

La influencia del conocimiento y de la información en la definición de las actitudes éticas de consumo: un estudio sobre el proyecto *Pam a Pam*

Realizado por: Martina Rosini

Tutor: Rafael Currás Pérez

Curso 2016-2017

La hipótesis fundamental de este trabajo se centra en que a pesar de que la Comunidad Valenciana sea la tercera de España con mayor presencia de entidades de la Economía Social, existe un desconocimiento general sobre los conceptos “Economía Social y Solidaria” (ESS) y “Consumo Responsable” (CR), así como sobre las opciones de consumo ético con las que cuentan.

Con ello, los objetivos generales del trabajo han sido, por un lado averiguar la importancia del consumo como herramienta para la reafirmación de valores éticos, por otro, comprobar la necesidad de educación al consumo y difusión de las alternativas existentes.

Específicamente se ha comprobado el estado del conocimiento e información sobre los conceptos de “Economía Social y Solidaria” y “Consumo Responsable” en la Comunidad Valenciana.

El muestreo de población investigado (111 personas entre los 18 y 60 años) demuestra una falta de conocimiento e información adecuada. A pesar de la presencia de entidades en la Comunidad Valenciana y el alto nivel de escolarización del muestreo, la ESS es prácticamente desconocida para una persona de cada tres. Además, no obstante el concepto de “producto ético” parezca claro, el 76,6% de las personas no saben dónde encontrarlos en la Comunidad Valenciana, signo de falta de información.

Esto confirma la necesidad de proyectos educativos e informativos. Por todo ello, seleccioné para este trabajo un proyecto en curso de la ONGD SETEM, *Pam a Pam*. Este proyecto está orientado hacia la educación para el consumo ético y la difusión de las alternativas en la Comunidad Valenciana a través de un mapa online, como pasarela hacia la construcción de un mercado social. Para evaluar el proyecto en su totalidad se cumplió un estudio en tres partes, analizando los actores involucrados, directamente o indirectamente: el Alumnado y Profesorado, la actividades incluidas y la Población Valenciana. Por cada actor se utilizó una herramienta de evaluación adecuada: en los institutos se realizaron encuestas previas y posteriores a las sesiones educativas, para evaluar el impacto del mapa se entrevistaron las actividades incluidas y se realizó una encuesta sobre el conocimiento y la información a la población valenciana.

Pam a Pam, y el mapa en particular, representa una importante medida para monitorear las iniciativas o fomentar acciones de cooperación que permitan un mayor impacto frente los consumidores y la Administración Pública. Este mapa puede también constituir una base de datos importante de las alternativas de consumo, además de incrementar sus visibilidad. La Comunidad Valenciana carece de una difusión del sector (y de las actividades involucradas) accesible a la ciudadanía.

Este trabajo elabora una panorámica general sobre el estado del conocimiento e informaciones en la Comunidad Valenciana, tanto en los institutos como en la población. En mi opinión, estas investigaciones deberían continuar en los años venideros para poder evaluar el impacto a largo plazo sobre el conocimiento de estudiantes, profesorado y ciudadanos/as en general. Es

importante seguir comprobando el estado del conocimiento para dirigir proyectos educativos e informativos adecuados a las necesidades del entorno y de las personas.

El trabajo, además, representa un modelo de análisis externo de un proyecto en función de los actores involucrados, directamente y indirectamente, para establecer su impacto global.