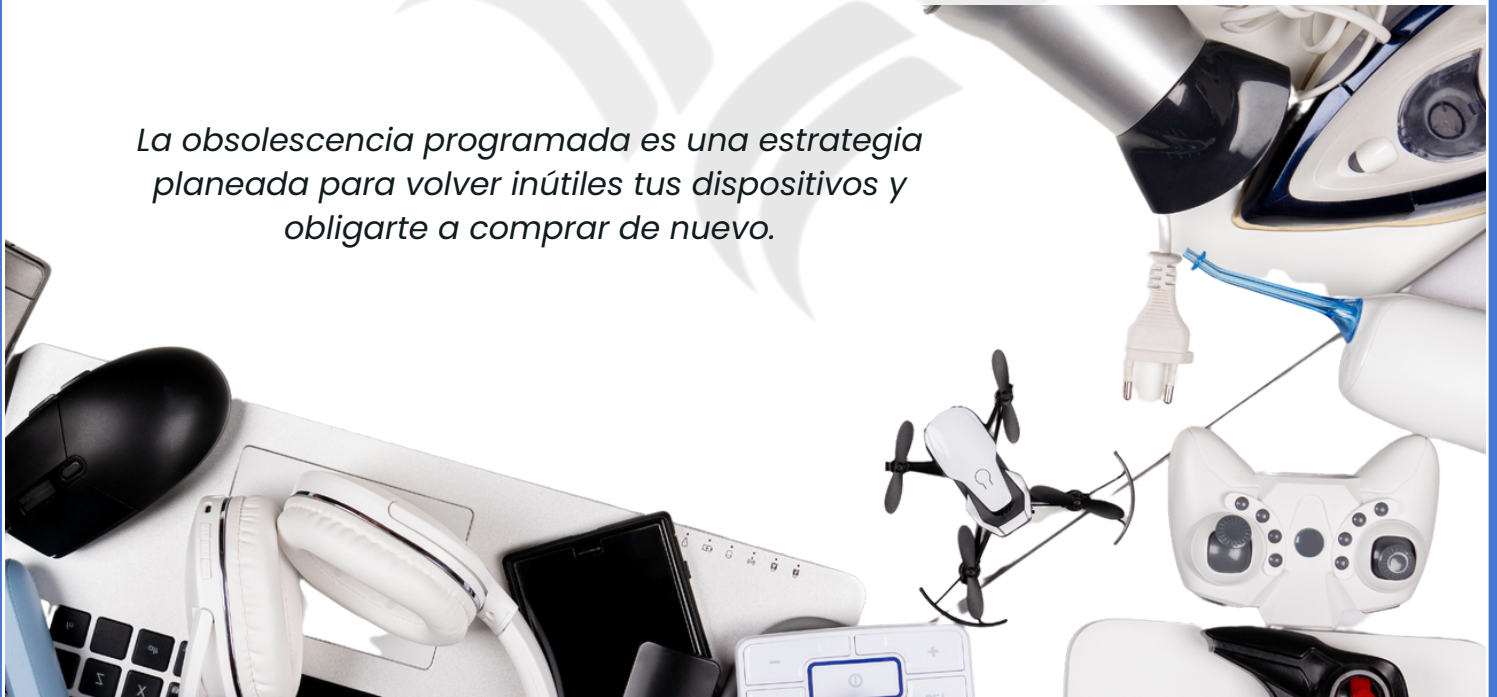
¿Te ha pasado que se te descompuso algún dispositivo inteligente y te dijeron que la pieza que le faltaba estaba descontinuada?

La obsolescencia programada es la acción intencional que hacen los fabricantes para que los productos dejen de servir en un tiempo determinado. Celulares, computadoras, tabletas, impresoras, lavadoras, secadoras de cabello, microondas, refrigeradores y pantallas son aparatos casi indispensables para la vida diaria que fallan frecuentemente a mediano plazo y sin razón aparente.

En ocasiones es demasiado caro repararlos, otras veces es imposible encontrar la pieza de repuesto o fueron diseñados para no ser desmontados.

Esto ocurre porque los fabricantes calculan y planifican el tiempo de vida de sus productos, con el objetivo de reducir deliberadamente su utilidad y con ello incitar a las personas a comprar uno nuevo.

La obsolescencia programada es una estrategia planeada para volver inútiles tus dispositivos y obligarte a comprar de nuevo.





En México, la Profeco y el Instituto Politécnico Nacional (IPN), trabajan de manera conjunta para realizar acciones que permitan conocer a los fabricantes que realizan en nuestro país la práctica de obsolescencia programada.

Existen tipos de obsolescencia:

- **Obsolescencia funcional y tecnológica:**

Se da debido a un defecto funcional, avería o incompatibilidad.

- **Obsolescencia de calidad:**

Después de un corto tiempo el producto presenta fallas y mal funcionamiento

- **Obsolescencia psicológica:**

Se siembra la idea de que el producto deja de ser el de novedad o el última tendencia.

Recuerda:

La **vida útil** de un producto es el tiempo en el que tu equipo funciona de forma óptima, y llega a su fin después de un proceso de desgaste lógico por su uso frecuente.

En cambio la **obsolescencia programada** es una estrategia planeada para volver inútiles tus dispositivos y obligarte a comprar de nuevo.

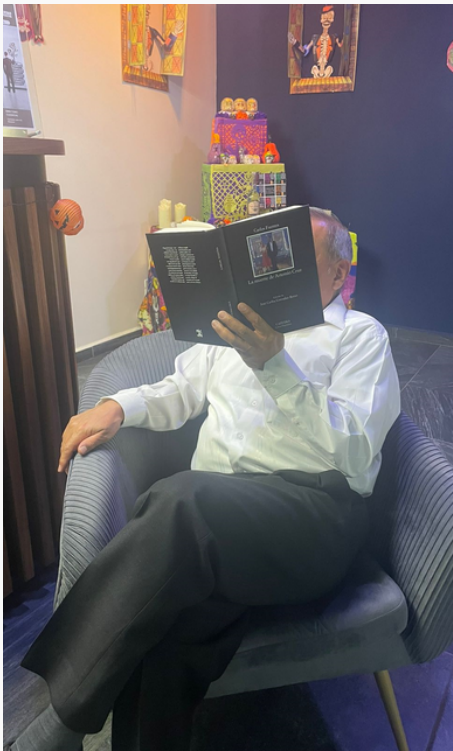
En México se calcula que cada persona genera al año 8.2 kilogramos de basura electrónica. La basura electrónica es cualquier producto con un enchufe, cable eléctrico o batería que ya cumplió su vida útil.

FUENTE: GOB.MX

“La Muerte de Artemio Cruz”

Carlos Fuentes

Hablemos de...



“La Muerte de Artemio Cruz”, de Carlos Fuentes, es una novela con la que se inicia el interés por la narrativa Iberoamericana y posteriormente habla acerca de la Revolución Mexicana.

Pasando por “Los de Debajo” de Mariano Azuela, “Vámonos con Pachito Villa” de Rafael F. Muñoz o “La Sombra del Caudillo” de Martín Luis Guzmán.

Ésta última ya nos habla de la consolidación del poder de la facción ganadora, en ese momento el Grupo Sonora y de la forma en que se hace del poder, el que no dejarán si no casi 90 años después.

La novela comienza en el momento en que el protagonista, Artemio Cruz, está a punto de morir y empieza a narrarnos parte de su vida, pero básicamente de su ascenso al poder que no es otra cosa que el ascenso al poder del grupo que dirigirá al país.

Su participación en la Revolución, su matrimonio, y como a través del chantaje, la corrupción y la ambición, se hace de una enorme fortuna y poder político. Nos lo narra casi paso a paso y es así que entendemos el porqué de nuestra realidad, social y política.

Cada capítulo corresponde a un determinado año de su vida y en los dos últimos, nos describe su infancia con lo que podemos entender el por qué su vida fue como fue.

En realidad, la novela está estructurada sin capítulos. Lo que podemos entender como tales, son los párrafos que empiezan con “Yo”.

Esta innovación literaria es una de muchas que esta novela introduce en la literatura. Los saltos en el tiempo; el presente del narrador retrocede para regresar de nuevo al presente. No obstante, la historia se entiende fácilmente, incluso, aunque pasa de la primera persona a la segunda, o a la tercera, quienes narran no pierden la secuencia.

Se puede hablar de muchas cosas más, sin embargo, lo realmente interesante es la novela en sí, sumerjámonos en ella directamente y disfrutemos de esta narrativa que nos ayuda a conocer un poco más de nuestra historia.

JJ. García

Fundador y colaborador de Sociedad Cooperativa

CALENDARIO DE ACTIVIDADES EN LÍNEA



EDUCACIÓN COOPERATIVISTA

SÚMATE A NUESTRA SESIÓN
CONEXIÓN COOPERATIVISTA

15 DE NOVIEMBRE | 12:00PM



CONEXIÓN CON EXPERTO

ÚNETE A NUESTRA CHARLA
CON EXPERTO

22 DE NOVIEMBRE | 12:00PM



DIRECTORIO INTERNO



KARLA SANDOVAL

Administración

55 38 84 34 92

administracion@sociedadcooperativa.com.mx



DANIEL PALAFOX

Originación

55 35 66 98 95

originacion@sociedadcooperativa.com.mx



KAREN PÉREZ

Cobranza

55 38 84 34 92

cobranza@sociedadcooperativa.com.mx



SHARON LEYVA

Integración

56 36 13 98 76

integracion@sociedadcooperativa.com.mx

DIRECTORIO COMERCIAL



MARÍA ANTONIETA CAMACHO | DISEÑADORA GRÁFICA



ESPECIALISTA EN: Diseño grafico y líder de Estudio Creativo con Taller de Impresión

 55 6353 0800  tony@codicestudio.com



ALBERTO MARTÍNEZ Y MARTÍNEZ | ARQUITECTO



ESPECIALISTA EN: Responsable oficial de protección civil en dictámenes técnicos en arquitectura, topografía y supervisión de obra.

 55 1190 4139  consultoriapro.civil@gmail.com



GABRIEL GARCÍA LÓPEZ | PROVEEDOR DE TRAPEADORES


ESPECIALISTA EN: Venta de trapeadores revolucionarios que permiten realizar la limpieza de manera más fácil y rápida.

 55 4265 1296  @King Mop



BEATRIZ CRUZ CHAPOY | MASAJISTA



ESPECIALISTA EN: Masajes holísticos que ayudan a liberar las emociones y dar sanación energética.

 55 7400 0756



DAVID JAVIER CRUZ MIGUEL | VENTA DE TABLAROCA, DUROCK, PLAFONES Y ACCESORIOS




ESPECIALISTA EN: Venta de artículos para construcción

 55 1506 1977  dcgoe_10@yahoo.com.mx

DIRECTORIO COMERCIAL



RICARDO SALES SARRAPY | HIPOTECARIO
ESPECIALISTA EN: RS BÖKER PYME E HIPOTECARIO

 55 2128 7978  rjsales@creditaria.com  bit.ly/rsbrker



ELIZABETH LUQUE | VENTA DE PRENDAS DE VESTIR



ESPECIALISTA EN: Promuevo las riquezas naturales, culturales y arquitectónicas de México a través de prendas de vestir y accesorios

 55 2298 2592  eluque66@gmail.com  eluque@encantosdemitierra.com



MA. ELENA SIMONIN BONILLA | AGENTE DE SEGUROS

ESPECIALISTA EN: Agente de seguros cédula B. Seguros de vida, gastos médicos mayores, casa, negocios, automóviles, responsabilidad civil, etc.

 55 6353 0800  mesimoninb@yahoo.com.mx



CHEMDRY

ESPECIALISTA EN: Limpieza de alfombras, muebles, mamparas, colchones, persianas, etc.

 55 5590 2617  chemdrycapital.com.mx

 chemdry.capital  Chemdry_Capital



ANDREA VARELA | VENTA DE ARTE DE DECORACIÓN

ESPECIALISTA EN: Productos de alta calidad con edición limitada para lograr una exclusividad en los hogares y experiencias inolvidables a través de los sentidos.

 55 3731 6747  55 5549 8188

DIRECTORIO COMERCIAL



GEORGINA HUITRÓN R. | ASESORA PATRIMONIAL Y DE SEGUROS


ESPECIALISTA EN: Estrategias de ahorro y protección.

 55 2128 7624  ginahir@gmail.com



MARCO ANTONIO LÓPEZ | ARTESANO DE VIDRIO

ESPECIALISTA EN: Se realizan diversos trabajos de arte a base de vidrio.

 55 3284 9779



FRANCISCO J. RANGEL | REPARACIÓN Y VENTA DE LAPTOPS

ESPECIALISTA EN: Compra, venta (hp y Dell) y reparación de impresoras y mantenimiento de PC's y Laptop como HP, Canon y Epson.

Zona: Naucalpan Edo. de México.

 55 5560 3511  sep4rangel@gmail.com

