

- LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES ANTE EL RETO DE LA CALIDAD DE LOS EEAs -

Sergi Viñals
Técnico en Medio Ambiente de l'OCUC

L'Organizació de Consumidors i Usuaris de Catalunya (L'OCUC)

L'OCUC se fundó en 1979 con el objetivo de informar, asesorar y proteger los consumidores y los usuarios. A parte de esta base, también quiere mantener relaciones y colaboraciones estrechas con empresas productoras de bienes o proveedores de servicios, para reforzar estos objetivos.

El objetivo de informar y asesorar es para poder evitar problemas relacionados con el consumo (ya sea como consumidores o como usuarios), y anticiparse así a posibles problemas que puedan surgir.

Estableciendo sistemas de control permanentes en los mercados más confusos, como el de las telecomunicaciones o la vivienda, para poder informar y asesorar de forma continua.

A parte de la información, el asesoramiento y la protección, también un objetivo importante de la organización es motivar i enfatizar el papel de los consumidores en el mercado actual para ser un elemento decisivo a través de sus opiniones, control, denuncias y reclamaciones.

Así pues las principales tareas de la organización son:

- Informar sobre los derechos y obligaciones delante de una relación comercial.
- Asesorar y defender los intereses de los consumidores y usuarios.
- Tramitar y solucionar las denuncias.
- Revisión de contratos que rigen la relación entre la empresa y el consumidor.
- Revisar las campañas publicitarias y de marketing.
- Auditoria del servicio de atención al cliente.
- La cooperación en la información de lo que le interesa al consumidor y la defensa de los derechos comunitarios.
- Defender las nuevas prácticas de consumo, de sostenibilidad ambiental y de consumo solidario.
- Fomentar la buena practica de la libre competencia y el equilibrio de mercado, y todo aquello que consideramos básico para la convivencia.

L'OCUC ante el reto de la calidad de los EEAs: CRÍTICA Y EXPERIENCIAS PROPIAS

Como organización aparte de dar nuestra visión sobre la calidad de los EEAs, también podemos aportar nuestra propia experiencia en el terreno de la Educación Ambiental. Dar a conocer nuestras experiencias en la Educación Ambiental puede enriquecer y ayudar a mejorar la calidad de la educación impartida en los equipamientos.

1. CRÍTICA

Premisas de L'OCUC aplicadas a los EEAs

Si aplicamos las premisas anteriores a los Equipamientos de Educación Ambiental, podemos llegar a estas conclusiones:

- El usuario suele estar poco informado sobre los servicios ofrecidos en un equipamiento de educación ambiental, y de lo que es la educación ambiental en si. Desde la administración, los centros educativos y en la sociedad en general este aspecto tendría que mejorar, aumentando la promoción de los centros y que el usuario conozca mejor que es lo que se ofrece y en que consiste.

- El usuario de un EEA tiene que poder defender sus intereses como consumidor y usuario.
- Existencia de un buen contrato que rijan la relación entre el centro y el usuario.
- Las campañas publicitarias y de marketing sobre los servicios de un EEA no debe ser engañosas ni promocionar algo que realmente no se ofrece.
- Evaluar y auditar los servicios de atención al cliente y de satisfacción de la ecuación realizada.
- Ofrecer la información que les interesa al usuario a parte de la educación que se le pretende dar.
- Dar ejemplo y coherencia en los aspectos de consumo responsable, de sostenibilidad ambiental y de consumo solidario.
- Fomentar la buena practica de la libre competencia y el equilibrio de mercado entre los EEAs.

Estas premisas son básicas para garantizar una buena relación con el usuario de los equipamientos y por lo tanto, para la viabilidad de las mismas.

Ideas para una mayor calidad de la educación en los EEAs

-Coherencia del equipamiento como edificio sostenible y de los servicios que se llevan acabo (comidas, compras, tienda, servicios,...)

-Compras internas responsables que sirvan como ejemplo para educar sobre el consumo responsable (detergentes, prod. limpieza, comida sin envases comprada a granel o sin mucho envoltorio, alimentos saludables o de agricultura ecológica, papelería, papel reciclado, rotuladores recargables o reutilizables, lápices de madera certificada, etc.)

-Carteles e información del equipamiento o de la zona, que estén actualizados y en buen estado.

-Educación ambiental adaptada a los grupos de edad o a los requerimientos específicos.

-Congeniar una buena educación ambiental con unos buenos servicios e instalaciones. Así como la disponibilidad de educadores ambientales con formación y buenas condiciones laborales.

-Introducción de temáticas ambientales de ámbito urbano y diversificación de la oferta educativa lo máximo posible. La oferta de equipamientos urbanos es bastante más reducido que el que podemos encontrar en espacios naturales. La existencia de los equipamientos en espacios naturales es de gran importancia para transmitir valores de respeto a la naturaleza, de conservación del entorno y para proporcionar un mayor conocimiento de la fauna i flora, así como de la vida rural.

L'OCUC como organización situada en un ambiente urbano, recibimos de nuestros socios inquietudes en el ámbito ambiental sobre cuestiones ligadas al ambiente urbano, del día a día, por verse afectadas o por interés en actuar de alguna forma en su vida cotidiana. Con pequeños talleres y materiales, se pueden tratar estos temas fácilmente. Por ejemplo: cambio climático, contaminación acústica, radiaciones, electrodomésticos, placas solares, prevención y reciclaje de residuos. (Educación ambiental de L'OCUC poco ligada al medio natural, sino al medio urbano y al consumo responsable)**Ver apartado experiencias propias*

-Aumentar las relaciones entre los diferentes actores (administración, empresas, personas clave, instituciones, asociaciones, colectivos, grupos, etc.) para poder mejorar la experiencia y llegar a más usuarios. Desde la organización por ejemplo se han elaborado guías de educación ambiental conjuntamente con el ayuntamiento de Barcelona o con cajas de ahorro.

-Mayor aproximación al usuario y a la temática que le interesa. Ejemplos:

-Charlas sobre Agricultura ecológica en la comarca del Penedès (zona agrícola).

-Alimentación saludable en colegios de barrios marginales.

-Charlas de compostage urbano en una población donde se financia la compra de compostadores.

-Charlas y servicio de información sobre las subvenciones disponibles para la instalación de energía solar y sobre la ordenanza solar implantada en un municipio.

2. EXPERIENCIAS PROPIAS

El Departamento de Medio Ambiente de L'OCUC

A parte de velar por los derechos de los consumidores y usuarios, desde nuestra organización pretendemos también informarlos y sensibilizarlos sobre temas que los implican directamente en los aspectos ambientales relacionados con los actos de consumo. Así nació en 1992 el Departamento de Medio Ambiente dentro de la organización.

Como se imparte la educación ambiental en L'OCUC? (canales de difusión y destinatarios)

L'OCUC mantiene un convenio con la Diputación de Barcelona para la realización de charlas y talleres sobre varios temas de consumo y medio ambiente (sobretudo relacionados de alguna forma con el consumo) dirigidos a municipios pequeños que no disponen de medios para costearse estas actividades. También se realiza la educación ambiental a cualquiera que quiera impartir una charla o taller de estas características. Por ejemplo se realizan muchas en centros de gente mayor o escuelas del ayuntamiento de Terrassa, en colegios e institutos cercanos a Barcelona, o incluso se adaptan los contenidos para divulgarlos en medios de comunicación o para publicarlos en la revista o en la página web de la organización.

Así pues, la educación ambiental, a parte de tener una difusión tradicional, también se lleva a cabo a través de canales poco habituales pero que pretenden así llegar al máximo número de usuarios:

-Radio y televisión.

-Notas y ruedas de prensa.

-Colegios, institutos, universidades.

-Ayuntamientos y centros sociales o culturales.

-Participación en ferias, congresos, seminarios.

-Página web y correo electrónico.

-Elaboración y publicación de guías y trípticos.

-Centros y asociaciones de vecinos, de gente mayor, de mujeres, de jóvenes, etc.

-Revista OCUCpress y boletín informativo.

Educación ambiental realizada por el Departamento de Medio Ambiente de L'OCUC

Las tareas relacionadas con la educación y divulgación ambiental se han basado en la realización de charlas, conferencias, talleres y en la elaboración de trípticos y guías. Los temas tratados son fruto de la demanda que se nos ha sido requerida desde diferentes estamentos (colegios, asociaciones de padres y alumnos, centros educativos, centros de gente mayor, ayuntamientos, y de los mismos socios de la organización y consumidores) y también a partir del propio criterio. Dando lugar a temáticas que pueden ser diferentes a las normalmente realizadas en los EEAs. Abordando temáticas relacionadas con el consumo responsable y con problemáticas ambientales básicamente urbanas. Algunos de los temas tratados son:

- Consumo responsable (consumo responsable en general, publicidad engañosa, prevención de residuos, comercio justo, compras navideñas, etc.)
- Prevención, reutilización y reciclaje de residuos (consumo sin generación de residuos, compostage urbano, etc.)
- Etiquetaje de los productos y alimentación (etiquetaje y ecoetiquetaje, agricultura ecológica, dieta mediterránea, seguridad alimentaria, fast-food etc.)
- Vivienda sostenible y ecológica (ahorro de energía, energías renovables, liberalización energética, subvenciones en electrodomésticos y aparatos eficientes)
- Movilidad y turismo sostenible

Ejemplos de los talleres y charlas más impartidos: (información en catalán)

TALLERS I XERRADES

TURISME SOSTENIBLE
ECOETIQUETATGE
AGRICULTURA ECOLÒGICA
FAST-FOOD I TRANSGÈNICS
CONSUM RESPONSABLE
REDUCCIÓ DE RESIDUS
PUBLICITAT ENGANYOSA
DIETA MEDITERRÀNIA

Nota: Si en lloc d'un taller (dues hores de durada), es tracta d'una xerrada (una hora de durada) s'exclou la part pràctica.

TURISME SOSTENIBLE

El turisme que predomina en l'actualitat, és a dir, el turisme de masses, causa grans impactes tant en el medi atmosfèric, aquàtic, terrestre i biòtic, com en el medi social. L'alternativa a aquest model de turisme és el turisme sostenible. Per assolir-lo cal que tots estiguem conscienciats. El taller que es presenta es presenten els criteris a tenir en compte a l'hora de fer turisme.

Parts del taller:

1. Pràctica – Joc:

Quin tipus de turista sóc?

2. Resposta a les diferents preguntes que ens podem fer a l'hora de fer turisme.

Aquesta part s'imparteix amb el suport d'una guia per alumne sobre el turisme sostenible.

- 2.1. Què és el turisme sostenible?
Descripció.
- 2.2. On anar?
Quin destí escollir.
- 2.3. Quan marxar?
Millor època per desplaçar-nos.
- 2.4. On menjar?
Tipus de restaurants i com escollir els més respectuosos amb la població local i amb el medi natural.
- 2.5. On dormir?
Tipus d'allotjaments, com decantar-nos per un.
- 2.6. Què fer?
Recomanacions d'activitats de lleure.
Recomanacions de com realitzar les diferents activitats.
- 2.7. Què comprar?
Tipus de souvenirs.
- 2.8. Com moure'ns?
Mitjans de transport més adients.
- 2.9. Com resoldre possibles conflictes amb les empreses turístiques?
Com reclamar davant un problema.

En aquest taller també es donen molts recursos, adreces, telèfons i webs, d'entitats, empreses públiques, ..., de gran interès a l'hora de fer turisme de forma sostenible.

ECOETIQUETATGE

A l'hora d'anar a comprar, l'única garantia que tenim que un producte compleix amb determinats criteris ambientals és l'etiquetatge.

El taller d'Ecoetiquetatge consta de dues parts.

1. L'ETIQUETA ECOLÒGICA

Es treballen diferents aspectes de l'ecoetiquetatge sobre una guia, "Etiquetes ecològiques. Amigues del medi ambient". Temes tractats:

- 1.1. Què és l'ecoetiquetatge?
- 1.2. Classes d'etiquetes ecològiques.
- 1.3. Descripció de les diferents etiquetes.
 - 1.3.1. Distintiu de Garantia de Qualitat Ambiental
 - 1.3.2. Flor Europea
 - 1.3.3. Altres ecoetiquetes oficials
 - 1.3.4. Ecoetiquetes avalades per organismes
 - 1.3.5. Autodeclaracions ambientals
 - 1.3.6. Etiquetes energètiques
 - 1.3.7. Pictogrames de preciositat
 - 1.3.8. Etiquetes d'envasos
 - 1.3.9. Etiquetes d'associacions de productors
 - 1.3.10. Etiquetes de sistemes de garantia

2. MOSTRA DE PRODUCTES ECOETIQUETATS

Es mostren diferents productes (detergents, material d'oficina, ...) i s'aprèn a distingir els ecològics dels fraudulents.

AGRICULTURA ECOLÒGICA

Després de les darreres crisis alimentàries s'ha començat a qüestionar la seguretat dels sistemes de cultiu i cria actuals, això ha fet que els ciutadans comencem a exigir productes d'alta qualitat, especialment els de producció ecològica.

La producció agrària i ramadera ecològica, anomenada també biològica i orgànica és un sistema de producció i elaboració de productes alimentaris de màxima qualitat que contemplen el respecte per al medi ambient. D'aquesta manera en els processos d'obtenció dels productes no s'utilitzen productes químics de síntesi (hormones, medicaments, adobs químics, plaguicides, etc.), ni tampoc organismes genèticament modificats.

Temàtiques tractades:

1. Evolució dels sistemes de producció alimentària.
2. La revolució verda.
3. Les darreres crisis alimentàries (dioxines dels pollastres belgues, vaques boges i oli de colza).
L'agricultura i la ramaderia ecològica. Definicions.
4. Tècniques de cultiu i cria.
5. Identificació dels aliments ecològics.
Mostra d'aliments procedents de l'agricultura i la ramaderia ecològica.
Reconeixement del seu etiquetatge.
6. El frau que envolta aquests productes.
7. L'exemple dels Falsos Bio.
6. Estat actual de la seva producció i consum.
7. Distribució d'aquests productes.
Botigues especialitzades.
Grans superfícies de productes naturals.
Introducció en les cadenes habituals.
8. El seu preu.
Debat:
Realment són més cars?
A que es deu?

Aquests temes es tractaran amb un dossier per a cada alumne que inclou els aspectes més importants de la producció alimentària ecològica.

FAST-FOOD I TRANSGÈNICS

Aquest taller es realitza amb el suport d'un llibret, "Seguretat i Qualitat en els aliments" i diversos anuncis de revistes i articles d'opinió.

FAST-FOOD

L'alimentació no és tant sols un fet biològic, sinó també cultural, tradicional i psicològic. A la dècada dels 30 apareixen les cadenes de menjar ràpid als EUA. A partir dels 60 comencen a distribuir-se pel nostre país. A partir d'aquest moment es va substituint el menjar mediterrani pel menjar ràpid. Les repercussions d'aquest canvi són tant a nivell social com sanitari.

En el taller es tractaran els temes següents:

1. Canvis en els hàbits alimentaris fins a l'actualitat
2. La importància de la publicitat.
Anàlisi de diferents anuncis publicitaris per grups de treball.
3. Valors nutritius del fast-food versus els de la dieta mediterrània.
4. El preu. Realment és més barat?
5. Repercussions negatives sobre la salut.
6. Multinacionals i globalització.
7. Pautes bàsiques d'una dieta equilibrada.
Estudi de:
Piràmide alimentària.
Requeriments nutritius.

TRANSGÈNICS

Un Organisme Modificat Genèticament (OGM), és a dir, un transgènic, és un organisme viu que ha estat creat artificialment manipulant els seus gens. En la part del taller referent a transgènics es tracten els diferents aspectes:

1. Què és un OGM?
2. Diferents tècniques emprades.
3. Extensió dels transgènics en l'actualitat.
Anàlisi de dades estadístiques
3. Com podem identificar un aliment que conté OGMs?
Estudi de diferents productes etiquetats.
4. Beneficis dels transgènics.
 - 4.1. Grans produccions
 - 4.2. Cultius en zones extremes
 - 4.3. Utilització per a medicaments.
5. Riscos de l'utilització de transgènics.
 - 5.1. Perill per a la biodiversitat
 - 5.2. Riscos potencials sobre la salut
 - 5.3. Control de l'agricultura i l'alimentació per part de poques empreses (oligopoli).

CONSUM RESPONSABLE

El taller de consum responsable es tracten els temes següents:

- Aigua.
 - Sistemes d'estalvi: (Se'n mostraran diversos).
 - Airejadors a les aixetes
 - Reducció del volum de les cisternes
 - Bones pràctiques
- Material d'oficina.
 - Paper reciclat.
 - Tintes d'impresora reutilitzables
- Productes alimentaris.
 - Agricultura ecològica. Ecoetiquetatge
 - Productes de comerç just
- Energia.
 - Electrodomèstics. Ecoetiquetatge
 - Energies renovables
- Mobiliari.
 - Ecoetiquetatge. FSC
 - Comerç just.
- Decoració i regals.
 - Comerç just.
 - Minimització al màxim dels embalatges.
 - Objectes de decoració amb materials reciclats.
- Productes d'higiene i neteja.
 - Exemples:
 - Cosmètics que s'han obtingut sense experimentar amb animals.
 - Productes de neteja personal a granel.
 - Productes de neteja no tòxics. Ex: llimona, vinagre,... (segons l'objectiu).
- Fertilitzants i insecticides.
 - Alternatives als productes químics.
- Transport.

Per tractar les diferents temàtiques exposades es realitzaran activitats:

1. PROBLEMÀTICA AMBIENTAL

Joc per explicar la problemàtica ambiental associada als nostres actes de consum fer un joc. (Relació actes de consum i impactes ambientals).

2. JOC ECOPUNTS.

La nostra compra amb ecopunts.

3. CREACIÓ DE NECESSITATS. L'EXEMPLE DELS ELECTRODOMÈSTICS

Llistat en grups d'electrodomèstics que tenim i després analitzar entre tots quins són imprescindibles i pels que no, si hi ha alternatives millors ambientalment.

REDUCCIÓ DE RESIDUS

Cada any a Catalunya generem més tones de deixalles. Ens hem acostumat a la cultura del usar i llençar. D'aquesta manera cada cop són més necessaris els abocadors i les incineradores, que tenen importants conseqüències ambientals. Abans d'abocar o cremar hi ha altres opcions, recordem les 3 R, reduir, reciclar i reutilitzar. Reciclar i reutilitzar són important però com diu el refrany popular, "Val més prevenir que curar".

Temes tractats al taller:

- Problemàtiques actuals de la generació de residus.
- Alternatives.
- L'objectiu: prevenir.
- Les 10 estratègies de reducció.

Taller constituït de dues parts:

1. ANÀLISI DE LES TEMÀTIQUES.

Aquesta part es realitzarà amb el suport d'una guia, "Guia del Consumidor: 10 estratègies per reduir els residus".

2. ENVASOS, NECESSARIS?

Anàlisi dels envasos superflus de productes d'establiments comercials habituals.

PUBLICITAT ENGANYOSA

La publicitat és una eina de comunicació persuasiva que s'utilitza per donar a conèixer productes i serveis als consumidors i usuaris amb l'objectiu de vendre i fidelitzar clients.

Aquest taller consta de dues parts, una teòrica i una pràctica.

1. PART TEÒRICA

Exposició dels conceptes següents:

- 1.1. Anunci publicitari
 - 1.2. Publicitat enganyosa
 - 1.3. Tècniques d'engany. Quan estem davant d'un missatge enganyós?
 - Públic en general
 - Publicitat de les joguines
 - Publicitat i alimentació
 - 1.4. La moda i la publicitat
 - 1.5. Altres formes de publicitat il·lícita
- ### 2. TALLER PRÀCTIC

Per grups es reparteixen revistes en les quals cal cercar anuncis que cridin l'atenció. Els nens han de descriure'ls complimentant una taula; han d'observar les imatges, textos, frases... i intentar veure les intencions reals de la campanya publicitària. S'estimula la violència? S'està discriminant la dona, els nens? S'entreuen actituds agressives o de menyspreu per a col·lectius determinats?

També se'ls estimula la creativitat en quant a que han de crear nous eslògans d'acord amb els productes anunciats.

HÀBITS ALIMENTARIS I PUBLICITAT

En els darrers anys els nostres hàbits de vida han canviat notablement, i aquesta evolució s'ha fet palesa especialment en l'organització dels nostres hàbits i les nostres dietes. En primer lloc, en la majoria dels casos els àpats no s'organitzen a la llar i amb el conjunt dels membres de la família. Les causes són diverses, però potser la més destacada és la incorporació de la dona al món laboral.

Moltes empreses han detectat aquests canvis i han adaptat l'oferta de productes i les formes de presentar-los a aquestes necessitats. D'aquesta manera en el mercat podem trobar una extensa gamma de menjars preparats, envasats individuals, packs de menjades, ...

D'altra banda, les recents crisis alimentàries, vaques boges, pollastres belgues, salmó de piscifactoria, ..., així com l'increment de malalties com el càncer, el colesterol, les malalties cardiovasculars, relacionades directament amb la dieta, han fet que els consumidors prioritzem la qualitat i seguretat dels productes alimentaris. I també ha proliferat en els comerços, els aliments funcionals (omega-3, bifidus actiu, L cassei immunitas, aliments enriquits en vitamines o minerals, ...) i els teòricament ecològics o naturals.

En el taller, "Hàbits alimentaris i publicitat" consta de dues parts:

1. Exposició de conceptes bàsics:

- 1.1. Què és publicitat?
- 1.2. Formes de publicitar: anunci, eslògans, icones, ...
- 1.3. Els recursos publicitaris més utilitzats en alimentació.
 - 1.3.1. "Saludables".
 - 1.3.2. "Naturals".
 - 1.3.3. Formes de presentació
 - 1.3.3.1. Packs individuals.
 - 1.3.3.2. Precuinats.
 - 1.3.3.3. Cadenes de menjar ràpid.
 - 1.3.3.4. Altres.

1.4. Fiabilitat dels reclams publicitaris que es presenten per productes d'alimentació.

2. Estudi d'exemples de publicitat alimentària.

Es realitzarà a partir d'estudi d'eslògans, anuncis de revistes, mostres de productes, ...

Casos paradigmàtics que es tractaran:

- 1.5.1. La realitat dels aliments funcionals
- 1.5.2. Patates Lays i productes Matutano.
- 1.5.3. McDonalds.
- 1.5.4. Eslògans Danone: "Mi primer Danone"
- "El Petit Suis Alimenta como un bistec"
- 1.5.5. Falsos Bio.
- 1.5.6. Postres pasteuritzats.
- 1.5.7. Productes light.
- 1.5.8. Altres.

DIETA MEDITERRÀNIA

Molts cops s'associa la paraula dieta a renúncia o sacrifici, però això és un estereotip que caldria eliminar. Dita és la quantitat de principis nutritius que cal que adquireixi un organisme per realitzar normalment les seves funcions i mantenir una bona salut.

L'alimentació òptima és aquella que resulta equilibrada, variada i sana, i es consumida de forma correcta, de manera que l'organisme adquireix la quantitat justa de nutrients i energia a través d'una àmplia varietat d'aliments.

La dieta mediterrània està considerada com una de les més idònies per la protecció de la salut. Es basa en el consum preferent d'aliments d'origen vegetal com són els cereals, la fruita, les hortalisses, les llegums, l'oli d'oliva, etc. Com també consta d'un consum moderat i molt variat d'aliments d'origen animal com la llet, el peix, la carn magra i el pollastre. L'aport de grasses es deu bàsicament a l'oli d'oliva, amb un important poder antioxidant i reductor del colesterol.

En la present xerrada s'exposen els aspectes següents:

1. Grups d'aliments:

- 1.1. Llet, iogurt i formatges
- 1.2. Carn, peix i ous
- 1.3. Cereals, llegums, fruita grassa i tubercles
- 1.4. Grasses i olis
- 1.5. Fruites i verdures
- 1.6. Productes ensucrats i verdures

2. Equilibri alimentari

- 2.1. Funcions bàsiques dels aliments
- 2.2. Racions de cada grup d'aliments recomanades
 - 2.2.1. Menú típic

2.2.2. Piràmide alimentaria

3. Necessitats nutricionals

4. Les alimentacions alternatives

- 4.1. Vegetarians
- 4.2. Higienistes
- 4.3. Macrobiòtics
- 4.4. Altres

5. Disfuncions alimentaries

- 5.1. Anorèxia
- 5.2. Bulímia
- 5.3. Obesitat

6. L'etiquetatge dels aliments

7. Consells pràctics

Campañas y guías realizadas por L'OCUC donde la EA juega un papel importante

- Campaña "Bona Casa" sobre la ecoeficiencia en los edificios:
 - Realización de conferencias y charlas en los municipios de la campaña.
 - Exposición de una maqueta de un edificio ecoeficiente.
- Bolsa de ropa reutilizable en diversos municipios:
 - Campaña de educación ambiental asociada a los comerciantes y a los ciudadanos.
 - Promoción del uso a través de tarjetas rasca-rasca y premios.
- Guías de educación ambiental:
 - Guías "Como conseguir una casa más sostenible y como adquirir una casa ecoeficiente"
 - Guía "Turismo Responsable"
 - Guía "Ecoetiquetas, amigas del medio ambiente"
 - Guía "10 estrategias para prevenir los residuos"