Unidad 12 · Consumir de forma responsable

Resumen · Libro del alumno, págs. 185–200

Comprar es un proceso con cinco pasos, y en él pesan **factores internos** (emociones, sesgos) y **factores externos** (grupo, redes, publicidad). Las **compras impulsivas** frecuentes pueden provocar gastos no previstos; la **regla de las 24 horas** ayuda a decidir con calma. La **publicidad** adopta varias formas, y la **publicidad encubierta** está prohibida: hay que fijarse en si se avisa de que es un anuncio. Las **etiquetas** informan si se sabe qué miden y quién las concede: la energética va de la A a la G, y el **greenwashing** usa palabras vagas sin datos. Comprar de **segunda mano** y reparar prolongan el uso de los productos, y reciclar recupera materiales cuando ya no sirven; conviene comparar el coste por año de uso y mirar la seguridad y los derechos. La **economía social** (cooperativas y otras entidades) y la **responsabilidad social corporativa** invitan a preguntar cómo y dónde se hace lo que compramos, pidiendo siempre datos y no solo eslóganes. Con estas herramientas, decidir deja de ser un impulso y se parece más a un método: parar, comprobar, comparar y elegir. El **coste por año de uso** divide el precio entre los años que dura un objeto y permite comparar un producto nuevo con otro de segunda mano o arreglado. En el mercadillo de 3.º B, la clase contó ingresos, gastos y lo que quedaba para el viaje, y dejó claro quién lo organizaba y para qué era el dinero. Consumir mejor no exige perfección: basta con preguntar antes de pagar.

Decisión de compra

- Necesidad, búsqueda, evaluación, compra, poscompra
- Factores internos y externos
- Compra impulsiva y regla de 24 horas
- Emociones y sesgos al comprar
- Grupo, redes y anuncios

Publicidad

- Convencional, en redes, emplazamiento, influencers
- Publicidad encubierta prohibida
- Prueba social
- Decir que es un anuncio
- Urgencia: «última unidad»

Etiquetas

- Energética A-G: kWh según aparato y uso real; coste de uso
- Ecológica y comercio justo
- Greenwashing
- Pedir datos y quién los verifica
- Qué mide y quién la concede

Segunda mano

- Reducir, reutilizar, reparar, reciclar
- Coste por año de uso
- Garantía en segunda mano
- Seguridad y estado real
- Reparar antes que tirar

Consumo responsable

- Economía social y cooperativas
- Consumo ético
- Responsabilidad social corporativa
- Datos medibles, no eslóganes
- Parar, comprobar, comparar, elegir

DÓNDE SE EXPLICA EN EL LIBRO

- **12.1** Decisión de compra · 187–188
- **12.2** Publicidad · 189–190
- **12.3** Etiquetas · 191–192
- **12.4** Segunda mano · 192–193
- **12.5** Consumo responsable · 194

Material complementario del libro del alumno. Las personas, empresas y situaciones de los casos son ficticias, salvo que se indique otra cosa.