

EDUCAR A LOS ADOLESCENTES Y LAS ADOLESCENTES EN UN CONSUMO RESPONSABLE Y CONSCIENTE.

Nombre: Lidia Desirée Díaz Vera.

Correo electrónico: alu0100786132@ull.edu.es

Nombre de la tutora: María del Carmen Barrera Casañas.

Correo de la tutora: cbarrera@ull.edu.es

Universidad de La Laguna.

Facultad de Educación.

Grado de Pedagogía.

Modalidad 2: Proyecto de Investigación.

Curso: 2016-2017.

Convocatoria Junio 2017.

ÍNDICE.

RESUMEN.....	página 4
ABSTRACT.....	página 4
PALABRAS CLAVES.....	página 5
KEY WORDS.....	página 5
1 EDUCAR PARA UN CONSUMO CONSCIENTE.....	página 6
1.1 CENTRO INSULAR DE CALIDAD Y CONSUMO RESPONSABLE.....	página 7
1.2 CONSUMO Y ADOLESCENCIA.....	página 8
1.2.1 ¿Qué es el consumo?.....	página 8
1.2.2 Los modelos del consumo.....	página 9
1.2.2.1 <i>Modelo estructural</i>	página 9
1.2.2.2 <i>Modelo masculino y modelo femenino</i>	página 10
1.2.3 Los adolescentes y el consumo.....	página 11
1.2.3.1 <i>Perspectiva del consumo personal</i>	página 11
1.2.3.2 <i>¿Qué productos consumen los adolescentes?</i>	página 12
1.2.3.3 <i>Razones de consumo adolescente</i>	página 13
1.3 EL APRENDIZAJE DEL CONSUMO CONSCIENTE.....	página 13
1.3.1 Los procesos de aprendizaje en el contexto de consumo.....	página 13
1.3.2 Consumo consciente.....	página 14
2. OBJETIVOS.....	página 16
3. METODOLOGÍA.....	página 17
4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	página 18
BIBLIOGRAFÍA.....	página 20
ANEXO.....	página 21
Anexo 1: Modelo cuestionario.....	página 21

Anexo 2: Gráficos sobre el contenido obtenido en el cuestionario..... página 23

Anexo 3: Tablas de observación..... página 25

RESUMEN.

Este proyecto busca dar respuesta a la necesidad que existe para educar a los adolescentes y las adolescentes hacia un consumo responsable y consciente. Las causas por las que he creado este proyecto han sido, porque he observado que existe una carencia educativa hacia el consumo responsable, y también porque los adolescentes y las adolescentes consumen de manera impulsiva, lo que provoca un consumo irresponsable.

Se trata de un proyecto de investigación, ya que busca respuesta a un problema educativo. Para llevar a cabo la realización del proyecto, he trabajado conjuntamente con el Centro Insular de Calidad y Consumo Responsable de la isla de Tenerife. Este trabajo conjunto me sirvió, para poderme poner en contacto con los centros educativos de la isla, y para poder recabar una mayor información sobre el consumo.

Para llevar a cabo este proyecto he hecho una previa recogida de información con la que he obtenido grandes conocimientos del consumo. Después de esta recogida de información, llevé a cabo los objetivos del proyecto, a través de los cuales realicé las preguntas de los cuestionarios que contestaron los docentes de los centros educativos. Estos cuestionarios se realizaron teniendo en cuenta, los talleres que se llevan a cabo en el Centro Insular de Calidad y Consumo Responsable. A partir de estos talleres, también he realizado observaciones sobre la realización de los talleres y del aprendizaje que han obtenido los adolescentes y las adolescentes. Finalmente, a partir de los cuestionarios y observaciones pude obtener los resultados del proyecto.

ABSTRACT.

This project seeks to respond to the need that exists to educate adolescents and adolescents towards responsible and conscious consumption. The causes for which I have created this project have been, because I have observed that there is an educational lack to responsible consumption, and also because adolescents and adolescents consume impulsively, which causes an irresponsible consumption.

This is a research project, as it seeks a response to an educational problem. In order to carry out the project, I have worked together with the Insular Center for Quality and Responsible Consumption of the island of Tenerife. This joint work helped me to get in touch with the island's educational centers and to be able to gather more information about consumption.

To carry out this project I have done a previous collection of information with which I have gained great knowledge of consumption. After this collection of information, I

carried out the objectives of the project, through which I completed the questions of the questionnaires answered by the teachers of the schools. These questionnaires were carried out taking into account the workshops carried out in the Insular Center for Quality and Responsible Consumption. From these workshops, I have also made observations on the realization of the workshops and the learning that have been obtained by adolescents and adolescents. Finally, from the questionnaires and observations I was able to obtain the results of the project.

PALABRAS CLAVES.

Educación, consumo responsable, calidad, educación para el consumo y adolescentes.

KEY WORDS.

Education, responsible consumption, quality, consumer education and adolescents.

1. EDUCAR PARA UN CONSUMO RESPONSABLE.

El tema a tratar en este proyecto educativo es, la educación para un consumo responsable dirigida los adolescentes y las adolescentes.

La elección de este colectivo ha sido, por un lado, por lo influenciado que están los adolescentes y las adolescentes por las modas y la publicidad. Y, por otro lado, porque los adolescentes no consumen para satisfacer sus necesidades básicas, sino que consumen por ocio y diversión.

Este proyecto se basa en datos actuales, los cuales han sido extraídos de documentos españoles y de los resultados obtenidos a través del trabajo realizado en el Centro Insular de Calidad y Consumo Responsable.

He elegido la educación para un consumo responsable, porque he observado que existe una carencia educativa hacia el consumo responsable, y también porque los adolescentes y las adolescentes consumen de manera impulsiva, lo que provoca un consumo irresponsable.

Este proyecto educativo se basa en dos conceptos fundamentales, los cuales son, el consumo y la educación para el consumo responsable.

Se entiende por consumo, a la acción por la cual los bienes y servicios son usados o aplicados para los fines a los que están destinados, ya sea para satisfacer las necesidades de los individuos o para servir a los propósitos de producción (Glosario de términos especializados, 2016)

Y, por último, se entiende por educación para el consumo responsable, a los aspectos educativos que tratan de romper el pensamiento de consumir sin tener en cuenta la valoración positiva y negativa del consumo (López, 2009).

1.1. CENTRO INSULAR DE CALIDAD Y CONSUMO RESPONSABLE.

Este proyecto se ha llevado a cabo en el Centro Insular de Calidad y Consumo Responsable. Este está situado en el municipio de San Cristóbal de La Laguna, Tenerife.

El Centro Insular de Calidad y Consumo Responsable es el único centro educativo del archipiélago canario, que educa hacia un consumo responsable. En este centro se realizan talleres educativos, los cuales son demandados por los centros escolares de Tenerife.

El Centro Insular de Calidad y Consumo Responsable, distingue cuatro áreas educativas dentro de la educación para el consumo responsable, a partir de las cuales se desarrollan los talleres. Estas áreas educativas son:

1. Área de Calidad Alimentaria y Nutrición.
2. Área de Consumo y Medioambiente.
3. Área de Seguridad de los Productos y Servicios.
4. Área de Derechos y Deberes en las Relaciones de Consumo.

El Centro Insular de Calidad y Consumo Responsable no sólo crea talleres para los adolescentes y las adolescentes. Es por ello, que sólo nos centraremos en los talleres destinados a este colectivo.

La metodología de los talleres se basa en el desarrollo de conceptos teóricos y en el desarrollo de actividades prácticas.

A continuación, se explican los talleres educativos que están destinados a los adolescentes y las adolescentes, según cada área educativa.

➤ En el área de Calidad Alimentaria y Nutrición se llevan a cabo dos talleres:

Por un lado, el taller de “alimentación y compra equilibrada”. A partir del cual los adolescentes y las adolescentes aprenden que sustancias le aporta cada alimento, a realizar una compra más equilibrada y a comprar teniendo en cuenta un presupuesto económico.

Por otro lado, está el taller de “análisis de los alimentos”, a través del cual los adolescentes y las adolescentes investigan la composición de los alimentos, y crean análisis comparativos sobre estas composiciones. Estas investigaciones se realizan en base a diferentes prácticas químicas, como por ejemplo utilizando yodo para saber la cantidad de azúcar que tiene un producto, o utilizando lejía para saber la cantidad de grasa que tienen los productos investigados.

➤ **En el área de Consumo y Medioambiente se lleva a cabo:**

El taller “rincón de las energías renovables y cambio climático”, con este taller los adolescentes y las adolescentes aprenden a analizar una factura de la luz, y analizan la cantidad de energía renovable y no renovable que se está utilizando en las Islas Canarias en ese mismo momento.

➤ **En el área de Seguridad de los Productos y Servicios se lleva a cabo:**

El taller de “finanzas para todos y economía doméstica”, se crea para que los adolescentes y las adolescentes aprenden a realizar un presupuesto mensual, a partir del cual deben organizar sus gastos, teniendo en cuenta cuales de los gastos que realizan mensualmente, atienden sus necesidades básicas y cuáles no.

➤ **En el área de Derechos y Deberes en las Relaciones de Consumo se lleva a cabo:**

El taller de “las etiquetas hablan”, a través de este taller los adolescentes y las adolescentes analizan las etiquetas de diferentes productos, tanto alimentarios como textiles. A partir de este análisis, los adolescentes y las adolescentes aprenden a distinguir entre un producto de calidad y un producto que puede dañar su salud.

1.2. CONSUMO Y ADOLESCENCIA

1.2.1. ¿Qué es el consumo?

Se entiende por consumo al uso de bienes y servicios que satisfacen directamente una necesidad humana. Se diferencia de la producción, porque esta última usa los bienes o servicios para la obtención de otros nuevos, con los que se logran beneficios económicos. (Argandeña, 1993: 4). También se entiende por consumo a la fuente de bienestar que cubre las funciones básicas. Esta forma de entender el consumo, da lugar a lo que se entiende como sociedad de consumo.

La sociedad de consumo, confiere una dimensión múltiple de carácter económico, cultural, antropológica, social y ético.

Por otro lado, el consumo no debe limitarse sólo a la adquisición de productos y servicios disponible en el mercado, sino también al añadido de otras facetas como son: el modo de elegir el producto, su utilización, el mantenimiento y la reparación del mismo.

También debemos de entender que consumir es más que la satisfacción de una necesidad o de un deseo, ya que es un proceso que tiene implicaciones de carácter económico, social y medio ambiental. Para que la sociedad tenga en cuenta estas implicaciones, se les debe de educar hacia un consumo responsable.

El consumo es un hecho social que abarca la totalidad de la vida de los individuos sociales, y a partir de este hecho social los individuos son capaces de relacionarse unos con otros, e incluso consigo mismos. Esta relación se produce al dotar los objetos de un poder casi mágico.

Por último, debemos saber que los individuos cubren las necesidades básicas de su vida a través del consumo. Una vez que han cubierto estas necesidades básicas, pasan a cubrir otras necesidades de carácter secundario, aunque estas últimas no sean consideradas de carácter fundamental para su supervivencia social (Berlanga Quintero, 2010).

1.2.2. Los modelos del consumo.

Existen varios modelos de consumo, pero en este proyecto se le dará importancia sólo a dos de ellos. Por un lado, está el modelo estructural a través del cual el individuo se auto-complace. Y, por otro lado, está el modelo masculino y modelo femenino, el cual provoca distinción entre los gustos y las maneras de consumir dependiendo del género. A continuación, se explican estos dos modelos de consumo.

1.2.2.1. Modelo estructural.

Con el modelo estructural, la sociedad de consumo se concibe a sí misma como consumista, y se refleja narcisistamente en la imagen del consumismo (Baudrillard, Bixio y Alonso Benito, 2009). Se entiende por consumismo al acto que tiene la sociedad de consumir, y este acto se convierte en la dinámica central de todos los ámbitos sociales sus vidas (Berlanga Quintero, 2010).

El modelo estructural entiende la sociedad de consumo como una función colectiva, que se difunde dependiendo del nivel de cada individuo. Esta manera de entender a la sociedad de consumo no contradice el concepto de conformismo, sino todo lo contrario, ya que a partir del conformismo aceptamos que somos personas que consumimos de manera individual y social.

Por otro lado, la sociedad de consumo invita al individuo a agradarse y a complacerse a través del consumo, ya que se entiende que gustándose a sí mismo hay mayores oportunidades de gustar a los demás. Aunque si esto se lleva al extremo, lo más probable es que la complacencia y la auto-sedución llegarían a suplantar totalmente la finalidad seductora y objetiva del consumo.

1.2.2.2. Modelo masculino y modelo femenino.

El modelo masculino y el modelo femenino nos permite diferenciar las exigencias publicitarias que existen para ambos sexos.

El **modelo masculino** se caracteriza por la exigencia y el sentido de elección. Esto da lugar a que, toda la publicidad masculina insiste en la regla “deontológica” de la elección, con esta regla no sólo se tiene en cuenta el sentido de la elección, sino también los términos de rigor de la moda y el consumismo.

Todo el género masculino de calidad es exigente, por lo que no se puede permitir ninguna debilidad ni puede descuidar ningún detalle de su imagen. El consumo ha hecho que el género masculino, no se deje influenciar por los estímulos y el placer, ya que este se debe distinguir del resto de miembros.

El cuidado de la imagen y de destacar sobre los demás en el género masculino comienza en la adolescencia, ya que ese es el momento en el que los miembros del género masculino comienzan a sufrir cambios físicos y luchan por pertenecer a un grupo social.

El **modelo femenino** tiene en cuenta la conservación de la imagen desde muy temprana edad, ya que desde muy pequeñas las niñas deben estar bien presentadas ante la sociedad.

En la adolescencia se le da mucha importancia al cuidado de la imagen, ya que las adolescentes están más influenciadas por la moda y la publicidad.

En la actualidad, la publicidad sigue invitando al género masculino a jugar a ser un soldado exigente con su imagen. Mientras que al género femenino le invita a jugar a las muñecas consigo mismas, para que de esta manera mantenga su belleza.

Como conclusión a estos dos modelos se debe destacar, que estos modelos provocan que se segregue a la sociedad por sexos, y esto influye tanto en los estilos de vida como en la mentalidad social (Baudrillard, Bixio y Alonso Benito, 2009).

1.2.3. Los adolescentes y el consumo.

Antes de adentrarnos plenamente en el análisis de los bienes que consumen los adolescentes y las adolescentes, se debe tener en cuenta la definición de consumo que se ha planteado en la introducción del proyecto. A partir de la cual, se puede afirmar que el consumo de los adolescentes y las adolescentes, es el gasto que tienen en bienes y servicios.

Los gastos de los adolescentes y las adolescentes están condicionados por el nivel económico de la familia, es decir, los adolescentes y las adolescentes son dependientes de la economía familiar.

El consumo de los adolescentes y las adolescentes es sustentado por sus padres, es por ello que consumen por y para sí mismos.

Finalmente, los objetivos por los que consumen los adolescentes y las adolescentes no están relacionados con la supervivencia, sino con la diversión, el esfuerzo, la integración del grupo etc.

1.2.3.1. *Perspectiva del consumo personal.*

El consumo personal de los adolescentes está condicionado por la situación económica de su familia. Y por ello, gran parte de su consumo no está destinado a la supervivencia sino al ocio.

A partir de esta situación de dependencia, existe una diferencia entre lo que un adolescente o una adolescente puede comprarse por sí mismo/a y aquello que han de costearle sus padres.

Según un estudio realizado por el Instituto Nacional de Consumo, el gasto juvenil es analizado desde dos perspectivas. Por una parte, están los productos y servicios que adquieren los adolescentes y las adolescentes con sus ingresos esporádicos. Y, por otra parte, los gastos que cubren sus familias. En la siguiente tabla se representan ambas perspectivas.

Gastos de los jóvenes cubiertos por ellos mismos o por sus familias.

Gastos que cubren los jóvenes.	Gastos que cubren las familias.
<ul style="list-style-type: none">➤ Gastos esporádicos.➤ Compra de vestuario o complementos relacionados con las identidades grupales.➤ Adquisición de bienes y servicios relacionados con el tiempo libre o con las actividades de ocio.➤ Gastos de bolsillo.➤ Regalos a las familias y a las amistades.	<ul style="list-style-type: none">➤ Gastos vitales.➤ Formación.➤ Infraestructuras para la formación.➤ Bienes relacionados con la información.

Fuente: Los adolescentes como consumo, 2016.

Esta tabla demuestra una gran diferencia entre los gastos que se cubren los adolescentes y las adolescentes por sí mismos como son (tabaco, ropa, complementos etc.), y los gastos que cubren sus familias, los cuales están relacionados con los estudios, la alimentación, los deportes etc.

Para concluir, todos los productos que consumen los adolescentes están relacionados con el consumo de dinero y el consumo de tiempo. Por consumo de dinero nos referimos al continuo intercambio de bienes y servicios. Y por consumo de tiempo, a todas las prácticas de consumo que están relacionadas con el ocio y tiempo el libre (Los adolescentes como consumidores, 2016).

1.2.3.2. ¿Qué productos consumen los adolescentes?

Los productos que más consumen los adolescentes y las adolescentes en la actualidad son alimentos, ropa y tecnologías. Para realizar la compra de estos productos, los adolescentes suelen gastarse más del doble de su paga mensual, esto significa que los gastos de los adolescentes y las adolescentes son casi tan grandes como los de un adulto.

Los adolescentes y las adolescentes realizan sus compras en relación, a las marcas que están de moda y a los nuevos productos que estas marcas crean. Esto es debido a que los adolescentes y las adolescentes, están influenciados por las publicidades, los productos y las modas. Estas influencias, dan lugar a que sean o no aceptados por el grupo social al que pertenecen.

Por otro lado, destacar que existen diferencias entre los productos que consumen los adolescentes y los productos que consumen las adolescentes.

Por un lado, las adolescentes consumen para poder diferenciarse del resto de miembros del grupo al que pertenecen. Es por ello, que las adolescentes consumen productos relacionados con el diseño y los estudios. Mientras que los adolescentes consumen sólo para parecerse al resto del grupo. Para ello, consumen productos que les permitan tener una mayor autonomía y producir económicamente (Puro Marketing, 2016).

1.2.3.3. Razones de consumo adolescente.

Existen tres razones por las que los adolescentes y las adolescentes consumen.

- I. Los adolescentes y las adolescentes disponen de ingresos suficientes para sufragar sus caprichos. Es por ello, que los adolescentes y las adolescentes consumen de manera irreflexiva cuando disponen de suficiente dinero.
- II. Los deseos y las necesidades propias de los adolescentes y las adolescentes se convierten en motivos de consumo.
- III. Los adolescentes y las adolescentes disponen de demasiado tiempo libre (Los adolescentes como consumidores, 2016).

1.3. EL APRENDIZAJE DEL CONSUMO CONSCIENTE.

1.3.1. Los procesos de aprendizaje en el contexto del consumo.

Las conductas de consumo se crean en base a las continuas repeticiones que se hacen al comprar siempre los mismos productos, esto se debe a la tendencia que existe a ser fiel a los mismos artículos y a las mismas marcas, ya que es el mejor indicador para realizar la próxima compra.

Con frecuencia se dan en el consumidor procesos de aprendizaje asociativos, es decir, en el consumidor existe una sensación placentera asociada a una marca o un personaje. Este aprendizaje trabaja conjuntamente con el condicionamiento clásico, a través del cual surgen repeticiones de estos estímulos hasta que uno de ellos adquiere las propiedades del otro. Cuando el aprendizaje del consumo trabaja conjuntamente con el condicionamiento clásico, los consumidores dan respuestas más automáticas y sencillas.

El aprendizaje asociativo está relacionado con el consumo, cuando el consumidor no admite imitaciones más económicas del producto original.

El aprendizaje del consumo también se puede explicar a través del condicionamiento operante. Las respuestas del aprendizaje de consumo según el condicionamiento operante, se realizan deliberadamente para alcanzar una meta y que estas puedan ser más complejas, es decir, el individuo está condicionado por su comportamiento. Por ello

se debe enseñar a la sociedad a asociar determinadas conductas, teniendo en cuenta las consecuencias positivas y negativas de las mismas.

Por otro lado, frente a la visión conductista del aprendizaje del consumidor, se encuentran los postulados de la psicología cognitiva. En este caso están presentes los procesos mentales internos más complejos, a través de los cuales el aprendizaje es asimilado por la resolución de los problemas, y esta resolución se crea a partir de la información de la que disponen.

Uno de los recursos más frecuentes en los procesos de aprendizaje, es el aprendizaje observacional, el cual surge cuando el consumidor se fija en determinadas conductas y su desarrollo y consecuencias son inimitables. Con el aprendizaje observacional, se dibuja un interesante escenario donde los consumidores buscan modelos y la comunicación comercial trata de proporcionárselos. Para ello, el papel de la experiencia, la cuidada presentación del modelo, y la capacidad de motivar al consumidor para que se reproduzca la acción, son aspectos claves para que este aprendizaje funcione.

El recuerdo es un aspecto importante en la decisión de compra y en la eficacia de la comunicación comercial. Este aspecto es estudiado, a través de la psicología cognitiva, la cual está relacionada con el consumo.

Por último, el aprendizaje del conocimiento nos aporta una explicación importante sobre los fenómenos del olvido. Estos fenómenos van más allá de su simple justificación basada en el desuso de determinadas informaciones.

A medida que se aprende la información adicional del consumo, desplazamos otro tipo de información. Esto da lugar, a un proceso de interferencia (Eumed, 2016).

1.3.2. Consumo consciente.

Entendemos por Consumo Consciente y Responsable a la elección de productos y servicios en base a su calidad y precio, a su impacto ambiental y social, y a la conducta de las empresas que elaboran los productos y servicios.

El Consumo Responsable implica el desarrollo de una conciencia crítica sobre el consumo. Mientras que el Consumo Consciente y Responsable es un instrumento de presión frente al mercado, y a la contribución del Desarrollo Humano Sostenible.

El Consumo Consciente y Responsable se construye mediante la unión de tres ejes: consumo ético y crítico, consumo ecológico y consumo solidario (Consumo Responsable, 2016).

Se entiende por **consumo ético** a la valoración de las opciones justas, solidarias o ecológicas. Es por ello que se deben de consumir los bienes y servicios, teniendo en cuenta los valores y beneficios personales.

Por otro lado, se entiende por **consumo crítico** a las preguntas que se realiza el individuo sobre, las condiciones sociales y ecológicas en las que ha sido elaborado el producto o servicio que quieren comprar. La incorporación de estos valores en nuestro consumo, no disminuyen el bienestar y la calidad de vida, sino todo lo contrario (Psicología y empresa, 2016).

El **consumo ecológico** es aquel donde los individuos satisfacen sus necesidades, tratando de consumir de la manera más beneficiosa para el entorno y el resto de seres vivos. Este consumo puede ser favorecido por dos factores, por un lado, está la aparición de las tecnologías más respetuosas con el medio ambiente y menos contaminantes. Y, por otro lado, está la evolución del conocimiento y de la cultura humana.

Por último, el **consumo solidario** surge cuando se consumen bienes y servicios que sirven a las necesidades y a los deseos del consumidor. Estas necesidades y estos deseos buscan la realización libre del bien vivir personal, la promoción del bien vivir de los trabajadores que elaboran los productos, la distribución y comercialización de los productos y servicios que mantienen en equilibrio a los ecosistemas, y por último, para contribuir a la construcción de sociedades justas y solidarias (Scribd, 2016).

Todas estas perspectivas del consumo son desarrolladas mediante los programas pedagógicos de los centros educativos. Estas perspectivas no sólo se desarrollan en el ámbito educativo formal sino también en el ámbito educativo informal y no formal.

Para finalizar, destacar que actualmente las conductas de consumo consciente, se desarrollan entre los centros educativos formales y los centros educativos no formales.

2. OBJETIVOS.

Los objetivos para la realización y el desarrollo de este proyecto, son los siguientes:

Objetivo general:

1. Conocer hasta qué punto los profesionales de los centros educativos de Tenerife, consideran que se ha formado a los alumnos hacia un consumo responsable y consciente.

Objetivos específicos:

- 1.1. Conocer cómo influyen los contenidos de responsabilidad que se han desarrollado en los talleres, para que los adolescentes actúen de manera sensata y consciente.
- 1.2. Conocer hasta qué punto es adecuada la ejecución y explicación de los talleres que se realizan en el centro de calidad y consumo responsable.

3. METODOLOGÍA.

La metodología del proyecto es de carácter cuantitativo. Esta metodología se basa en el desarrollo de un cuestionario y en una observación estructurada.

El cuestionario se ha aplicado a los 99 Centros Educativos que han visitado el Centro de Calidad y Consumo Responsable

Este cuestionario está estructurado en dos bloques de preguntas. Por un lado, se han desarrollado preguntas sobre la toma de contacto con el Centro de Calidad y Consumo Responsable. Esta parte del cuestionario ha sido desarrollada y analizada por el propio centro. Por otro lado, se han desarrollado preguntas con la temática del consumo responsable y consciente. Para el desarrollo de este proyecto y para obtener los resultados del mismo, sólo se han tenido en cuenta las preguntas del segundo bloque. En este segundo bloque también he tenido en cuenta los talleres que los Centros Educativos han llevado a cabo en el Centro de Calidad y Consumo Responsable, ya que en este proyecto se quiere saber si la educación para el consumo es necesaria en la población adolescente.

Los cuestionarios han sido contestados por los diferentes docentes de los Centros Educativos, una vez que los alumnos y las alumnas han realizado los talleres educativos que llevan a cabo el Centro Insular de Calidad y Consumo Responsable. El número total de alumnos y alumnas han sido 2201, de los cuales 1000 eran alumnos y 1201 alumnas.

La observación se ha realizado dentro de los talleres que el Centro Insular de Calidad y Consumo Responsable lleva a cabo, el motivo de estas observaciones ha sido poder conocer el desarrollo de los talleres educativos y el aprendizaje que obtienen los adolescentes y las adolescentes a través de estos. Estas observaciones se han realizado de manera estructurada para poder centrarme en mis objetivos.

Por último, los cuestionarios fueron vaciados y analizados a través del programa informático Excel.

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Los resultados de investigación se han obtenido tras el vaciado de los cuestionarios y las observaciones realizadas (ver anexo 2 y anexo 3).

Los resultados de la investigación en relación al objetivo general del proyecto, el cual da importancia a la formación del alumnado hacia un consumo responsable y consciente, han desvelado que el 66,6% de los encuestados creen que los contenidos sobre el consumo responsable, han influido mucho en el comportamiento y en la actitud de los alumnos a la hora de consumir. Esto se debe a que los adolescentes y las adolescentes, aprenden a realizar un presupuesto a partir del cual deben de realizar sus compras, lo que les lleva a diferenciar entre los productos importantes para su supervivencia y los productos menos importantes. Por otro lado, el alumnado también aprende a analizar las sustancias de productos que suelen consumir a diario, aprendiendo de esta manera si estos productos son buenos o no para su salud. Finalmente, los contenidos de los talleres influyen en los adolescentes y las adolescentes, ya que estos se comienzan a plantear si los productos que consumen influyen de manera positiva o negativa en el medio ambiente.

Por otro lado, el 77,7% de la población de la muestra considera que el aprendizaje de los alumnos y las alumnas ha sido muy bueno. Este aprendizaje se ve influenciado, por la metodología que se lleva a cabo en los talleres educativos, ya que, a partir de esta los alumnos y las alumnas aprenden los diferentes conceptos que engloba la temática del consumo responsable, y este temario es posteriormente puesto en práctica dentro del Centro Insular de Calidad y Consumo Responsable. La metodología que se desarrolla en los talleres, da lugar a que los adolescentes y las adolescentes pongan en práctica un consumo responsable a lo largo de su vida.

Los resultados correspondientes al primer objetivo específico, el cual se basa en la influencia de los contenidos desarrollados en los talleres educativos, han desvelado que el 77,7% de los encuestados piensan que a través de los talleres educativos los alumnos y las alumnas aprenden a actuar de manera consciente a la hora de comprar o consumir algún producto. Los alumnos y las alumnas aprenden a consumir de manera consciente por medio de los talleres, porque se les ha enseñado la forma en la que afectan algunos productos en el medioambiente, lo que les ha percatado de tener en cuenta más los componentes de los productos y no sólo la marca, como, por ejemplo, la cantidad de productos químicos que se utilizan para realizar los ambientadores.

Por otro lado, el 97,7% de los encuestados consideran que, a partir de los contenidos aportados en los talleres los alumnos actúan de manera adecuada cuando consumen.

Esto se debe, por un lado, a que los alumnos y las alumnas han llevado a cabo un presupuesto económico, a partir de un ingreso igualitario para todo el alumnado. Con el presupuesto del que disponían debían de dar preferencias a la compra de un consumo u otro, teniendo en cuenta si era prioritario o no para sus necesidades básicas. Con esta práctica, los alumnos y las alumnas empezaron a tener en cuenta, si los productos que consumían mensualmente eran necesarios para su supervivencia o no, si estos productos no eran necesarios para su supervivencia consideraron que eran productos que podrían comprar cuando tuviesen algunos ahorros. Por otro lado, los alumnos y las alumnas también aprendieron a analizar las etiquetas de los productos para saber si eran beneficios para su salud o no. Los productos alimentarios eran analizados mediante pequeñas pruebas químicas, como era analizar el azúcar del jamón o la mortadela utilizando yodo, o también analizando la grasa de estos mismos alimentos utilizando lejía. En este taller también se analizaban las etiquetas de los productos textiles, en los que se tenía en cuenta el significado de los pictogramas que aparecen en estas etiquetas. Por último, como los adolescentes y las adolescentes son dependientes de la economía familiar, estos llevaron a cabo un taller de compra y alimentación equilibrada, a partir del cual los adolescentes y las adolescentes aprendieron a realizar una compra mensual para la familia con un presupuesto estipulado. Con este taller los alumnos y las alumnas aprendieron a organizar la compra, a observar los precios de los distintos productos, a tener preferencia por los productos básicos para sobrevivir, y a tener siempre en cuenta el presupuesto.

Por último, los resultados obtenidos a partir del segundo objetivo específico, recordando que este atendía saber si la explicación y ejecución de los talleres ha sido adecuada, han desvelado que el 71,1% de la población de la muestra ha considerado que la explicación y la ejecución de los talleres es muy buena. Esto se debe a la metodología que se lleva a cabo en los talleres educativos. Esta metodología se basa en una breve explicación de los conceptos claves están vinculados a cada taller educativo, por ejemplo, en el taller de compra y alimentación equilibrada realizan una breve explicación de las sustancias que aporta cada alimento. Casi todas las explicaciones se realizan a través de diapositivas, exceptuando el taller de rincón de las energías y cambio climático, en este caso las explicaciones se realizan en el patio y la azotea del Centro Insular de Calidad y Consumo Responsable, ya que es ahí donde se encuentran los materiales del taller. Por último, en los talleres se llevan a cabo las prácticas que están relacionadas con los contenidos educativos, por ejemplo: haciendo una compra, analizando alimentos, observando el funcionamiento de los aparatos de energías renovables etc.

BIBLIOGRAFÍA.

Glosarios de términos especializados. (2016). *Consumo (Economía)*. [online] Obtenido de: <http://glosarios.servidor-alicante.com/economia/consumo> [Acceso 7 Abril 2016].

LOPEZ, E. (2009). *EDUCACION PARA UN CONSUMO RESPONSABLE*. [online] Karolyeli.blogspot.com.es. Obtenido de: <http://karolyeli.blogspot.com.es/> [Acceso 7 Abril 2016].

Berlanga Quintero, S. (2010). *La educación del consumidor en el aula, en la familia y en la sociedad*. Zaragoza: Mira. Obtenido el: 04 Julio 2016.

Baudrillard, J., Bixio, A. and Alonso Benito, L. (n.d.). *La sociedad de consumo*. Obtenido el: 04 Julio 2016.

Los adolescentes como consumidores. (2016). Obtenido de: <http://www.injuve.es/sites/default/files/3%20-%20los%20adolescentes%20como%20consumidores.pdf> Acceso el 05 Julio 2016.

Puro Marketing - Marketing, Publicidad, Negocios y Social Media en Español. (2016). *¿Cómo es el perfil del nuevo consumidor adolescente?* [online] Obtenido de: <http://www.puromarketing.com/88/19019/como-perfil-nuevo-consumidor-adolescente.html> [Acceso 07 Jul 2016].

Los adolescentes como consumidores. (2016). Obtenido de: <http://www.injuve.es/sites/default/files/3%20-%20los%20adolescentes%20como%20consumidores.pdf> Acceso el 05 Julio 2016

Eumed.net. (2016). *Los procesos de aprendizaje en el contexto de consumo*. [online] Obtenido de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010b/681/Los%20procesos%20de%20aprendizaje%20en%20el%20contexto%20de%20consumo.htm> [Acceso 5 Julio 2016].


Responsable, C. (2016). *Consumo Consciente y Responsable*. [online] Emaus.com. Obtenido de: <http://www.emaus.com/que-hacemos/educacion-transformar-mundo/ambitos-de-actuacion/consumo-consciente-y-responsable> [Acceso 5 Julio 2016].

Psicologiayempresa.com. (2016). *Consumo Crítico y Ético*. [online] Obtenido de: <http://psicologiayempresa.com/consumo-critico-y-etico.html> [Acceso 6 Julio 2016].

Scribd. (2016). *Consumo Solidario Mance*. [online] Obtenido de: <https://es.scribd.com/doc/79797007/Consumo-Solidario-Mance> [Acceso 6 Julio 2016].

ANEXOS.

Anexo 1: Modelo cuestionario.

 <p> Área de Empleo, Desarrollo Económico, Comercio y Acción Exterior Servicio Técnico de Empleo, Desarrollo Económico y Comercio </p>	FECHA: _____																				
	Nº DE ALUMNOS: _____																				
EVALUACIÓN TALLERES EDUCATIVOS CENTRO DE FORMACIÓN LA LAGUNA (2015-2016)																					
DATOS DE IDENTIFICACIÓN																					
CENTRO: _____ MUNICIPIO: _____ TELEFÓNO: _____ PERSONA DE CONTACTO: _____ NOMBRE TALLER: _____ E-MAIL: _____ DESEO RECIBIR INFORMACIÓN BOLETÍN DE CONSUMO Y CALIDAD: SI ____ NO ____																					
A. CONTACTO PREVIO A LA REALIZACIÓN DEL TALLER																					
1. Le ha sido fácil contactar con la Oficina Insular de Consumo: <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>Sí</td> <td style="text-align: center;">1</td> </tr> <tr> <td>Regular (<i>Pasar a la preg.2</i>)</td> <td style="text-align: center;">2</td> </tr> <tr> <td>No (<i>Pasar a la preg.2</i>)</td> <td style="text-align: center;">3</td> </tr> <tr> <td>Ns/Nc</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> </table>	Sí	1	Regular (<i>Pasar a la preg.2</i>)	2	No (<i>Pasar a la preg.2</i>)	3	Ns/Nc	0	2. Indique el motivo por el que considera mejorable la comunicación con nuestro centro: _____ _____ _____												
Sí	1																				
Regular (<i>Pasar a la preg.2</i>)	2																				
No (<i>Pasar a la preg.2</i>)	3																				
Ns/Nc	0																				
3. El envío de información sobre las actividades ofertadas que le hacemos llegar es: <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>Adecuado (<i>pasar preg. 5</i>)</td> <td style="text-align: center;">1</td> </tr> <tr> <td>Algunas dificultades (<i>pasar preg. 4</i>)</td> <td style="text-align: center;">2</td> </tr> <tr> <td>Inadecuada (<i>pasar preg. 4</i>)</td> <td style="text-align: center;">3</td> </tr> <tr> <td>Ns/Nc</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> </table>	Adecuado (<i>pasar preg. 5</i>)	1	Algunas dificultades (<i>pasar preg. 4</i>)	2	Inadecuada (<i>pasar preg. 4</i>)	3	Ns/Nc	0	4. Explique el motivo por el que considera que el envío de información es deficiente o presenta alguna dificultad: _____ _____ _____												
Adecuado (<i>pasar preg. 5</i>)	1																				
Algunas dificultades (<i>pasar preg. 4</i>)	2																				
Inadecuada (<i>pasar preg. 4</i>)	3																				
Ns/Nc	0																				
5. ¿Qué medio prefiere usted para el envío de la documentación e información? <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>Correo Electrónico</td> <td style="text-align: center;">1</td> </tr> <tr> <td>Correo Ordinario</td> <td style="text-align: center;">2</td> </tr> <tr> <td>Fax</td> <td style="text-align: center;">3</td> </tr> <tr> <td>Teléfono</td> <td style="text-align: center;">4</td> </tr> <tr> <td>Ns/Nc</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> </table>	Correo Electrónico	1	Correo Ordinario	2	Fax	3	Teléfono	4	Ns/Nc	0	6. ¿Cuál cree usted que es la mejor fecha para enviar la documentación, que le permita una mejor organización para participar en nuestros Talleres Educativos del Centro de La Laguna? <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>Septiembre</td> <td style="text-align: center;">1</td> </tr> <tr> <td>Octubre</td> <td style="text-align: center;">2</td> </tr> <tr> <td>Noviembre</td> <td style="text-align: center;">3</td> </tr> <tr> <td>Diciembre</td> <td style="text-align: center;">4</td> </tr> <tr> <td>Otros, especificar</td> <td style="text-align: center;">5</td> </tr> </table>	Septiembre	1	Octubre	2	Noviembre	3	Diciembre	4	Otros, especificar	5
Correo Electrónico	1																				
Correo Ordinario	2																				
Fax	3																				
Teléfono	4																				
Ns/Nc	0																				
Septiembre	1																				
Octubre	2																				
Noviembre	3																				
Diciembre	4																				
Otros, especificar	5																				

B. VALORACIÓN DE LOS CONTENIDOS.

7. En cuanto del contenido del taller, para que los alumnos actúen de manera consciente ha sido:

Muy adecuado	4
Adecuado	3
Poco adecuado	2
Nada adecuado	1

8. Considera que el nivel para actuar de manera consciente por parte de los alumnos ha sido:

Muy bueno	4
Bueno	3
Malo	2
Muy malo	1

9. Respecto al modo de ejecución y explicación de los contenidos del consumo responsable por parte de los educadores ha sido:

Muy buena	4
Buena	3
Mala	2
Muy mala	1

10. Respecto al aprendizaje de los contenidos del consumo responsable por parte de los alumnos ha sido:

Muy bueno	4
Bueno	3
Mal	2
Muy mal	1

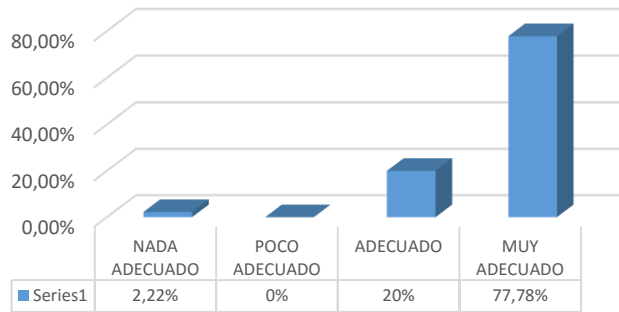
11. ¿cómo cree que influirán los contenidos de consumo responsable en el comportamiento y la actitud de los alumnos?

Alta	3
Media	2
Baja	1

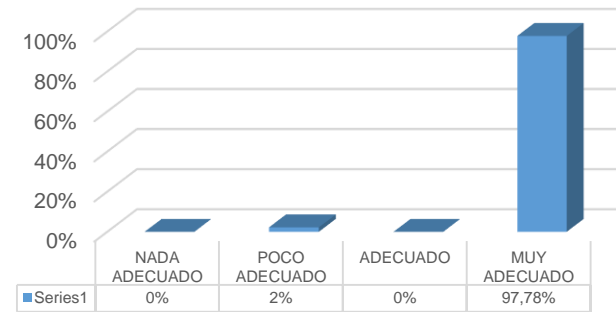
Fuente: Elaboración propia, 2016.

Anexo 2: Gráficos sobre el contenido obtenido en el cuestionario, para los resultados de la investigación.

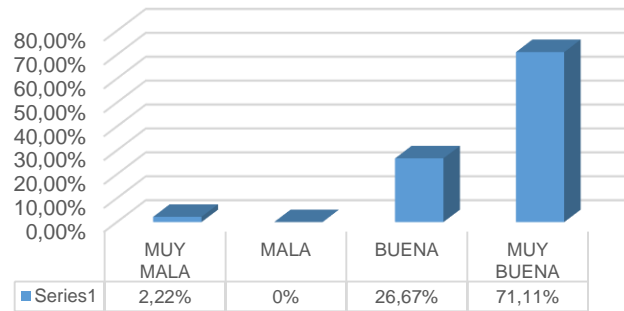
Pregunta 7: Actuar de manera consciente.



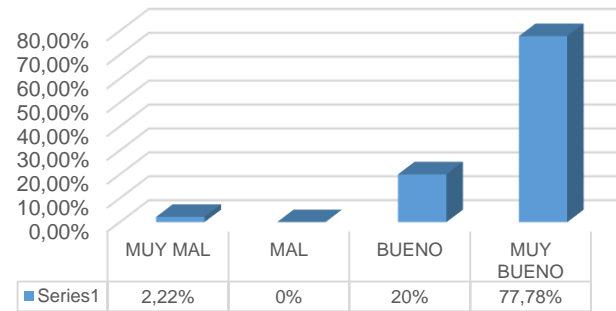
Pregunta 8: Nivel del alumno para actuar de manera consciente.



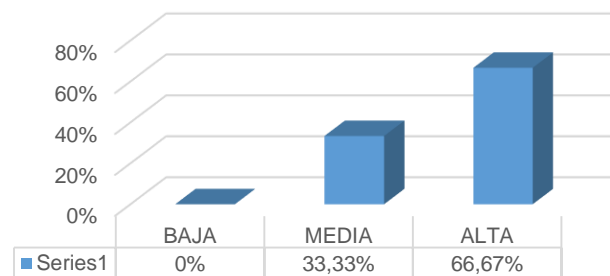
Pregunta 9: Ejecución y explicación de los contenidos del consumo responsable.



Pregunta 10: Abstracción de los contenidos por parte de los alumnos.



Pregunta 11: Influencia de los contenidos del consumo responsable en los alumnos.



Fuente: Elaboración propia, 2017.

Anexo 3: Tabla de Observaciones.

Taller Alimentación y Compra Equilibrada.					
	1 Mala	2 Regular	3 Buena	4 Muy buena	Explicación.
<u>Aula.</u>			X		El aula está bien equipada y estructurada. Consta de cinco mesas y ocho sillas en cada una. Además el aula tiene una mesa de trabajo para el docente que realiza el taller, una pizarra y un cañón con el que se plasman las diapositivas de la presentación del taller educativo.
<u>Material.</u>			X		Los materiales de este taller son: folios, lápices, dinero, cañón, ordenador y diapositivas. La carencia de estos materiales es que algunos de ellos están descuidados, por el uso de todos los alumnos que pasan por el Centro Insular de Calidad y Consumo Responsable.
<u>Actitud de los alumnos.</u>				X	Los alumnos y las alumnas que realizaron este taller tuvieron muy buena actitud de aprendizaje, ya que a estos prestaban gran interés por las sustancias que les aportaba cada alimento, y también, prestaban gran interés a la actividad de realizar una compra mensual teniendo en cuenta un presupuesto.
Metodología.					
El taller se basa en la explicación de las sustancias que aporta cada alimento. Esta explicación se realizaba a través de la rueda de alimentos, está era presentada a través del cañón con diferentes diapositivas. Al finalizar estas explicaciones, los alumnos y las alumnas debían de realizar una lista de la compra, lo más equilibrada posible y teniendo en cuenta el presupuesto del que disponían. A partir de esta lista, los alumnos y las alumnas debían realizar la compra, teniendo en cuenta los precios de los productos que tienen que comprar.					
Aprendizaje de los alumnos.					
Con este taller los alumnos han aprendido las sustancias que les aporta cada alimento, lo que les ayuda a saber si están alimentándose de manera adecuada. Por otro lado, los alumnos y las alumnas han aprendido a organizar y realizar una compra mensual teniendo en cuenta un presupuesto, esto les ha enseñado a tener en cuenta los gastos que tienen sus padres para mantenerlos. De esta manera los alumnos y las alumnas han aprendido a organizar sus gastos sin abusar de la economía familiar.					

Fuente: Elaboración propia, 2016

Taller Análisis de los alimentos.					
	1 Mala	2 Regular	3 Buena	4 Muy buena	Explicación.
<u>Aula.</u>			X		El aula está bien equipada y estructurada. Consta de cinco mesas y ocho sillas en cada una. Además el aula tiene una mesa de trabajo para el docente que realiza el taller, una pizarra y un cañón con el que se plasman las diapositivas de la presentación del taller educativo.
<u>Material.</u>			X		Los materiales de este taller son: probetas, platos, jamón, mortadela, arroz, refrescos, lejía y yodo
<u>Actitud de los alumnos.</u>				X	Los alumnos y las alumnas que realizaron este taller tuvieron muy buena actitud de aprendizaje, ya que a estos prestaban gran interés para saber cómo podían investigar si los alimentos que consumían eran buenos o no para su salud, sin tener que mirar sus etiquetas de envasado.
Metodología.					
El taller se basa en el análisis de algunos componentes de los alimentos que más consumen los adolescentes y las adolescentes. Después de estas explicaciones, los alumnos y las alumnas realizaban pequeños experimentos químicos para analizar las grasas, los azúcares y los colorantes que contienen diferentes productos. Finalmente, a partir de estos análisis los alumnos y las alumnas aprenden a diferenciar los productos que influyen de manera positiva y negativa en su salud.					
Aprendizaje de los alumnos.					
Con este taller los alumnos y las alumnas han aprendido a analizar los componentes de diferentes alimentos, y con este análisis han aprendido a diferenciar los mejores productos para su salud.					

Fuente: Elaboración propia, 2016

Taller Rincón de las energías renovables y cambio climático.					
	1 Mala	2 Regular	3 Buena	4 Muy buena	Explicación.
<u>Aula.</u>			X		El aula está bien equipada y estructurada. Consta de cinco mesas y ocho sillas en cada una. Además el aula tiene una mesa de trabajo para el docente que realiza el taller, una pizarra y un cañón con el que se plasman las diapositivas de la presentación del taller educativo.
<u>Material.</u>			X		Los materiales de este taller son: cañón, ordenador y diapositivas, molinos de viento, cocina solar, caldero y chocolate. La carencia de estos materiales es que algunos de ellos están descuidados, por el uso de todos los alumnos que pasan por el Centro Insular de Calidad y Consumo Responsable.
<u>Actitud de los alumnos.</u>		X			Los alumnos y las alumnas que realizaron este taller no comenzaron con buena actitud, esto es debido a que la metodología del taller no llama la atención del alumnado. Lo único que llamo la atención del alumnado, llegando a cambiar su actitud, fue la realización de un chocolate por medio de los recursos que producen energía renovable.
Metodología.					
El taller se basa en la explicación de las energías renovables y no renovables, y del consumo de energía que se produce en el momento del taller en cada isla del Archipiélago Canario. Para que los alumnos y las alumnas sean conscientes de lo positivo que es utilizar energías renovables, estos aprenden como se utilizan algunos recursos que generan energía renovable como son los molinos de viento y una cocina solar. Con este taller también se han explicado las maneras en las que influyen los productos que se consumen, ya que estos pueden estar producidos por empresas que cuidan el medioambiente y por empresas que no lo cuidan. Finalmente, los alumnos y las alumnas realizan un chocolate caliente en la cocina solar.					
Aprendizaje de los alumnos.					
Con este taller los alumnos y las alumnas han aprendido como influyen las energías renovables y no renovables, además han observado y han aprendido a utilizar diferentes recursos que generan energía renovable. Por último han aprendido, que dependiendo de la manera que se generen los productos, estos influyen en el medioambiente de manera positiva o negativa.					

Fuente: Elaboración propia, 2016

Taller Finanzas para todos y economía doméstica.					
	1 Mala	2 Regular	3 Buena	4 Muy buena	Explicación.
<u>Aula.</u>			X		El aula está bien equipada y estructurada. Consta de cinco mesas y ocho sillas en cada una. Además el aula tiene una mesa de trabajo para el docente que realiza el taller, una pizarra y un cañón con el que se plasman las diapositivas de la presentación del taller educativo.
<u>Material.</u>			X		Los materiales de este taller son: folios, lápices, dinero, cañón, ordenador y diapositivas. La carencia de estos materiales es que algunos de ellos están descuidados, por el uso de todos los alumnos que pasan por el Centro Insular de Calidad y Consumo Responsable.
<u>Actitud de los alumnos.</u>			X		Los alumnos y las alumnas que realizaron este taller tuvieron buena actitud de aprendizaje, porque a ellos les interesaba saber cómo podían consumir sin tener ninguna deuda económica.
Metodología.					
El taller se basa en la explicación de diferentes conceptos económicos, y en la organización de los gastos económicos que se realizan mensualmente. Esta última parte se realizó en grupo, los alumnos y las alumnas debían clasificar sus gastos dependiendo de si eran gastos básicos para su supervivencia o no. Estos gastos dependían de un presupuesto mensual.					
Aprendizaje de los alumnos.					
Con este taller los alumnos y las alumnas han aprendido a realizar una organización de sus gastos teniendo en cuenta el presupuesto, con este taller los alumnos y las alumnas se han dado cuenta de que los gastos deben de tener prioridades. A partir de esta organización de los gastos, el alumnado consideró que los gastos derivados al ocio no eran de gran importancia, a no ser que les sobrara suficiente dinero para ellos.					

Fuente: Elaboración propia, 2016

Taller Las etiquetas hablan.					
	1 Mala	2 Regular	3 Buena	4 Muy buena	Explicación.
<u>Aula.</u>			X		El aula está bien equipada y estructurada. Consta de cinco mesas y ocho sillas en cada una. Además el aula tiene una mesa de trabajo para el docente que realiza el taller, una pizarra y un cañón con el que se plasman las diapositivas de la presentación del taller educativo.
<u>Material.</u>			X		Los materiales de este taller son: folios, lápices, dinero, cañón, ordenador y diapositivas. La carencia de estos materiales es que algunos de ellos están descuidados, por el uso de todos los alumnos que pasan por el Centro Insular de Calidad y Consumo Responsable.
<u>Actitud de los alumnos.</u>			X		Los alumnos y las alumnas que realizaron este taller tuvieron buena actitud de aprendizaje, porque les interesaba saber el significado de la información que se expresa en las etiquetas, tanto de los productos alimentarios como textiles.
Metodología.					
El taller se basa en la explicación de la información que hay en las etiquetas de los productos de alimentos y en productos textiles, para ello los alumnos y las alumnas escogen un producto de cada categoría y los analizan según sus conocimientos previos, una vez que estos analizan los productos, el docente que lleva a cabo el taller comienza a explicarles todos los contenidos de las etiquetas por medio de unas diapositivas.					
Aprendizaje de los alumnos.					
Con este taller los alumnos y las alumnas han aprendido a analizar los productos sin necesidad de llevar a cabo ningún experimento químico.					

Fuente: Elaboración propia, 2016