



URBAN
YOUNGLE
magazine

SUMARIO

**EDITO
RIAL**

4-5

**EL VERDE
EL COLOR
DEL AÑO**

6-7

**LUSH
COSMÉTICA
NATURAL**

8-9

**SLOW
FASHION**

10-13

**CASAS
ECOLÓGICAS Y
SOSTENIBLES**

14-15

**RINCÓN DEL
INFLUENCER**

16-17

**PRÓXIMOS
EVENTOS**

18-19

**DIRE
CTO
RIO**

20-21

Urban Youngle es el primer magazine enfocado a todo lo que engloba el mundo ecológico, movimiento slow, sostenibilidad, veganismo, vegetarianismo, upcycling, etc.

Con el primer número -piloto- de esta revista se pretende mostrar alternativas ecológicas para implementar en nuestra vida diaria que se esconden -aunque afortunadamente ya menos- en el corazón de esta *jungla urbana* en la que vivimos, donde hay numerosas propuestas gastronómicas, textiles, de diseño y decoración, sanitarias, arquitectónicas e incluso deportivas. Y, aunque como punto de partida propongamos a Sevilla como principal localización para estas propuestas, se ofrecerían otras en diferentes puntos de España y del resto del mundo.

Esta iniciativa nace del proyecto de fin de carrera “**Diseño y Creatividad Ecológica y Sostenible**” en la Facultad de Comunicación de Sevilla, por el cual se dará voz y visibilidad a todas las personas físicas y jurídicas, así como a movimientos sociales y propuestas urbanas que practiquen el estilo de vida y la filosofía que en las siguientes páginas se muestran.

Desde los primeros ancestros hemos querido dominar y tener el control de todo lo que nos rodea para poder avanzar y sobrevivir como especie. Con el paso del tiempo hemos ido, no solo agotando recursos, sino realizando prácticas que impiden que nuestro mundo respire y se restablezca, creyendo erróneamente que la Naturaleza ofrece recursos ilimitados y que podemos beneficiarnos de ella y seguir controlándola para seguir con nuestro ímpetu por avanzar.

Pero nuestro paso por la Tierra deja huella, y la situación que vivimos merece atenta escucha para poder implementar sistemas con los que la Humanidad y la Naturaleza puedan convivir, ayudando a ésta a restablecerse y regenerarse para poder continuar proporcionando recursos de la manera más eficiente y beneficiosa para todos, promoviendo el avance como especie y cuidando nuestro entorno.

Es por ello que lo que llamamos “huella ecológica” reconoce la relación entre Economía y Naturaleza y la necesidad de pensar en términos de gestión de recursos y desechos teniendo en cuenta el impacto de la actividad humana sobre la biosfera. Esta actividad incluye la expansión y apropiación de otros espacios, eliminando incluso a otras especies que compiten por ellos, y la adquisición e importación de recursos a través de la tecnología y el comercio.

De esta forma, la sostenibilidad es un asunto principalmente social y político, porque al igual que tenemos en cuenta los recursos de la Tierra de los que nos abastecemos, también hay que tener en cuenta que vivimos en una sociedad civilizada y tecnológicamente avanzada. Se hace por ello necesaria esta aclaración: Naturaleza y tecnología pueden convivir, siempre que se haga de forma sana y sostenible para el planeta y para todas las especies.

EDITO RIAL

La huella ecológica no pretende describir cómo de mal están las cosas, sino cómo y qué puede hacerse respecto a ellas. La necesidad de reconocer los límites ecológicos y sus implicaciones sociales no es una cuestión abstracta de carácter moral, sino que tiene importantes implicaciones prácticas desde el punto de vista de la gestión de la sostenibilidad, y es por ello que desde este espacio vamos a promover esta filosofía en la que apoyaremos prácticas sostenibles, mejor gestión de recursos, alternativas renovables y hábitos saludables.

Todo esto no implica que si optamos por este modo de vida y pensamiento debamos dejar a un lado la tecnología o el diseño y que retrocedamos hacia un punto en el que se conviva de forma ecológica pero salvaje con el entorno o incluso que vivamos de forma rudimentaria. Nada de eso. Se trata de reconducir nuestros hábitos y reeducarnos en que: la tecnología también puede facilitarnos la vida de un modo responsable; que en vez de comprar transgénicos o productos con numeración E compremos en comercios justos y ecológicos; que no compremos cosméticos testados en animales; que apoyemos el comercio local y artesano; que disfrutemos de la vida al aire libre y reduzcamos las emisiones de CO₂; que reutilicemos y customicemos prendas y así demos segundos usos a diferentes productos antes de tirarlos; que optemos como alternativa por las energías renovables y compremos y usemos materiales éticos hacia el medio ambiente y las especies.

Todas estas prácticas y muchas más contribuyen a una mejora visible tanto a nivel físico y emocional en las personas, como en la calidad de los productos que consumimos y en la preservación de las especies con las que convivimos. Por supuesto para sumarse a esta filosofía no hay que ser necesariamente vegetarianos, o dejar de ir en coche al trabajo, pero simplemente realizando pequeños cambios en nuestras vidas podemos contribuir entre todos a vivir en un mundo mejor. Cada cual que aporte su granito de arena.

No obstante, no podemos obviar temas preocupantes como la existencia de especies en peligro de extinción, el testado y maltrato de animales, la mano de obra y las condiciones pésimas que sufren millones de trabajadores en todo el mundo o las víctimas del *Rana Plaza*. Diciendo NO a comprar un producto que esté de alguna manera vinculado a estos acontecimientos ya se está contribuyendo a un mundo más justo, saludable y sostenible.

Eloísa de la Chica Oña, 2017

EL VERDE EL COLOR DEL AÑO

¿Por qué este año el color por excelencia es el verde?



La respuesta debería ser que todos los años el color por excelencia es el verde. Pero no un verde cualquiera, un verde ligado a lo ecológico, lo sostenible, a la reutilización, y al no vertido de residuos, entre otros.

Sin embargo, este número de Urban Youngle va a comenzar con este artículo como homenaje a un color que nos acompañará no solo a lo largo de la revista, si no también en nuestro día a día. - Urban Youngle, 2017.

“Greenery irrumpe con fuerza en 2017 y nos ofrece la confianza que anhelamos en el tumultuoso contexto social y político en el que vivimos. Al satisfacer nuestro deseo creciente por rejuvenecer, revitalizar y unir, Greenery simboliza la reconexión que buscamos con la naturaleza, con nosotros mismos y con un sentido más amplio de nuestras vidas.”

Leatrice Eiseman, Directora Ejecutiva del Pantone Color Institute

Pantone ha lanzado este año **Greenery 15-0343**, “una fotografía del color de lo que pasa ante nuestros ojos en nuestra cultura global que sirve como expresión de un estado de ánimo y una actitud.” (Pantone.com/es)

A día de hoy está muy de moda el movimiento eco-friendly, el “be green”, el ir a comprar al nuevo supermercado ecológico que han abierto en el barrio, el verde en todas sus variedades en los diseños de la agencia, y en toda la colección de primavera-verano. Y es que parece que hay un comportamiento generalizado de colaborar con esta causa “eco”.

The image shows a close-up of vibrant green leaves, serving as a background for a white-bordered box. Inside the box, the text 'Color of the Year 2017' is written in a clean, sans-serif font. Below this, the 'PANTONE' logo is displayed in its characteristic bold, all-caps font with a registered trademark symbol. Underneath the logo, the color name 'Greenery' is written in a large, bold font, followed by the color code '15-0343' in a smaller font.

Color of
the Year
2017

PANTONE®

Greenery
15-0343

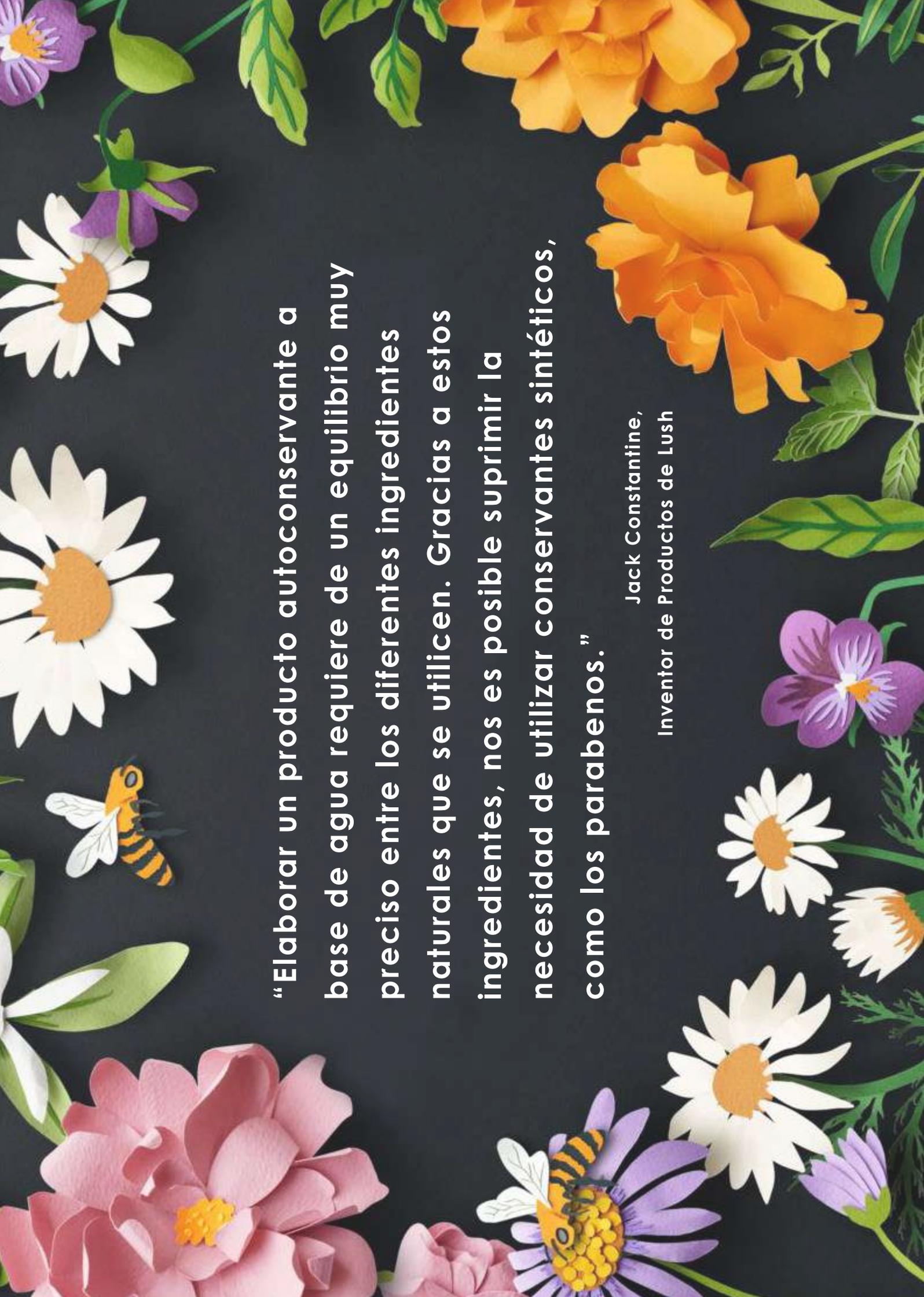
La Directora Ejecutiva del **Pantone Color Institute**, **Leatrice Elsemán**, dice que este año el verde irrumpe con fuerza para representar la reconexión que buscamos con la naturaleza y con nosotros mismos en el contexto político y social en el que nos encontramos en 2017.

Quizá este gesto por parte de la empresa líder en el sistema de definición cromática sea la gota que le faltaba a algunas empresas para sumarse a este movimiento *green* que ha estado latente, aunque en la sombra, durante muchos años. Y probablemente esta sea una de las razones por las que cada vez nos sumimos más en esa conciencia social que exigen los consumidores a las marcas, ya no solo por el cuidado al medio ambiente, si no por ser empresas concienciadas con la reutilización, el no vertido de residuos, el salario justo y buenas condiciones laborales.

El color influye en nuestras vidas.

Son muchos estudios los que hablan de la psicología del color y cómo nos hace tener ciertos sentimientos o adoptar diferentes posturas ante lo que éstos nos evocan. A nivel gráfico el verde es uno de los tonos más utilizados para representar lo natural, lo ecológico, lo orgánico...

Y aunque este color siempre se haya relacionado con estos términos, también se aplica para inspirar confianza, frescura, prosperidad, equilibrio. Precisamente lo que **Pantone** quiere dejar constancia este año. Un llamamiento a pensar en los pequeños detalles, a disfrutar de los recursos de los que disponemos y tratar mejor el lugar donde vivimos.



“Elaborar un producto autoconservante a base de agua requiere de un equilibrio muy preciso entre los diferentes ingredientes naturales que se utilicen. Gracias a estos ingredientes, nos es posible suprimir la necesidad de utilizar conservantes sintéticos, como los parabenos.”

**Jack Constantine,
Inventor de Productos de Lush**

LUSH COSMÉTICA NATURAL

El grupo cosmético ya cuenta en España con más de una decena de tiendas repartidas por toda la península. No es de extrañar su éxito, ya que **Lush** lleva desde 1995 apostando por llevar al público una cosmética fresca, natural, vegetal, hecha a mano y que no teste en animales.

En su amplio catálogo, tanto físico como online (es.lush.com), podemos obtener desde **champús del pelo, jabones y geles, bombas de baño, eyeliners, pintalabios, exfoliantes faciales, labiales y corporales, y numerosos tratamientos especiales.**

Desde hace 15 años, la gran mayoría de los productos de *Lush* son sólidos y no llevan ningún tipo de envase. Esto ayuda tanto al medio ambiente como a la economía, porque el precio puede ser más bajo. Aquellos productos líquidos que sí deben ser empaquetados, tienen envases mínimos y reciclables, que se pueden devolver a la tienda una vez estén vacíos.

Las bolsas con las que se entregan los productos en las tiendas están hechas con productos reciclados y desde 2007 la marca usa palomitas de maíz en lugar de papel para rellenar los espacios en paquetes grandes que se envían por correo por

medio de su tienda online.

Pese a no hacer publicidad más allá de su conversación con sus clientes a través de redes sociales y la propia promoción de su web, *Lush* no necesita de más voz en el mercado puesto que sus seguidores son muy fieles a la marca y son sus propios suscriptores, de esta forma se ha convertido en una marca de referencia para quienes optamos por un modo de vida más saludable y sostenible.

Sin embargo, y haciendo honor a sus valores, se han realizado campañas de concienciación social a lo largo de todos estos años a modo de performances en sus tiendas para concienciar sobre el consumo del aceite de palma o el testado en animales, por ejemplo.

En Sevilla podemos encontrar este establecimiento en **C/ Sierpes, 58**.



FRESHEST
COSMETICS ONLINE



100%
VEGETARIAN



NAKED!
PACKAGING

SLOW FASHION

El término '**Slow Fashion**', o moda sostenible, fue acuñado en el año 2007 por **Kate Fletcher**, profesora de Sostenibilidad, Diseño y Moda en el 'Centre for Sustainable Fashion' en Londres. Es la antítesis de lo conocido como 'Fast Fashion' o moda industrializada.

Fast fashion o "moda rápida" se refiere a la industria convencional por los ritmos de producción frenéticos, el estímulo a un consumo impulsivo o el descuido a las personas trabajadoras por esos breves plazos. *Slow fashion* o "moda lenta" es la contraposición, ya que opta por bajar la velocidad y prestar más atención a cada paso de la cadena productiva, con la finalidad de dar lugar a un producto de mayor calidad y durabilidad.

Este movimiento ganó notoriedad tras la tragedia sucedida en la fábrica de **Bangladesh en 2013**, donde más de 1.100 personas murieron al derrumbarse el edificio dónde estaban produciendo prendas de manera industrial, un edificio que no cumplía con las medidas básicas de seguridad.

De esta manera, **la moda sostenible nace de la unión entre la ética y la ecología**, es decir, que propone una forma de hacer moda respetuosa con las personas involucradas en la producción y el consumo, y con el medio ambiente.



Sumarse a este movimiento supone:

1. Oponerse a la moda producida en cantidades supra industriales.
2. Decantarse por productos artesanales para apoyar a las pequeñas empresas, el comercio justo y las prendas fabricadas localmente.
3. Fomentar el reciclado de prendas comprando ropa de segunda mano o vintage y donando las prendas que ya no se utilicen.
4. Elegir ropa fabricada con materiales sostenibles y producida éticamente.
5. Incorporar a nuestros armarios prendas clásicas y que duren más tiempo.
6. Hacer nuestras propias prendas: reparar, personalizar, alterar... para así alargar sus años de vida.
7. Disminuir el consumo de ropa: no comprar de forma compulsiva, sino elegir.

EFEverde. — *“La lana y el algodón reciclados figuran entre los tejidos más sostenibles del sector textil, una realidad que desmitifica que las materias orgánicas sean las de menor impacto ambiental, explica Gema Gómez, fundadora de la primera plataforma de apoyo a emprendedores de moda sostenible, Slowfashion Spain.”*

Este movimiento cada vez tiene más adeptos que se preocupan por cómo y en qué condiciones está hecha su ropa, más allá del diseño. Desde Urban Youngle hemos recogido el siguiente texto e imagen de la web oficial de Fashion Revolution

Fashion Revolution Day España

“La campaña Fashion Revolution, fundada por **Carry Somers y Orsola de Castro** surge tras el terrible accidente del **derrumbamiento del edificio en Rana Plaza en Dhacca Bangladesh** donde murieron 1133 personas. Desde su comienzo en España, son cientos las iniciativas y voluntarios que llevamos años trabajando por mejorar las condiciones de este sector. Por eso desde **Slow Fashion Next**, quisimos apoyarla, ya que nos permitía por primera vez y bajo una bandera común, pedir una “revolución pacífica” que exija a esta industria, que esclaviza a trabajadores y que consume los recursos que necesitarán nuestros hijos y nietos, una “industria limpia” en su más amplio sentido.

Este año hemos puesto el foco en educación, creando un equipo que se encargará de traducir y difundir los materiales educativos para hacerlos llegar al máximo número de colegios, institutos e instituciones educativas.

Por otro lado existen equipos regionales distribuidos por toda España a los que te puedes unir o crear el tuyo propio en una región donde aún no se haya creado.

También puedes llevar a cabo una iniciativa individual y pedirnos que la difundamos en redes sociales ¡claro que sí! ¡todo suma!

Si tienes poco tiempo, también puedes apoyar la campaña con tu granito de arena haciéndote un #selfie con la ropa del revés preguntando #QuienHizoMiRopa a la marca en cuestión y compartiéndola en las redes sociales con los hashtags **#WhoMadeMyClothes** **#QuienHizoMiRopa**

También puedes imprimir los carteles que existen en la web y colocarlos en tu tienda o las fotos en tu web y envíanos fotos después para que lo difundamos en redes ¡todo el mundo puede participar!

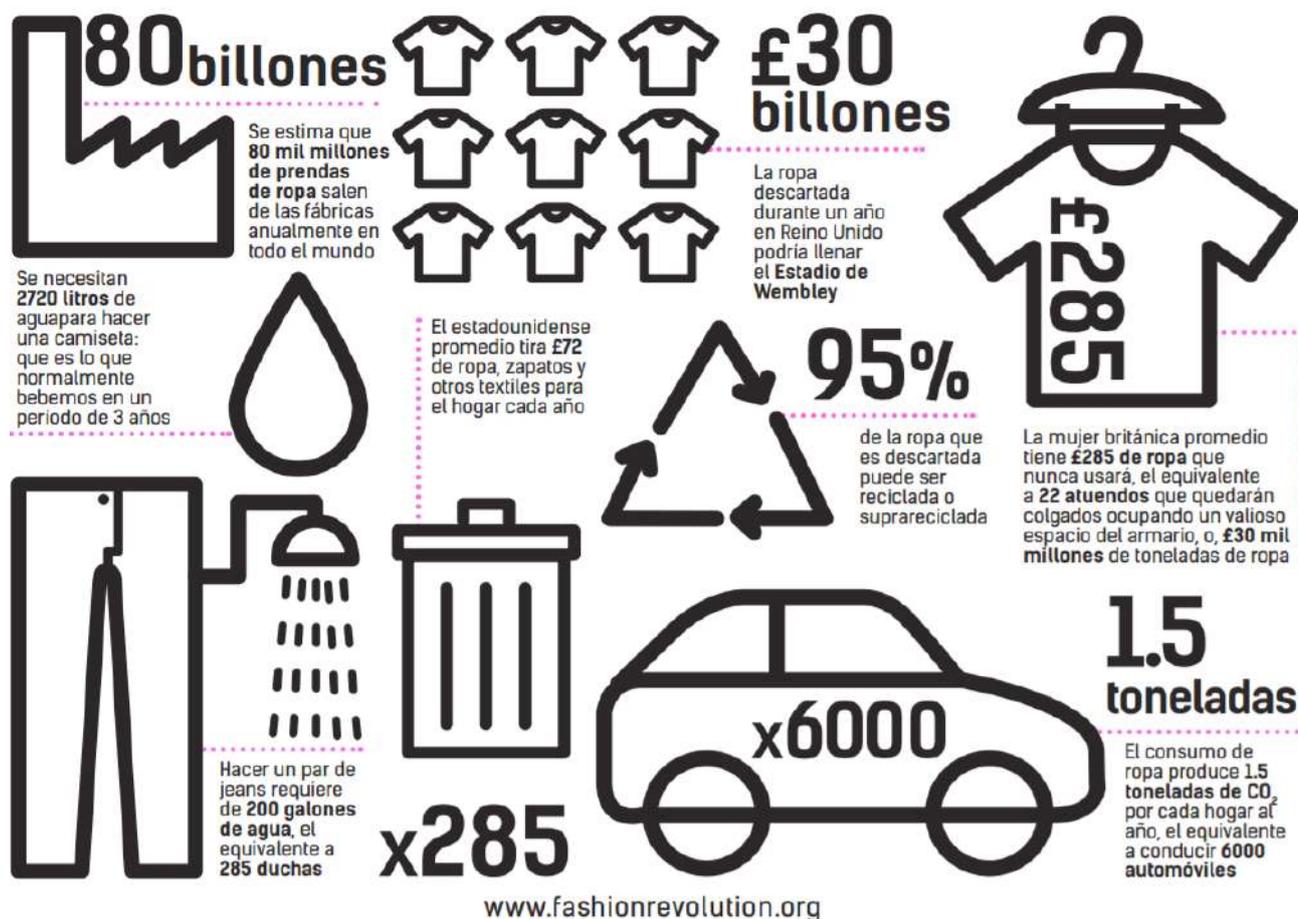
Who Made My Clothes?

Discover who made your clothes, share their stories, and influence global change



En el blog iremos conociendo los Coordinadores Nacionales, los Equipos Regionales y de Educación ya creados y a l@s voluntari@s que nos apoyan en redes sociales, blog y con el material gráfico.

Escribe a **spain@fashionrevolution.org** si quieres formar parte de esta revolución como voluntario o recibir más información. También nos puedes escribir a este mismo mail si tienes un blog o un medio de comunicación y quieres recibir documentación para difundir la campaña."



KNOW YOUR CERTIFICATIONS

JOIN THE FASHION REVOLUTION
BE CURIOUS. FIND OUT. DO SOMETHING



www.fashionrevolution.org
Facebook: @fashionrevolution.org
Instagram: @fash_rev
Twitter: @Fash_Rev

CASAS ECOLÓGICAS Y SOSTENIBLES

Una casa ecológica

¿Pensando en dar un paso más hacia el estilo de vida ecológico?

Si lo que estamos buscando es construir una casa ecológica es esencial que nuestro arquitecto tenga experiencia en ello y se haya formado o haya leído y experimentado suficiente para llevar a cabo nuestra vivienda eco.

Para ello debemos revisar su experiencia en diseño y construcción de casas, contrastar su capacidad para diseñar una casa con criterios ecológicos, y averiguar si conoce materiales y sistemas constructivos naturales

Para poder establecer correctamente las prioridades de vuestro futuro hogar es imprescindible comenzar analizando vuestro estilo de vida y cómo es vuestra vivienda actual, para poder acotar los espacios que necesitáis en la nueva casa.

Por otro lado, hay que remarcar la relación directa entre la dimensión de una casa y su nivel de eficiencia energética. Pensad que cuantos más metros cuadrados tenga la vivienda más energía será necesaria para calentarla, enfriarla o iluminarla, por tanto el coste de mantenimiento será mayor.

Otro aspecto muy positivo es el gran ahorro energético de las casas ecológicas. Pensad que más del 60% del gasto de una vivienda va destinado a calefacción. Por tanto, si elegimos un buen aislamiento natural y hacemos un buen diseño bioclimático podremos ahorrar mucho dinero en el mantenimiento del hogar.

Minicasas

Las Tiny Houses, o minicasas, son viviendas de menos de 40 m² en las que tienes todo lo que necesitas para vivir. Han dado lugar a un movimiento social y arquitectónico que suma seguidores en Estados Unidos y España cada día. Empezó en las últimas décadas gracias a sus costes reducidos, diseños ingeniosos y el espíritu aventurero.

Origen de las Minicasas

Este movimiento nació en Japón en los años noventa con el nombre *kyosho jutaku*, literalmente "microcasas". En esa época, los precios de las viviendas eran desorbitados y el país estaba en recesión. Esto obligó a miles de jóvenes a mudarse a estos espacios en la periferia.



En Estados Unidos el origen de este movimiento viene por el diseñador **Jay Schafer**. En 1997, sintió la necesidad de simplificar su vida y creó una casa tan pequeña en la que solo cabían su ropa, los muebles indispensables, utensilios de cocina e higiene básicos, electrodomésticos y él mismo. Quería no tener que dedicarle a la limpieza más tiempo del indispensable y no tener que ordenar objetos superfluos. En los últimos años esta tendencia está siendo imparable. Esta filosofía de vida consigue más adeptos cada día que pasa. Se ha creado un nuevo concepto de "buena vida": vivir con menos gastos hipotecarios, en una casa de diseño, usando menos calefacción, electrodomésticos, reparaciones... Todo ello en el lugar que tú quieras: un bosque, un río, una playa...

Ventajas sostenibles de las Minicasas

Además de nacer con el objetivo de reducir tus posesiones al mínimo, también nacen con el compromiso de ayudar al medio ambiente. Debido a su menor espacio, su eficiencia energética es mayor. Así, se reduce el gasto en calefacción, aire acondicionado, agua y electricidad. Además de ayudar a reducir las facturas, también te ayudan a hacer un consumo responsable de los recursos.

Muchas de estas viviendas están equipadas con paneles solares para su abastecimiento energético. También suelen tener un sistema de recogida de lluvia para aprovechar las precipitaciones. La sostenibilidad es uno de los pilares fundamentales en los que se basa este movimiento.

Materiales ecológicos

Bambú, ladrillo de plástico reciclado, ladrillo ecológico, cemento de residuos cerámicos, madera, y numerosos materiales más.

Para saber más sobre presupuestos o cómo construir una casa ecológica desde Urban Youngle recomendamos visitar www.construirunacasaecologica.com



veganeando

Ingredientes

Para la base:

50 g de anacardos crudos
100 ml de Bebida de Arroz con Cacao
Cacao puro en polvo (al gusto)
1 cucharada de aceite de coco
Un chorrito de jarabe de agave

Para la cobertura:

4 cucharadas de manteca de cacao
2 cucharadas de cacao en polvo
2 cucharadas de aceite de coco
Un chorrito de jarabe de agave

Pasos a seguir

Paso 1

Para preparar la base debemos, en primer lugar, lavar y remojar los anacardos en agua al menos un par de horas.

Paso 2

A continuación, escurrimos los anacardos y los introducimos en el vaso de la batidora junto a la Bebida de Arroz con Cacao, el aceite de coco, el cacao puro el polvo al gusto y el chorrito de jarabe de agave.

Paso 3

Trituramos todo muy bien hasta obtener una masa bien densa.

Paso 4

Colocamos la mezcla en los moldes para helado y congelamos un mínimo de 8 horas. Podemos preparar la cobertura durante este tiempo.

Receta de
Míriam Fabà



RINCÓN DEL INFLUENCER

de choco. Helado vegano

Más recetas de Veganeando en su nuevo Ebook



Paso 5

Para la cobertura debemos mezclar la manteca de cacao, el cacao en polvo, el aceite de coco y un poquito de jarabe de agave.

Paso 6

Cuando saquemos los polos del congelador los cubrimos con la mezcla para la cobertura y los dejamos endurecer ¡Ya tenemos listos nuestros "lechum" doble choco!

www.veganeando.com
Facebook: [veganeando](https://www.facebook.com/veganeando)
Instagram: [@veganeando](https://www.instagram.com/veganeando)
Twitter: [@veganeando](https://twitter.com/veganeando)

**GREENWEEKEND
ALGECIRAS 9-11
JUN 2017**



Es un evento donde se reúnen candidatos, emprendedores y reclutadores del sector ambiental. Con la ayuda de mucho networking, charlas de formación, mentores y un jurado, se desarrollan ideas de emprendedores y se premian las tres mejores de todo el evento.

Greenweekend.org es una iniciativa de **Enviroo**, portal de empleo, emprendimiento e innovación que busca dinamizar la economía verde.

Más en www.greenweekend.org

BioCultura

Feria de Productos Ecológicos y Consumo Responsable. Es un encuentro de carácter internacional que se sitúa entre los dos más importantes de estas características que tienen lugar en Europa.

La feria se celebra anualmente en **Barcelona, Sevilla y Madrid** y cada dos años en **Valencia y Bilbao**.

Más en www.biocultura.org

**BIOCULTURA
VALENCIA SEP-OCT
MADRID NOV 2017**

**BIONATURA
GRANADA 24-26
NOV 2017**

Feria de muestras de Andalucía.

Show Cooking, Pasarela Moda Sostenible, Huertos Ecológicos, Talleres y actividades para los pequeños, Jornadas profesionales, Concierto de cuencos, Networking, etc.

**24/26
NOVIEMBRE**

FERIA DE MUESTRAS DE ARMILLA GRANADA

bio natura ANDALUCÍA

SALUD, SOSTENIBILIDAD Y VIDA NATURAL

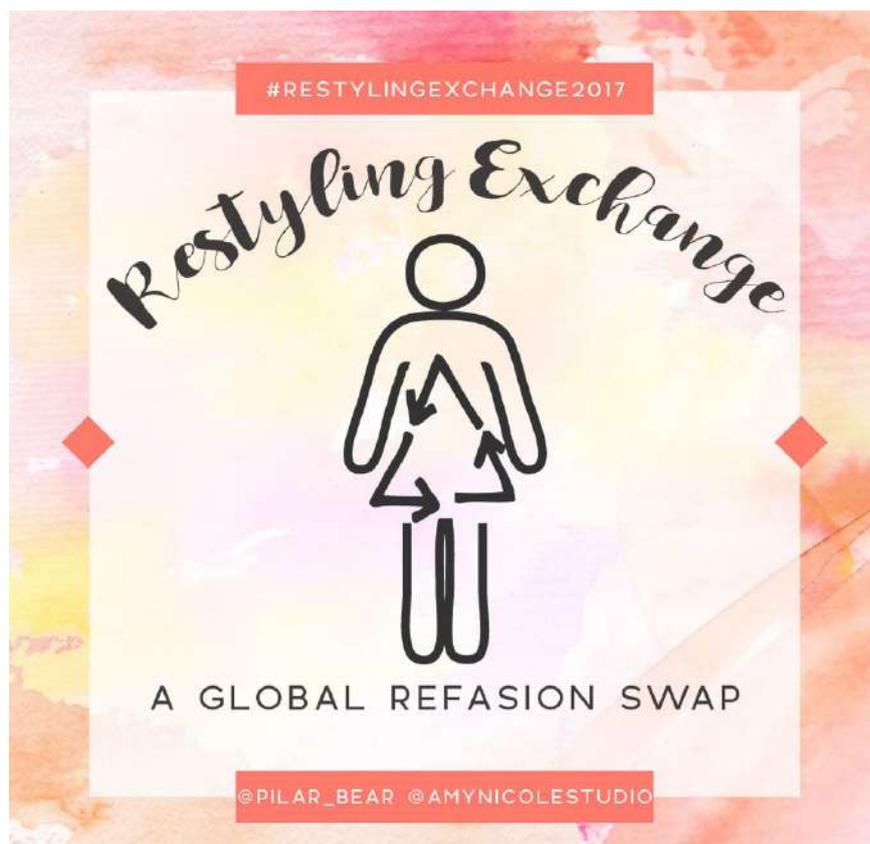
www.fermasa.org - Siguenos en Facebook: Bionatura Andalucía. Salud, Sostenibilidad y Vida Natural
Twitter: @Bionatura_Andalucia, Instagram: bionaturaandalucia

BMN cofenat Pilsa LERMA MOTOR VIAJES COLEGIO

Esta propuesta de **Fashion Revolution** a través de **Instagram** permite a los usuarios **cambiar su estilo de vestir con prendas de otros usuarios que ya no desean ni utilizan.**

Más en www.fashionrevolution.org

**RECYCLING
EXCHANGE
ONLINE
11 JUN 2017**



Música, Natura, Ecología, Consciencia. Este **festival de música** tendrá lugar este verano en Pantà de Sau.

Tickets en www.bioritmefestival.org

**BIORITME FESTIVAL
BARCELONA
24-27 AGO 2017**

**PRÓXIMOS
EVENTOS**

Recomendación mensual*

Veganitessen

www.veganitessen.es
C/ Pastor y Landero s/n
Restaurante vegano.
Vegan Bar & Bakery –
100% vegetarian food

Puro & Bio

Paseo Colón, 9
Heladería Artesana.
Helados de elaboración
diaria, repostería y
postres orgánicos y
biológicos

El Obrador

www.elobrador.net
C/ San Hemenegildo, 6A
Pasta fresca ecológica y
artesanal

Alameda Rock Vegans

C/ Credito, 20
Restaurante vegano al
estilo sevillano

Das Brot

www.das-brot.net
C/ San Luis, 55 con C/
Arrayán
Panadería-pastelería
ecológica

Red Verde

C/ Relator, 44
Productos 100% ecológi-
cos y vegetales

Milk Away

www.milkaway.es
C/ Hernando Colón, 3
Batidos y licuados de
frutas y verduras

Alhacena a granel

www.alhacenagranel.com
C/Relator, 50, Sevilla
Venta a granel de
especias, té, cereales.
Productos bio

Huerto Urbano Helgar

www.huertoshelgar.com
Cortijo de las Casillas, 7
Alquiler de parcelas
de huertos urbanos de
Sevilla

DIRE CTORIO

Bierkraft

www.bierkraft.es
C/ Correduría, 35
Bar-tienda de cervezas
artesanas

Verde Moscú

www.verdemoscu.eu
C/ Ortiz de Zuñiga, 5
Eco-fashion & Fair Trade

Merkausado

C/ Gramil, 6 (Pol. Ind.
Store)
C/ Feria, 162
C/ La Línea, 16 (Tomares)
Compraventa de
antiguedades y segunda
mano

Bluetage

[www.facebook.com/
bluetage](http://www.facebook.com/bluetage)
Pop up stores y
showrooms en cafés
alternativos

Zapata

www.zapatasevilla.es
C/ Ortiz de Zúñiga, 1
Calzados de diseño,
comercio justo y
sostenibilidad

Dinamo

[www.dinamo-papeleria.
es](http://www.dinamo-papeleria.es)
C/Leonardo Da Vinci 51
(La Rinconada)
Papelería sostenible

Gaia Centro Ecológico

[www.
centroecologicogaia.
com](http://www.centroecologicogaia.com)
C/ Luis de Vargas, 4 y 6
supermercado,
restaurante vegetariano,
centro de terapias y
escuela alternativa

Verde Eco Design

[www.facebook.com/
Verde-Eco-Design](http://www.facebook.com/Verde-Eco-Design)
Asociación de artesanos
de moda ecosostenible
de Andalucía

Entreenate

www.entreenate.es
Deporte sostenible al aire
libre en distintos parques
de Sevilla

*Solo en Sevilla



Esta revista ha sido impresa en **Pando Impresión Digital S.L.** con los certificados correspondientes al papel y la maquinaria.

Papel certificado por **EU Ecolabel** y **FSC**.

La **EU Ecolabel European Commission** propone políticas y legislación que protejan los hábitats naturales, mantengan limpio el aire y el agua, aseguren una eliminación adecuada de los desechos, mejoren los conocimientos sobre los productos químicos tóxicos y ayuden a las empresas a avanzar hacia una economía sostenible.

La certificación **FSC** garantiza que los productos tienen su origen en bosques bien gestionados que proporcionan beneficios ambientales, sociales y económicos.

Maquinaria de impresión, equipos de oficina **Konica Minolta** con certificados energéticos.

Esto a llevado al desarrollo de tecnologías verdes que le ofrecen beneficios tales como menor consumo de energía, la reducción de la entrada de los recursos y una menor huella de carbono.

Menor consumo energético: equipos diseñados para consumir menos energía gracias a funciones como la tecnología de fusión por inducción, un temporizador dinámico ecológico y un valor de consumo de electricidad típicamente bajo (TEC).

Reducción de recursos de entrada: el papel es un recurso valioso. Estos equipos permiten reducir el uso de papel y evitar malgastarlo, con impresión dúplex, N-up (combinando varias páginas de un documento en una sola página), impresión de prueba y previsualización (a fin de evitar impresiones inservibles) y eliminación automática de páginas en blanco

Huella de carbono mejorada: algunos de los materiales en el tóner polimerizado Simitri® HD están fabricados con biomasa, que reduce el impacto medioambiental procedente de la fabricación del tóner. Aparte, la fusión a baja temperatura permite ahorrar energía y las partículas ultrafinas –mucho más pequeñas que en un tóner convencional– permiten utilizar menor cantidad de tóner.





Idea original, edición y redacción:

Eloísa de la Chica Oña, 2017

Impresión: Pando Impresión Digital
+ Diseño. C/ Balbino Marrón,
manzana 3, local 1 A. 41018, Sevilla

info@pandoimpresioncom

