

Un mundo sin plásticos, ¿estamos realmente concienciados?

Patricia Tarín Bogarra, Ana Segura García, Paula Ortiz Arroyo, Marina Losa
Torrente.

Coordinadora IES: Begoña García Vicuña.

Resumen

El origen del plástico se remonta a mediados del siglo XIX. Durante el siglo XX tuvo una gran expansión y se empezó a introducir en todos los ámbitos de la vida; sin embargo, a día de hoy es un gran problema por lo contaminante que resulta ser para el medio ambiente.

Nos informamos de que están haciendo las empresas, los supermercados, los jóvenes, las familias, etc., al respecto y aportamos nuestras propias soluciones para remediarlo.

Nos hemos apoyado en documentación bibliográfica, en un muestreo para comprobar las medidas que están adoptando los supermercados y empresas para mejorar este problema y, también, las que están tomando los jóvenes y las familias en su día a día a través de encuestas.

Aunque casi todo el mundo intenta mejorar la situación, no todos se implican igual. Empresas y supermercados están adoptando medidas. Sobre los jóvenes y las familias, hemos podido comprobar que los mayores son los más conscientes y los más jóvenes, los que menos actúan por un cambio en el planeta.

Damos respuesta así a nuestros objetivos, proponiendo además una serie de medidas que pueden ayudar a una mejor gestión del problema.

Palabras clave: plásticos, evolución, supermercados, medidas, empresas

Abstract

The origin of plastic dates back to the mid-19th century. During the 20th century it had a great expansion and began to be introduced in all areas of life; However, today it is beginning to be a problem due to how polluting it is for the environment.

We inform ourselves of the situation and seeing what companies, supermarkets, youth, families, etc. are doing, and we have also contributed our own solutions to remedy it.

We have relied on bibliographic documentation, a sampling to check the measures that supermarkets and companies are taking to improve this problem and, also, those that young people and families are taking in their day-to-day through of surveys.

Although almost everyone tries to improve the situation, not everyone is involved the same. Companies and supermarkets are taking measures that we show. Regarding young people and families, we have seen that the oldest are the most aware and the youngest, those who least act for a change on the planet.

We have been able to respond to all our objectives and we have also managed to offer a series of measures that can help to better manage the problem.