



---

ESTRATEGIA DE EDUCACIÓN  
**PARA EL CONSUMO SOSTENIBLE**  
DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

(EECS) 2021-2024

---



DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO.  
REDACCIÓN DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS Y DE ACCIÓN DE EDUCACIÓN EN CONSUMO SOSTENIBLE  
EN LA COMUNIDAD VALENCIANA.

Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo  
Dirección General de Comercio, Artesanía y Consumo



**GENERALITAT  
VALENCIANA**

Conselleria de Economía  
Sostenible, Sectores Productivos,  
Comercio y Trabajo





# 1. INTRODUCCIÓN

El desarrollo sostenible y la preocupación por el medio ambiente son dos de los retos sociales que más interés han despertado en la sociedad actual. Trabajar por mejorar la calidad de vida y el entorno de la ciudadanía, constituye un objetivo prioritario tanto para las instituciones públicas como de la población en general.

Por este motivo, es una prioridad para el Gobierno Valenciano y sus instituciones, abordar la Agenda 2030 y trabajar en el avance hacia la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Dentro de los objetivos ODS, para la Conselleria de Economía Sostenible, Procesos Productivos, Comercio y Trabajo, resulta fundamental trabajar el **Objetivo 12: Producción y consumo responsables**, con la finalidad de sensibilizar a los consumidores y consumidoras de la necesidad de hacer un cambio en sus hábitos de consumo actuales, para adoptar unos más sostenibles y respetuosos con el entorno.

Es por eso por lo que el Consell se ha fijado entre sus objetivos la elaboración de una Estrategia de Educación para el Consumo Sostenible (EECS), para el período 2021- 2024, y realizar previamente las siguientes tareas:

- **DIAGNÓSTICO DE LA FORMACIÓN Y EDUCACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA.**
- **PLAN QUE DETERMINE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS Y DE ACCIÓN A SEGUIR, PARA ELABORAR LA ESTRATEGIA DE EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO SOSTENIBLE (EECS).**

El alcance de los trabajos ha comprendido la realización del diagnóstico inicial de la educación y formación en materia de consumo en el territorio valenciano, punto de inicio esencial para identificar, conocer y localizar iniciativas y actores territoriales. Una vez identificados, el objetivo ha sido realizar el diagnóstico inicial y la definición de las Líneas Estratégicas implicando a los actores territoriales existentes en el ámbito de educación en consumo.

Por este motivo, se pretende que las iniciativas y proyectos que se trabajen tengan unas líneas estratégicas comunes, que los actores y entidades públicas y privadas territoriales sientan como propias. Dando así continuidad al trabajo a que realizan, como herramienta fundamental para construir sociedades futuras más sostenibles, resilientes y conseguir avanzar hacia la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

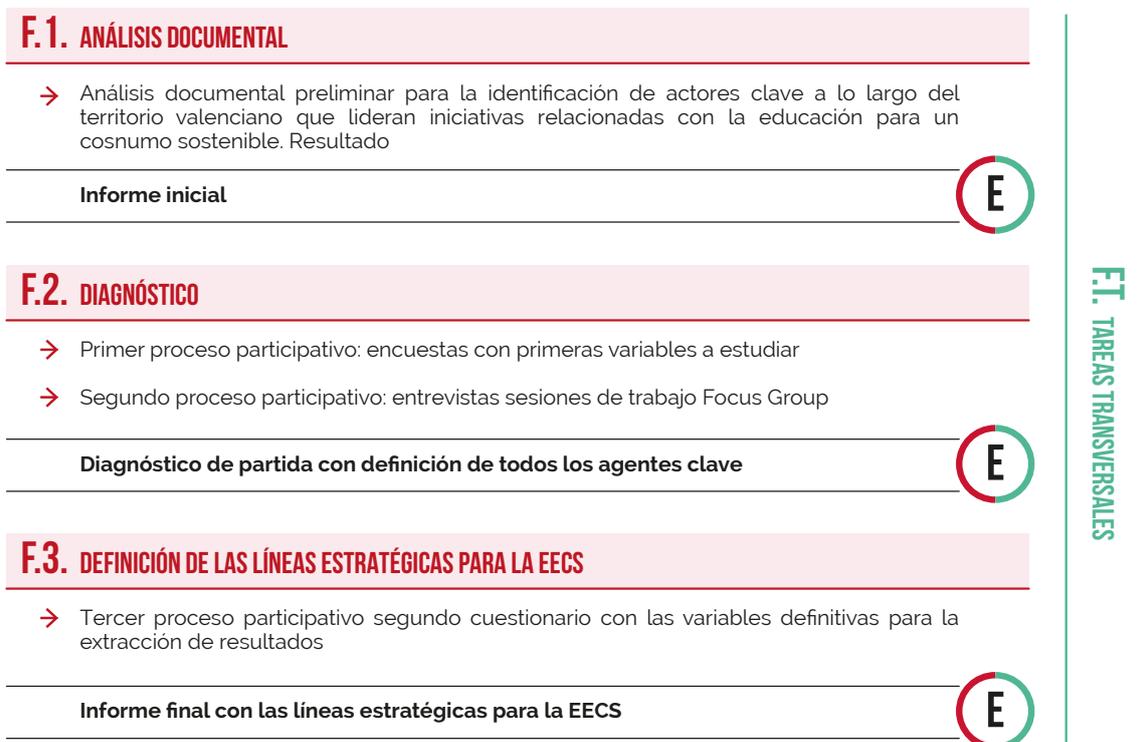
En este informe el objetivo es dar una visión clara y sintética del trabajo de campo realizado, exponer las conclusiones y diseñar las líneas estratégicas y de acción con toda la información recibida por parte de los actores implicados en el proceso.

## 2.

# FASES DE LOS TRABAJOS DE ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO

Por lo que respecta al **procedimiento de actuación**, el trabajo se ha realizado entre los meses de junio y agosto de 2020 y se ha estructurado en las siguientes fases:

*Ilustración 1. Fases de trabajo para la elaboración de la EECS.*



## FASE 1: ANÁLISIS DOCUMENTAL PRELIMINAR

La realización de un análisis documental previo ha posibilitado la identificación de entidades y actores clave que trabajan actualmente en materia de consumo sostenible, conociendo y localizándolas en el territorio. Además, se ha trabajado en el análisis de normas, estudios y convocatorias de ayudas que puedan aportar información sobre la educación en consumo sostenible. Finalmente, por parte de la Dirección General se hizo una recopilación de entidades públicas y privadas con quien trabajan a través de las líneas de subvención habilitadas por la propia Conselleria.

Con todos los datos, se extrajo una conclusión previa que posteriormente fue ratificada a lo largo del proceso participativo: actualmente no existe en el territorio valenciano una línea de acción clara y compartida por parte de las entidades y organismos públicos y privados en materia de educación en consumo sostenible; situación que muestra la **necesidad de definir de manera participada una Estrategia marco de trabajo** o de actuación común.

## FASE 2: DIAGNÓSTICO DE PARTIDA

Para realizar el Diagnóstico de la situación de partida en materia de educación en consumo sostenible en la Comunidad Valenciana se han llevado a cabo **dos procesos participativos** donde el objetivo principal ha sido garantizar la implicación de todos los actores clave identificados en la fase previa y abrir el abanico de actores implicados a lo largo del desarrollo de los trabajos.

El uso de las **metodologías apreciativas** ha proporcionado a las entidades y asociaciones del territorio, la posibilidad de dar a conocer sus proyectos e iniciativas para realizar un diagnóstico inicial ajustado a la realidad existente. A partir de los trabajos, también se ha pretendido favorecer la aparición de sinergias y colaboraciones entre entidades, proporcionando una mayor repercusión social de las iniciativas o actuaciones que se realizan y una optimización de los recursos existentes.

El trabajo de campo se ha realizado a través de un cuestionario y una serie de entrevistas apreciativas<sup>1</sup>. En esta fase han participado un total de **33 actores** y han proporcionado información de gran calidad para conocer y diagnosticar de manera clara y completa la situación actual de proyectos activos en materia de educación para el consumo sostenible en la Comunidad Valenciana.

## FASE 3: DEFINICIÓN DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Para la elaboración de la Estrategia de Educación en Consumo Sostenible de la Comunidad Valenciana ha sido fundamental definir las Líneas Estratégicas y concretarlas en acciones. En esta definición se han incorporado las propuestas de las entidades encuestadas, incorporando el enfoque planteado por ellas y sus necesidades, para conseguir que la Estrategia recoja todas sus propuestas y sea un documento compartido por todos y todas.

Con esta finalidad se ha llevado a cabo un último proceso participativo con un cuestionario, al que se ha invitado a participar a todos los actores, tanto los que participaron en la primera fase, como los identificados a partir de esta. Se han realizado un total de **28 aportaciones** de diferentes OMICs, asociaciones y entidades del tercer sector, que han permitido definir las Líneas Estratégicas del documento.

---

<sup>1</sup> Todas las aportaciones realizadas a través del cuestionario y las entrevistas se especifican en el informe de campo del proyecto.

# 3.

## RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO

A lo largo de las dos fases del proceso participativo realizado, han intervenido un total de **41 actores**, con la siguiente clasificación por entidades:

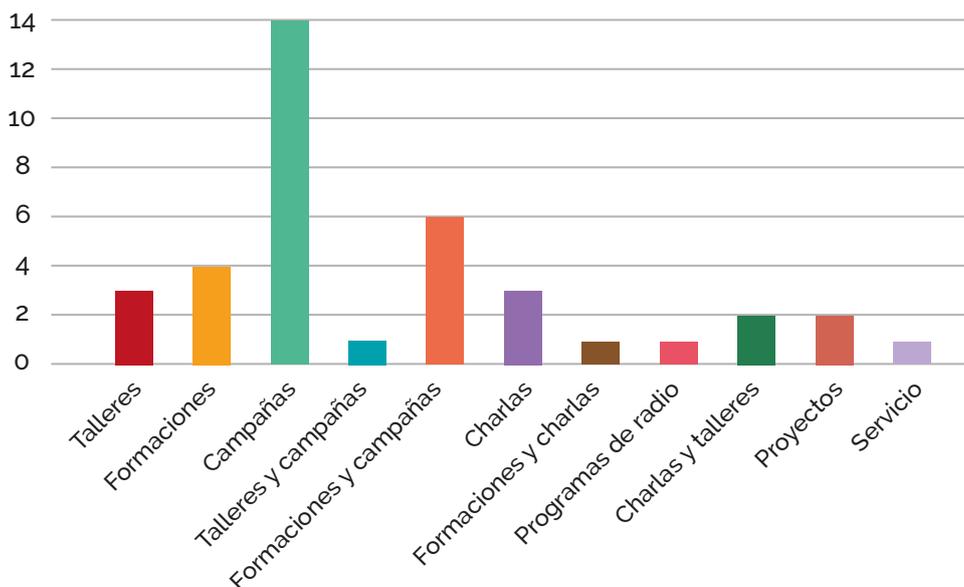
Tabla 1. Número de actores según la tipología.

ID	TIPOLOGÍA	NÚMERO
→ 1	OMICs	18
→ 2	Asociaciones/Tercer sector	17
→ 3	Otros	6

Los actores y la información proporcionada se han clasificado en grupos para poder analizar la situación actual y poder proporcionar una visión completa y detallada de los trabajos que realizan los actores que están trabajando en el territorio valenciano en materia de consumo sostenible. Uno de los objetivos de análisis fueron los instrumentos que utilizan las entidades, el ámbito de trabajo y la calidad y/o influencia de los proyectos que desarrollan.

En el siguiente gráfico se muestran las **38 iniciativas o instrumentos** identificados a partir del primer cuestionario. Como se puede observar, las formaciones, charlas y campañas de concienciación en consumo responsable, son las iniciativas o instrumentos más numerosos.

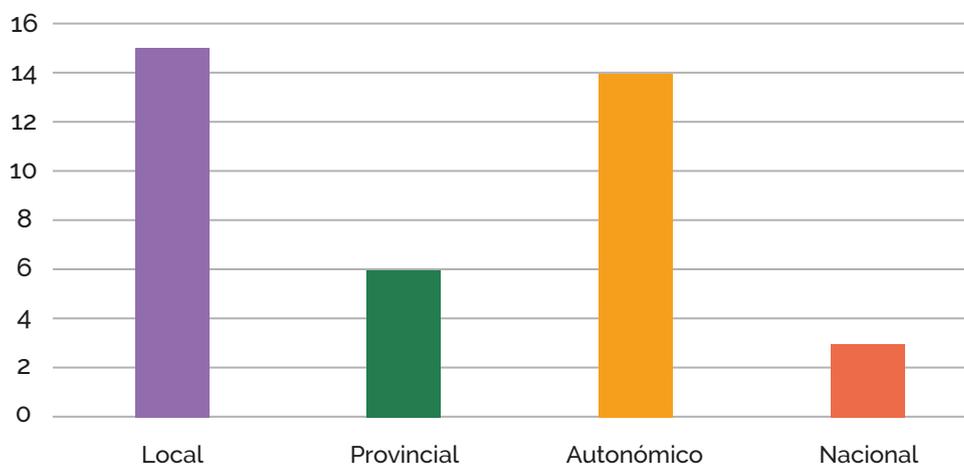
Gráfico 1. Instrumentos identificados objeto de análisis.



2 La tabla que recoge todas las entidades participantes en el proceso participativo se encuentra en el informe de campo del proyecto.

Por lo que respecta a la incidencia territorial de los instrumentos (Gráfico 2), la mayor parte de las iniciativas activas identificadas tienen una incidencia local, aunque las autonómicas también tienen un peso importante.

**Gráfico 2. Incidencia territorial de los Instrumentos objeto de análisis.**



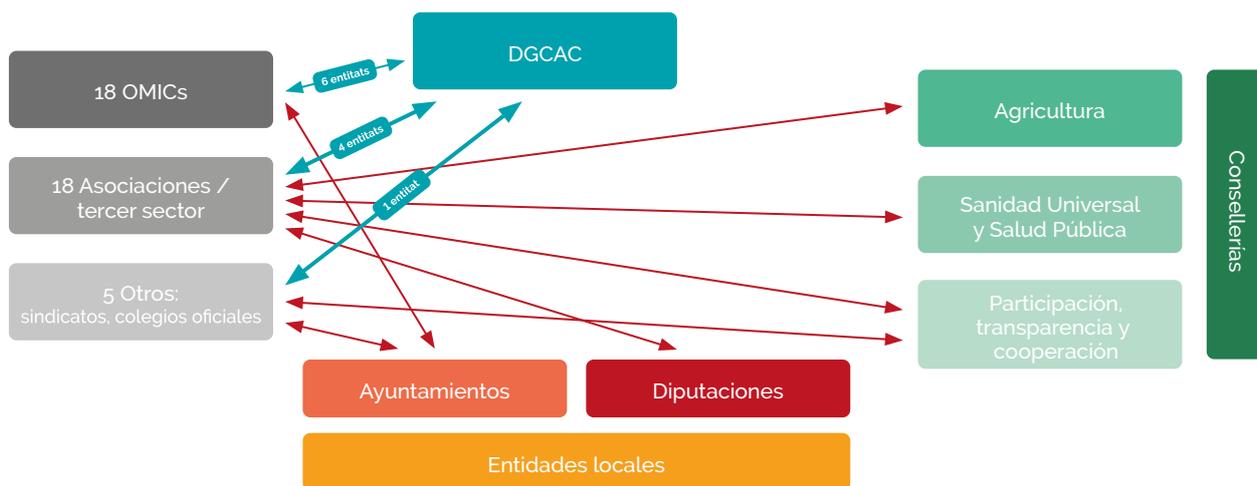
En lo referente a la categorización cualitativa y cuantitativa de los estudios identificados, se ha determinado el número de instrumentos/acciones de educación y formación para el consumo responsable, así como la calidad de los estudios (especialización en la materia/contribución a la educación en el consumo responsable):

**Tabla 2. Valoración de la categorización cuantitativa y cualitativa de los instrumentos según tipología y prioridad.**

TIPOLOGÍA	PRIORIDAD	NÚMERO
→ Desarrollo económico	1	12
	2	7
	3	4
→ Salud	1	1
	2	1
	3	0
→ Comercio	1	1
	2	0
	3	1
→ Alimentación	1	4
	2	1
	3	0
→ Medio Ambiente	1	2
	2	1
→ Otros	1	0
	2	2
	3	2
		<b>38</b>

Finalmente, otro aspecto analizado es la **relación de sinergias** entre las entidades y otros actores. Se ha analizado la relación de sinergias entre las entidades con instrumentos activos y con la propia Dirección General y con otros organismos públicos. La clasificación se ha realizado diferenciando entre la Dirección General de Comercio, Artesanía y Consumo y otras Consellerías identificadas, incorporando también otras entidades como los Ayuntamientos y la Diputación.

Ilustración 3. Diagrama de relaciones funcionales.



#### LEYENDA

-  Cooperación directa DGAC
-  Cooperación actores claves con otras entidades

El análisis del diagrama de relaciones muestra que las aportaciones realizadas a lo largo del proceso participativo ratifican una de las conclusiones previas planteadas en el inicio del proceso; y es que existe una escasa colaboración de las entidades con otros organismos, ya sean públicos o privados. Poniendo de relieve la necesidad de formar redes, espacios y mecanismos de coordinación por trabajar de manera conjunta entre las instituciones del territorio valenciano en materia de consumo sostenible.



## 4. CONCLUSIONES Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS

A partir de las aportaciones realizadas en el segundo cuestionario, el cual tenía como objetivo la definición de las Líneas Estratégicas y la concreción de las acciones, en este apartado del documento se concreta su contenido.

Se definen un total de **7 Líneas Estratégicas** de trabajo que responden a ámbitos en los que trabajar en la Educación en consumo para avanzar hacia la adopción de nuevos hábitos más sostenibles. Estas líneas estratégicas se concretan en un total de **14 Líneas de acción** que detallan o proponen de qué modo trabajar o abordar cada una de las Líneas Estratégicas definidas por parte de la Dirección General de Comercio, Artesanía y Consumo.

Hay que señalar **el alineamiento** de la totalidad de las Líneas Estratégicas definidas con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible**; lo que refleja que las acciones propuestas están totalmente alineadas con la Agenda 2030 presente en la política pública actual y que dan respuesta a una realidad y unas preocupaciones que son reales y existentes en nuestra sociedad.

La diversidad de las Líneas Estratégicas también refleja la transversalidad de la Educación en Consumo Sostenible y pone de manifiesto, una vez más, la importancia del trabajo coordinado y colaborativo, tanto horizontal como vertical, para modificar los actuales hábitos de consumo, hacia otros más sostenibles con nuestro entorno.

Para poder trabajar en la implementación de las 14 Líneas de acción definidas, será **imprescindible la dotación y disposición de recursos** no únicamente económicos sino también humanos en la Dirección General de Comercio, Artesanía y Consumo, de manera que se pueda garantizar la correcta implementación de las acciones, hacer un seguimiento de aquellas iniciativas puestas en marcha y valorar los avances hacia la implantación de los nuevos hábitos de consumo sostenible en la sociedad valenciana.

A continuación, se detallan las 7 líneas estratégicas, que se dividen en dos bloques.

- ➔ **1. LAS CUATRO PRIMERAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS, ABORDAN ASPECTOS EN LOS QUE LA DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO, ARTESANÍA Y CONSUMO TIENE MAYOR CAPACIDAD DE GESTIÓN PARA LLEVARLAS A CABO.**
- ➔ **2. EN LAS ÚLTIMAS TRES, LA DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO, ARTESANÍA Y CONSUMO SE PRESTA A COLABORAR, COOPERAR, DAR APOYO Y VISIBILIZAR LAS INICIATIVAS QUE SE IMPULSEN O SE LLEVEN A CABO EN ESTOS ÁMBITOS DESDE OTRAS CONSELLERIAS, INSTITUCIONES U ORGANISMOS, Y TAMBIÉN A INCORPORARLAS A LA PROPIA DIRECCIÓN GENERAL.**

Con la concreción de las acciones dentro de cada una de las líneas, desde la Dirección General de Comercio, Artesanía y Consumo se pretende hacer servir y nutrirse de todos los recursos existentes en el territorio en materia de educación en consumo, asumiendo la tarea de coordinar, dar apoyo y visibilizar estas iniciativas puntuales para darles una mayor dimensión y potenciar su repercusión social.

A continuación, se presentan de manera esquemática las Líneas Estratégicas definidas a partir del proceso participativo realizado (en color intenso el primer bloque de Líneas descrito y en un color más claro el segundo de los bloques) y que líneas de acción emanan de cada una de ellas.

Posteriormente se concreta esta información hasta llegar a las acciones de cada una de las líneas de acción definidas.

*Ilustración 4. Esquema de las líneas estratégicas y de acción.*

 <b>LÍNEAS ESTRATÉGICAS</b>	 <b>LÍNEAS DE ACCIÓN</b>
<b>COLABORACIÓN INSTITUCIONAL Y ENTRE ENTIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ DOTACIÓN DE RECURSOS HUMANOS A LA DIRECCIÓN GENERAL</li> <li>→ COLABORACIÓN INTERNA E INTERINSTITUCIONAL</li> <li>→ MEJORA DE LA COMUNICACIÓN CON LAS OFICINAS OMICS</li> <li>→ COLABORACIÓN CON LOS ACTORES TERRITORIALES EN MATERIA DE EDUCACIÓN EN CONSUMO</li> </ul>
<b>FORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN Y SENSIBILIZACIÓN ORIENTADAS A DIFERENTES COLECTIVOS Y COORDINADOS POR DIFERENTES INSTITUCIONES</li> <li>→ ORGANIZACIÓN DE FERIAS, CONCURSOS, ETC.</li> </ul>
<b>COMERCIO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ PROMOCIÓN Y FOMENTO DEL COMERCIO LOCAL Y RESPONSABLE</li> </ul>
<b>DESARROLLO ECONÓMICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ PROMOCIÓN DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOSTENIBLE</li> </ul>
<b>PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA Y SALUD</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ FOMENTO Y PROMOCIÓN DE LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA</li> <li>→ PROMOCIÓN Y COLABORACIÓN DE CAMBIOS NORMATIVOS</li> <li>→ DIFUSIÓN Y FORMACIÓN EN MATERIA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA</li> </ul>
<b>EFICIENCIA ENERGÉTICA Y CAMBIO CLIMÁTICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ PROMOCIÓN DEL AHORRO ENERGÉTICO Y DEL USO DE ENERGÍAS BAJAS EN CARBONO</li> </ul>
<b>SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL Y RESIDUOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ FOMENTO DE LA ECONOMÍA CIRCULAR Y LA CORRECTA GESTIÓN DE RESIDUOS</li> <li>→ VISIBILIZACIÓN DE INICIATIVAS EN MATERIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA</li> </ul>

A continuación, se detalla el contenido y las acciones de cada una de las Líneas Estratégicas definidas.

## 1. COLABORACIÓN INSTITUCIONAL Y ENTRE ENTIDADES.

### ➔ LÍNEA DE ACCIÓN 1.1 DOTACIÓN DE RECURSOS HUMANOS A LA DIRECCIÓN GENERAL

#### OBJETIVOS

- ➔ Coordinar la definición y la puesta en marcha de los canales o instrumentos para conseguir una mejor coordinación interna y colaboración con otras entidades.
- ➔ Garantizar el correcto funcionamiento de los mecanismos de coordinación y colaboración implementados.
- ➔ Hacer un seguimiento sobre la puesta en marcha de las acciones contempladas en la Estrategia.

#### ACCIONES

- ➔ Dotar de recursos humanos a la Dirección General de Comercio, Artesanía y Consumo para llevar a cabo y materializar las acciones contempladas.
- ➔ En el caso de que se considere necesario, crear un área específica en materia de educación para el consumo sostenible con personal cualificado adscrito.
- ➔ Impulsar la definición de manera participada (implicando al resto de actores), de los canales de comunicación más apropiados para garantizar un trabajo coordinado, ágil y efectivo en materia de educación en consumo responsable.
- ➔ Definir indicadores que permitan hacer un seguimiento de la puesta en marcha de las acciones y valorar su impacto en la sociedad.

#### AGENTES CLAVE

- ➔ Generalitat Valenciana y la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo.

### ➔ LÍNEA DE ACCIÓN 1.2 COLABORACIÓN INTERNA E INTERINSTITUCIONAL

#### OBJETIVOS

- ➔ Conseguir una integración horizontal y vertical entre las diferentes políticas sectoriales y entre los diferentes niveles de gobierno respectivamente.
- ➔ Garantizar la coherencia entre los diversos objetivos sectoriales.
- ➔ Optimizar recursos y trabajar de manera colaborativa entre instituciones para la implantación de hábitos de consumo sostenible.

#### ACCIONES

- ➔ Establecer un órgano o mecanismo de colaboración interna de la propia Conselleria.
- ➔ Constitución de una comisión interdepartamental de la Generalitat Valenciana que implique a todas aquellas Consellerias que trabajan de manera transversal en la educación en consumo.
- ➔ Impulsar el planteamiento de Estrategias e iniciativas de manera consensuada y compartida por todas las Consellerias y/u organismos públicos implicados en la educación en consumo sostenible.
- ➔ Habilitar un espacio en el portal web de la Generalitat, que aglutine toda la información interinstitucional en materia de educación en consumo responsable.
- ➔ Estrategia de comunicación de la Dirección General de Comercio, Artesanía y Consumo, como organismo sobre el que pivotar todos los agentes clave en materia de educación en consumo responsable.

#### AGENTES CLAVE

- ➔ Generalitat Valenciana y todas las Consellerias implicadas en educación en consumo, siendo la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, la promotora de las acciones.

## ➔ LÍNEA DE ACCIÓN 1.3 MEJORA DE LA COMUNICACIÓN CON LAS OFICINAS OMICS

### OBJETIVOS

- ➔ Establecer mecanismos de comunicación directos y bidireccionales entre las OMICs y la DG.
- ➔ Habilitar o dinamizar los espacios de comunicación existentes, para homogeneizar el papel de las OMICs y proporcionarles apoyo.
- ➔ Implicar a las OMICs en la promoción e implantación de los nuevos hábitos de consumo sostenible en el ámbito local.
- ➔ Provocar el intercambio de experiencias y de buenas prácticas.

### ACCIONES

- ➔ Habilitar espacios de comunicación entre las OMICs y la DG, que también se utilicen como herramienta para compartir y visibilizar materiales de trabajos, iniciativas o buenas prácticas que se llevan a cabo y pueden ser de interés para el resto de las oficinas.
- ➔ Crear espacios de encuentro de las OMICs para poner de relieve su trabajo e implicarlas en la promoción de los nuevos hábitos de consumo sostenible.
- ➔ Homogeneización de las tareas a asumir por parte del personal de las OMICs y promoción de su papel como organismos que trabajan en el ámbito de la educación en consumo.
- ➔ Creación de iniciativas compartidas e impulsadas desde las OMICs, para llevar a cabo actividades comunes como, por ejemplo, en los centros escolares en conmemoración del Día Mundial de las Personas Consumidoras.

### AGENTES CLAVE

- ➔ Dirección General de Comercio, Artesanía y Consumo y OMICs.

## ➔ LÍNEA DE ACCIÓN 1.4 COLABORACIÓN ENTRE LOS ACTORES TERRITORIALES EN MATERIA DE EDUCACIÓN EN CONSUMO

### OBJETIVOS

- ➔ Hacer accesible la Dirección General de Comercio, Artesanía y Consumo, a los agentes territoriales.
- ➔ Establecer una comunicación ágil y bidireccional de la DG con los actores territoriales.
- ➔ Promoción del trabajo colaborativo.

### ACCIONES

- ➔ Habilitar espacios de comunicación ágiles y bidireccionales de la DG de Comercio, Artesanía y Consumo con las entidades del tercer sector y asociaciones activas en materia de educación en consumo sostenible.
- ➔ Definición de proyectos e iniciativas de manera consensuada por la propia DG y por todas las entidades; que todas sientan como propias.
- ➔ Establecer mecanismos de coordinación de las entidades y asociaciones con las OMICs para trabajar de manera colaborativa en el fomento de proyectos y en la realización de iniciativas.
- ➔ Celebración de reuniones y encuentros entre asociaciones, OMICs y la DG para promover el trabajo colaborativo entre entidades.
- ➔ Estrategia de comunicación de la DG de Comercio, Artesanía y Consumo, para visibilizar su papel como organismo sobre el cual pivotar todos los agentes clave en materia de educación en consumo responsable.

### AGENTES CLAVE

- ➔ Dirección General de Comercio, Artesanía y Consumo, OMICs, asociaciones y entidades del tercer sector.

## 2. FORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN.

### ➔ LÍNEA DE ACCIÓN 2.1 REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN Y SENSIBILIZACIÓN ORIENTADAS A DIFERENTES COLECTIVOS Y COORDINADAS POR DIFERENTES INSTITUCIONES

- OBJETIVOS**
- ➔ Potenciar, impulsar y propiciar cambios hacia la adopción de hábitos de consumo sostenible.
  - ➔ Sensibilizar a la ciudadanía de la necesidad de adoptar prácticas de consumo sostenible.
  - ➔ Visibilizar la relación entre el consumo sostenible y los beneficios para la salud y el medio ambiente.
  - ➔ Promover desde los centros educativos los hábitos de consumo sostenible.
  - ➔ Dar a conocer entre la ciudadanía el ODS 12 incluido en la Agenda 2030 y aquellos relacionados con el consumo sostenible.

- ACCIONES**
- ➔ Talleres de formación en consumo sostenible productor-consumidor.
  - ➔ Actividades formativas sobre comercio local.
  - ➔ Formación en Consumo Responsable en centros educativos.
  - ➔ Visibilización o colaboración en el lanzamiento de Apps con información detallada por municipio y unidad familiar "Mi Cuenta Ambiental" para concienciar sobre el impacto que generan los hábitos de consumo actuales.
  - ➔ Habilitar un espacio en el portal web de la Generalitat que visibilice el trabajo que se está realizando en materia de educación en consumo y ponga a disposición de la ciudadanía todo el material de formación y sensibilización.

- AGENTES CLAVE**
- ➔ Instituciones públicas (autonómicas, provinciales, regionales y locales), asociaciones y entidades del tercer sector.

### ➔ LÍNEA DE ACCIÓN 2.2 ORGANIZACIÓN DE FERIAS, ENCUENTROS, CONCURSOS O PREMIOS PARA EL FOMENTO DEL CONSUMO SOSTENIBLE

- OBJETIVOS**
- ➔ Dar a conocer, potenciar e impulsar las buenas prácticas en materia de consumo sostenible que se trabajan en el territorio.
  - ➔ Formar e informar a la ciudadanía de las herramientas de proximidad existentes para adoptar prácticas de consumo responsable.
  - ➔ Aumentar las capacidades de la ciudadanía para avanzar hacia nuevas pautas de consumo sostenible.

- ACCIONES**
- ➔ Organización de ferias o encuentros tematizados a lo largo del año, de iniciativas, productos, servicios o entidades que trabajan por el consumo responsable. (Por ejemplo, productos de limpieza sostenibles, movilidad sostenible, entidades de formación en consumo, etc.).
  - ➔ Coordinar o colaborar en la realización de concursos o iniciativas en centros educativos para conmemorar el "Día Mundial de las Personas Consumidoras".
  - ➔ Colaborar en la visibilización y/o coordinación de iniciativas como "concurso de juguetes o productos reciclados" u otros similares que trabajan en materia de consumo responsable.

- AGENTES CLAVE**
- ➔ Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, asociaciones, OMICs y entidades del tercer sector.

### 3. COMERCIO.

#### ➔ LÍNEA DE ACCIÓN 3.1 PROMOCIÓN Y FOMENTO DEL COMERCIO LOCAL Y RESPONSABLE

- OBJETIVOS**
- ➔ Favorecer el comercio local.
  - ➔ Establecer incentivos o beneficios para aquellas entidades o empresas que trabajan por el comercio local.
- ACCIONES**
- ➔ Fomento de la compra, consumo y adquisición de productos y/o servicios que apuestan por un diseño y/o preparación, aplicando criterios de consumo responsable.
  - ➔ Dar apoyo y visibilizar la realización de mercados no sedentarios locales, tradicionales y de proximidad.
  - ➔ Colaborar y asesorar en la puesta en marcha de iniciativas relacionadas con la formación y sensibilización de comerciantes, para la inclusión de criterios de consumo responsable en su actividad.
  - ➔ Promoción y apoyo en los centros de educación públicos de iniciativas como la Feria del libro usado y otras iniciativas de promoción del consumo responsable.
- AGENTES CLAVE**
- ➔ Generalitat Valenciana a través de la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, empresa privada, asociaciones y entidades del tercer sector.

### 4. DESARROLLO ECONÓMICO

#### ➔ LÍNEA DE ACCIÓN 4.1 PROMOCIÓN DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOSTENIBLE

- OBJETIVOS**
- ➔ Conseguir organizaciones sociales fortalecidas como espacios educativos capaces de contribuir a la transformación del modelo de consumo.
  - ➔ Impulsar la economía social reforzando su vínculo con el consumo responsable.
  - ➔ Armonizar el desarrollo económico con la mejora del bienestar y la calidad de vida de la ciudadanía.
- ACCIONES**
- ➔ Dar apoyo y promocionar desde la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo iniciativas de economía social en consumo responsable.
- AGENTES CLAVE**
- ➔ Generalitat Valenciana a través de la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, empresa privada, asociaciones y entidades del tercer sector y en general de cualquier ámbito.

## 5. PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA Y SALUD

### ➔ LÍNEA DE ACCIÓN 5.1 FOMENTO Y PROMOCIÓN DE LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA

- OBJETIVOS**
- ➔ Dar apoyo al fortalecimiento de la producción local y a sus consumidores.
  - ➔ Visibilizar canales que permitan un fácil acceso a estos productos por parte de las personas consumidoras.
  - ➔ Promocionar los hábitos de consumo responsable en la ciudadanía, a través del uso y adquisición de productos sostenibles y de proximidad.
- ACCIONES**
- ➔ Colaboración en el fomento de la compra de productos de alimentación adecuados y su preparación responsable.
  - ➔ Visibilización de iniciativas que promueven la compra directa, de proximidad y de km 0.
  - ➔ Difusión de proyectos que trabajan para la educación y difusión de productos de temporada y de proximidad con una producción sostenible.
  - ➔ Dar a conocer estas iniciativas entre las OMICs y las asociaciones con las que trabaja la Dirección General, para favorecer el establecimiento de sinergias y el trabajo colaborativo entre entidades.
- AGENTES CLAVE**
- ➔ Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, empresa privada, asociaciones de personas productoras y consumidoras y sindicatos agrarios, entre otros.

### ➔ LÍNEA DE ACCIÓN 5.2 PROMOCIÓN Y COLABORACIÓN DE CAMBIOS NORMATIVOS

- OBJETIVOS**
- ➔ Actualizar o reformular la legislación vigente en materia de producción y consumo.
  - ➔ Beneficiar en todos los ámbitos aquellas iniciativas y comportamientos hacia un consumo responsable de los recursos.
- ACCIONES**
- ➔ Colaboración en la reformulación de la normativa que contemple incentivos fiscales o económicos de las buenas prácticas en materia de producción y consumo sostenible.
  - ➔ Difusión de las reformas realizadas en promoción del consumo sostenible.
- AGENTES CLAVE**
- ➔ Generalitat Valenciana a través de la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo.

## ➔ LÍNEA DE ACCIÓN 5.3 DIFUSIÓN Y FORMACIÓN EN MATERIA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA

- OBJETIVOS**
- ➔ Implicar a la industria en las políticas saludables y sostenibles.
  - ➔ Hacer partícipes a las empresas privadas como transmisoras de la necesidad de implicación social en la adopción de nuevos hábitos de consumo.

- ACCIONES**
- ➔ Trabajar con asociaciones y entidades para trasladar los problemas del etiquetado de productos a la Administración competente.
  - ➔ Acciones o talleres de difusión y formación a las personas consumidoras para interpretar correctamente el etiquetado de productos.
  - ➔ Difusión y visibilización de las iniciativas que se lleven a cabo en materia de etiquetado de productos o servicios.
  - ➔ Fomentar acciones de sensibilización que pongan de manifiesto la capacidad de las personas consumidoras, a través de sus decisiones de compra, de promover sistemas y producción y comercialización de los productos que incorporen prácticas más sostenibles.

- AGENTES CLAVE**
- ➔ Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, sector industrial y entidades y asociaciones de personas consumidoras.

## 6. EFICIENCIA ENERGÉTICA Y CAMBIO CLIMÁTICO

### ➔ LÍNEA DE ACCIÓN 6.1 PROMOCIÓN DEL AHORRO ENERGÉTICO Y DEL USO DE ENERGÍAS BAJAS EN CARBONO

- OBJETIVOS**
- ➔ Garantizar la transición de la Comunidad Valenciana hacia una economía segura, ecoeficiente y de bajo contenido en carbono, basada en la minimización en el consumo de recursos (especialmente los no renovables).
  - ➔ Trabajar por impulsar las Comunidades energéticas ciudadanas.

- ACCIONES**
- ➔ Trabajar con la ciudadanía y especialmente con la juventud, empleando recursos propios o en colaboración con otras entidades, los nuevos modelos de consumo.
  - ➔ Impulsar acciones dirigidas a la concienciación sobre la huella ecológica del modelo de consumo actual.
  - ➔ Impulsar la nueva figura del "prosumidor", consumidor-productor, especialmente en aspectos de autoconsumo energético con renovables.
  - ➔ Sensibilizar en la racionalización, optimización y promoción de la adquisición de productos o servicios que tengan un menor impacto ambiental.

- AGENTES CLAVE**
- ➔ Generalitat Valenciana a través de la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, sector industrial y entidades y asociaciones.

## 7. SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL Y RESIDUOS

### ➔ LÍNEA DE ACCIÓN 7.1 FOMENTO DE LA ECONOMÍA CIRCULAR Y LA CORRECTA GESTIÓN DE RESIDUOS

#### OBJETIVOS

- ➔ Promoción y visibilización de iniciativas que utilizan como materia prima productos reciclados.
- ➔ Potenciación de las actividades que no generan o no introducen en el mercado ningún tipo de producto que no sea valorizable o recuperable.
- ➔ Concienciar a la ciudadanía de la importancia de las decisiones en materia de consumo, ligadas a la generación de residuos y a los costes asociados (tanto económicos como ambientales).

#### ACCIONES

- ➔ Colaboración y visibilización de campañas de promoción de iniciativas de residuo y desperdicio cero.
- ➔ Difusión de iniciativas como la implantación de procesos de recuperación de materiales en eco-parques y plantas de tratamiento de residuos.
- ➔ Promoción de proyectos para la reparación y venta posterior de los productos reparados.
- ➔ Difusión de las publicaciones periódicas que se hagan de los niveles de generación de residuos y los costes asociados a su recogida y gestión.

#### AGENTES CLAVE

- ➔ Generalitat Valenciana a través de la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, Consorcios para la Gestión de Residuos y entidades y asociaciones en general.

### ➔ LÍNEA DE ACCIÓN 7.2 VISIBILIZACIÓN DE INICIATIVAS EN MATERIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

#### OBJETIVOS

- ➔ Internalización de costes ambientales en los productos del mercado que no cumplen los criterios de sostenibilidad.
- ➔ Promoción institucional de los procesos productivos que integran criterios de sostenibilidad para reducir el impacto generado.

#### ACCIONES

- ➔ Colaboración y difusión de iniciativas que trabajan por la internalización de costes ambientales y del valor de los servicios de los ecosistemas y la biodiversidad.
- ➔ Colaboración en la difusión y visibilización de materiales que promuevan prácticas de consumo responsable entre el sector privado, concienciando sobre la asunción de la Responsabilidad Social Corporativa.

#### AGENTES CLAVE

- ➔ Generalitat Valenciana a través de la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, Consorcios para la Gestión de Residuos y entidades y asociaciones en general.



## 5. CONCLUSIONES TÉCNICAS DEL TRABAJO REALIZADO

A partir del trabajo realizado se han definido una serie de Líneas Estratégicas que finalmente se han concretado en acciones que permitirán avanzar y trabajar como sociedad, en la implantación de nuevos hábitos y modelos de consumo, y que han sido de gran utilidad para la Dirección General de Comercio, Artesanía y Consumo, para definir y trabajar en la futura Estrategia de Educación para el Consumo Sostenible de la Comunidad Valenciana para el período 2021 - 2024.

El esfuerzo realizado por la propia Dirección General y por el equipo técnico, para realizar este trabajo de manera participada, implicando a todas las entidades, asociaciones y actores territoriales que trabajan de manera activa en materia de educación en consumo en la Comunidad Valenciana, ha sido esencial para poder elaborar un diagnóstico inicial y unas Líneas Estratégicas que sean **útiles, adaptadas a la realidad** y que **den respuesta a las demandas existentes**.

La elaboración del documento ha contado con la participación y la implicación de 41 actores que han dado a conocer a la propia Dirección General, como se está trabajando la educación en consumo en el territorio valenciano y han mostrado que está haciéndose de manera muy transversal a través de iniciativas muy diversas. Estas entidades se han mostrado totalmente dispuestas a continuar trabajando con la Dirección General de manera colaborativa.

Como resultado de los trabajos, se han definido de manera participada unas **Líneas Estratégicas y acciones**, que las entidades implicadas también sientan como propias y que proporcionen información de gran calidad para identificar aspectos a trabajar por parte de la Dirección General de Comercio, Artesanía y Consumo y definir líneas de trabajo dentro de la propia Conselleria.

Fruto del trabajo realizado, se identifican 3 pilares de trabajo básicos:

- ➔ **1. CONSTITUCIÓN DE ÓRGANOS O MECANISMOS DE COORDINACIÓN, TANTO INTERNOS EN LA PROPIA CONSELLERIA DE ECONOMÍA SOSTENIBLE, SECTORES PRODUCTIVOS, COMERCIO Y TRABAJO, COMO ENTRE LAS CONSELLERIAS QUE TRABAJAN EN MATERIA DE EDUCACIÓN EN CONSUMO SOSTENIBLE.**
- ➔ **2. MEJORA DE LOS MECANISMOS DE COMUNICACIÓN Y COORDINACIÓN DE LA DIRECCIÓN GENERAL CON LAS OFICINAS OMICS.**
- ➔ **3. HABILITAR Y DAR VISIBILIDAD AL ESPACIO DEL PORTAL WEB DE LA GENERALITAT, QUE AGLUTINE TODA LA INFORMACIÓN INTERINSTITUCIONAL EN MATERIA DE EDUCACIÓN EN CONSUMO SOSTENIBLE.**

El trabajo centrado en estos 3 pilares básicos comporta un esfuerzo inicial de establecimiento de mecanismos de coordinación y colaboración que comportará y facilitará el trabajo y la ejecución de gran parte del resto de las acciones definidas.

Para la implantación de nuevos modelos de consumo más sostenibles y responsables en la sociedad valenciana, se considera **esencial** que desde la propia Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo y en general desde todas las Consellerias que forman la Generalitat Valenciana, **asuman la Estrategia como propia y lideren este cambio** haciendo una apuesta institucional firme hacia modelos de consumo sostenible. Las iniciativas que se lleven a cabo por parte de las Consellerias y la Generalitat Valenciana en materia de consumo sostenible tendrán un gran poder de visibilización e impulso de este tipo de iniciativas en ámbitos como el sector privado y en las propias personas consumidoras.

Este documento permitirá en la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo , a partir de la Dirección General de Comercio, Artesanía y Consumo llevar a cabo proyectos o iniciativas, que cuenten con el apoyo de las entidades que trabajan en educación en consumo y que estén totalmente alineadas tanto con el trabajo que ya se está realizando en el territorio, como con las líneas de trabajo de otros organismos públicos y con la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) .



**GENERALITAT  
VALENCIANA**

Conselleria de Economia  
Sostenible, Sectores Productivos,  
Comercio y Trabajo

**Dirección General de Comercio, Artesanía y Consumo**

Ciutat Administrativa 9 d'Octubre, Torre 2  
C/ Democràcia, 77 · 46018 Valencia  
012 · 963 866 000  
[www.gva.es](http://www.gva.es)