

# La familia viene a comer ¿qué hago de 2º?



## JUSTIFICACIÓN

Los alimentos frescos como las carnes y los pescados, presentan un modelo de etiqueta más desconocido para las personas consumidoras. Es responsabilidad tanto de productoras, distribuidoras y comerciantes, brindar dicha información en un lugar bien visible, y es importante que las personas consumidoras sepan interpretarla, para asegurar una compra consciente y responsable.

## OBJETIVOS

- Conocer la variedad de cortes en el despiece de la carne y sus diferentes usos.
- Conocer los términos que conforman las etiquetas de carne envasada y sin envasar según la normativa vigente.
- Identificar y saber interpretar los datos que deben trasladarse a las personas consumidoras a través de la etiqueta de los pescados.
- Aprender el significado de los distintivos y etiquetas especiales.

## CONTENIDOS

- Condiciones legales de un buen etiquetado para carnes y pescados.
- Elementos que configuran las etiquetas de carnes y su significado.
  - Envasada.
  - Sin envasar.
- Elementos que configuran la etiqueta del pescados, así como su significado.
  - Envasada.
  - Sin envasar.
- Etiquetas especiales.
  - Sellos IGP.
  - Sellos sostenibles.

## ACTIVIDADES

### FASE INICIAL (Actividad previa)

- ¿Qué debe contener la etiqueta de la carne y el pescado fresco?
- La etiqueta de mis comercios de cercanía. Análisis de términos de la etiqueta.

### FASE DESARROLLO (Sesión)

- Despiece de la carne.
- La pescadería. Etiquetado del pescado fresco.
- La carnicería. Etiquetado de carne fresca.
- Etiquetados especiales. Calidades diferenciadas.

### FASE APLICACIÓN Y COMUNICACIÓN (Act. posterior)

- Compra informada. Buscando información.
- Etiquetas de carne y pescado envasado.

## CONTRIBUCIÓN A LAS COMPETENCIAS

### DISCIPLINARES

- Competencia comunicativa lingüística y literaria.
- Competencia social y cívica.

### TRANSVERSALES

- Competencias para la comunicación verbal, no verbal y digital.
- Competencia para aprender a aprender y para pensar.
- Competencia para aprender a ser.

## METODOLOGÍA

- Trabajo colaborativo.
- Gamificación.
- Estudio de casos.

## ORGANIZACIÓN

Recursos y herramientas TIC	*Espacios y grupos	Duración
Tablet/Móvil. Acceso a internet.	Interior de un mercado. Las personas asistentes trabajarán en 2 o 3 grupos.	1 sesión - 90'

*\*La sesión se desarrolla en calle y dentro de un mercado, por lo que se precisa que siempre haya una persona responsable del grupo, para evitar ocasionar molestias a los comercios y clientela.*

## EVALUACIÓN

### PROFESORADO

Encuesta de satisfacción

### ALUMNADO

Encuesta de satisfacción