

ECOAUDITORÍA SOBRE CONSUMO RESPONSABLE

IES LA MADRAZA

CURSO 2021-22

INVESTIGACIÓN SOBRE EL CONSUMO DE ROPA 1º ESO





Una vez aprendido
hicimos unos
murales para poder
explicarlo a otras
personas

En primer lugar vimos unos
vídeos para aprender
¿Qué es el consumo
responsable? y ¿Cómo
podemos ser consumidores
responsables?



Consumo responsable

COMPRA LO JUSTO

¿DE DÓNDE VIENE?

¿DE QUE ESTÁ HECHO?

¿CUANTO PAGARÁN POR FABRICARLO?

¿QUIEN LO HA FABRICADO?

¿DE VERDAD LO NECESITAS?

¿CUANTO CUESTA?

Consumo responsable

¿QUE ES EL CONSUMO RESPONSABLE?

- Preocuparse de lo que compras (material, país...)

Consumir de forma eficiente

1- Consumo ético

2- Tomar conciencia (material, y quien lo hace)

3- Consumir menos

4- No contaminar

5- Comprar solo lo necesario

6- Comprar segunda mano

¿QUE NECESITAMOS PARA SER UN CONSUMIDOR RESPONSABLE?

- Educación en los colegios

- Participación ciudadanos.



Consumo

Responsable

- Consumo ético = Piensalo antes de comprar.
- Tomar consciencia de que materiales está hecho y quien lo ha hecho.
- Consumir menos.
- No contaminar el medio ambiente.
- Comprar solo lo que necesites.
- Comprar productos ya usados, en vez de nuevo.
- Comprar en tiendas pequeñas.

CONSUMO RESPONSABLE

¿QUÉ ES EL CONSUMO RESPONSABLE?

Consumo ético = piénsalo antes de comprar

- **Toma conciencia** de... **qué** materiales está hecho si su material es contaminante o reciclado.
- **Quién** lo ha hecho si a la persona que lo ha hecho le pagan poco y trabaja mucho.
- **Comprar** solo si lo necesitas no por que quieras.
- **Puedes** comprar o heredar algo de segunda mano.
- **En** las escuelas se tiene que enseñar que ~~es~~ es el consumo responsable.
- **Comprar** en tiendas pequeñas ecológicas en vez de grandes almacenes contaminantes.

consumo

responsable

¿Qué es el consumo responsable?

¿Qué necesitamos para ser consumidores responsables?

LOS TRABAJADORES PUEDEN PASARLO MAL.

CONSUMIR MENOS

HAY QUE

TOMAR CONCIENCIA

PRODUCTOS QUE NO DAÑAN EL MEDIOAMBIENTE SON CAROS

HAY QUE COMPRAR EN TIENDAS LOCALES

PRODUCTOS DE SEGUNDA MANO

Consumo responsable

¿Qué es el consumo responsable?

UN CONSUMO
ETICO

CAMBIAR LA
MANERA
DE PENSAR

LA CONTAMINACIÓN
INFLUYE

COMPRAR LO
BÁSICO

• ¿Qué Necesitamos para ser consumidores responsables?

CAPACITARNOS DE
INFORMACIÓN

LOS PRODUCTOS
ORGANICOS NO
SON SUFICIENTES

PERSONAS QUE DEFENDAN LAS IDEAS

ENSEÑANZA
EN LOS COLEGIOS

CONSUMO

RESPONSABLE

Consumo ético:

Pensar antes de comprar



CONSUMO

RESPONSABLE

Consumo ético → Piénsalo antes
de comprar

Toma consciencia de:

Qué material está hecho

Quién lo ha hecho

Si es necesario

INVESTIGACIÓN SOBRE EL CONSUMO RESPONSABLE DE ROPA 1º ESO

NOMBRE Y APELLIDOS:

GRUPO:

1.- Elige 5 prendas de ropa que lleves puestas, mira su etiqueta y rellena la tabla siguiente: (pantalón, jersey o sudadera, camiseta, zapatillas... también vale abrigo, mochila, estuche, guantes, bufanda)

PRENDA DE ROPA	LUGAR DE FABRICACIÓN	LUGAR DE COMPRA (tienda pequeña, grandes almacenes, online, heredado...)	AÑOS QUE CREES QUE VAS A USARLA

Después hicimos nuestra pequeña investigación sobre el origen de la ropa que llevamos puesta mirando las etiquetas de la ropa y rellenando el siguiente cuestionario

2.- ¿Las has comprado nuevas o de segunda mano?

3.- ¿Con qué frecuencia te compran ropa (todas las semanas, todos los meses, 3 veces al año, 1 vez al año...)? ¿Sabes cuánto se gastan en ropa para tí en un año?

4.- ¿Heredas ropa de otras personas alguna vez?

INVESTIGACIÓN SOBRE EL CONSUMO RESPONSABLE DE ROPA 1º ESO

NOMBRE Y APELLIDOS: Rawia Atae-Allah GRUPO: 1º ESO B

1.- Elige 5 prendas de ropa que lleves puestas, mira su etiqueta y rellena la tabla siguiente: (pantalón, jersey o sudadera, camiseta, zapatillas... también vale abrigo, mochila, estuche, guantes, bufanda)

PRENDA DE ROPA	LUGAR DE FABRICACIÓN	LUGAR DE COMPRA (tienda pequeña, grandes almacenes, online, heredado...)	AÑOS QUE CREES QUE VAS A USARLA
Chaquetón	españa	heredado	3 años
camiseta	Bangla- des	heredado	2 meses
pantalón	turkia	heredado	1 año
Botas	china	heredado	2 me años
estuche	Bahamas	tienda grande	2 años

2.- ¿Las has comprado nuevas o de segunda mano?

son heredado

3.- ¿Con qué frecuencia te compran ropa (todas las semanas, todos los meses, 3 veces al año, 1 vez al año...)? ¿Sabes cuánto se gastan en ropa para tí en un año?

3 veces al año y me gasto más o menos 200 €

4.- ¿Heredas ropa de otras personas alguna vez?

Si.

INVESTIGACIÓN SOBRE EL CONSUMO RESPONSABLE DE ROPA 1º ESO

NOMBRE Y APELLIDOS: IRÉNE SÁNCHEZ ORTIZ GRUPO: 1º ESO B

;))

1.- Elige 5 prendas de ropa que lleves puestas, mira su etiqueta y rellena la tabla siguiente: (pantalón, jersey o sudadera, camiseta, zapatillas... también vale abrigo, mochila, estuche, guantes, bufanda)

PRENDA DE ROPA	LUGAR DE FABRICACIÓN	LUGAR DE COMPRA (tienda pequeña, grandes almacenes, online, heredado...)	AÑOS QUE CREES QUE VAS A USARLA
Sudadera	Turquia	Stradivarius	2 años
Camiseta	Bangladesh	Inside	2 años
Abrigo	Myanmar	Springfield	2 años
Zapato	China	Lefties	1 año*
Lápiz colorar	España	Alpino	Hasta que se gaste

2.- ¿Las has comprado nuevas o de segunda mano?

sudadera, camiseta y abrigo nuevo
zapato heredado

3.- ¿Con qué frecuencia te compran ropa (todas las semanas, todos los meses, 3 veces al año, 1 vez al año...)? ¿Sabes cuánto se gastan en ropa para tí en un año?

1 o 2 veces al mes

4.- ¿Heredas ropa de otras personas alguna vez?

si, de mi hermana.

Vietnam 17 65%

Camboya 7 26%

Bangladesh 9 34%

China 37 142%

Serbia 2 7%

España 23 88%

India 2 7%

Indonesia 5 19%

Francia 9 34%

USA 4 15%

Alemania 5 19%

Turquía 3 11%

Pakistán 3 11%

Marruecos 1 4%

Thailandia 1 4%

67 grandes almacenes / 17 online / 35 tiendas

16 todos los meses / 3 una vez al año / 1/2 veces al año

50€ - 70€ - 100€ al año - 150€ - 200€ - 250€

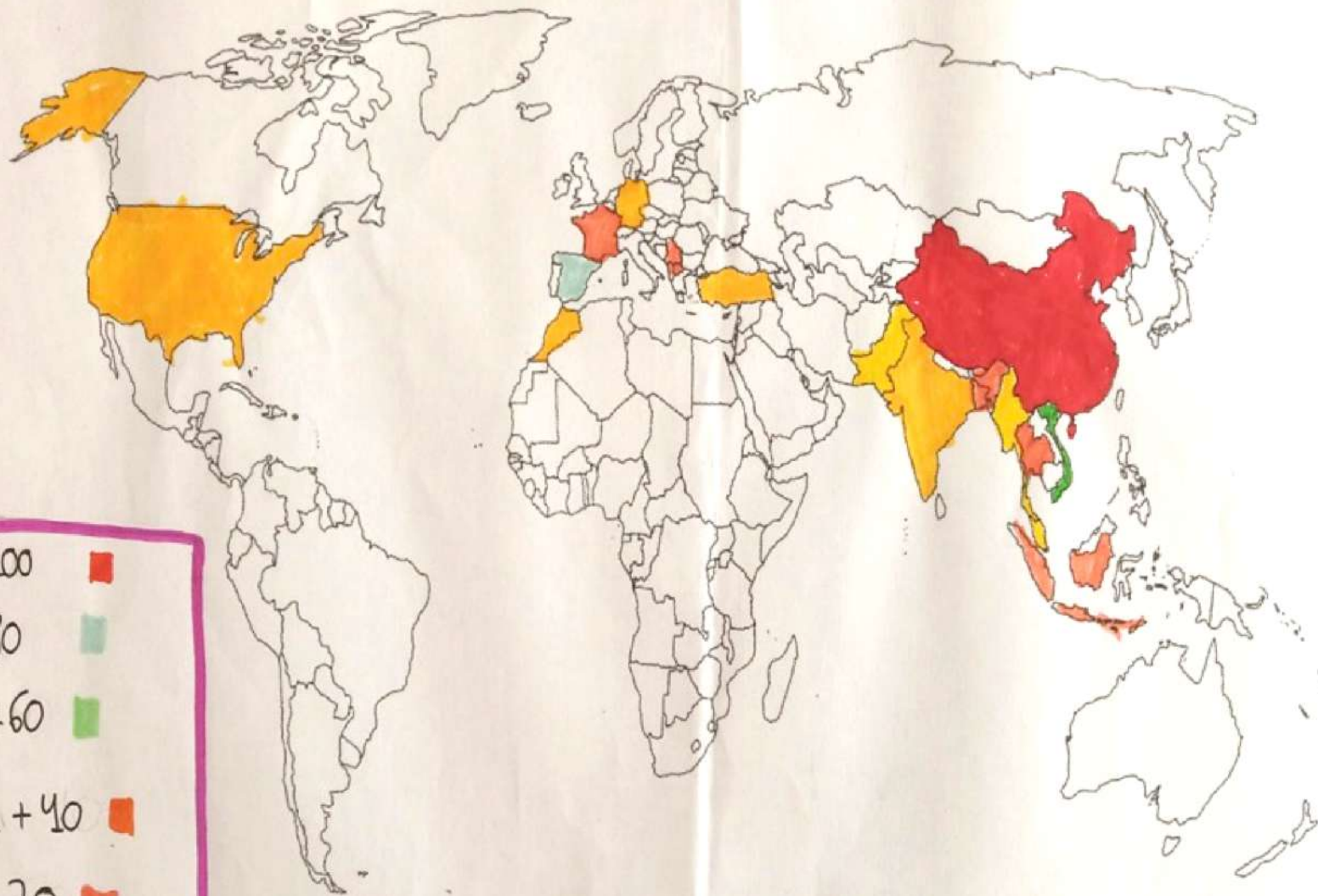
**Sacamos unas conclusiones grupales
para poder trabajar sobre ellas**

Vietnam 17 : 65%
Camboya 7 : 26%
Bangladesh : 34%
China 37 142%
Serbia 2 7%
España 23 88%
India 2 = 7%
Indonesia 5 = 19%
Francia 9 = 34%
USA 4 = 15%
Alemania 5 = 19%
Turquía 3 = 11%
Pakistán 3 = 11%
Marruecos 1 = 4%
Thailandia 1 = 4%

11 heredados / 35 tiendas pa
21 online / 67 grandes almacene
nas

Y con estos datos elaboramos mapas y gráficos sobre la procedencia de nuestra ropa ya que cuántos más kilómetros recorra un producto mayor será el impacto medioambiental. Comprendimos que el precio barato de la ropa muchas veces oculta fábricas en países empobrecidos en los que los trabajadores/as sufren explotación laboral

PROCEDENCIA DE LA ROPA DE 1º ESO



Pojo +100	■
Azul +80	■
Verde +60	■
Naranja +40	■
Rosa +20	■
Amarillo 0-20	■

PROCEDENCIA DE LA ROPA DE 1º ESO



+25 prendas (China)

+20 prendas (España)

+10 prendas (México, Brasil, Bangladesh, Vietnam, Albania y Camboya)

+5 prendas (Rusia, Italia, Egipto, Turquía, Marruecos)

PROCEDENCIA DE LA ROPA DE 1º ESO



PROCEDENCIA DE LA ROPA DE 1º ESO



PROCEDENCIA DE LA ROPA DE 1º ESO



LEYENDA

- +20 prendas
- +25 prendas
- 10 prendas
- 5 prendas

TOTAL 97

PROCEDENCIA DE LA ROPA DE 1º ESO



- Legenda
- Más de 40
 - Más de 80
 - Más de 60
 - Más de 40
 - Más de 20
 - De 0 a 19



PROCEDENCIA DE LA ROPA DE 1º ESO



+25 ROJO ●
+20 VERDE ●
-10 AZUL ●
-5 AMARILLO ●



GRÁFICO DE BARRAS DE PAÍSES DE PROCEDENCIA DE LA ROPA QUE USAMOS 1º ESO

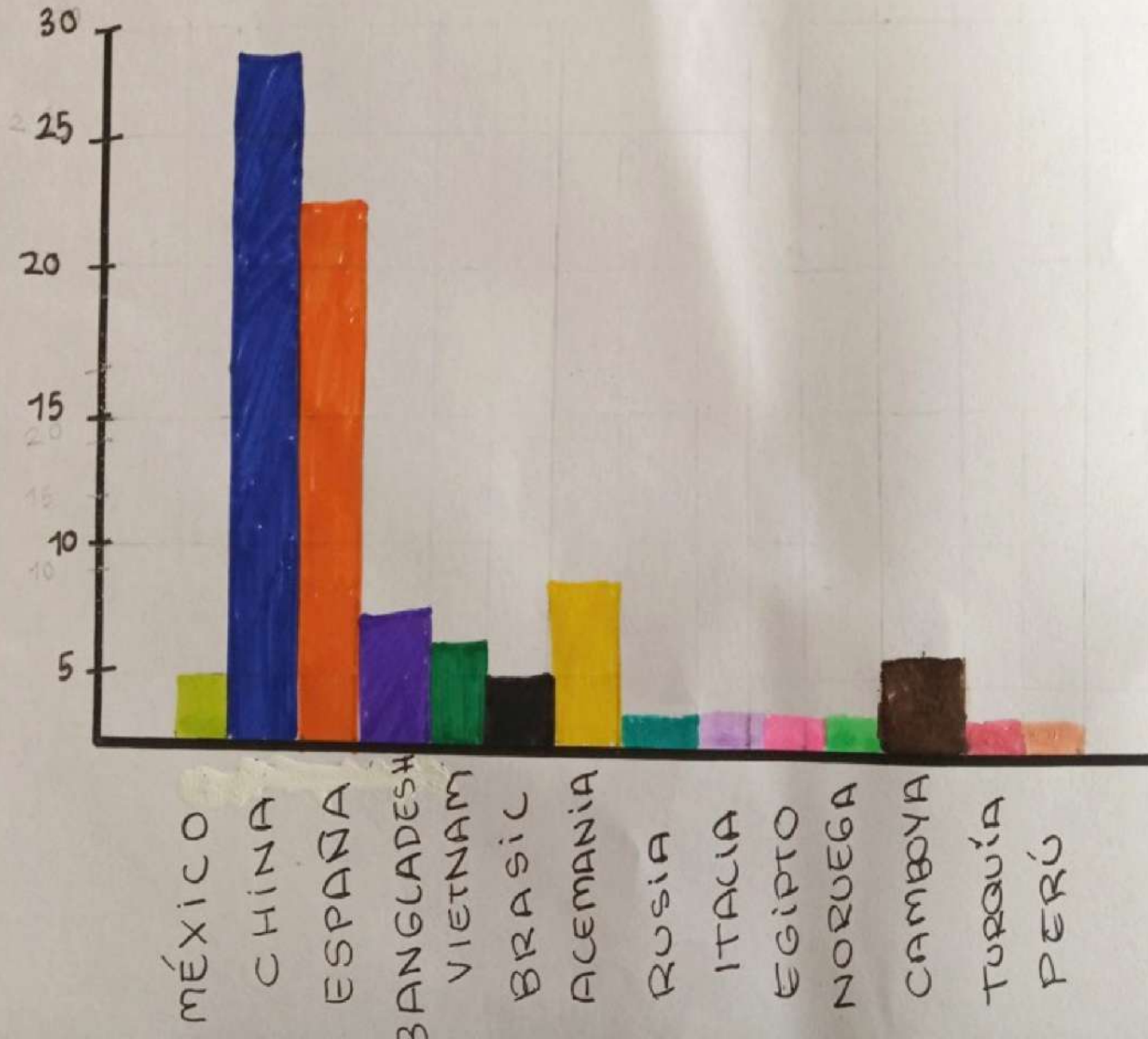


GRÁFICO DE BARRAS DE PAÍSES DE PROCEDENCIA DE LA ROPA QUE USAMOS 1º ESO

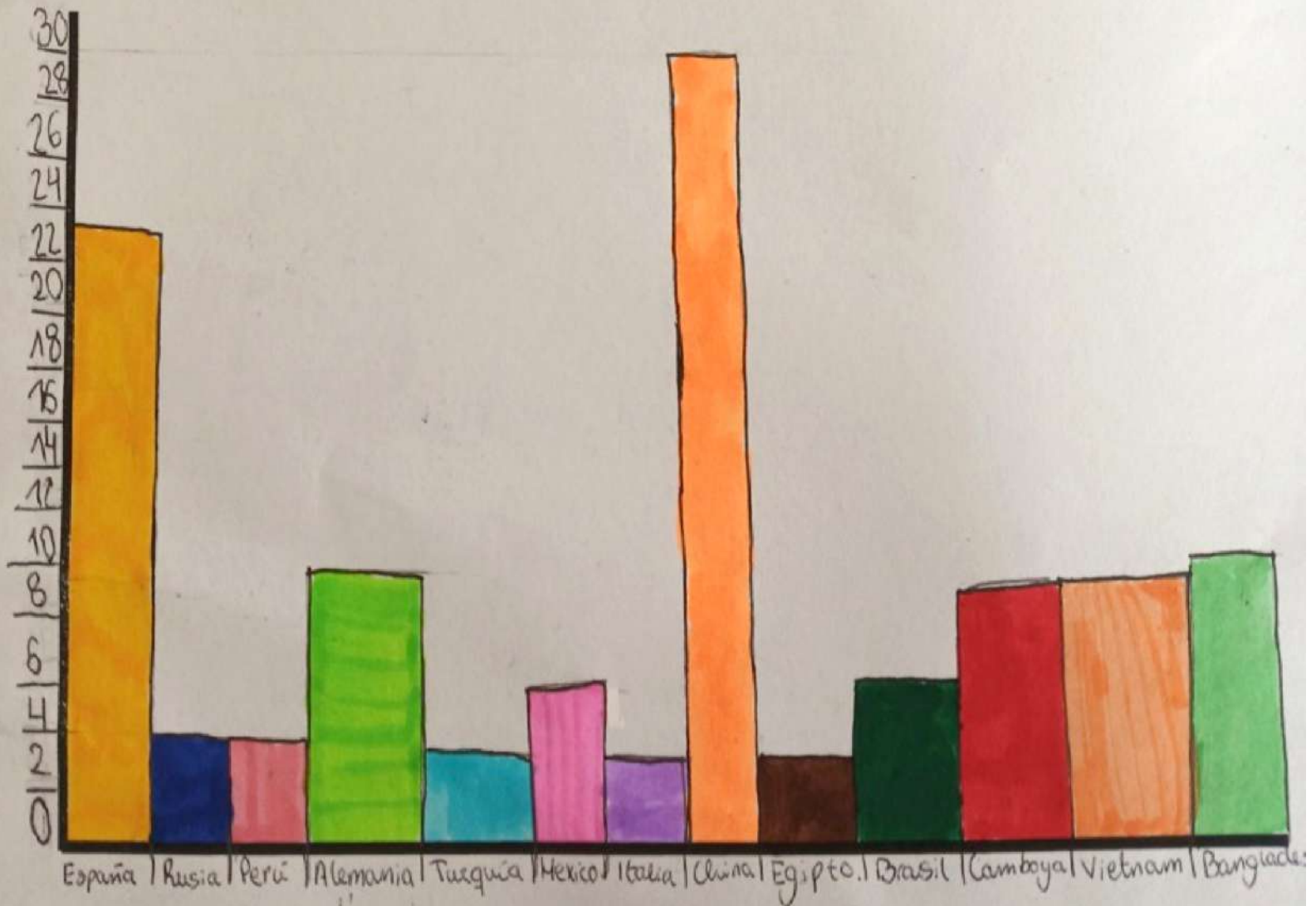
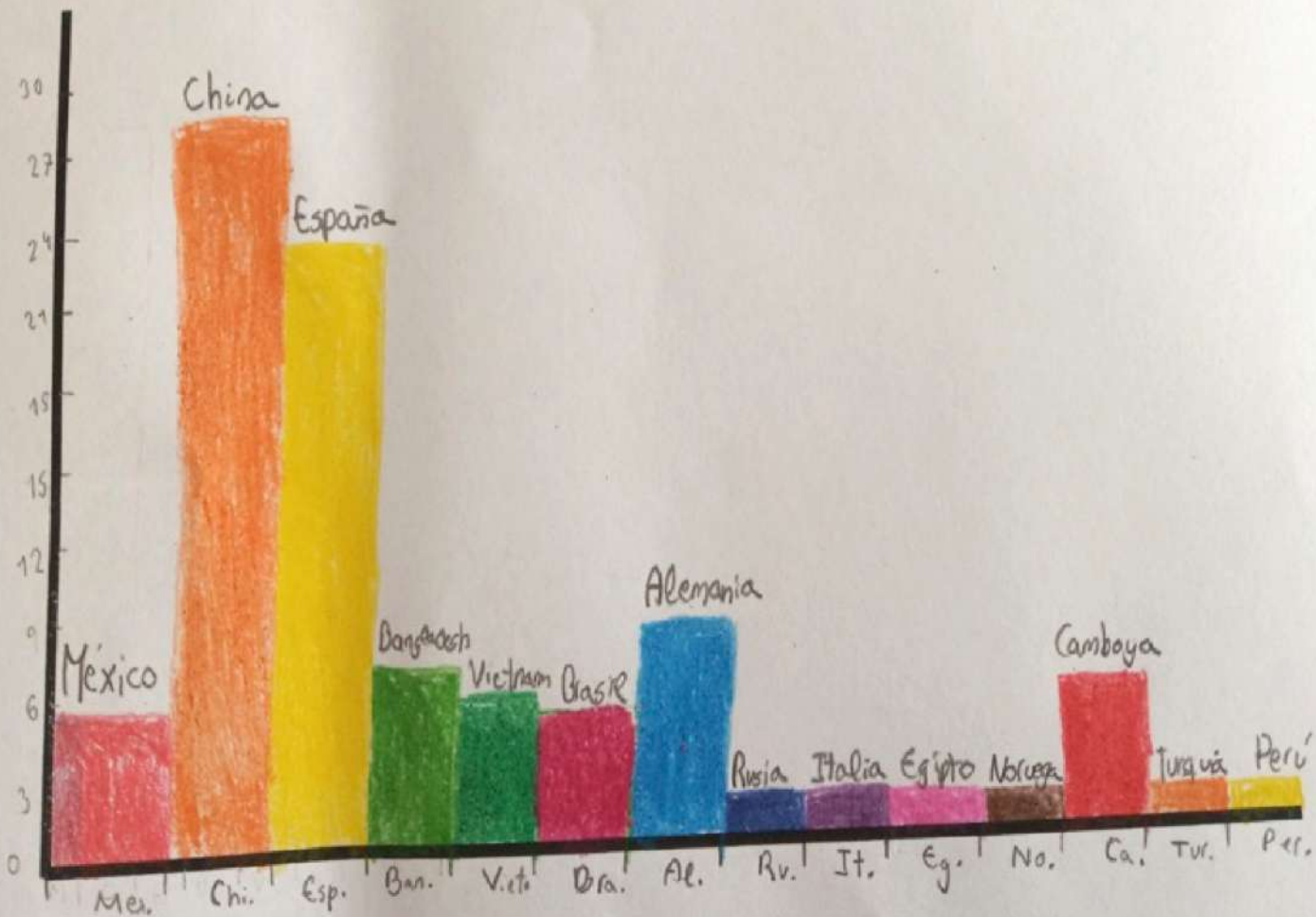


GRÁFICO DE BARRAS DE PAÍSES DE PROCEDENCIA DE LA ROPA QUE USAMOS 1º ESO



Investigación sobre hábitos de consumo textil

1º ESO C, asignatura Lengua y Literatura

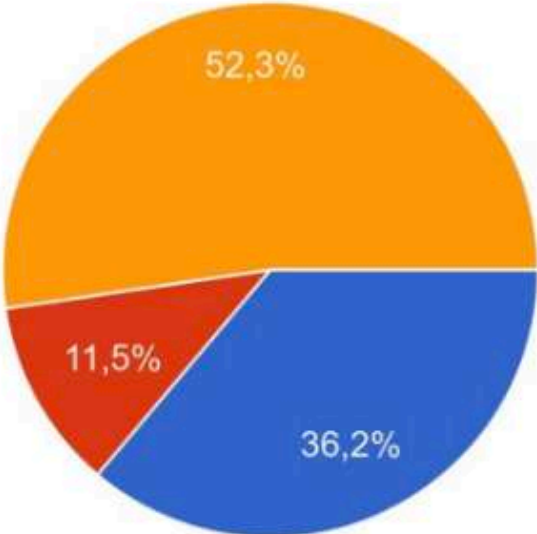
OBJETIVO: Conocer nuestros hábitos de consumo y desecho de ropa para diagnosticar buenas y malas prácticas al respecto

MÉTODO: Cuestionario de Google Form. 130 respuestas.

Edad de los encuestados:

¿Qué edad tienes?

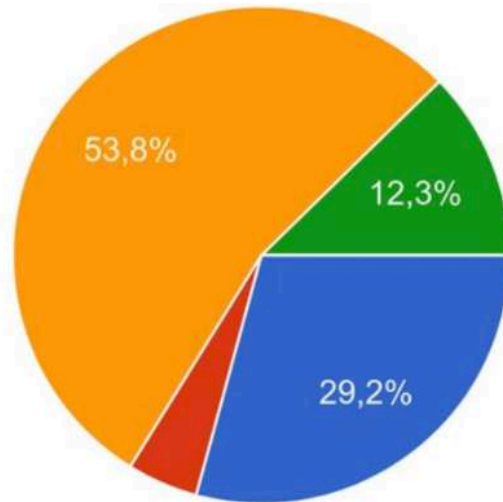
130 respuestas



- 12-20
- 21-40
- Más de 40

¿Cada cuánto tiempo compras ropa nueva?

130 respuestas



- Cada cambio de estación o temporada
- En rebajas solamente
- Cuando realmente la necesito
- Cuando algo nuevo se pone de moda y me gusta

Más de la mitad de los encuestados solo compra ropa nueva cuando la necesita, pero en otros casos no es así.

¿Sueles usar ropa que te ha pasado un familiar o amigo porque ya no le sirve?

130 respuestas



La mayoría de las personas encuestadas recicla ropa de otras personas, o no tendría problema en hacerlo. Esto es algo muy positivo.

Cuando vas a comprar ropa, lo más importante es... (elige solamente el que más te importa)

130 respuestas



Todavía no somos muy conscientes del problema de consumo de ropa en el mundo, y nos seguimos dejando llevar por el diseño.

En cuanto a los hábitos de desecho de la ropa, creemos que los resultados son bastante positivos, aunque mejorables. Solamente un 6% la tira a la basura, mientras que la mayoría de las personas la pasan a otros posibles usuarios de su entorno cercano, la donan a una ONG o le dan una segunda vida convirtiéndola en trapos u otros utensilios.

¿De dónde viene y de qué está hecha nuestra ropa?

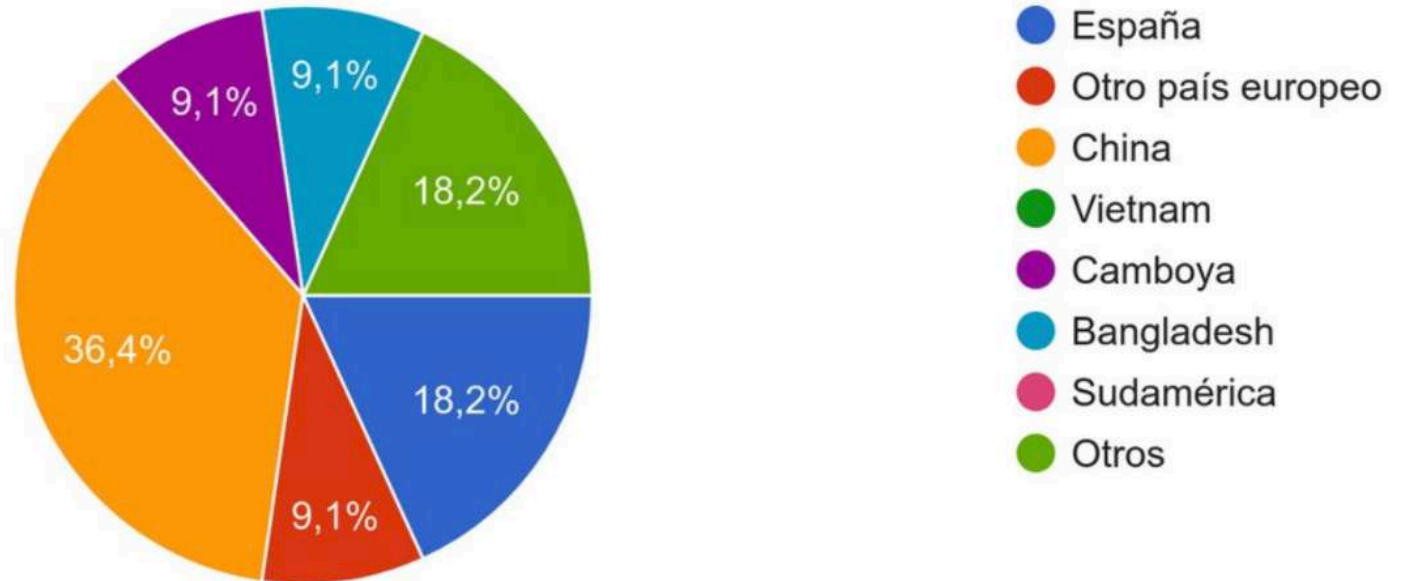
1º ESO B, asignatura Lengua y Literatura

OBJETIVO: Conocer si los consumidores estamos sensibilizados acerca del origen de la ropa que compramos y si las etiquetas aportan información suficiente que nos permita tomar decisiones cuando vamos a adquirir una prenda nueva.

MÉTODO: Cuestionario de Google Form. Hemos investigado el etiquetado de 11 prendas, 8 de ellas deportivas.

¿Dónde se ha confeccionado la prenda?

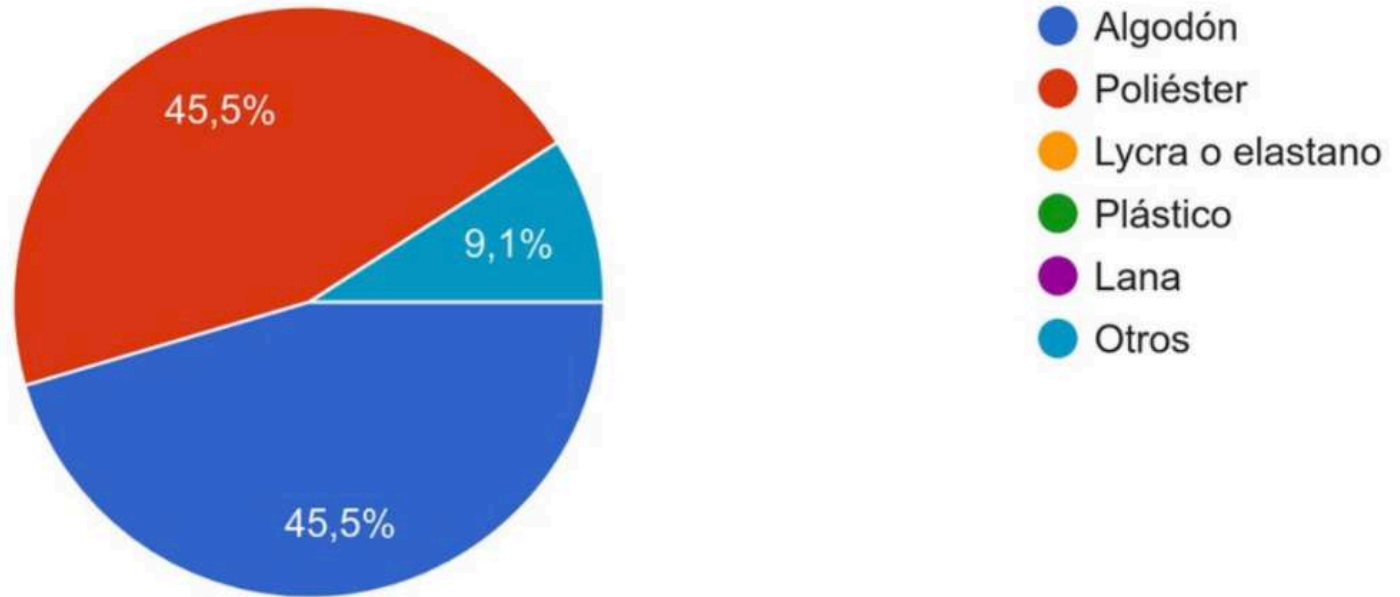
11 respuestas



Nos hemos planteado el problema que supone comprar ropa que se ha fabricado muy lejos, por los costes de transporte.

¿Cuál es su componente principal?

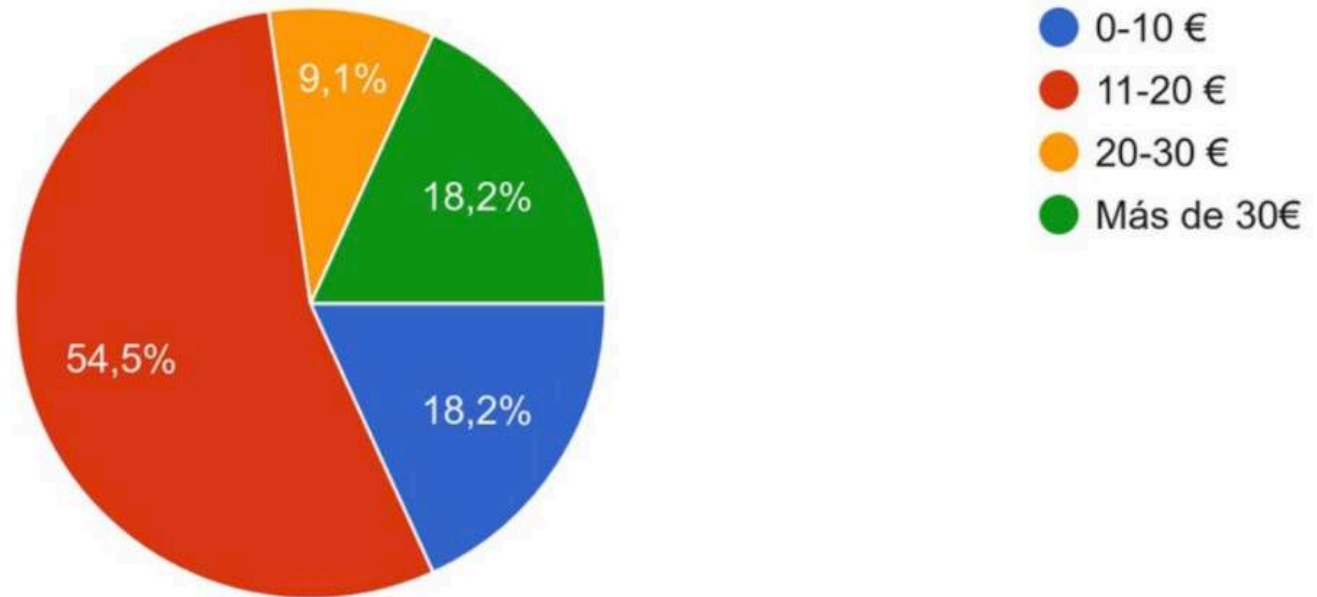
11 respuestas



Nos ha sorprendido comprobar que en el 90% de los casos no se especifica si la prenda contiene componentes orgánicos o no.

Marca el rango de precio que crees que costó

11 respuestas



También hemos descubierto que la mayor parte de la ropa que compramos es de bajo precio.

El 100% de los consumidores de nuestra encuesta no sabe si en la fabricación de la prenda que ha comprado han participado niños o personas en malas condiciones laborales. El total de las personas encuestadas han indicado que si fueran conscientes de este hecho, no comprarían la prenda. La conclusión es que no nos hemos preocupado por este tema, no le dedicamos tiempo y el etiquetado de las prendas no incluye esta información.

INVESTIGACIÓN SOBRE EL TELÉFONO MÓVIL

Alumnado de 2º ESO PMAR

- ¿Cuánto tiempo hace que compraste el último móvil?

Media: **1,1 año**

- ¿Cada cuánto tiempo sueles cambiar de teléfono móvil?

Media: **1,8 años**

Un tercio de las personas encuestadas dice que lo cambia solo cuando se le rompe.

- ¿Cuánto te costó el último móvil?

Media: **493 euros.**

- ¿Qué dependencia crees que tienes del teléfono móvil?
53 % Mucha dependencia
45 % Normal
2 % Poca dependencia
- ¿Cuántas horas usas el teléfono móvil cada día?
Media: **7,76 horas diarias**
15 % dice usarlo todo el día
- ¿Para qué se usa prioritariamente?
82% redes sociales
4 % trabajar
8 % redes sociales y juegos
6 % escuchar música

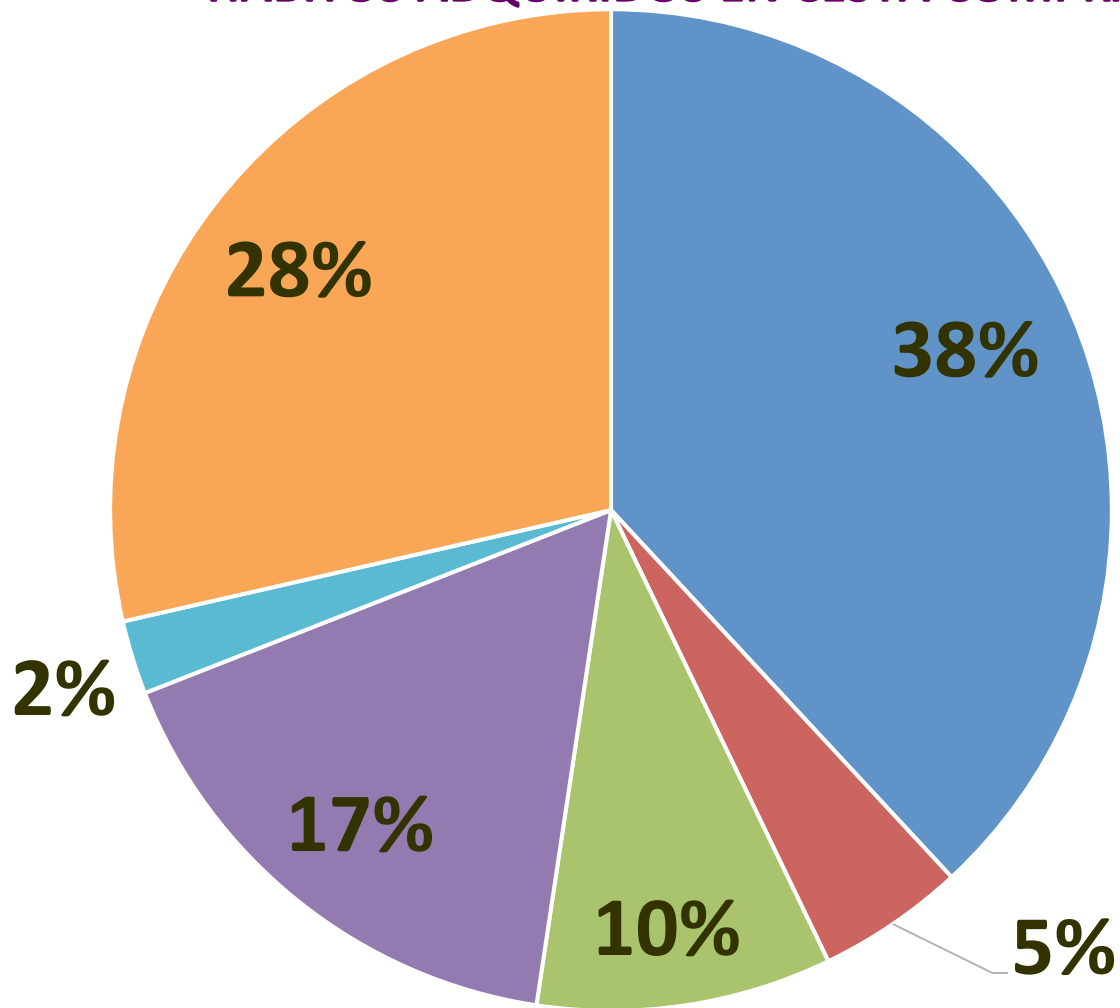
**¿SE ESTÁ REDUCIENDO EL CONSUMO DE
PLÁSTICO DE UN SOLO USO EN NUESTRA
CESTA DE LA COMPRA?**

Por el alumnado de Tecnología
de 3º ESO

1. ¿Ha modificado de algún modo su cesta de la compra en beneficio del planeta? ____ ¿En qué aspecto?



HÁBITOS ADQUIRIDOS EN CESTA COMPRA



■ Reutilización bolsas

■ Compra a granel

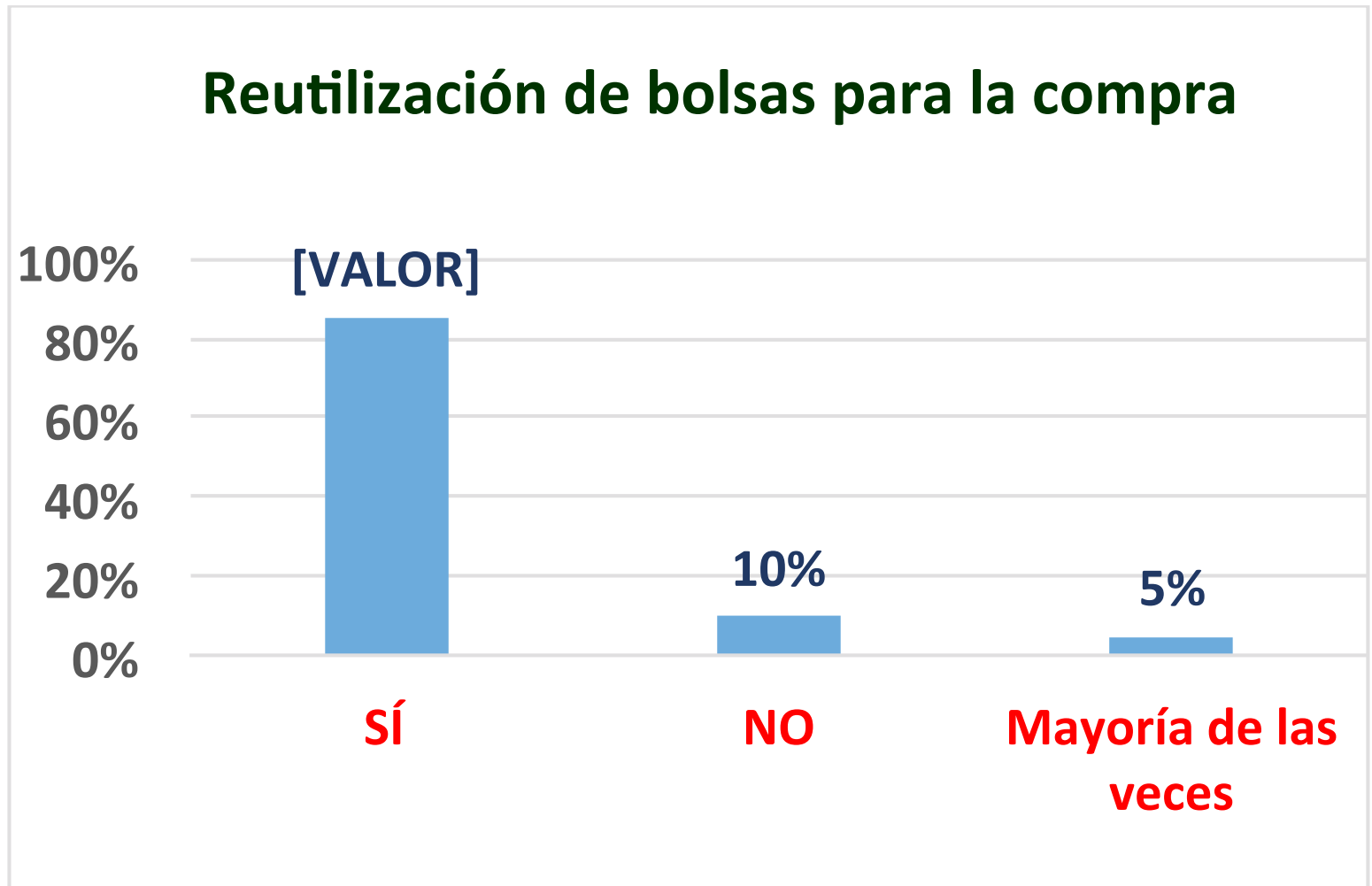
■ Compra prod. ecológicos

■ Mínimo plástico

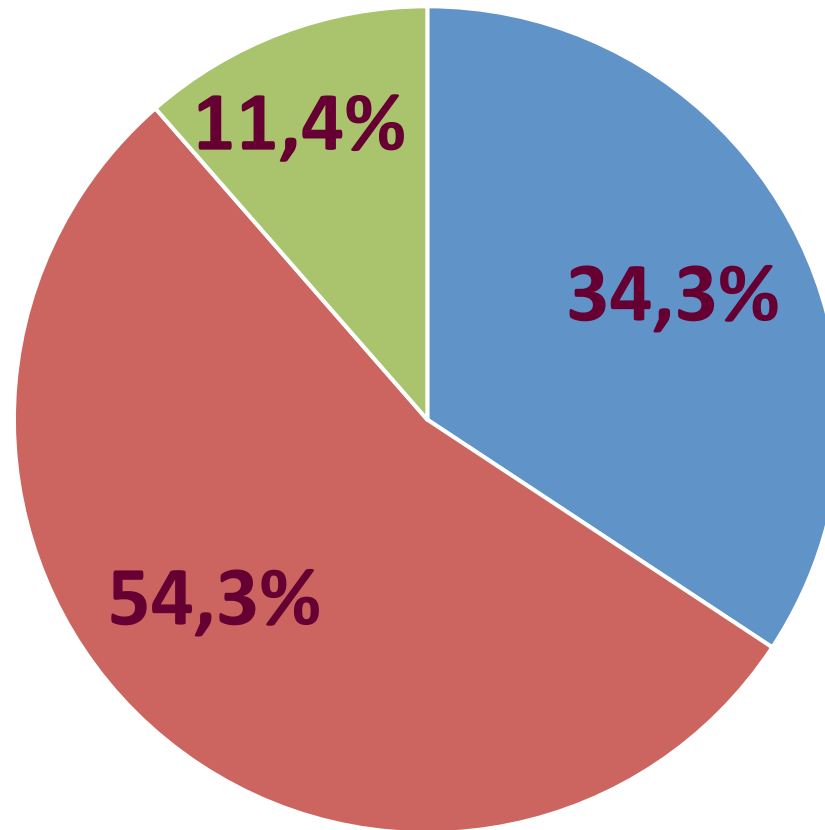
■ Env. biodegradable

■ NO ha cambiado hábitos

2. ¿Suele llevar bolsa cuando va a la compra? _____ ¿Por qué?

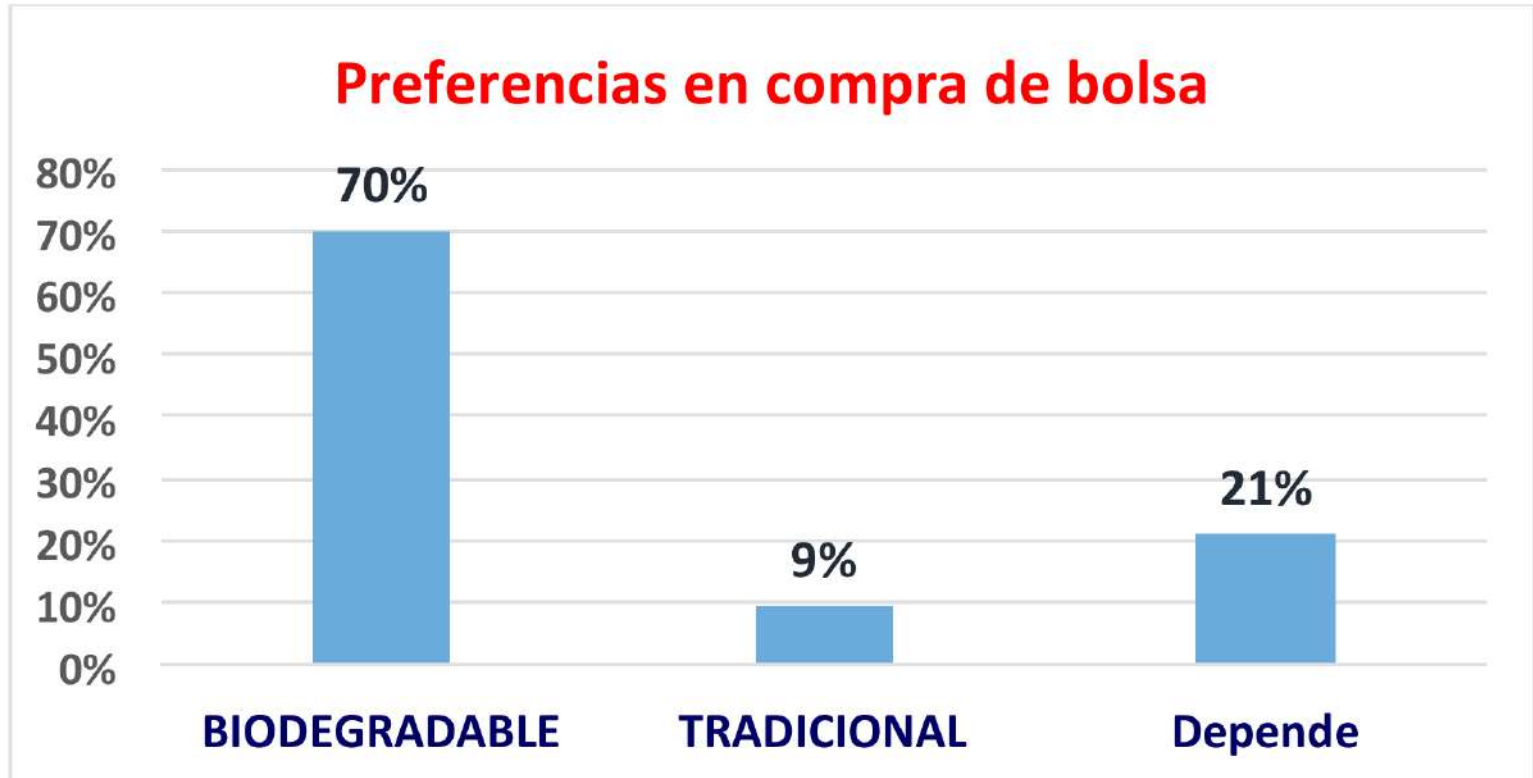


Razones para reutilizar bolsas en la compra



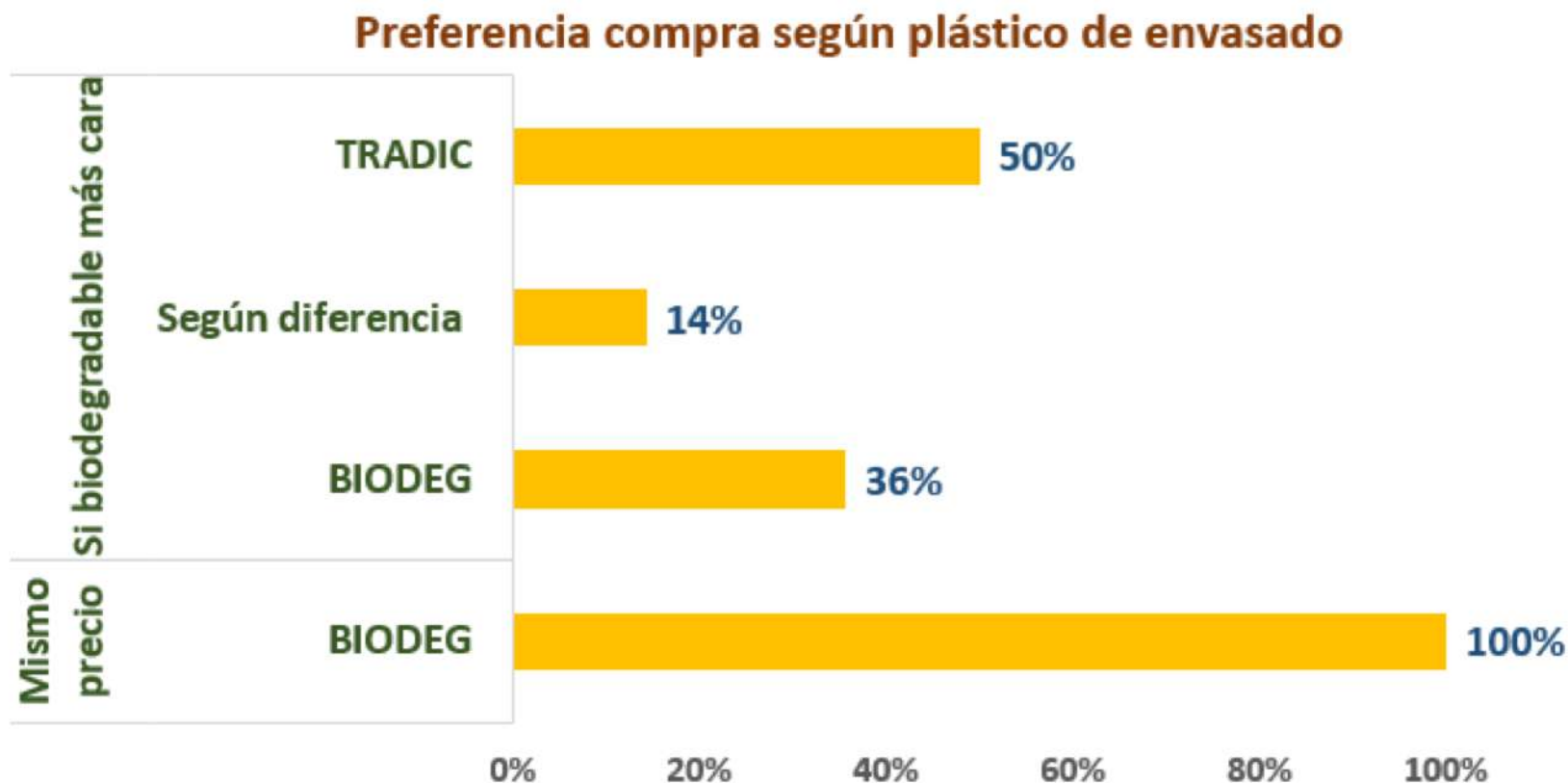
- **No gastar dinero y no consumir más plástico**
- **No consumir más plástico**
- **No gastar dinero**

3. Si tiene que comprar alguna bolsa, ¿prefiere que sea biodegradable o prefiere la bolsa tradicional?

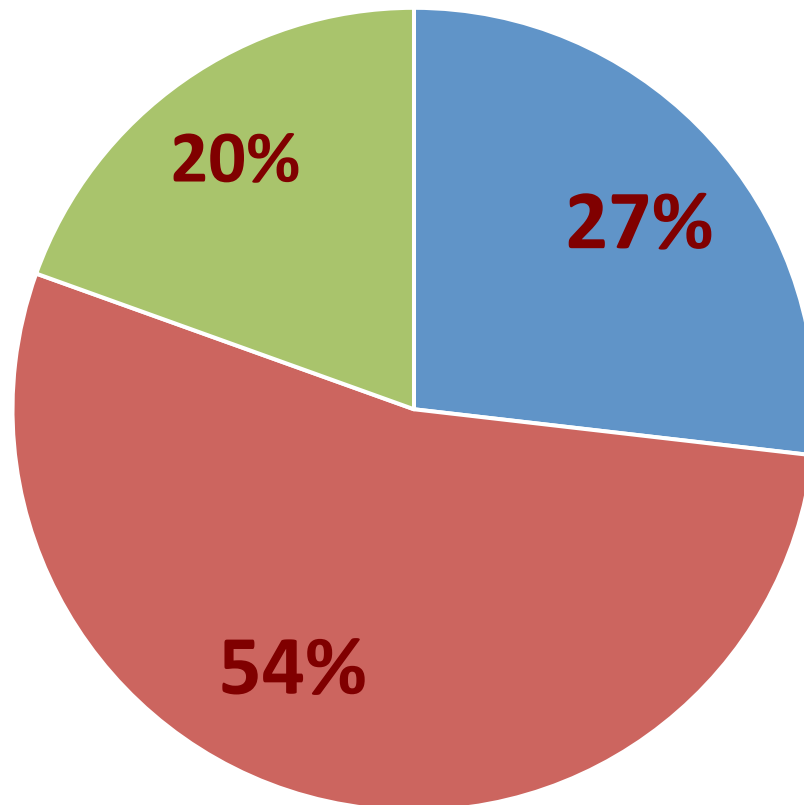


El porcentaje correspondiente a la categoría “depende” se justifica según precio y según posibilidad de reutilización (resistencia del material empleado).

4. Si un determinado producto se presenta en diferentes envases plásticos (plástico tradicional y plástico biodegradable), indique cuál elegiría usted en función del precio.



5. En su hogar, ¿se genera el mismo volumen de envases de plástico que hace cinco años?



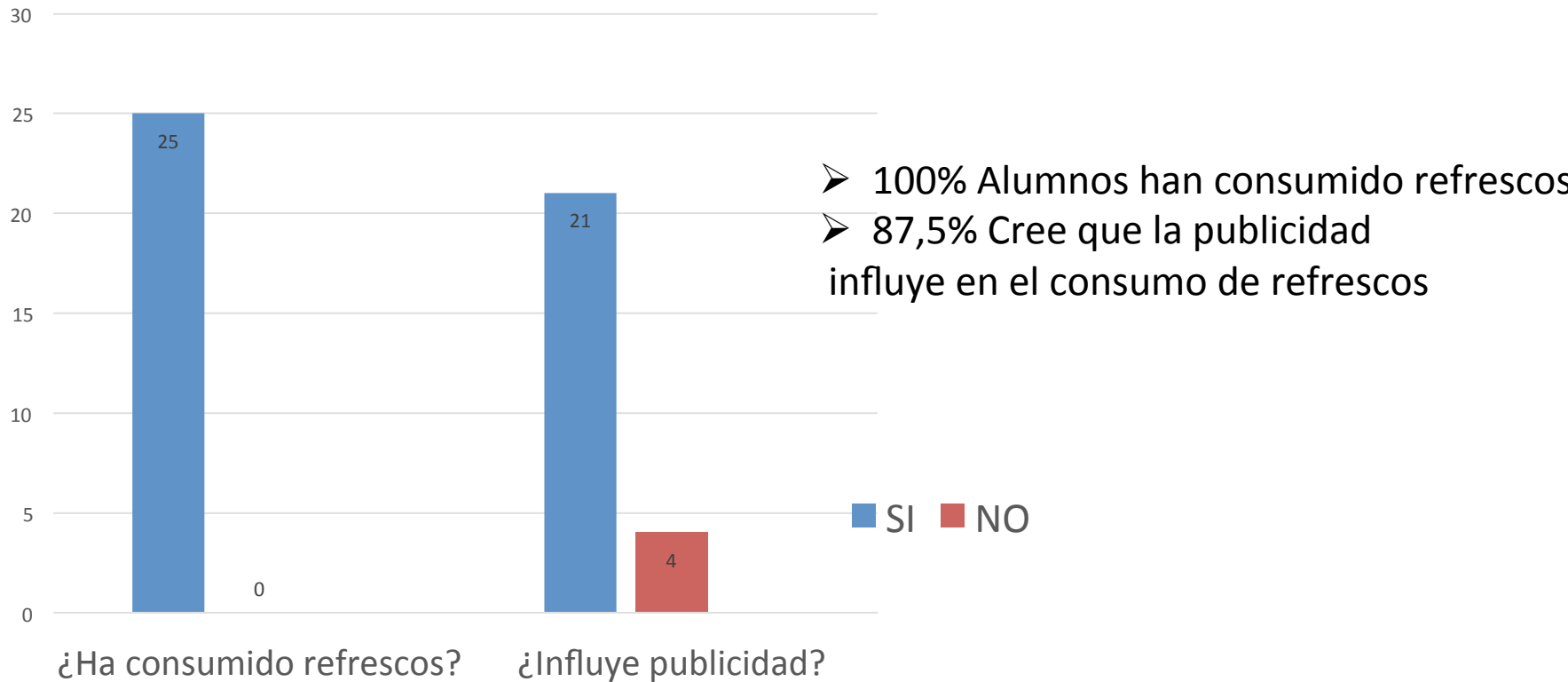
■ Aprox. el mismo ■ Menos ■ Más

REFRESCOS, ¿SON SALUDABLES? CONSUMO EN ADOLESCENTES

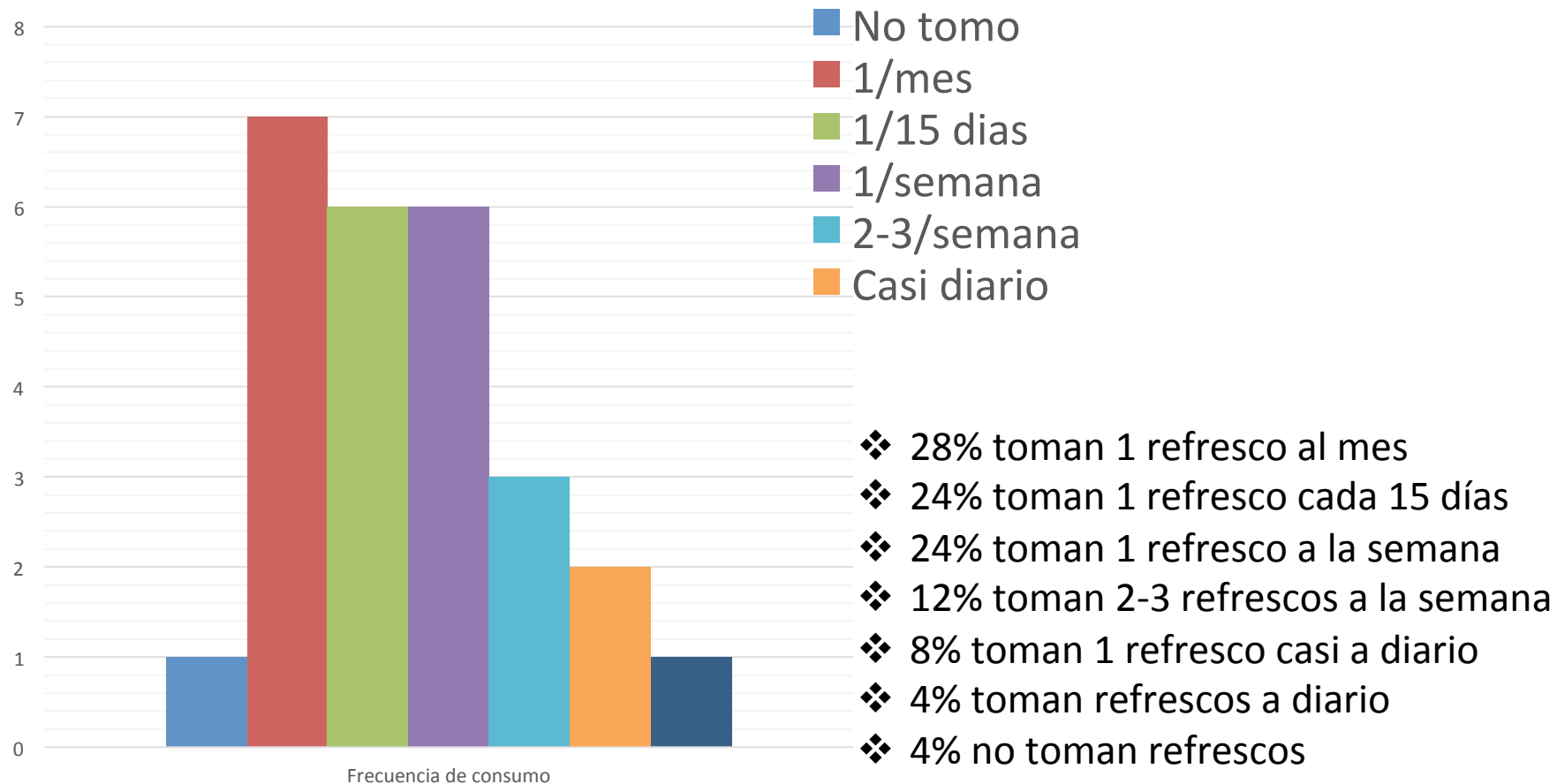
Nacho Jiménez Fernández

- Encuesta a 25 alumnos de 3º ESO A
- Propuesta originada en el comité ambiental
- Encuesta anónima autoadministrada
- 9 Preguntas con múltiples respuestas

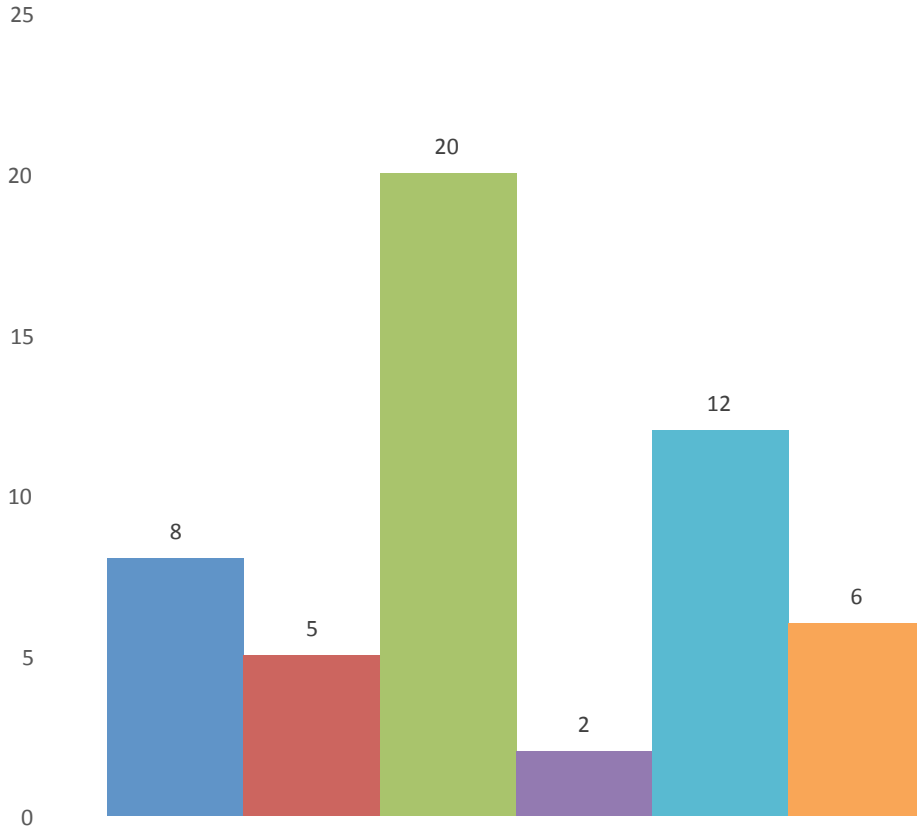
CONSUMO DE REFRESCOS EN ADOLESCENTES IES LA MADRAZA. 3º ESO A



¿Con qué frecuencia toman refrescos los alumnos?



¿En qué situación toman refrescos?

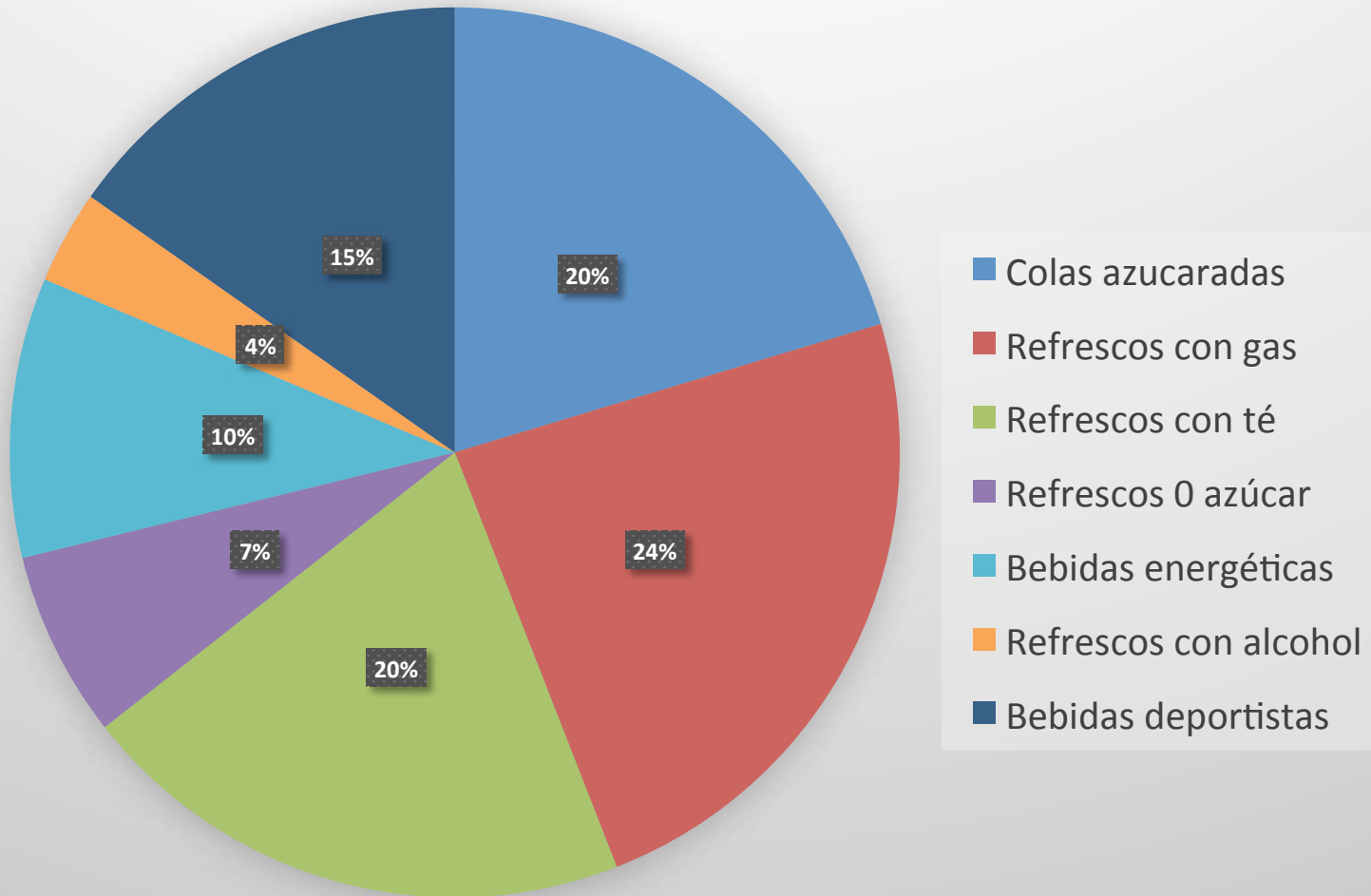


■ Almuerzo ■ Cena
■ Bar ■ Deporte
■ Parque/Calle ■ Cine

- ✓ Suelen tomar refrescos en bares o restaurantes o en el parque/ calle con los amigos
- ✓ Consumo social de refrescos

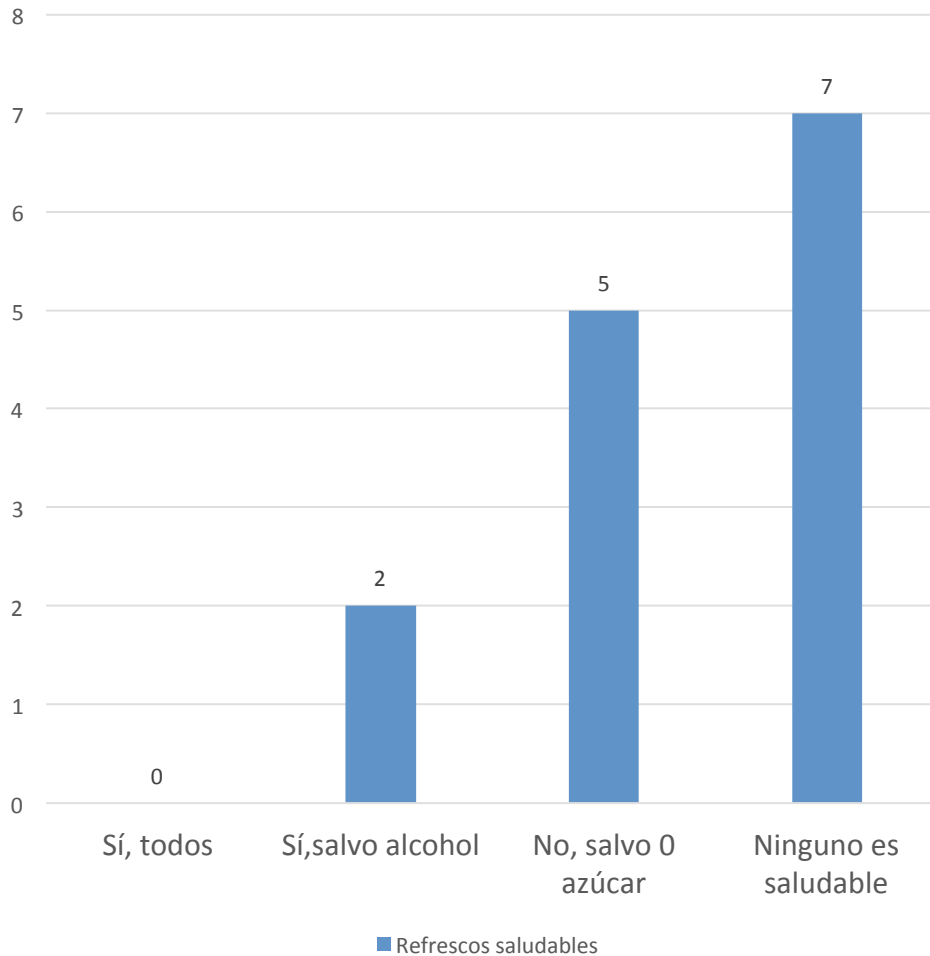
¿Qué tipo de refrescos toman?

¿Qué tipo de refresco tomas?



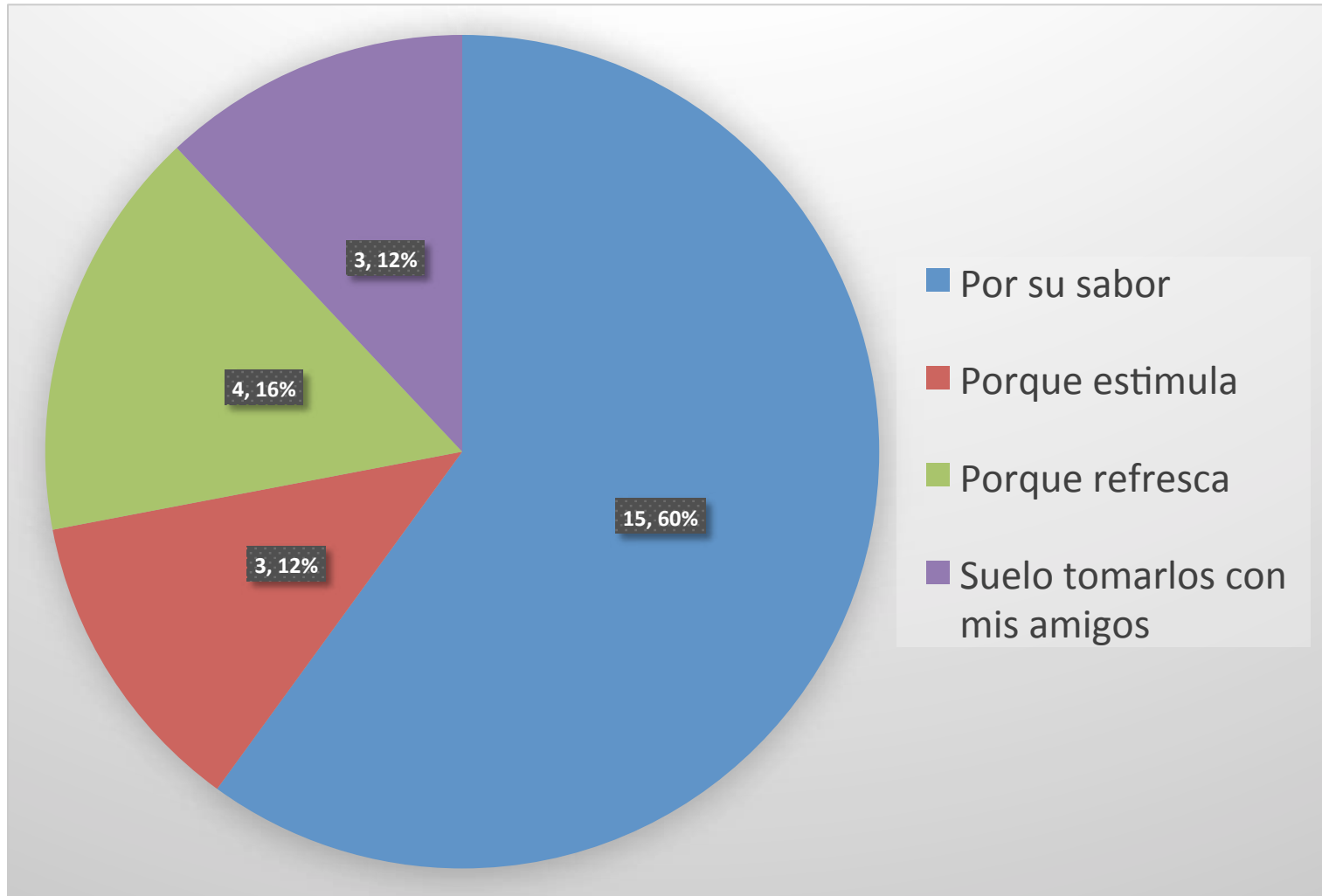
¿Creen que los refrescos son saludables?

¿Son los Refrescos saludables?



- 0% cree que todos los refrescos son saludables
- 36% Cree que no son saludables, salvo los 0% azúcar
- 14% cree que son todos saludables, salvo los que tienen alcohol
- 50% cree que ninguno es saludable, solo el agua

¿Por qué toman refrescos?



Situación en España



Menores de 9 años:

- 7% consume refrescos a diario,
- 16% casi todos los días (4-6 días a la semana)
- 58% algunos días (1–3 días a la semana).

Adolescentes:

- 50% de los adolescentes consumen al menos 1 bebida azucarada al día. Principalmente consumen **bebidas carbonatadas** tipo colas(67%)

¡LOS EFECTOS SECUNDARIOS DE TOMAR REFRESCO!



ASMA.

El benzoato de sodio tiene como consecuencias la aparición de asma y urticaria.



PÉRDIDA DE ESMALTE DENTAL.

Los ácidos y el azúcar lo disuelven fácilmente.

ENFERMEDADES RENALES.

El ácido fosfórico está relacionado con las piedras en los riñones y otros padecimientos renales.



PADECIMIENTOS CARDIACOS.

El jarabe de maíz está asociado con el síndrome metabólico, el cual aumenta el riesgo de diabetes y enfermedades cardíacas.



PROBLEMAS REPRODUCTIVOS.

Las latas tienen una resina con BPA, un químico cancerígeno que debilita el sistema endócrino, causando pubertad prematura y problemas reproductivos.

OSTEOPOROSIS.

El ácido fosfórico incrementa el riesgo de osteoporosis y fracturas de huesos.



OBESIDAD.

El consumo de bebidas carbonatadas ocasiona obesidad, lo cual a su vez causa enfermedades cardiovasculares.



DIABETES.

Las personas que consumen gaseosas tienen 80% más de probabilidades de desarrollar diabetes tipo 2.



Consumir un solo refresco al día incrementa la probabilidad de tener sobrepeso **27%** en adultos y **55%** en niños.

SON UNA BOMBA DE AZÚCAR



Evita el consumo de bebidas azucaradas

Doce cucharadas cafeteras de azúcar...

o más es lo que contienen las bebidas azucaradas más consumidas.

Consumir bebidas azucaradas...

incrementa el riesgo de padecer obesidad, diabetes y enfermedades cardiovasculares.

¡Hidrátate con agua!

comprobarás los beneficios en la salud y economía de tu familia.



Referencia:
<http://alianzasalud.org.mx/2016/04/10-acciones-para-ayudar-a-ninas-y-ninos-a-disminuir-el-consumo-de-bebidas-azucaradas>

Todo lo que no te han contado

BEBIDAS ENERGÉTICAS

AUTÉNTICAS BOOMBAS! PARA LA SALUD



Dependencia física: Crea síndrome de abstinencia, caídas, mal humor e inestabilidad.

Dependencia social y psicológica: Necesidad de consumirlas para la integración social.

¿Bebidas energizantes? ¡No, gracias!

La publicidad

de estas bebidas promete mejorar condiciones como el cansancio, y la concentración.

Pero algunos de sus contenidos...

pueden aumentar la presión sanguínea, el ritmo cardíaco y causar deshidratación.

¡Evítalas!

Si sientes que te falta energía hay otras opciones como beber agua con trozos de limón o naranja, o un café sin azúcar y un plátano.

Referencia:
<http://alianzasalud.org.mx/2015/04/bebidas-energizantes-verdades-para-decir-no-gracias/>



alianza por la salud alimentaria

¡Actúa por la salud!

Reino Unido empieza a prohibir la venta de bebidas energéticas a menores de 16 años

Un estudio reciente de la Universidad canadiense de Ontario revela que más de la mitad de los adolescentes afirman sufrir algún tipo de efecto adverso tras tomar este tipo de bebidas.



IMPACTO MEDIOAMBIENTAL

**Por tu salud y el medio ambiente:
No más bebidas azucaradas**

La producción

de bebidas azucaradas impacta al medio ambiente sobre todo en la disponibilidad de agua potable.

Para generar medio litro

se necesitan entre 170 y 310 litros de agua.

Este exceso

en el uso del agua pone en riesgo el suministro local y la calidad de agua potable.



Publicidad y refrescos

- Los menores españoles ven alrededor de 9.000 anuncios publicitarios al año.
- Gran parte están dedicados a bebidas azucaradas y refrescos.
- Palabras usadas: sabor, burbujas, sin azúcar o light, auténtico
- Emociones: disfruta, sé único, sentirte bien o felicidad



<https://www.youtube.com/watch?v=aKHIMM33KJ8>

GRACIAS Y...



BEBE MÁS AGUA

ENCUESTA SOBRE COMPRAS ONLINE

Investigación realizada con las respuestas de 26 estudiantes de **3º ESO B** que respondió a estas cuestiones:

- **¿Hacías compras online durante el confinamiento? ¿Qué cantidad?**
- **¿En la actualidad haces compras online? ¿Qué cantidad?**

COMPRAS ONLINE: RESULTADOS

Durante el confinamiento...

- El 27% de la clase compró online MUCHO
- El 15% realizó un consumo online MEDIO
- EL 31% compró POCO online
- El 8% compró MUY POCO online
- EL 19 % no compró NADA online.

Después del confinamiento...

- El 46 % compra online MUCHO MÁS que antes.
- Como antes: 19 %
- Menos que antes: 11 %
- Nada: 19%

COMPRAS ONLINE: CONCLUSIONES

- Las compras online han aumentado desde el confinamiento.
- La gente se ha habituado a comprar online y lo tienen como algo cotidiano.
- Inconvenientes del comercio online:
 - Hay errores de tallas, de pedido...
 - Retrasos en la entrega.
 - Mala calidad.
 - Más posibilidad de estafa.
 - Mayor impacto ambiental por el transporte, el exceso de embalaje, etc.

PRINCIPALES EMPRESAS DE VENTA ONLINE: MUTIPRODUCTOS Y MARKET PLACE

- Amazon: 382.700.000
- El Corte Inglés: 94.600.000
- Aliexpress: 57.400.000
- Ebay: 44.600.000
- Media Markt: 30.200.000
- Oferplan: 14.000.000

PRINCIPALES EMPRESAS DE VENTA ONLINE DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

- Carrefour 35.700.000
- Lidl 12.300.000
- Alcampo 7.500.000
- Mercadona 5.300.000
- Hipercor 4.300.000
- Glov 3.400.000

Los alumnos y alumnas de 4º ESO B hemos estudiado el comercio local para poder hacer compras de la forma más responsable posible.



Este es el barrio Albayda, donde se encuentra el IES La Madraza, en la zona norte de la ciudad de Granada





AVENIDA JUAN PABLO II



IES LA
MADRAZA

AVDA. MIRANDA DÁVALOS

El comercio se concentra en la Avenida García Lorca y en c/ Luis de Narváez-Ovidio. El resto de las calles son residenciales, sin apenas tiendas.

Predominan los bares, las peluquerías-estéticas y las panaderías. No hay tiendas de electrodomésticos ni de ropa (salvo una de deporte)



Es un barrio nuevo y no hay tanto comercio como en otras zona de la ciudad.

mi granito de
avena

alimentación
ecológica
granel
zero waste
dietética

migranitodeavena.com

Una tienda ejemplar:

- Productos ecológicos
- De cercanía
- Sin plásticos
- Venta a granel



AZAFRÁN Y CANELA

¿Cómo surgió el negocio? Entre un socio y yo hace un tiempo. A los dos nos gustaban las plantas medicinales y teníamos dinero ahorrado.

¿Qué vendes en la tienda? Vendo té, plantas medicinales, plantas aromáticas, miel, herbolario, aloe vera...

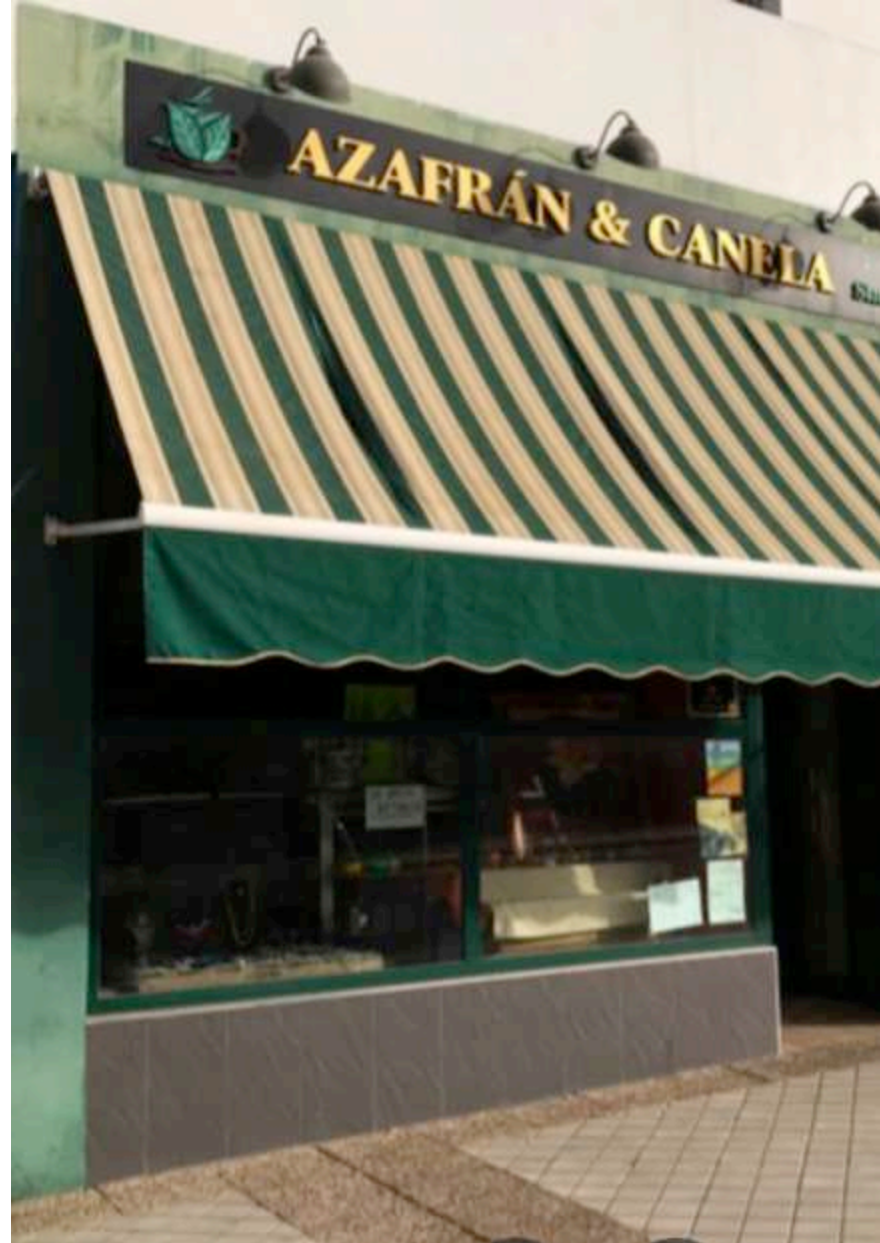
¿De dónde vienen tus productos? Los productos vienen mayoritariamente de España aunque también algunos del extranjero.

¿Cómo son los productos? Los productos no son ecológicos ya que serían de baja calidad y prefiero menos ecológicos y de mayor calidad.

¿Usas mucho plástico? No, solo el que traen los envases. Reciclo muchísimo.

¿Cómo son tus clientes? Suelen ser los mismos siempre, fieles.

¿Te va bien el negocio? Llevo ya aquí algunos años y no tengo queja.



Entrevista por Raquel Céspedes
y Maribel Píñar

ENTREVISTA PANADERIA GELOMI

¿Qué tipo de productos vende aquí?

En general vendemos todo tipo de productos de alimentación ya hecha. Como puede ser todo tipo de dulces caseros, algunos productos salados como panini, refrescos, todo tipo de snacks, pero sobre todo pan de todos los tipos.

¿Cuál es el origen de los productos?

Todos los productos de bollería y pan son locales y elaborados en un obrador cercano. Sin embargo, los productos como snacks y refrescos vienen de sus fábricas en otras partes de España.

¿Qué envases utiliza para sus productos?

En los productos de bollería estamos obligados a utilizar envases de papel pero muchos otros productos ya vienen envasados de fábrica y por desgracia es con plástico.

¿Cómo son sus principales clientes?

La mayoría de mis clientes es gente cercana que vive en este barrio. Tengo mucha clientela muy joven que suelen llevarse dulces y refrescos. También vienen gente más mayor que suelen llevarse todo tipo de pan. La mayoría de veces mantengo una buena relación con los clientes.



¿De dónde vienen tus productos? Casi todos de España, pero unos pocos de Italia.

¿Cómo surgió tu negocio? Surgió porque me quedé en paro a los 55 años. Me gustaba mucho coser, etc. y llevé mi afición a profesión.

¿Qué tipo de bolsas utilizas? Todas de papel, pero algunas de plástico (muy pocas).

¿Tienes mucha afluencia de clientes? Bueno, los que tengo son clientes fieles, pero hay gente que después de siete años no sabe que existo.

¿En qué envuelves tus productos? Lo que puedo en papel celofán y lo que no en plástico.

¿Qué relaciones sociales hay en tu negocio? Te ayudo mucho a elegir lo que quieras porque se presta mucho en este oficio.

¿Tus lanas son ecológicas? Las telas no llegan a ser ecológicas, pero sí naturales porque son 100% algodón. Algunas lanas lo son, pero otras no porque se picarían por su composición.

¿Tienes algún problema al comprar tus productos? Sí, con el Covid, problemas de abastecimiento y suministro.

¿Tienes mucha competencia en la zona? No, de este género no hay más tiendas.

¿Te gustaría que tus productos no ecológicos lo fueran? No, porque económicamente son muy caros y en Granada son difíciles de comprar.

LA ESQUINITA DE TRINI

¿De dónde trae los productos? Se traen de obrador es decir son caseros

¿Cómo envasan sus productos? En bolsas de papel siempre, ya que esta prohibido en las panaderías envasar en plástico

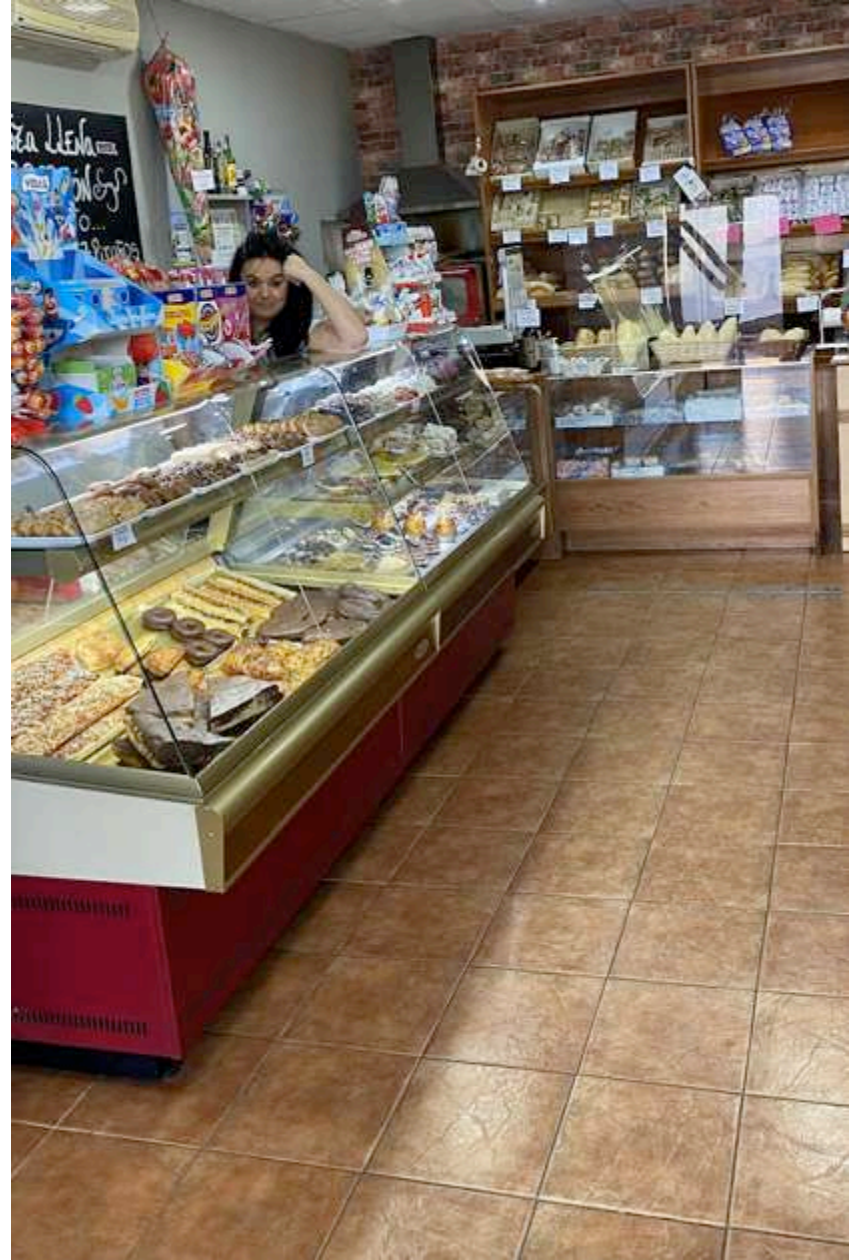
¿Qué tipo de clientes tienen? A partir de gente de 20 años para arriba, los niños casi nunca vienen a esta panadería

¿Tienen productos caseros? Tenemos productos caseros y artesanos, por ejemplo el pan esta hecho de masa madre.

¿Tienen productos para todo tipo de gente (vegetarianos, veganos, alérgicos al gluten...)? No, tenemos productos sin azúcar y algunas cosas sin gluten.

¿Utilizan bolsas de plástico? No, está prohibido

¿Tiene productos que fomentan la vida sana? No, muchas de estos productos son bollería, pero son más sanos hechos caseros que industriales, por ejemplo el pan no siendo industrial no perjudica como otro.



Entrevista por Celia Abril
y Elena Pérez

PANADERÍA LOS ALMENDROS

¿De dónde son los productos? De otros obradores, no son productos propios se abastece de otros obradores

¿Los productos son caseros? Sí.

¿De qué están hechos los envases en los que guardáis los productos? De plástico y cartón salvo el pan que viene en canastas.

¿Cómo es la relación con los clientes? Muy buena, agradable con los vecinos del barrio

¿Notas que tienes competencia con las grandes empresas como Mercadona? No tengo competencia con otras grandes superficies porque son productos que ellos no tienen y la gente del Mercadona, por ejemplo, viene aquí a comprarle.

¿Los productos son ecológicos? ¿Te gustaría que lo fueran?

Algunos sí y no ya que es complicado y un proceso lento eliminar el plástico ya que ayuda a transportar y conservar en buen estado el producto.



Entrevista por Claudia Cantero
y Eva Cañas

También visitamos un supermercado para compararlo con las pequeñas tiendas de barrio.



VENTAJAS DEL COMERCIO LOCAL SEGÚN 4º ESO B

BENEFICIOS PARA CONSUMIDORES/AS

- **Comodidad y cercanía:** podemos ir andando. En caso de un artículo defectuoso es más sencillo volver y descambiarlo.
- Trato directo (a diferencia de las tiendas online) y por personas expertas ya que cada comercio está especializado en algo.
- **Atención personalizada:** me conocen y me aconsejan según mis gustos. La relación es de confianza y suelen ser amables.
- En el caso de productos alimentarios es más probable que sean **frescos** y te informan de su procedencia.
- **Gasto menor y racionalización de las compras.** Suelen comprar lo que necesitas y poco a poco, mientras que en los grandes almacenes sueles llevarte muchas cosas, aunque no las necesites, para evitar hacer tanto recorrido.
- Cuanto más consumimos en el pequeño comercio más tiendas surgen, lo cual nos favorece.

VENTAJAS DEL COMERCIO LOCAL SEGÚN 4º ESO B

BENEFICIOS SOCIALES

- Al comprar en el comercio local fomentas el **empleo** de tus vecinos y vecinas, generalmente empleo más estable y de mayor calidad que el de las grandes superficies comerciales.
- Los impuestos que pagan los pequeños comercios repercuten en el Ayuntamiento que, a su vez, los puede invertir en **la mejora de la localidad.**
- Mejora la economía general de tu pueblo o barrio.
- El pequeño comercio es un **lugar de encuentro y relaciones sociales.** Permite conocer nuevas personas y crea comunidad.
- El comercio local participa en la vida del pueblo o del barrio.

VENTAJAS DEL COMERCIO LOCAL SEGÚN 4º ESO B

BENEFICIOS AMBIENTALES

- Al ir andando a las tiendas y no usar el coche se evita la **contaminación** atmosférica y el cambio climático.
- Si los productos, sobre todo alimentarios, son de la comarca también se reduce la contaminación.
- En el comercio local se usan menos **plásticos**, sobre todo, en el envasado de alimentos. Algunas tiendas de barrio venden a granel y quien compra lleva sus propios envases.

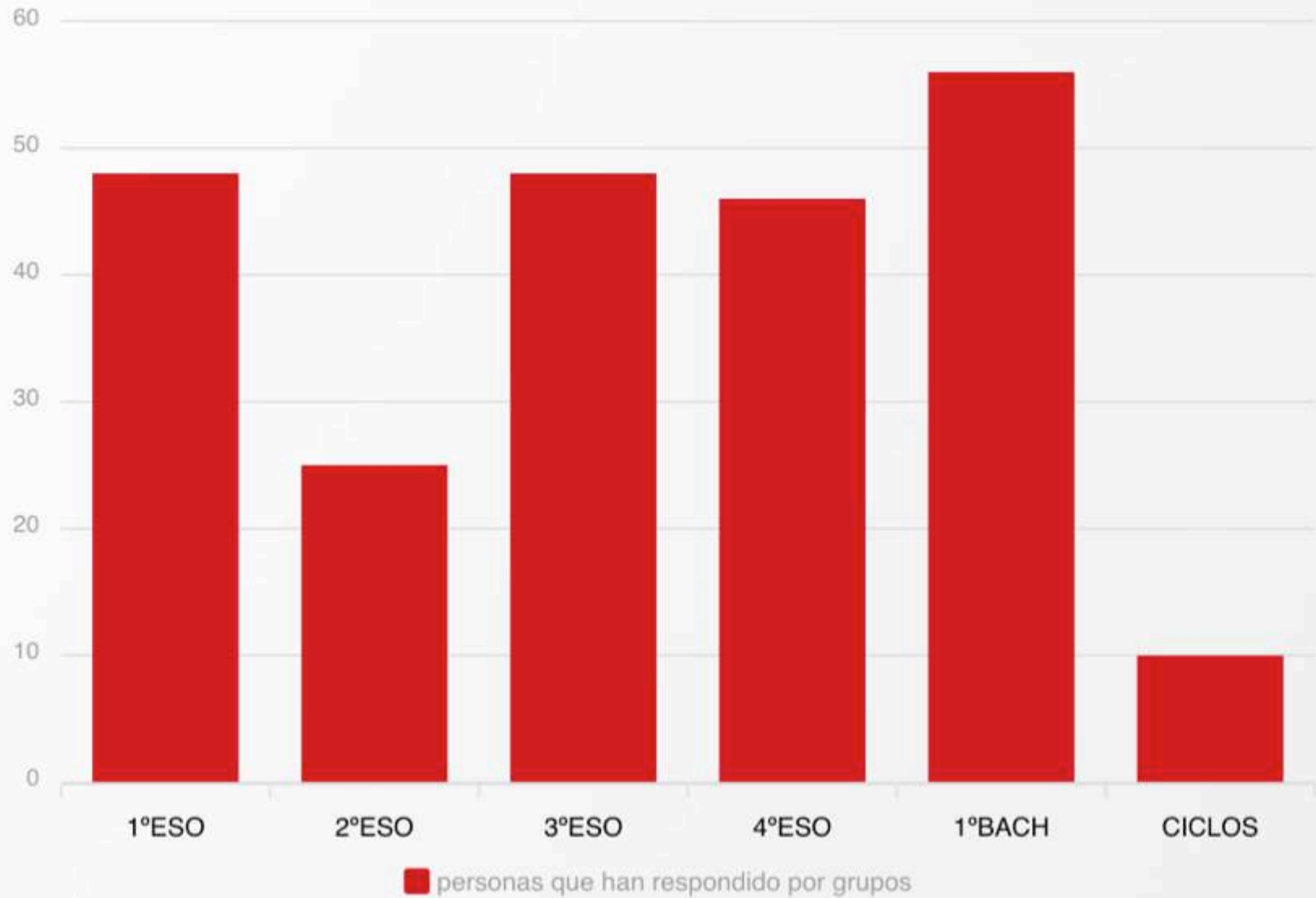
CONSUMO DE CHUCHERÍAS

Realizado por 4ºA

ÍNDICE

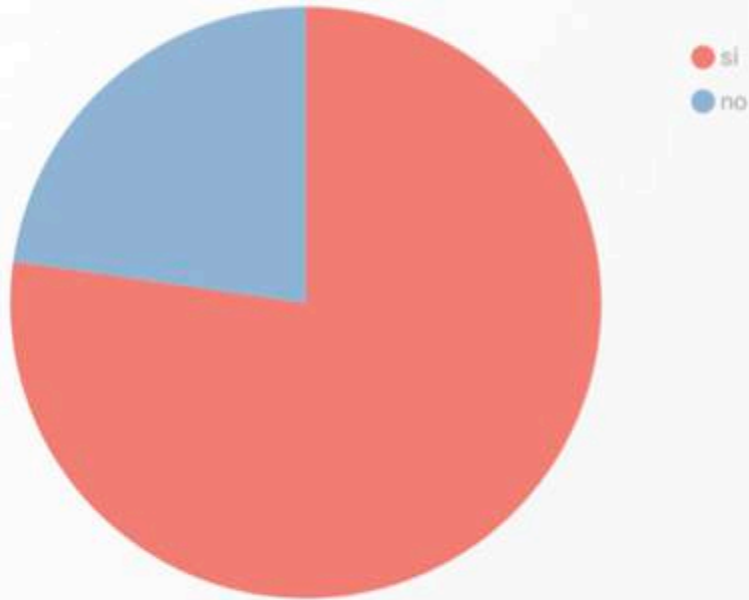
1. Estadísticas
2. Conclusiones de las estadísticas
3. Concienciación
4. Conclusión

ESTADÍSTICAS

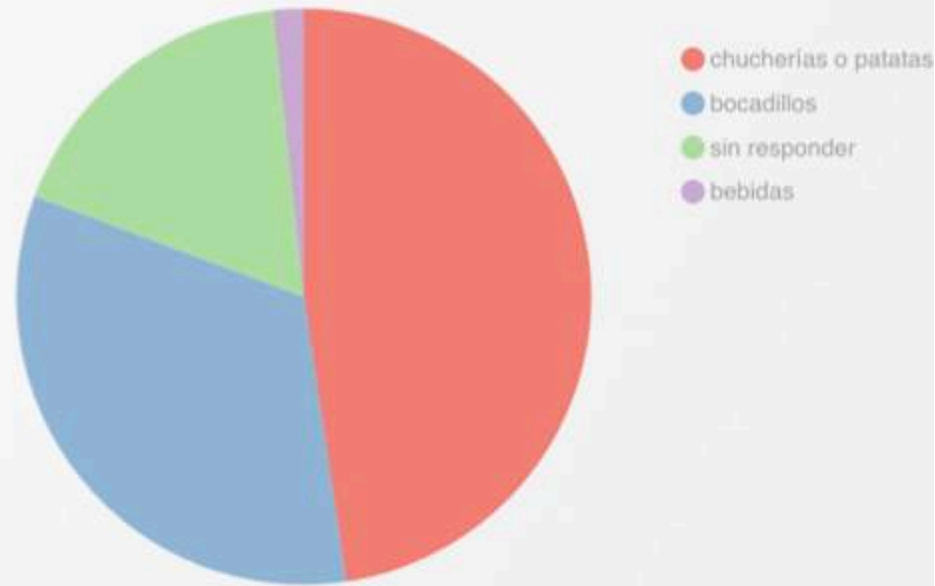


ESTADÍSTICAS

1. ¿Compras algún producto en la cafetería?

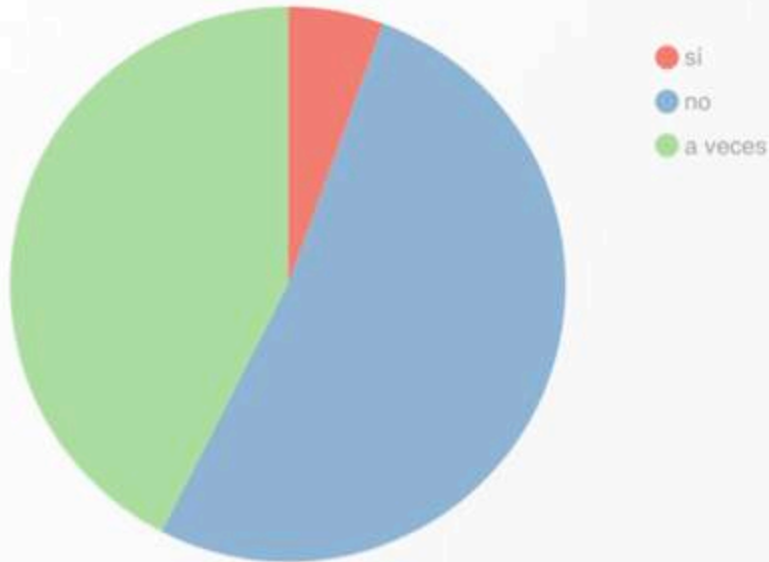


2. En caso afirmativo que producto compras más.

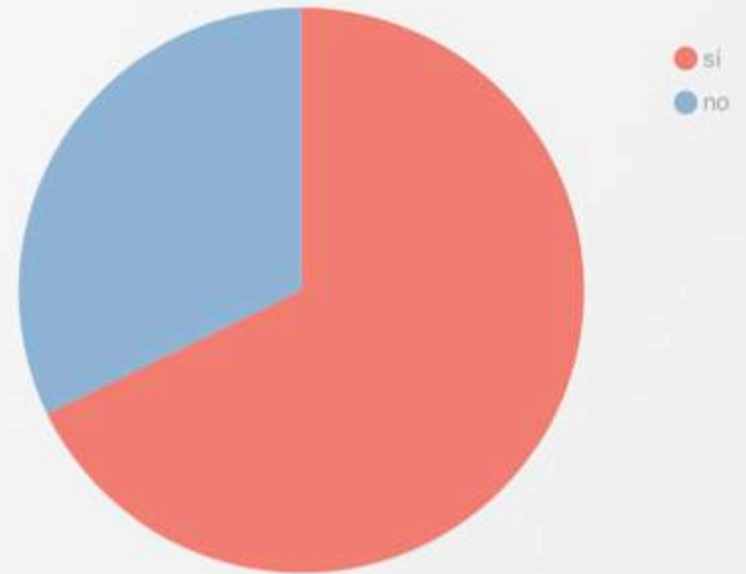


ESTADÍSTICAS

3. ¿Compras tu bocadillo en la cafetería en vez de traerlo de casa?

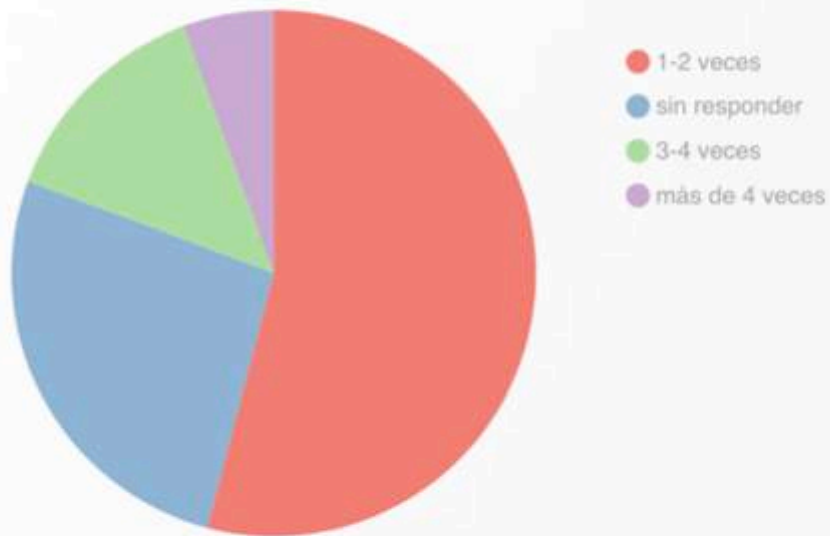


4. ¿Consumes chucherías en el instituto?

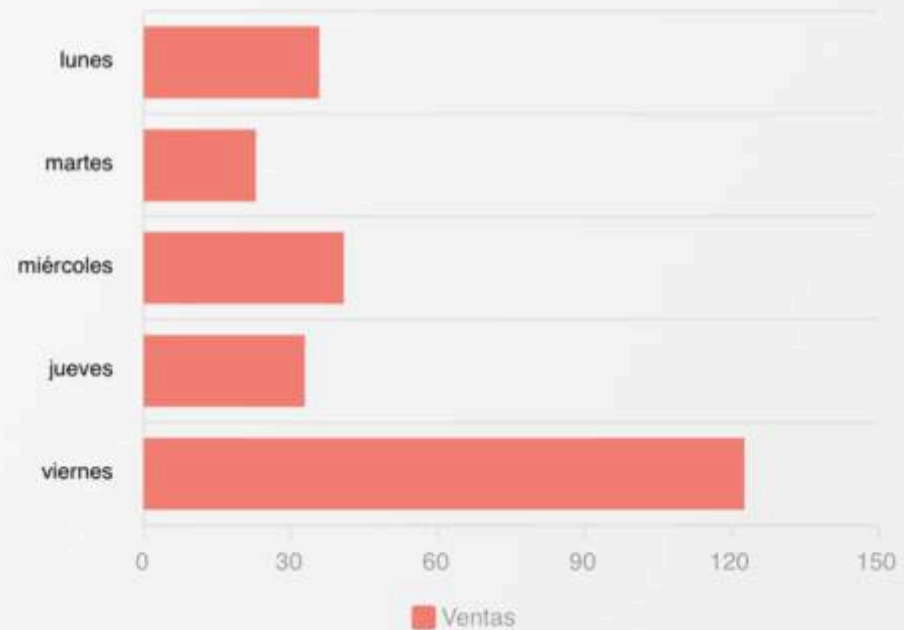


ESTADÍSTICAS

5. ¿En caso afirmativo cuantas veces a la semana?

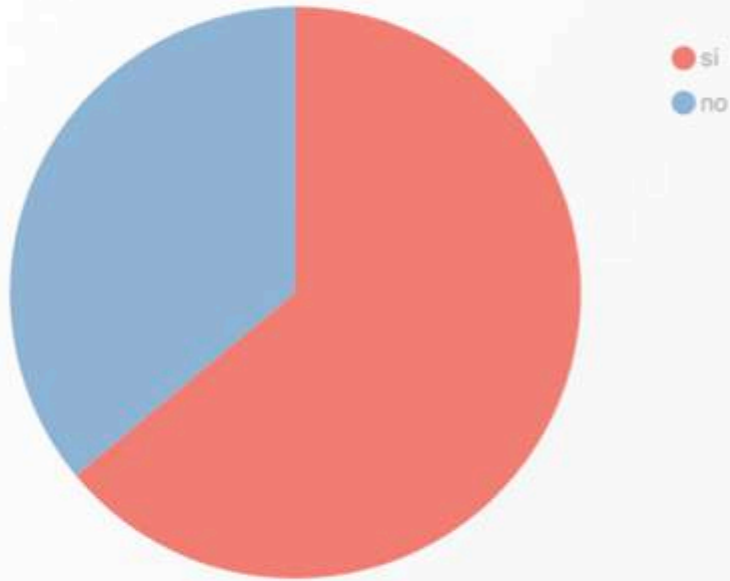


6. ¿Qué día de la semana compras más chucherías?

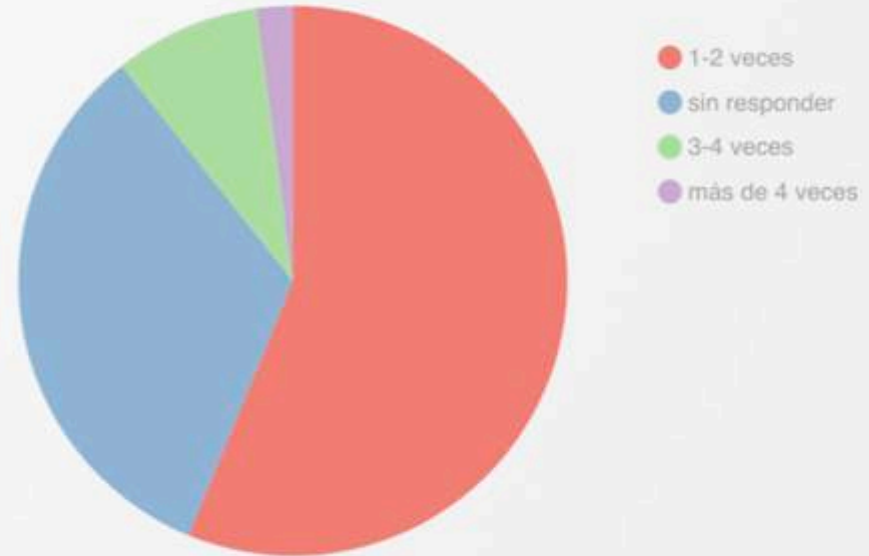


ESTADÍSTICAS

7. ¿Compras fuera del instituto?

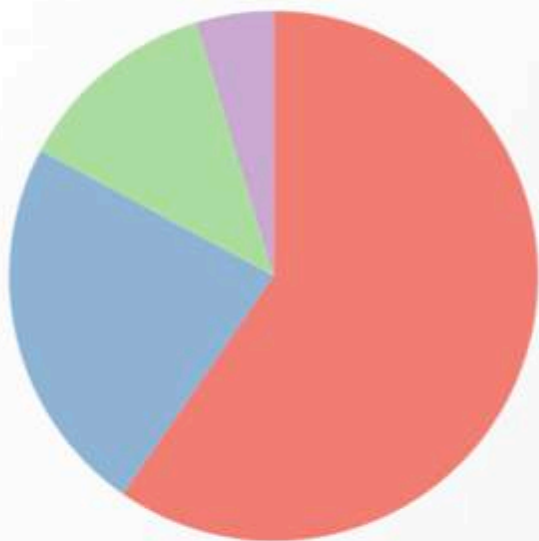


8. En caso afirmativo, ¿cuántas veces a la semana?



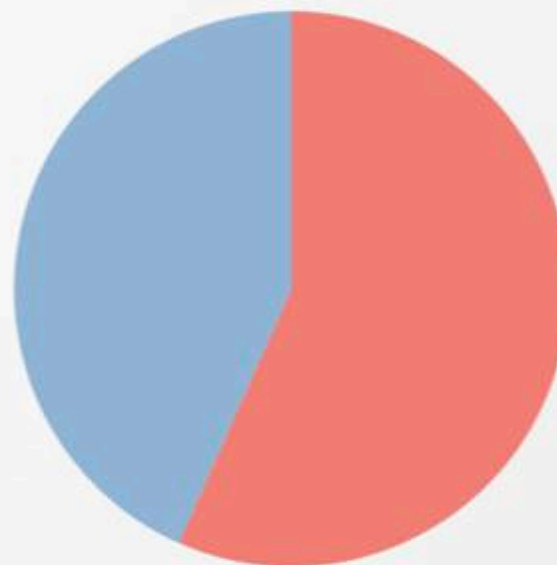
ESTADÍSTICAS

9. ¿Qué cantidad de chucherías compras normalmente (fuera o dentro del instituto)?



- 1 bolsa
- nunca compra
- 2 bolsas
- más de dos bolsas

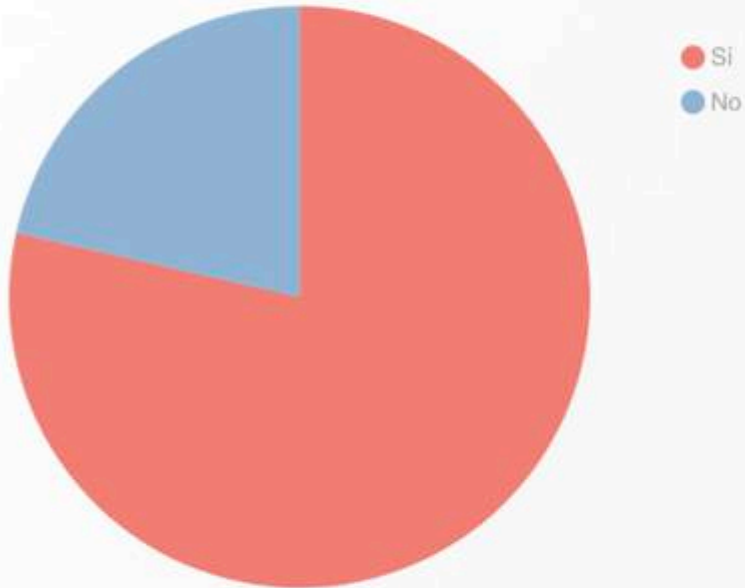
10. ¿Tienes en cuenta el consumo de azúcar al comer chucherías?



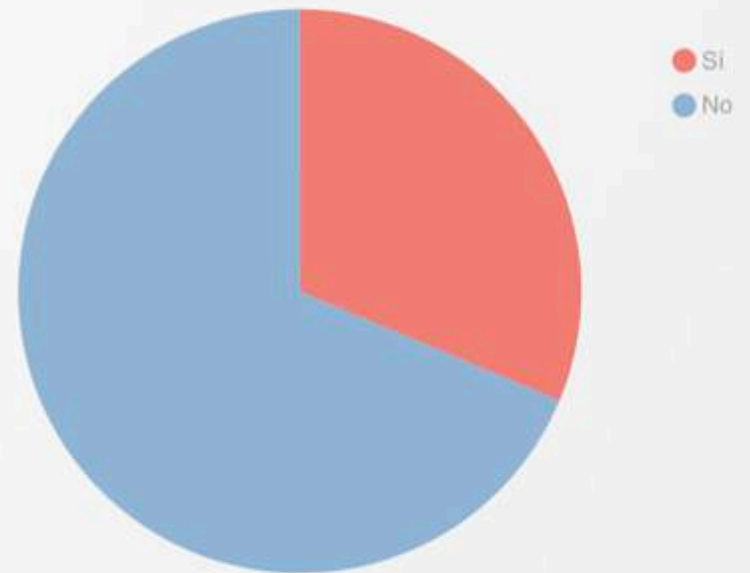
- Sí
- No

ESTADÍSTICAS

11. ¿Te consideras una persona sana?



12. ¿Crees que deberías reducir tu consumo de chucherías?



Un consumo muy elevado de chucherías puede llevar a diferentes problemas:

- Puede causar caries
- Diabetes
- Hambre descontrolada
- Insuficiencia renal
- Enfermedades cardiovasculares
- Mala alimentación.
- Sobrepeso

CONCIENCIACIÓN





CONCLUSIÓN

- Hay que comer chucherías de manera moderada.
- Las chuches son calorías vacías.
- El 73% compra algún producto en la cafetería, especialmente el viernes.
- El 67,8 % compra chuches en el instituto.

INVESTIGACIÓN DEL ALUMNADO DE F.O.L CICLO FORMATIVO DE FARMACIA



Behind the Brands es una campaña de Oxfam que muestra lo que hacen las 10 mayores empresas de alimentación en sus cadenas de suministro con respecto a varios temas: agricultura, mujer, tierra, agua, clima, transparencia...

The image shows the homepage of the 'Behind the Brands' campaign. At the top, the title 'BEHIND THE BRANDS' is on the left, and navigation links 'Tomar acción', 'Acerca de', 'Marcas', 'Asuntos', 'Cuadro de mando de la empresa', and 'Noticias de la campaña' are in the center. The Oxfam logo is on the right. The main content area is a grid of brand logos. A large purple box in the center contains the text 'SELECCIONE UNA MARCA' and '¿Quién es el propietario de las'. The grid includes logos for brands like Knorr, Actimel, Pop-Arts, Pepsi, KitKat, Frosted Flakes, Coca-Cola, Wrigley, Slim-Fast, Cadbury, Patara's, Twinings, Green Giant, Pringles, Mazola, Lipton, Oreo, Nescafé, Tropicana, Hiogen-Dats, Toblerone, Lay's, Nesquik, Sprite, Bimberry's, Minute Maid, Trident, Betty Crocker, Danon, Evian, Doritos, 7UP, Fanta, Volvic, Pureit, SNICKERS, Special K, Hellmann's, Old El Paso, Galaxy, Milka, Kellogg's Corn Flakes, BoxTrot, Ovaltine, Dasani, Cheerios, Uncle Bens, M&M's, Maggi, and Ryvita. At the bottom, there is an Oxfam logo, navigation links 'Aliados y socios', 'Términos y condiciones', 'Política de privacidad', and 'Mapa del sitio', and the Grow logo with the tagline 'FOOD. LIFE. PLANET.'.

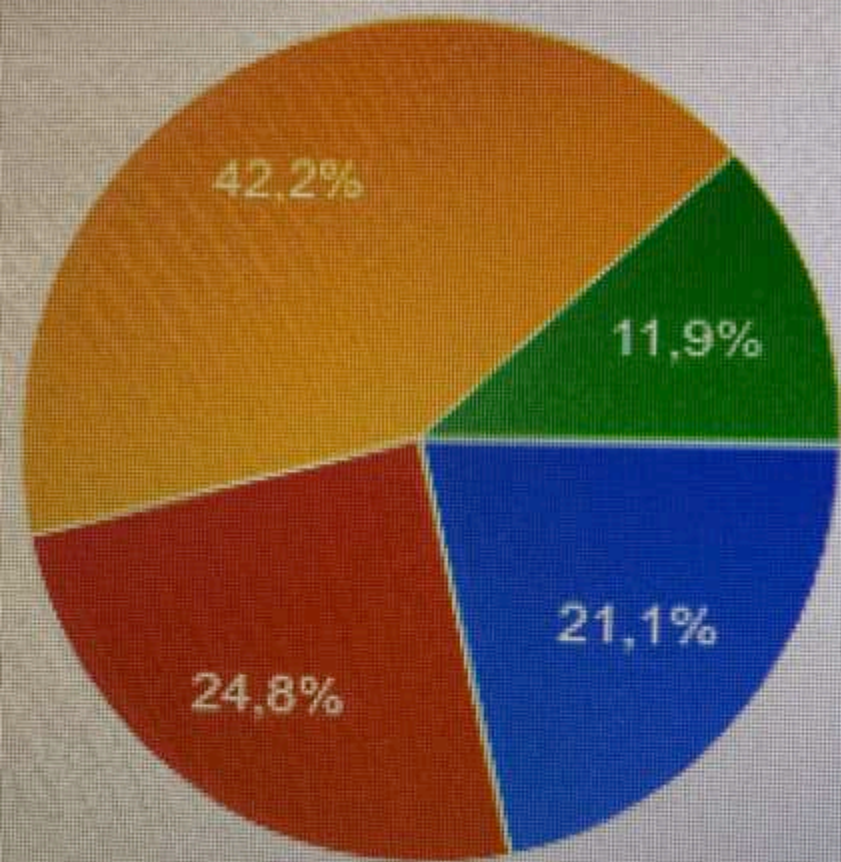
	Compañía	Puntaje	Tierra	Mujer	Agricultores	trabajadores	Clima	Transparencia	Agua
1	 Unilever	74 %	7	6	8	8	9	7	7
2	 Nestlé	69 %	8	5	7	6	8	7	7
3	 Coca-Cola	57 %	8	6	3	6	6	5	6
4	 Kellogg's	53 %	5	6	5	3	8	5	5
=5	 MARS	49 %	4	5	5	4	6	6	4
=5	 PEPSICO	49 %	7	4	3	3	7	5	5
7	 Mondelēz	41 %	4	6	4	4	5	4	2
8	 GENERAL MILLS	40 %	2	3	3	3	6	5	6
=9	 Associated British Foods plc	36 %	5	3	3	4	4	3	3
=9	 DANONE	36 %	2	2	3	3	6	5	4

ENCUESTA SOBRE EL USO RACIONAL DE ANTIBIÓTICOS

Marta Cervera y Gema Martínez (2º Farmacia A)

Hemos realizado una encuesta a 114 personas para comprobar el uso de los antibióticos en la población:

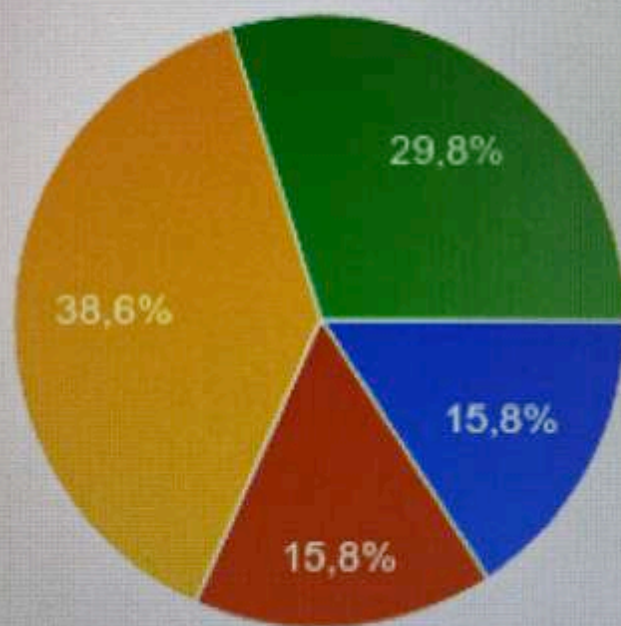
- 42,2% son familiares.
 - 24,8% son profesores/as.
 - 21,1% son alumnos/as.
 - 11,9% son amigos/as.
-
- Sobre la edad:
 - El 38,6% tienen entre treinta y cincuenta años.
 - El 29,8% tienen más de cincuenta años.
 - El 15,8% tienen entre doce y dieciocho años.
 - Y el 15,8% tienen entre dieciocho y treinta años.



- Alumno/a.
- Profesor/a.
- Familiar.
- Amigo/a

1. ¿Qué edad tiene?

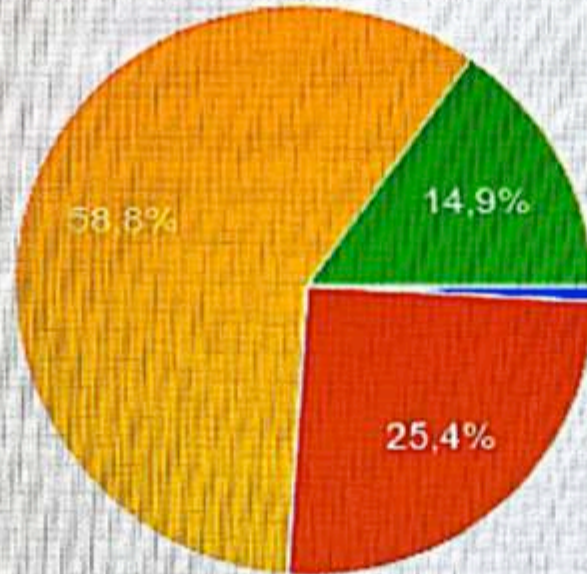
114 respuestas



- 12 - 18 años.
- 18 - 30 años.
- 30 - 50 años.
- + 50 años.

7. ¿Cada cuánto tiempo va usted al médico?

114 respuestas



- 1 vez a la semana.
- 1 vez al mes.
- 1 vez al año.
- Nunca.

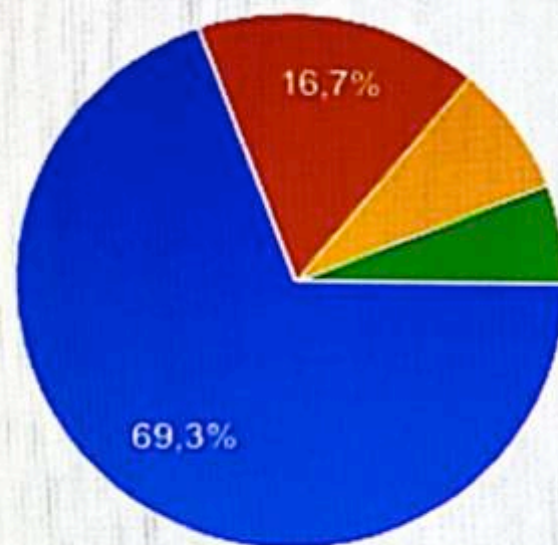
ENCUESTA SOBRE EL USO RACIONAL DE ANTIBIÓTICOS

- Son mujeres el 70% y el 30% son hombres.
- El 81,6% no es fumador.
- El 66,7% de los encuestados no sufre patologías previas que si las sufre.
- Realizan actividad física:
 - El 31,6 % se define como sedentario.
 - El 28,1% hace ejercicio físico de dos a tres veces a la semana.
 - El 23,7% solo hace ejercicio una vez a la semana.
 - Y solo el 16,7% hace ejercicio todos los dias.
- El 53,5% reside en pueblo y el 46,5% reside en ciudad.
- Visitan al médico:
 - El 58,8% visitan al médico una vez al año.
 - El 25,4% una vez al mes.
 - Y el 14,9% no va nunca.



8. ¿Cuántas veces ha tomado antibiótico en los últimos 3 meses?

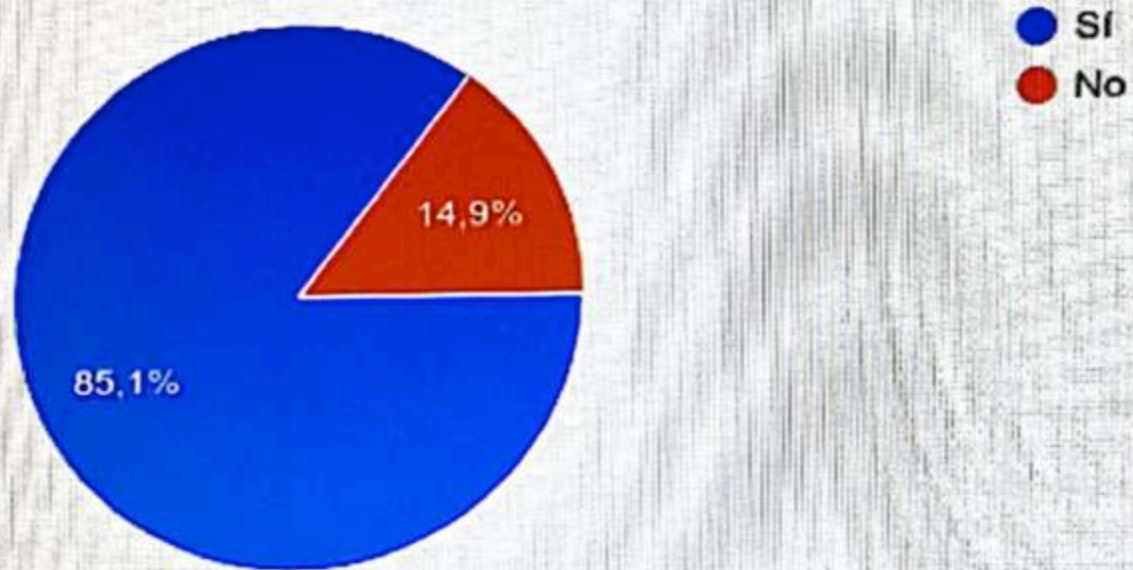
114 respuestas



- Nada.
- Muy poco (1 vez)
- Poco (2 veces)
- Mucho (3 o mas veces)

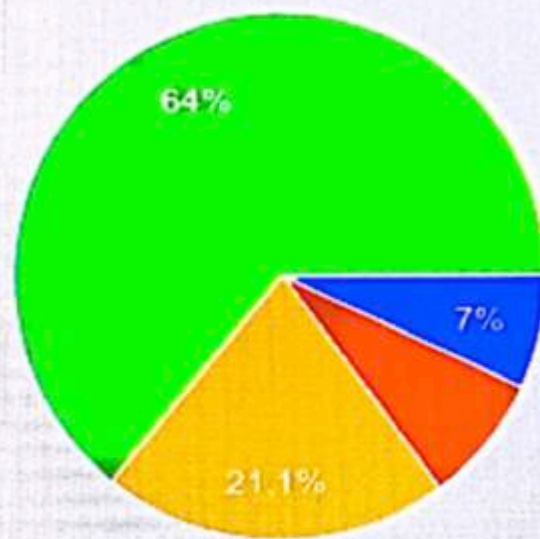
9. ¿Siempre que toma antibiótico lo ha consultado previamente con su médico?

114 respuestas



10. En que casos toma usted antibiótico:

114 respuestas



- Resfriado.
- Dolor de garganta sin fiebre.
- Fiebre.
- Otros.

ENCUESTA SOBRE EL USO RACIONAL DE ANTIBIÓTICOS

Se suele tomar antibiótico en los siguientes casos:

- **El 21,1% se lo toma cuando aparece fiebre.**
- **El 7% cuando tiene resfriado.**
- **Y el 7,9% lo toma por dolor de garganta sin fiebre.**
- **El 64% es por otros motivos, como la prescripción médica.**

Tras consultar estos datos hemos llegado a la conclusión de que la mayoría de los encuestados hacen un uso correcto de los antibióticos frente a una minoría que sí abusa de ellos.

USO IRACIONAL DE LOS MEDICAMENTOS

¿QUÉ ES?

→ EL USO DE MEDICAMENTOS Y ANTIBIÓTICOS NO CUMPLEN CON LOS REQUISITOS DEL BUEN USO DE TALES PRODUCTOS CAUSANDO UN RIESGO PARA LA SALUD

PROBLEMAS RELACIONADOS CON MEDICAMENTOS



LAS SUPERACIONES AUMENTAN LA DURACIÓN DE LAS HOSPITALIZACIONES, LOS COSTOS MÉDICOS Y LA MORTALIDAD

TIENEN AUTOLÍTICOS QUE NO SE HERRISCAN ACELERA EN APARICIÓN DE RESISTENCIAS A ESTOS MEDICAMENTOS, QUE ES UNA DE LAS PRINCIPALES CAUSAS PARA LA SALUD PÚBLICA

LAS SUPERACIONES POR PROBLEMAS RESISTENTES A LOS ANTIBIÓTICOS PUEDE AFECTAR A CUALQUIER PERSONA

DEBIDO A ESTAS RESISTENCIAS, LAS SUPERACIONES COMO NO PODRÁN TRATARSE

EL USO EXCESIVO DE LOS ANTIBIÓTICOS HACE QUE LAS BACTERIAS SE QUELLEN RESISTENTES

SON LAS PROPIAS BACTERIAS, QUE ADQUIEREN RESISTENCIA A LOS ANTIBIÓTICOS (NO LAS PERSONAS, NI LOS ANIMALES)





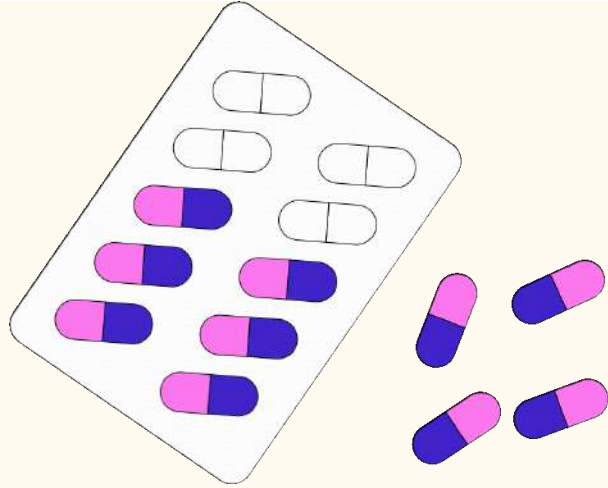
Uso racional de los medicamentos

Presentado por el Silvia Ruz, Manuel García





El uso Racional de Medicamentos (URM). Este concepto consiste en que los pacientes reciban la medicación adecuada a sus necesidades clínicas, en las dosis correspondientes, durante un período de tiempo adecuado.



El uso irracional mas común es el relacionado con los antibióticos

Los antibióticos son medicamentos que combaten las infecciones bacterianas en personas y animales. Funcionan matando las bacterias o dificultando su crecimiento y multiplicación.

=

El consumo indiscriminado de antibióticos puede hacer que pierdan eficacia. Asimismo, es posible presentar algún tipo de efecto secundario, ya que perturban el equilibrio interno del cuerpo.

- La resistencia a los antibióticos es hoy una de las mayores amenazas para la salud mundial, la seguridad alimentaria y el desarrollo.
- La resistencia a los antibióticos puede afectar a cualquier persona, sea cual sea su edad o el país en el que viva.
- La resistencia a los antibióticos es un fenómeno natural, aunque el uso indebido de estos fármacos en el ser humano y los animales está acelerando el proceso.
- La resistencia a los antibióticos prolonga las estancias hospitalarias, incrementa los costos médicos y aumenta la mortalidad.
- Cada vez es mayor el número de infecciones –por ejemplo, neumonía, tuberculosis, gonorrea y salmonelosis– cuyo tratamiento se vuelve más difícil debido a la pérdida de eficacia de los antibióticos.

Problemas digestivos (mala absorción o intolerancia alimentaria, pérdida de apetito, estreñimiento, gases, gastritis).

- Dificultad respiratoria, mayor riesgo de sufrir resfriados o gripe.
- Trastornos en la piel

- Dolores de cabeza o jaquecas.
- Sensibilidad a la luz solar

efectos secundarios del abuso de antibioticos

Uso de los antibióticos con el alcohol

Aunque el alcohol no reduce los efectos del medicamento Los antibióticos y el alcohol pueden causar efectos secundarios similares, como malestar estomacal, mareos y somnolencia.



Cachemira



Muchas gracias por vuestra atención
Esperemos que utiliceis
correctamente los medicamentos



USO DE LOS ANTIBIÓTICOS

¿Que provocan los antibióticos?

Matan o ralentizan el crecimiento de bacterias



USO ADECUADO

Para tomar correctamente un antibiotico, debemos seguir exactamente las indicaciones del medico, dosis y posología.

MAL USO

Al ingerir antibióticos de forma repetida e inadecuada , aumenta la resistencia bacteriana

CONSECUENCIAS DEL CONSUMO INAPROPIADO

HIPERSENSIBILIDAD

DEPENDENCIA O ADICCIÓN

INTOLERANCIA

INTOXICACIONES

FALTA DE EFECTIVIDAD

INTERACCIONES CON OTROS MEDICAMENTOS

SINTOMAS ALérgicos

RESISTENCIA A ANTIMICROBIANOS



MISUSE OF ANTIBIOTICS PUTS US ALL AT RISK



¡Esto no es una broma!

Usa los antibióticos con cabeza

Al tomar los antibióticos cuando no se debe, podemos provocar que nuestro organismo cree anticuerpos contra ellos, aparte de sufrir graves daños para la salud.

¡Consulte a su médico!



Lo mejor contra la gripe es mirar a los ojos a un husky siberiano durante 4 segundos



Lo mejor contra la gripe es cantar rancheras con una cabeza de unicornio



MERMELADAS DE FRESA



En este trabajo, vamos a analizar un total de 10 mermeladas de fresa diferentes de 5 supermercados, para ver cual es la más conveniente en relación calidad-precio.

Para ello, analizaremos varios aspectos importantes cómo su porcentaje en masa de azúcar y de fruta, si es ecológica, su fabricante, su precio kilo o si su fruta es de proximidad entre otros aspectos relevantes. Hemos analizado la mermelada más barata y más cara de cada supermercado



Mermelada de fresa Tiptree
Supermercado: El Corte inglés
Precio: 5,90€ Cantidad: 340 g Precio kilo:17,35€
Fabricante: Wilkin & Sons Ltd
Porcentaje de fruta y azúcar: Contiene 67 gramos de azúcar y 33 gramos de fresa por cada 100 g.
No es ecológica y está fabricada en Reino Unido



Mermelada de fresa El Corte Inglés
Supermercado: El Corte inglés
Precio: 1,7€ Cantidad: 410 g Precio kilo:4,15€
Fabricante: Helios, S.A
Porcentaje de fruta y azúcar: Contiene 40 gramos de azúcar y 60 gramos de fresa por cada 100 g.
No es ecológica, pero si de proximidad

Realizado por José B.,
Adrián, Carmen e
Ignacio
(1º Bachillerato)



Mermelada de fresa Darbo
 Supermercado: Alcampo
 Precio:3,28€ Cantidad: 250g Precio kilo;13,12€
 Fabricante: Ofistrade S.A.
 Porcentaje de fruta y azúcar: Contiene 32 gramos de azúcar y 80 gramos de fresa por cada 100 g, (12g de azúcar son naturales de la fresa)
 No es ecológica y su origen es Italia



Mermelada de fresa Auchan
 Supermercado: Alcampo
 Precio:0,97€ Cantidad:410 g Precio kilo;2,36€
 Fabricante: Helios S.A.
 Porcentaje de fruta y azúcar: Contiene 47 gramos de azúcar y 53 gramos de fresa por cada 100 g.
 No es ecológica, pero si de proximidad



Mermelada de fresa Veritas
 Supermercado: Eroski
 Precio:3,65€ Cantidad:330g Precio kilo;11€
 Fabricante: ECOVERITAS, S.A.
 Porcentaje de fruta y azúcar: Contiene 40 gramos de azúcar y 60 gramos de fresa por cada 100 g.
 No es ecológica, pero si de proximidad



Mermelada de fresa Eroski Basic
 Supermercado: Eroski
 Precio:0,81€ Cantidad:340g Precio kilo;2,38€
 Fabricante: IBERFRUTA MUERZA SA
 Porcentaje de fruta y azúcar: Contiene 42 gramos de azúcar y 58 gramos de fresa por cada 100 g.
 No es ecológica, pero si de proximidad



Mermelada de fresas liebána natural
 Supermercado: Hipercor
 Precio:3,35€ Cantidad:360 g Precio kilo;9,31€
 Fabricante: Liebanatural S.L
 Porcentaje de fruta y azúcar: Contiene 11,3 gramos de azúcar y 88,7 gramos de fresa por cada 100 g.
 No es ecológica, pero si de proximidad



Mermelada de fresa Aliada
 Supermercado: Hipercor
 Precio:1€ Cantidad: 410 g Precio kilo;2,44€
 Fabricante: El corte inglés
 Porcentaje de fruta y azúcar: Contiene 47 gramos de azúcar y 53 gramos de fresa por cada 100 g.
 No es ecológica, pero si de proximidad



Mermelada de fresa Reflets de France
 Supermercado: Carrefour
 Precio:3,05€ Cantidad:325 g Precio kilo;9,38€
 Fabricante: Dordogne S.A
 Porcentaje de fruta y azúcar: Contiene 44 gramos de azúcar y 56 gramos de fresa por cada 100 g.
 No es ecológica, y su origen es Francia



Mermelada de fresa Carrefour
 Supermercado: Carrefour
 Precio:0,99€ Cantidad:410g Precio kilo;2,41€
 Fabricante: CARREFOUR SA
 Porcentaje de fruta y azúcar: Contiene 47 gramos de azúcar y 53 gramos de fresa por cada 100 g.
 No es ecológica, pero si de proximidad

CONCLUSIÓN

Una vez analizadas todas las mermeladas, llegamos a la conclusión de que la mejor opción, ya que es la más sana y con menos azúcar es la de liebana natural, pero si también tenemos en cuenta el precio, una opción a tener en cuenta es la de Eroski Basic. Sin embargo, todas estas mermeladas no dejan de ser ultraprocesados y recomendamos hacer mermelada casera, ya que esta no lleva conservantes, antioxidantes...

RECETA MERMELADA DE FRESA



INGREDIENTES: 600 gramos de fresas, 250 gramos de azúcar, zumo de limón.

- 1- Limpia las fresas. Retira el tallo, las partes blancas y cualquier zona golpeada o deteriorada.
- 2-Córtalas por la mitad, o en cuatro trozos si son un poco grandes. Échalas en una olla grande.
- 3- En esa olla pon el azúcar y hecha unas gotas de limón ya que este potencian mucho el sabor
- 4- Cocina a fuego lento durante 30 minutos.
Remueve de vez en cuando
- 5- Machaca las fresas con un tenedor y cocina 10 minutos más, o hasta que tenga cierta consistencia. La mermelada no debe quedar muy líquida pero tampoco demasiado espesa

Estudio de la mermelada de albaricoque

Realizado por Fernando, Ángel, Juan Luis y Germán (1º Bachillerato)

MERMELADA DE ALBARICOQUE

SUPERMERCADO	g/BOTE	MARCA	PRECIO/ Kg	PAIS DE ORIGEN	ECOLOGICOS	FABRICANTE	% MASA AZÚCAR	% MASA FRUTA	PRECIO BOTE	AZUCARES AÑADIDOS
ALCAMPO	340	Helios	4,38 €	-	no	Helios	42.7%	57.3%	1,49 €	Con
ALCAMPO	650	Luri	2,13 €	-	no	Helios	46.9%	53.1%	1,39 €	Con
ALCAMPO	350	Alcampo Ecol	5,34 €	-	si	Helios	46.9%	53.1%	1,87 €	Con
ALCAMPO	340	Marzo	2,79 €	España	no	Cons.Marzo	47.52%	52.48%	0,95 €	Con
ALCAMPO	330	Ligaresa	4,39 €	España	no	Hero	38%	62%	1,45 €	Con
ALCAMPO	410	Alcampo	2,36 €	España	no	Helios	46.8%	55%	0,97 €	Con
ALCAMPO	390	Helios	4,38 €	-	no	Helios	42.7%	57.3%	1,49 €	Con
ALCAMPO	295	SantiVevi	9,38 €	-	no	C. Santan	9%	75%	2,77 €	Sin
ALCAMPO	280	Diet de Luri	3,10 €	-	no	Helios	4,10%	95.9%	0,87 €	Sin
ALCAMPO	280	Alcampo	3,50 €	-	no	Helios	44.2%	50%	0,98 €	Sin
ALCAMPO	345	Hevo	4,26 €	España	no	Hero	29%	71%	1,47 €	Con
ALCAMPO	640	Helios	4,81 €	-	no	Helios	42.7%	60%	3,08 €	Con
ALCAMPO	250	D'ARBO	1,50 €	Italia	no	Ofustrade	32%	80%	3,37 €	Con
ALCAMPO	250	Helios	7,48 €	-	no	Helios	32%	100%	1,87 €	Con
ALCAMPO	370	Confitura	6,21 €	Francia	no	Andros Sama	59%	41%	2,30 €	Con
ALCAMPO	280	Conf. Hero	6,50 €	España	no	Hero	61.2%	93.7%	1,82 €	Sin
ALCAMPO	335	Conf. extra	9,19 €	Francia	no	Andros Sama	43.3%	56.7%	3,08 €	Con

MERMELADAS DE MARCA BLANCA

CARREFOUR	410	CARREFOUR	2,41 €	ESPAÑA	no	I.M-S.A	48%	55%	0,99 €	Si
CARREFOUR	650	CARREFOUR	2,38 €	-	no	-	47%	53%	1,55 €	Si
CARREFOUR	350	CARREF BIO	5,37 €	ESPAÑA	no	Helios	48%	55%	1,88 €	Si
CARREFOUR	370	CARREFOUR	3,03 €	ESPAÑA	no	I.M-S.A	50%	60%	1,12 €	Si
ALCAMPO	350	AUCHAN	5,34 €	-	si	Helios	46,9%	53,1%	1,87 €	Si
ALCAMPO	410	AUCHAN	2,36 €	ESPAÑA	no	Helios	46,8%	53,2%	0,97 €	Si
ALCAMPO	280	AUCHAN	3,50 €	-	no	Helios	4,1%	95,9%	0,98 €	No

Estudio de la mermelada de naranja

Realizado por Curro, Pablo, Alejandro y Juan (1º Bachillerato)

MERMELADA DULCE	COMPOSICIÓN				ETIQUETADO			PRECIO	
	% FRUTA	% AZÚCAR	GRAMOS DE FRUTA EN EL BOTE	GRAMOS DE AZÚCAR EN EL BOTE	LUGAR DE ORIGEN / ENVASADO DE LA NARANJA	NOMBRE FABRICANTE	¿NARANJA ECOLÓGICA?	PRECIO DEL ENVASE	PRECIO POR KILOGRAMO
1. LA VIEJA FÁBRICA 350 g	45,00%	53,00%	157,5 g	182 g	ESPAÑA (SEVILLA)	ÁNGEL CAMACHO ALIMENTACIÓN	NO	2,07 €	5,91 €
2. Seville Orange Marmalade 880g	28,00%	70,00%	246,4 g	616 g	REINO UNIDO (NARANJA SEVILLANA)	ROBERTSON'S	NO	11,36 €	12,90 €
3. Extra Sin Azúcar Bio Ecosana 260g	60,00%	40,00%	156 g	104 g	ESPAÑA	ECOSANA	SI	3,42 €	13,15 €
4. SANTIVERI 325 g	60,00%	40,00%	195 g	130 g	ESPAÑA (BARCELONA)	CASA SANTIVERI	NO	2,68 €	8,24 €
5. Mermelada con canela ARTESANA 315 g	62,00%	38,00%	195,3 g	119,7 g	ESPAÑA (CANTABRIA)	LA ARTESANA	SI	3,10 €	9,84 €

MERMELADA AMARGA	COMPOSICIÓN				ETIQUETADO			PRECIO	
	% FRUTA	% AZÚCAR	GRAMOS DE FRUTA EN EL BOTE	GRAMOS DE AZÚCAR EN EL BOTE	LUGAR DE ORIGEN / ENVASADO DE LA NARANJA	NOMBRE FABRICANTE	¿NARANJA ECOLÓGICA?	PRECIO DEL ENVASE	PRECIO POR KILOGRAMO
1. LA VIEJA FÁBRICA 280 g.	37,00%	52,00%	103,6 g	145,6 g	ESPAÑA (SEVILLA)	ÁNGEL CAMACHO ALIMENTACIÓN	NO	2,26 €	8,07 €
2. Mermelada de naranja amarga Carrefour 410 g.	40,00%	58,00%	164 g	237,8 g	ESPAÑA	IMSA	NO	0,84 €	2,05 €
3. Ecológica Confit de Provence 370g	40,00%	58,00%	148 g	214,6 g	FRANCIA (REGIÓN DE PROVENZA)	CONFIT DE PROVENZE	SI	3,89 €	10,51 €
4. Ecológica extra ANKO 280 g	45,00%	55,00%	126 g	154 g	ESPAÑA (NAVARRA)	ANKO	SI	7,85 €	28,03 €
5. Confitura de naranja TODO NATURAL 345 g	43,00%	57,00%	148,35 g	196,65	ESPAÑA (MURCIA)	HERO	NO	1,55 €	4,50 €

CACAO SOLUBLE

Realizado por Gema, Esther, Yulen y Yossef (1º Bachillerato)

PRODUCTO	PRECIO /KG	GRAMOS	AZÚCAR/100g	MANTECA/100g	CACAO /100g	RESTO	MENOS CACAO
Cacao soluble Colacao Original	7,81 €	383 g	9,1%	1,1%	22,0%	67,8%	
Cacao soluble instantáneo Nesquik	5,10 €	390 g	75,1%	1,6%	23,0%	0,3%	
Cacao soluble CaoBon	2,53 €	850 g	75,0%	1,7%	25,0%		1,7%
Cacao soluble instantáneo Hacendado	4,00 €	500 g	78,0%	1,6%	21,3%		0,9%
Cacao puro en polvo La Chokolatera 0% sin azúcares añadidos	10,80 €	250 g	0,7%	10,2%	16,0%	73,1%	
Cacao en polvo a la taza Valor	4,00 €	500 g	66,0%	1,5%	20,0%	12,5%	
Cacao soluble esencial producto económico Alcampo	3,78 €	500 g	74,4%	10,0%	23,0%		7,4%
Cacao soluble bombón sport de LA CASA	4,92 €	1000 g	71,7%	9,0%	27,0%		7,7%
Cacao soluble 70% cacao Starbucks	14,10 €	300 g	31,8%	35,0%	28,0%	5,2%	
Cacao soluble intenso 50% cacao Valor	8,69 €	315 g	50,0%	20,5%	50,0%		20,5%

En conclusión la marca del producto que contiene una mayor cantidad de cacao es el **CACAO SOLUBLE INTENSO 50% CACAO VALOR**.

La mejor marca según su menor contenido de azúcares añadidos es el **CACAO PURO EN POLVO LA CHOCOLATERA** que cuenta únicamente con 0,7% de azúcares del total.

Por último el cacao más económico, es decir con menor precio es el de **CAOBON** con 2,53€ la unidad, a diferencia del más caro “Cacao Starbucks” con un coste de 14,10€.



PUBLICIDAD ENGAÑOSA

Hecho por Paloma Martínez y María Martín (1º Bachillerato)

PUBLICIDAD

Empezar

REALIDAD

<https://view.genial.ly/61ab96c4b86eb10df362335c/presentation-presentacion-proyeccion>

¡NO TE DEJES ENGAÑAR!

Publicidad Engañosa

Ver más ta... Compartir

SuperSopa

AHORRO Pague 1 Lleve 2 **AHORRO**

30% MÁS **Sabor Criollo** Siempre lista **350g**

Light

Ver en YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=vf7e94tAr-M&t=25s>

TIPOS DE PUBLICIDAD FALSA



CEBO

Atraer a los consumidores por medio de mentiras.



FOTOS ENGAÑOSAS

Utilizada por restaurantes o negocios de comida.



PRECIOS MODIFICADOS

Común en las empresas de telefonía.



AFIRMACIONES FALSAS

Empresas de suplementos.

TRUCOS QUE USAN LAS EMPRESAS PARA SUS ANUNCIOS



Utilizan cera y spray brillante para que sus productos brillen más.



Usan cartón entre los crepes y aceite de motor para tener un mejor aspecto.



Frutas como las fresas, para que se vean más rojas y llamativas las pintan con pintalabios rojo fuerte.

Trucos que usan las empresas para sus anuncios



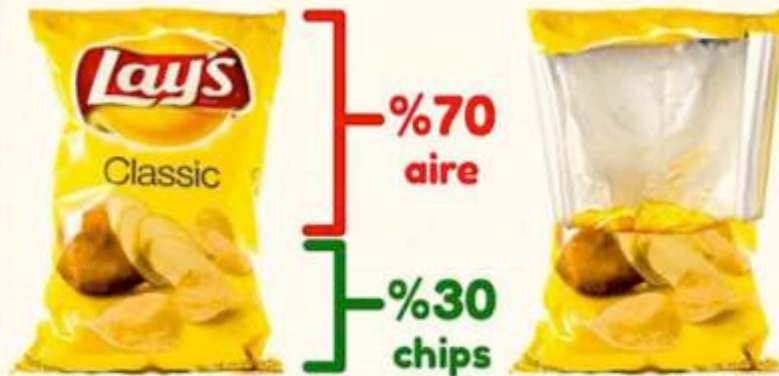
Usan una aspirina efervescente para generar más burbujas.



ENGAÑO EN LA CANTIDAD Y PESO

En muchos productos engañan en cuanto a la cantidad del producto. también juegan con la cantidad y el precio para decir que por ejemplo 20% es gratis cuando no lo es.

Y usan también el truco de cuanto más pese más buena es la calidad



Publicidad engañosa dirigida a niños

Su objetivo es aprovechar la inocencia de los niños para que compren haciendo que el empaquetado sea llamativo, añadiendo alguna sorpresa dentro...

También en los canales de televisión infantiles se hace publicidad mediante anuncios donde normalmente ponen canciones para captar la atención de los niños y hacer que compren el producto.



la oferta del 2x1

Se trata de un fraude que hacen la mayoría de las cadenas de supermercados.

Según se ha podido comprobar, en los días previos a que se proclame la oferta, tienden a subir los precios hasta un 50% sobre estos productos, por lo tanto, el ahorro no es tanto como creemos.

De esta manera, los empresarios se aseguran de no asumir grandes pérdidas en la venta de sus productos.

CONCLUSIÓN

De manera consciente o inconsciente, es común que las empresas hagan uso de publicidad engañosa; muchas veces, tratando de que las personas no nos demos cuenta o no detectemos el error o la falsedad.

Sin embargo, es un riesgo que no vale la pena correr, pues esas empresas, podrían llegar a perder miles o millones de euros a largo plazo y los beneficios no compensan eso.

Por tanto, debemos de estar atentos a cualquier estafa y siempre estar seguros de que el producto que vamos a comernos o la prenda que vayamos a comprar sean como nos los plantean.

¿QUÉ ES LA PUBLICIDAD SUBLIMINAL?

La publicidad subliminal es aquella que se emite por debajo de nuestro umbral de consciencia (dicho de otra forma, sin que nos demos cuenta). Tiene como objetivo incitar al consumo de un producto.

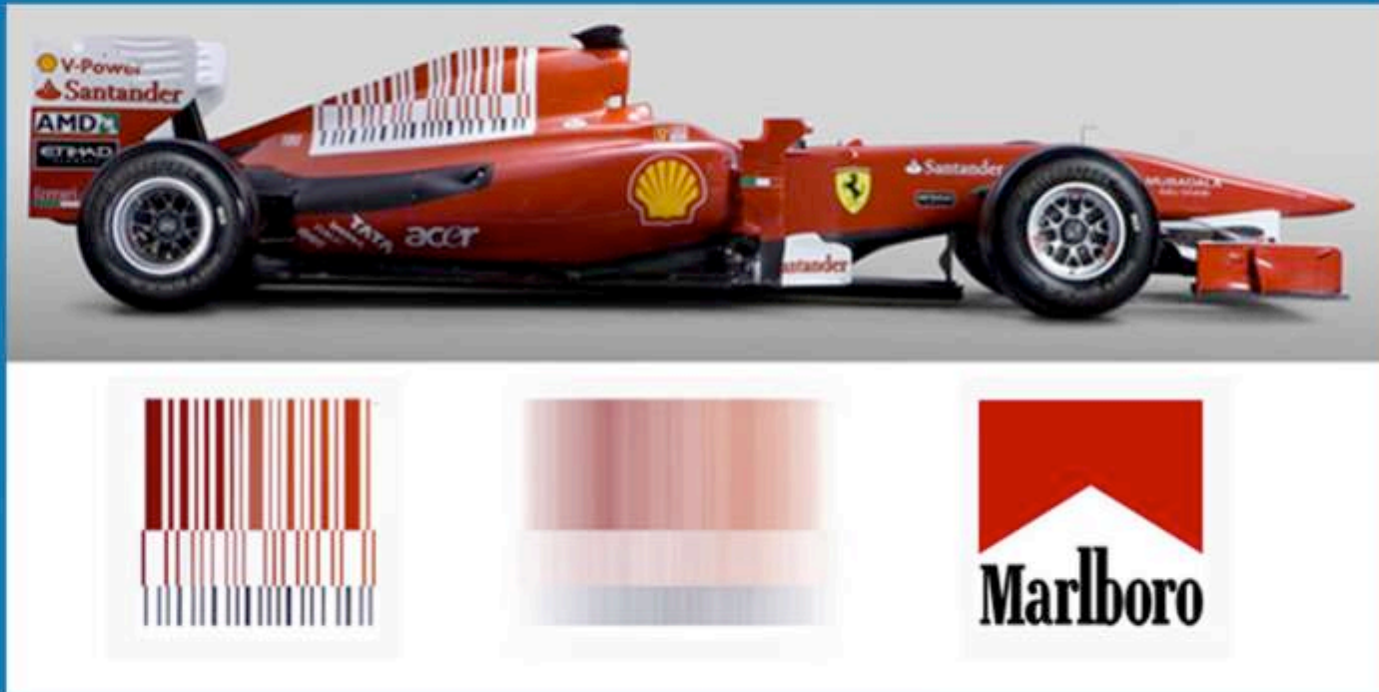


prezi

<https://prezi.com/p/use8ttleadfb/presentacion-publicidad-lengua/>

Francisco Gómez y Pablo García

PUBLICIDAD SUBLIMINAL DE IMÁGENES



Francisco Gómez y Pablo García

PUBLICIDAD SUBLIMINAL DE TEXTO



Francisco Gómez y Pablo García

¿ES LEGAL LA PUBLICIDAD SUBLIMINAL?

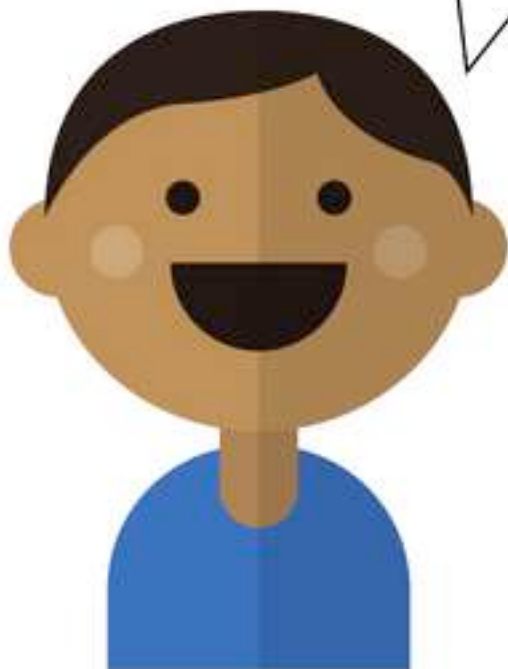
En España, la publicidad subliminal es ILEGAL desde el año 1988, aunque muchas veces no se cumpla.



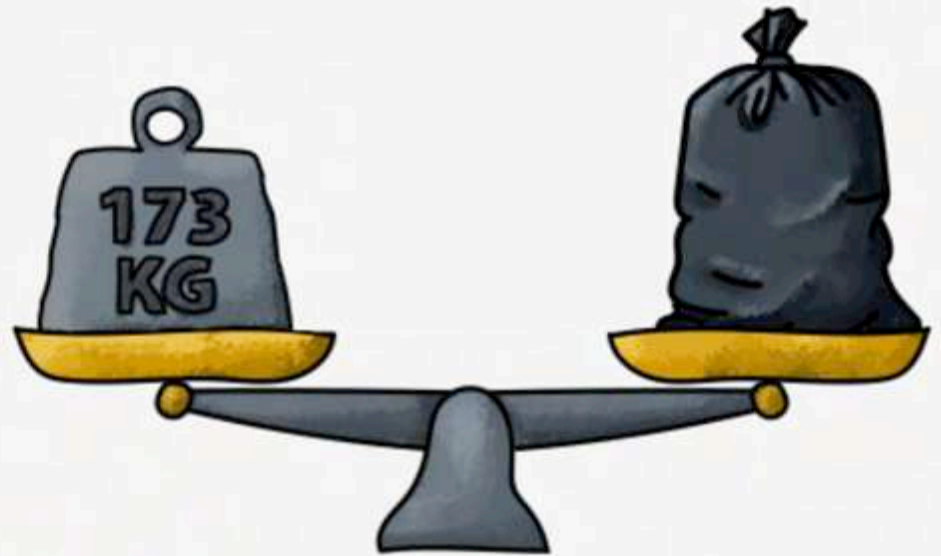
Alumnado de Cultura Científica de 1º Bachillerato



¿Te has parado a pensar cuánta comida acaba en la basura?

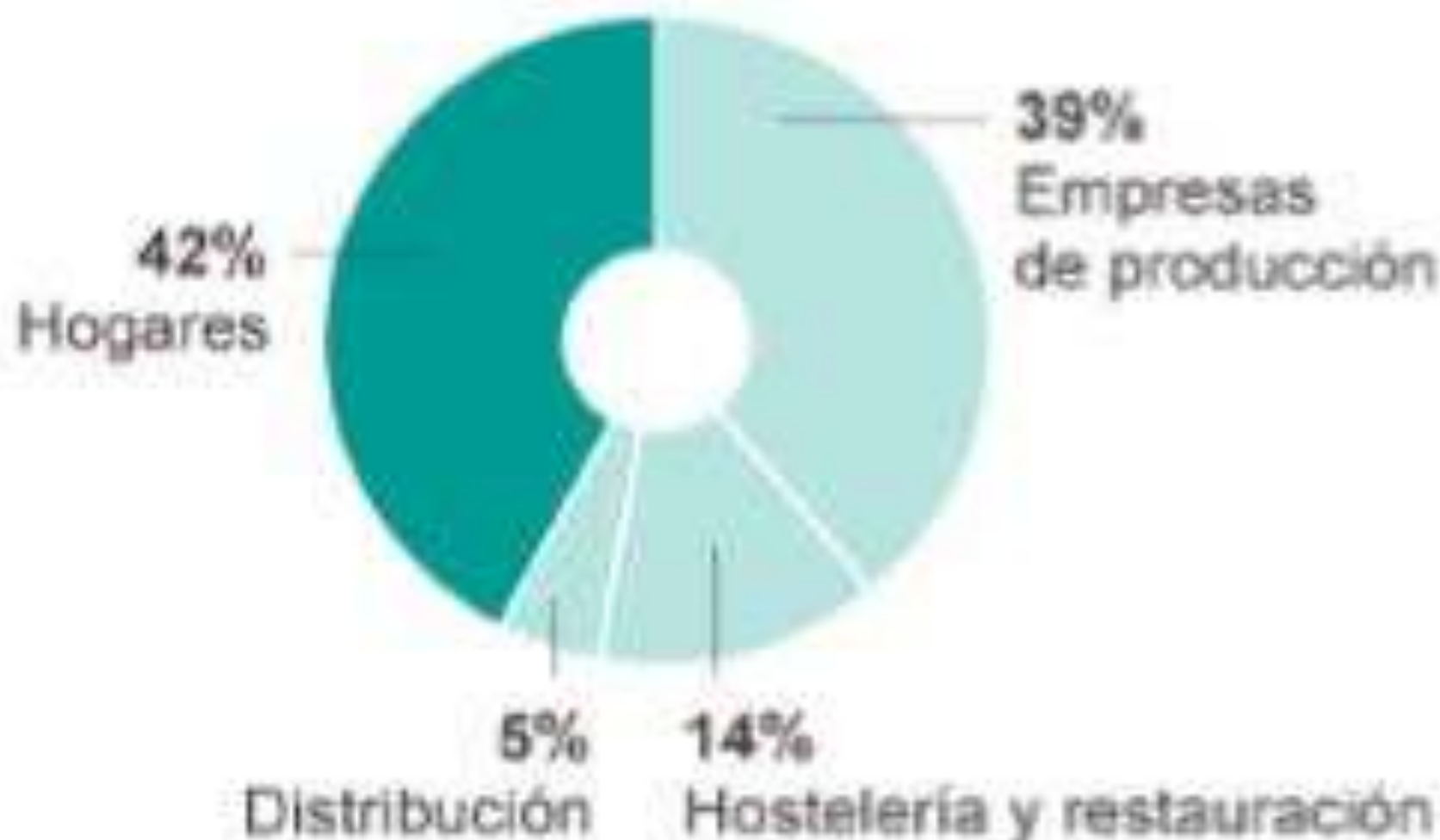


87,6
millones de
toneladas
de alimentos perdidos
o desperdiciados
en la UE
cada año



173 kg por persona

DE DÓNDE VIENEN LOS DESECHOS ALIMENTARIOS



Fuente: AECOC.

FRUTAS, PAN FRESCO Y VERDURAS LOS PRODUCTOS QUE MAYOR PROPORCIÓN DE HOGARES DESECHAN

% Hogares Relativos (100% Hogares que tiran alimentos a la basura)

Categorías que se tiran a la basura por considerar que no son aptos para el consumo

