

# PROYECTO CONSUMO RESPONSABLE



## RESPONSABLES:

- ☺ María Padilla Asensio
- ☺ Paula Cartagena Bonet
- ☺ Alba Pérez Llorca
- ☺ Laura Frances Picazo

TUTORA: Natalia Irlés González

CENTRO: I.E.S. VICTORIA KENT. ELCHE

## ÍNDICE

1. Introducción.....	3
2. Contexto.....	3
3. Justificación.....	4
a) Descripción de la realidad.....	4
b) planteamiento y justificación del problema.....	5
4. Objetivos.....	5
a) Objetivo general.....	5
b) Objetivos específicos.....	5
5. Marco teórico.....	6
6. Hipótesis y variables.....	10
a) Hipótesis.....	10
b) Variables.....	10
7. Metodología de la investigación.....	10
a) Tipo de investigación.....	10
b) Diseño de la investigación.....	10
c) Población y muestra.....	11
d) Instrumentos de recolección de datos.....	11
8. Resultados.....	11
9. Conclusiones.....	16
10. Bibliografía.....	17
11. Webgrafía.....	18
ANEXO 1.....	19

## **1. Introducción**

La sociedad del consumo en la que vivimos nos induce a comprar de manera compulsiva, a través de anuncios de televisión, publicidad en redes sociales y demás medios de comunicación. Además, lo hacen de una manera sutil, en muchas ocasiones son personas normales como nosotros los que a través de las redes sociales nos venden los productos que las marcas quieren. Además de bombardearte constantemente en juegos, noticias, etc.

Pero ¿la gente es consciente de lo que compra, de donde viene, que pasa una vez que ya no queremos esos bienes?

A lo largo de este estudio de investigación conoceremos este comportamiento en el ámbito de la adolescencia, en concreto dentro del centro escolar. Consideramos que es el momento de dar visibilidad al tema del consumo consciente y que el alumnado tome conciencia de los efectos del consumo en el medio ambiente. A través del siguiente proyecto analizaremos e investigaremos que saben sobre los productos que consumen, y daremos a conocer aquellos aspectos relacionados para que el alumnado empiece a tomar decisiones responsables de compra.

## **2. Contexto.**

Nuestro proyecto ha puesto en marcha en el IES Victoria Kent, Elche (Alicante).

Elche es una ciudad de 238.285 habitantes y se caracteriza por sus tres patrimonios de la humanidad. Uno de ellos es su gran cantidad de palmeras. Otro de los patrimonios es el Misteri d'Elx, una representación teatral en la que se cuenta la muerte, la asunción y la coronación de la Virgen. El tercer patrimonio, y último es el museo de Pusol, un museo en el que conocerás el Elche antiguo. Además, está su río Vinalopó y su dama de elche en Madrid. La dama de Elche se encontró en la Alcudia, un sitio recomendado para visitar y saber algo más de la historia de Elche.

En Elche puedes encontrar playas maravillosas, que se caracterizan por tener bandera azul que quiere decir que es de máxima calidad. Puedes encontrar tanto de arena como de roca.

Elche es una ciudad de carácter industrial, en particular a la industria del calzado. Gracias a los patrimonios de la humanidad y su promoción como el oasis de palmeras más importante de

Europa, el turismo se está convirtiendo en una fuente de ingresos importante. Lo que también conlleva un aumento de negocios de consumo.

### **3. Justificación.**

#### **a) Descripción de la realidad**

Hoy en día nos encontramos con una sociedad consumista que no conoce ni el origen ni el destino de los bienes que consumen. No conocen los sueldos ni el nivel de contaminación de los productos que desechan, ni siquiera el destino final al final de su ciclo de vida. Cada día hay más y más tiendas, tanto físicas como online, que se dedican a vender productos con una vida útil muy corta y que satisfacen necesidades creadas, y cuya utilidad es muy limitada en el tiempo. En realidad, productos que quedan en un cajón y no se vuelven a utilizar. Muchos de estos productos acaban en vertederos que contaminan o en países de África como material de segunda mano, cuando en realidad es material para tirar directamente a la basura, y acaba en sus ríos, contaminando su forma de vida.

Se calcula que más de 352.000 toneladas de residuos tóxicos salen cada año de la UE hacia países en desarrollo de África, Europa del este y Asia, un fraude que ha descubierto el informe de BAN "Holes in the circular economía" haciendo un seguimiento de la basura electrónica europea mediante la colocación de dispositivos GPS en algunos aparatos. Uno de los dispositivos que Equo depositó en un Punto Limpio de España acabó en Nigeria.

Según Greenpeace Un 40 % de exportaciones de ropa usada contaminan en Europa del Este y África. "Con esta investigación, hemos evidenciado cómo los países y las empresas del Norte Global están evadiendo su responsabilidad a la hora de gestionar las enormes cantidades de ropa que no se venden o se desechan, muchas de ellas con compuestos peligrosos", explica Celia Ojeda-Martínez, responsable de Biodiversidad y Consumo de Greenpeace.

No hace falta irse a África para conocer los efectos nocivos de todos nuestros desechos, en muchas poblaciones de España sufren los vertederos de residuos contaminantes que necesitan muchos años para que se degraden, y en ese proceso de degradación emiten tóxicos que dañan y contaminan lagos subterráneos, ríos, destruyendo el hábitat natural en el que se depositan.

A pesar de conocer toda esta información, parte de la sociedad mira hacia otro lado, pero otra parte está cada vez más concienciada y está empezando a cambiar sus hábitos de consumo, y no sólo eso, sino que además muchas de estas personas son capaces de crear negocios que

ayudan a concienciar a la población y sacar beneficio económico. Como puede ser la venta de prendas de segunda mano, así como la venta y alquiler de todo tipo de bienes, pasando de la posesión de bienes a la accesibilidad de dichos bienes.

### **b) planteamiento y justificación del problema**

El problema que se plantea en este proyecto es la falta de concienciación en la población más joven. Hoy, nuestra sociedad joven no tiene ningún tipo de límite frente al consumo, compran sin parar a pesar de que será el coste social y medioambiental en nuestro planeta. El alumnado es consciente del papel que desempeñan los diferentes contenedores que hay en el centro para el reciclaje de los diferentes residuos que se producen dentro del centro. Pero el desconocimiento del reciclaje y reutilización de otros desechos es totalmente desconocido, además del desconocimiento del origen de todo aquello que consumen en su día a día

Por tanto, esta falta de conocimiento de las consecuencias del consumo compulsivo hace que queramos conocer la realidad de nuestro centro, los hábitos de consumo de los estudiantes y su nivel de conocimiento sobre el origen y destino de aquello que consume. Para finalmente, dar a conocer los efectos de nuestro consumo en el medio ambiente y en el ser humano, concienciando así a los estudiantes y dotarles de la información necesaria para que empaticen con la realidad de otros pueblos y del planeta, y que poco a poco vayan cambiando sus hábitos de consumo.

## **4. Objetivos.**

### **a) Objetivo general.**

El objetivo general es conocer el nivel de concienciación y conocimiento sobre los efectos del consumo de bienes y servicios, así como su conocimiento del origen y destino final de estos.

### **b) Objetivos específicos.**

- Conocer el grado de consumo del alumnado en tiendas online.
- Identificar el tipo de productos que compran
- Analizar los hábitos generales de compra.
- Evaluar el nivel de conocimiento de los estudiantes sobre el origen y destino de los bienes que compran.
- Mostrar y concienciar al alumnado sobre los efectos de su consumo y la importancia del consumo responsable.

## 5. Marco teórico

El desgaste de la naturaleza a causa de la consumo descontrolado e impulsivo de la sociedad de consumo actual es un tema de estudio, tanto de ecologistas como de sociólogos. Tema que preocupa no solo desde una perspectiva actual, sino desde una perspectiva de futuro. Ya que los jóvenes de hoy en día, sobre un 40% de los jóvenes cree que la crisis ecológica se está exagerando, según la encuesta Jóvenes y medioambiente, publicado por el Observatorio de la Juventud de la Fundación SM, presentado en la víspera del Día Mundial de la Educación Ambiental, el 26 de enero, tras encuestar a 1.500 residentes en España situados entre esa franja de edad.

Según los resultados de la encuesta, ha día de hoy esta percepción ha aumentado un 10% desde 2005. El 72% de los jóvenes sostiene la idea de que “somos incapaces de abandonar nuestro estilo de vida consumista para frenar el desastre ecológico” pero el 61% piensa que si todo el mundo es consciente del problema se solucionaría. Como dice en este artículo muchos jóvenes se desinteresan por este tema porque piensan que no les afecta en absoluto cuando sus hijos o nietos podrían pagar las consecuencias de ese desinterés.

Pero no todo es desesperanza, ya que cada vez hay más ciudadanos dispuestos a consumir productos de segunda mano. Ya que según nos cuenta Anna Argemi, redactora del periódico el país: “A raíz de la finalización de la pandemia del covid-19 los españoles afirman ser más conscientes del consumo responsable y la economía circular. Cuentan que entre estos nuevos hábitos aparece la compra en aplicaciones donde se venden artículos de segunda mano como es Wallapop”

Según explica en su artículo, la generación más joven está haciendo más uso de estos productos ya usados, y no solo usan esta aplicación para comprar ropa, sino para libros, muebles, música, artículos descatalogados...

Además, están creciendo el número de empresas con iniciativas relacionadas con la Economía Circular, lo que ayuda a la labor de concienciación y de cambio en los hábitos de consumo que el mundo necesita. Por ejemplo, hay proyectos como Maktub Sostenible y MenosTrash que se encargan de hacernos recapacitar de nuestro consumo y repensar nuestro consumo para volver a la tradición de reparar y crear por nosotros mismos.

Además, en lugares como el espacio Impact Hub podemos ver a personas como Silvia Toledano haciendo una demostración de magia textil de como transformar una camiseta antigua en otras prendas, accesorios u objetos de decoración. “Esta camiseta ya cumplió su función, me ha acompañado en muchos momentos”, “pero ahora, en lugar de tirarla, la voy a transformar en trapillo”

Aunque mucha población es conciente de la problemática climática global, no conocen las condiciones laborales de las personas que producen los productos baratos, o muchas veces caros, que consumen a diario. Tampoco conocen el desgaste y el deterioro del planeta tierra para la producción de dichos bienes que compran a diario.

Por ejemplo, si hablamos del desgaste de recursos esenciales para la vida en el planeta, como el agua, vemos que para producir una camiseta de algodón requiere 300 litros de agua y hay gente que no tiene ni tan siquiera ese recurso básico.

Según un informe publicado por Ellen MacArthur Foundation, *Tex-tiles Economy Report*, Debido a la tendencia del fast fashion el consumidor promedio ahora está comprando un 60% más de ropa en comparación con el 2000, pero el uso de las prendas ha disminuido a la mitad y el 40% de la ropa nunca llega a usarse (UNE-CE, 2018), Si el consumo continúa al ritmo actual, necesitaremos tres veces más recursos naturales para 2050, en comparación con lo que se usó en el año 2000. En estos momentos se consumen aproximadamente 70 millones de toneladas de ropa cada año.

### **¿Dónde va toda esa ropa cuando la deseamos?**

Tras exhaustas investigaciones, el equipo de Greenpeace ha descubierto el destino de la ropa que destinamos a los contenedores que nos prometen una segunda vida para nuestra ropa.

Para conseguir completar esta investigación los participantes del proyecto decidieron colocar ciertos localizadores para saber su verdadero destino, descubriendo así localizaciones remotas y contrarias a lo que prometían estas empresas. Los principales destinos donde han sido localizadas las prendas son Emiratos Árabes Unidos y Pakistán, aunque también han llegado a Chile, Marruecos, India, Rumanía, Egipto y Togo.

Greenpeace afirma que, “Si no tuviésemos a los países del sur global para producir esa ropa y recibirla cuando la deseamos, sería un modelo que no se podría mantener, porque en sí es insostenible”.

La empresa quiso publicar la noticia coincidiendo con el Black Friday ya que es una representación de lo que ellos califican como un sistema perverso en el que no se tiene conciencia sobre el impacto social o medioambiental.

Finalmente, Greenpeace concluye con que da igual el destino donde acaben depositándose estas prendas al final, ya que las entidades ignorando los derechos vitales de las personas que habitan el entorno donde se envían estas masivas cantidades de ropa.

### **¿Quién lo fabrica?**

Por otro lado, tampoco son conocidas y difundidas las condiciones de trabajo de las personas que están detrás de cada prenda.

En India, 1 de cada 7 trabajadoras sufre abuso sexual en el trabajo. Sólo el 3,6% de los casos de abuso sexual denunciados recibe respuesta por parte de la fábrica. (Clean Clothes Campaign)

- Algunos trabajadores cubren jornadas de 10–14 horas al día con salarios de miseria. En las temporadas de más actividad, pueden llegar a trabajar hasta las 2 o 3 de la mañana para cumplir con los pedidos establecidos por las marcas.

- Las fábricas donde trabajan son edificios en malas condiciones, normalmente sin ventilación, respirando sustancias tóxicas o inhalado polvo de fibra o arena.

- Dado que la industria de la moda necesita mano de obra poco cualificada en sus etapas iniciales, se estima que más de 1 millón de niños trabajan en campos de cultivo de algodón.

- Se estima que cerca de 100 millones de personas en todo el mundo trabajan desde casa como “industria sumergida”; eso es aproximadamente el doble de la población de Inglaterra, trabajando sin derechos y con salarios precarios. (Traid-Craft Exchange)

### **Impacto en el clima**

La industria de la moda emite cada año 1,200 millones de toneladas de gases de efecto invernadero, más que las emisiones del sector de transporte marino y aéreo combinados.

Si la industria continúa en su camino actual, para 2050, podría utilizar más del 26% del presupuesto de carbono del que disponemos.

Por cada kilogramo de tejido textil producido globalmente se consume 0.6 kg de petróleo y se emiten 2 kg de Co<sub>2</sub> a la atmósfera (informe de la Universidad de Cambridge).

### **Contaminación y recursos naturales:**

Esta industria es la segunda mayor consumidora de agua a nivel mundial.

La producción de textiles (incluido el cultivo del algodón) utiliza alrededor de 93.000 millones de metros cúbicos de agua al año, lo que representa el 4% de la extracción mundial de agua dulce.

- Se necesitan 2,700 litros de agua para hacer una camisa de algodón, casi la que una persona bebe en 2,5 años.

- 8 millones de toneladas de basura llegan cada año a los mares y océanos. Eso equivale a más de 200 kilos de basura por segundo

- El 35% de todos los microplásticos de los océanos proceden del lavado de ropa sintética como el poliéster o nylon.

- El mayor consumo de agua de una prenda, el 40% aproximadamente, es en la fase de uso, es decir, cuando el consumidor lava sus prendas.

- Más de 100 millones de árboles son cortados cada año y la madera se refina como tejido celulósico (viscosa, el rayón, el lyocell); si se colocaran estos árboles en línea, esos árboles rodearían la tierra 7 veces.

Por todas estas preguntas cuyas respuestas son desconocidas por la mayoría de los estudiantes, y de la población en general consideramos que es importante dar a conocer la realidad que nos rodea, así como la importancia de nuestras decisiones diarias a la hora de contribuir a la mejora del bienestar compartido a nivel social y ecológico.

## **6. Hipótesis y variables.**

### **a) Hipótesis**

Las hipótesis que se contrastara en este proyecto de investigación es que los adolescentes o los consumidores en general, no saben realmente de donde provienen los productos que consumen, y una vez estos productos son “inservibles” no saben cuál es su destino final. Cuyo efecto es la degradación medioambiental y social.

**b) Variables:** Las variables que vamos a tener en cuenta en nuestro proyecto de investigación son las siguientes:

- Género
- Edad
- Hábitos de consumo
- Información sobre producción y contaminación.

## **7. Metodología de la investigación.**

### **a) Tipo de investigación.**

Para contrastar la hipótesis se ha utilizado un tipo de investigación aplicada científica de carácter exploratorio, ya que el objetivo es investigar información que no se ha estudiado, es decir, se quiere acercar el problema y posibles soluciones, para realizar una investigación más en profundidad y considerando más variables que afectan a las decisiones de consumo de la población adolescente.

Por otro lado, se utilizará un método cualitativo de recolección de datos, para obtener y evaluar información utilizando un enfoque estadístico y matemático.

### **b) Diseño de la investigación.**

La investigación se ha realizado teniendo en cuenta se han seguido los siguientes pasos:

- a) Formulación del problema.
- b) Definición de objetivos.
- c) Búsqueda de datos secundarios y referencias de estudios anteriores relacionados con el tema.

- d) Recolección de datos primarios a través de un cuestionario.
- e) Interpretación de resultados a través de los gráficos extraídos en el cuestionario.

**c) Población y muestra.**

El centro donde se realiza la investigación tiene 2.000 estudiantes, contando los cursos de Secundaria, Bachillerato y Ciclos formativos. Para la investigación se ha considerado el rango de edad de 14 a 17 años, ya que el alumnado de ciclos formativos relacionados con la rama sanitaria, social y educativa no nos sirve como muestra, ya que este alumnado desarrolla una sensibilidad social y ecológica con mayor celeridad que el resto de la población de su misma edad. Para que los resultados de la investigación se acerquen más a la realidad observable, se ha decidido que el cuestionario se realice a 67 estudiantes de entre 14 y 17 años. Edades que se corresponden con los cursos de 4º ESO hasta 1º Bachillerato.

**d) Instrumentos de recolección de datos.**

El instrumento de recolección de datos ha sido el cuestionario, ya que nos permite conocer de primera mano los hábitos de los encuestados y su nivel de conocimiento sobre los desechos y contaminación que provoca nuestro consumo.

Se trata de un cuestionario cerrado, con opciones múltiple. Se opta por este tipo de cuestionario para que el encuestado no dude, y para evitar que respondan con frases absurdas, perdiendo de esta manera información que podría ser relevante.

Los datos cuantitativos, se presentan en forma de gráficos. Se recopilaron con ayuda de un cuestionario y luego se utilizan para encontrar una correlación o un patrón de comportamiento de los adolescentes al comprar. Así como de su interés por la contaminación que generamos.

**8. Resultados.**

A continuación, se muestran los resultados contenidos en la encuesta realizada.

La encuesta se ha realizado a 67 que corresponden a 4 aulas del IES Victoria Kent entre 14 y 18 años.

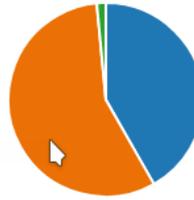
- Primera pregunta

### 1. Como te identificas

[Más detalles](#)

[Información](#)

● Hombre	28
● Mujer	38
● Otro	1



Como podemos observar el 57% de los encuestados son mujeres, el 42% hombres y el 1% otros géneros.

- Segunda pregunta

### 2. ¿Que edad tienes?

[Más detalles](#)

[Información](#)

● 12-13	0
● 14-15	24
● 16-17	38
● 18 o +18	5



La encuesta se realizó en su mayoría en adolescentes de 16 a 17 años, ya que se les preguntó en clases de 4 ESO y 1 Bachillerato.

- Tercera pregunta

### 3. ¿Donde consumes frecuentemente?

[Más detalles](#)

[Información](#)

● Tienda física	55
● Tienda online	12



En esta pregunta podemos ver que el 82% compran con más frecuencia en tiendas físicas y el 18% en tiendas online.

- Cuarta pregunta

4. ¿En la parte física donde consumes mayoritariamente?

[Más detalles](#)

<span style="color: blue;">●</span> Tiendas de barrio	11
<span style="color: orange;">●</span> Centros comerciales	56



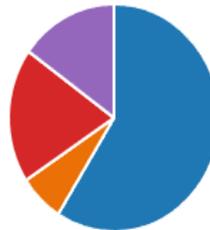
Como podemos ver en el gráfico, los adolescentes generalmente consumen en centros comerciales y un pequeño porcentaje (11%) en tiendas de barrio.

- Quinta pregunta

5. ¿En la parte online donde consumes? (puedes marcar mas de una opción)

[Más detalles](#)

<span style="color: blue;">●</span> Shein	43
<span style="color: orange;">●</span> Vinted	5
<span style="color: green;">●</span> Temu	0
<span style="color: red;">●</span> Aliexpress	14
<span style="color: purple;">●</span> Pandabuy	11



Como podemos ver en este gráfico mayoritariamente los adolescentes compran en shein con un 59% le sigue aliexpress con un 19% después Pandabuy con un 15% y vinted con el 7%

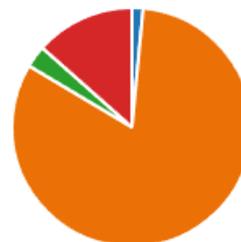
- Sexta pregunta

6. ¿Que sueles comprar?

[Más detalles](#)

[Información](#)

<span style="color: blue;">●</span> Cosméticos	1
<span style="color: orange;">●</span> Ropa	55
<span style="color: green;">●</span> Bisutería	2
<span style="color: red;">●</span> Otros	9



Lo que podemos ver en esta grafica es que un gran porcentaje lo que más compra es ropa con un 82% después la gente compra otros objetos con un 13%, después sigue la bisutería con un 3% y lo que menos compran son cosméticos con un 1%.

- Séptima

pregunta

7. ¿Conoces la situación de los trabajadores?

[Más detalles](#)

[Información](#)

● Si	10
● No	29
● Mas o menos	27



Esta grafica demuestra que solo el 15% saben cuál es la situación de los trabajadores luego el 44% no sabe la condición y el 41% la sabe más o menos.

- Octava

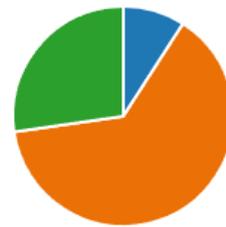
pregunta

8. ¿Sabes que cobran los trabajadores?

[Más detalles](#)

[Información](#)

● Si	6
● No	42
● Mas o menos	18



En esta pregunta la gráfica demuestra que el 64% no sabe cuánto cobra un trabajador el 27% lo sabe más o menos y el 9% si tiene conocimiento de ello.

- Novena

pregunta

9. ¿Sabes como llegan los productos a España?

[Más detalles](#)

[Información](#)

● Si	43
● No	23



Con esta grafica podemos ver que el 65% si sabe cómo llegan los productos a España y el otro 35% no.

- Decima

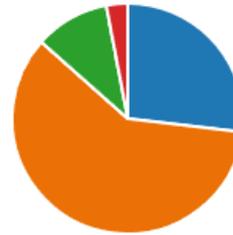
pregunta

10. ¿Que crees que contamina más?

[Más detalles](#)

[Información](#)

● Avion	18
● Barco	40
● Camion	7
● Tren	2



Esta grafica muestra que el piensa que lo que mas contamina con los barcos con un 60% luego los aviones con un 27% seguido de los camiones con un 10%y lo que menos contamina segun ellos son los trenes con un 3%.

- Undécima

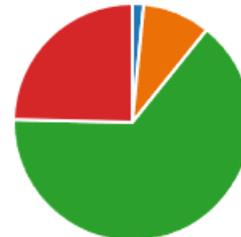
pregunta

11. Cuando desechas los artículos que compras ¿Sabes donde van?

[Más detalles](#)

[Información](#)

● America	1
● Europa	6
● Africa	42
● Asia	16



La mayor parte de personas el 65% dicen según la gráfica que sus compras al desecharlas van a África, el 25% dice que va a Asia, el 2% que a América y el 9% a Europa.

- Duodécima

pregunta

12. ¿Sueles separar los desechos para reciclar?

[Más detalles](#)

● si, cada uno es su contenedor	31
● Sólo algunos desechos	21
● No	15



El 46% de personas separan los desechos para reciclar luego el 31% solo algunos y el 22% no lo hacen.

- Decimotercera pregunta

13. Cuando desechas ropa. ¿Qué haces con ella?

[Más detalles](#)

[Información](#)

● La tiro a la basura	4
● La tiro al contenedor de ropa m...	24
● Lo vendo por Internet	8
● Lo dono a otras personas	31



La mayor parte de personas 46% cuando desechan la prenda de vestir la dona el 36% la tira al contenedor de ropa luego el 12% la vende por internet y el 6% la tira a la basura.

- Decimocuarta pregunta

14. ¿Qué porcentaje de artículos comprar sin necesitarlo?

[Más detalles](#)

[Información](#)

● 20%	39
● 50%	15
● 80%	9
● 60%	4



El 58% por ciento de personas compran el 20% de cosas sin necesitarlas, el 22% el 50%, el 13% el 80% y el 6% el 60%.

## 9. Conclusiones.

Con los datos del cuestionario observamos que los jóvenes que prefieren comprar en tienda física son más que los que prefieren hacerlo por Internet. Los motivos de esta mayoría suelen ser el preferir salir de casa, ir con amigos, poder probarse las prendas y ver la calidad del producto.

Los encuestados afirman que suelen acudir más a los centros comerciales que, a tiendas de barrio, alegan que tienen más variedad de productos y tallas además de tener una mejor calidad, otro motivo es que en los centros comerciales a parte de sus tiendas también tienen zonas de ocio y gastronomía.

En cambio, cuando consumen por internet la aplicación más utilizada por los jóvenes es la empresa multinacional China Shein, ya que tienen muchísima variedad de artículos desde ropa, artículos para el hogar, electrónica, ocio etc.... además una de las ventajas de esta aplicación es su stock permanente lo que quiere decir que no importa la estación en la que estés puedes comprar ropa de invierno o verano.

Pero aun siendo la marca líder en el sector, incluso los que se declaran fieles consumidores confirman no saber cómo llegan todos estos productos a sus manos, y otra gran mayoría también confirma que no tienen conocimiento de la gran contaminación que generan todos los transportes que llegan a España con sus prendas y artículos.

Por tanto, si extrapolamos esta información a toda la población de este rango de edad, considerando los datos obtenidos y los estudios realizados por distintas organizaciones, podemos determinar que la juventud actual no conoce dónde acaban sus prendas y demás productos tras ser desechadas.

Por esta razón, se ha elaborado una campaña de concienciación en el centro, con la que se pretende dar a conocer los distintos efectos que provocan nuestras decisiones de consumo. La campaña se realizará durante la segunda semana de junio, fecha en la se realizan las evaluaciones finales de curso y todo el centro puede participar, ya que los exámenes han finalizado. La campaña consta de cartelería, sala de conferencias y mesas redondas, se han organizado grupos de trabajo para la búsqueda de soluciones y hábitos de consumo respetuosos con los derechos laborales y sostenibles con el medio ambiente.

## **10. Bibliografía.**

AIE (Agencia Internacional de Energía) (2005a): Saving Oil in a Hurry: Measures for Rapid Demand Restraint in Transport, [www.iea.org](http://www.iea.org)

Alianzas en movimiento (2012): El Comercio Justo en España 2012.

Club de Excelencia en Sostenibilidad y Eroski (2012): Consumo responsable y desarrollo sostenible, Tendencias de consumo responsable 2012.

Club de Excelencia en Sostenibilidad (2008): Consumo responsable y desarrollo sostenible: ¿Qué opinan los españoles?

Almeida Neves, S.A.; Marques, A.C.; Patrício, M. Determinants of CO2 emissions in European Union countries: Does environmental regulation reduce environmental pollution? *Econ. Anal. Policy* 2020, 68, 114–125.

Roche, R. (2004). *Inteligencia prosocial*. Col. Materiales. Universitat Autònoma de Barcelona.

## **11. Webgrafía**

<https://elpais.com/clima-y-medio-ambiente/2024-01-25/el-40-de-los-jovenes-cree-que-la-crisis-ecologica-se-esta-exagerando-segun-una-encuesta.html>

<https://elpais.com/eps/2024-01-25/como-y-por-que-liberarnos-del-poderoso-deseo-de-comprar.html>

<https://elpais.com/espana/2023-05-17/la-sequia-preocupa-mucho-al-89-de-los-espanoles-que-culpan-a-la-agricultura-la-industria-y-el-turismo-segun-el-cis.html>

<https://efeverde.com/40-exportaciones-ropa-usada-contaminan-europa-este-africa/>

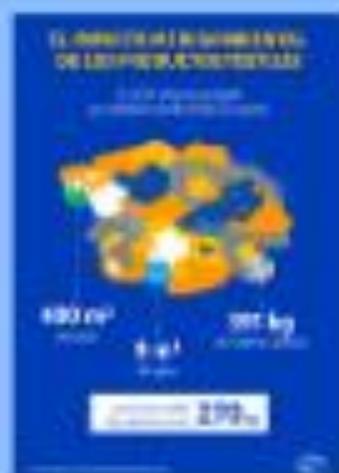
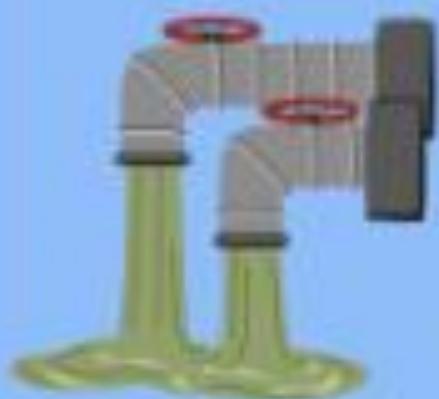
<https://cosh.eco/es/articulos/la-moda-sostenible-con-datos-y-numeros>

## ANEXO 1.

CARTELERIA PARA LA CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN QUE SE HARÁ EN EL CENTRO LA SEGUNDA SEMANA DE JUNIO.



# ¿CUANTO CONTAMINA CREAR MI CAMISETA?



# TUS DECISIONES CUENTAN



LES TUS DECISIONES  
COMPTEN

✓ **Indicador de riesgo** **○** **Indicador de calidad**



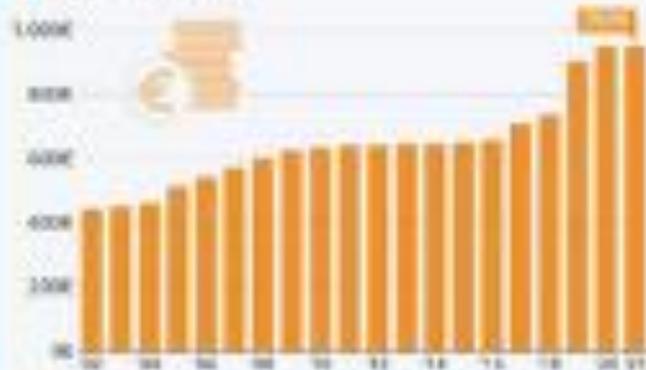
# ¿SABES CUANTO COBRAN

## NUESTROS TRABAJADORES?



### El salario mínimo en España

Salario mínimo interprofesional mensual en España (100 horas semanales)



### Tipo de explotación (2011)

