

INFORME LÍNEA DE BASE PROYECTO “EL TEU ROL JUGA”

Expediente: SOLEPD/2024/0051

Organización: Globalmon



Aliades, Coop. V.

CIF: F44847309

INFORME LÍNEA DE BASE PROYECTO

“EL TEU ROL JUGA”

Expediente: SOLEPD/2024/0051

Entidad: Globalmon



Equipo consultor:

Eva Buades Martínez
Paloma Oltra Del Cerro

Tfno.: 610 068 771

Correo: eva@aliades.org

www.aliades.org

Aliades Coop. V.

Fecha: Febrero de 2025



Aliades Coop. V.

CONTENIDO

Siglas y acrónimos utilizados.....	4
1. Antecedentes.....	5
2. Datos identificativos del proyecto.....	6
3. Objetivos de la Línea de Base.	9
4. Alcance.....	9
5. Tipología y cuantificación de la población beneficiaria esperada.	10
6. Enfoque metodológico.	11
7. Cronograma.....	16
8. Productos a entregar.	17
9. Metodología y plan de trabajo.....	18
10. Objetivos, resultados e indicadores formulados.....	23
11. Revisión de la evaluabilidad.	24
12. Sistematización de la información.....	35
13. Conclusiones.....	43
14. Anexos.	46
Matriz formulada.....	47
Matriz Propuesta futuras ediciones.....	49
Matriz Planificación del seguimiento.	56
Cuestionario pre test.....	63
Propuesta cuestionario post test.....	66
Propuesta Cuestionario Pre test Profesorado	71
Propuesta Cuestionario Post test Profesorado	72
15. Equipo Consultoras Aliades, Coop. V	74
16. Presupuesto.	74
17. Premisas de la investigación.	75
18. Estándares de calidad.	76



SIGLAS Y ACRÓNIMOS UTILIZADOS.

TD	Titulares de derechos
TR	Titulares de responsabilidades
TO	Titulares de obligaciones
R	Resultado/s
EBDH	Enfoque basado en DDHH
OG	Objetivo General
OE	Objetivo específico
R	Resultado
IOV	Indicador Objetivamente Verificable
FdV	Fuente de Verificación
ODS	Objetivos Desarrollo Sostenible



1. ANTECEDENTES.

La globalización vista como la influencia de las acciones locales en la realidad global, plantea un desafío al que la Educación para el Desarrollo Sostenible y la Ciudadanía Global debe responder con la promoción en cada uno de nosotros de una conciencia de Ciudadanía Planetaria.

En 2021 el Ministerio de Educación publicó a través del INE el último estudio sobre el grado de alcance de los indicadores de los ODS para 2030 situando, por ejemplo, el ODS 4 en un 75% de alcance. Pero esta cifra puede ser relativa, porque aunque en nuestro país la mayoría de jóvenes están escolarizados y saben leer y un mínimo de matemáticas junto a unos conocimientos básicos de la cultura occidental, la realidad con la que las ONGD nos encontramos al llegar a las aulas es una carencia importante en términos de ciudadanía global. ¿Cómo afectan nuestras acciones al clima y a la salud del medio ambiente en el lado opuesto del planeta? ¿Cuál es la realidad de aquellas personas? ¿Cómo funciona la interdependencia en nuestra sociedad? Como Organización no Gubernamental para el Desarrollo, Globalmon es consciente de la realidad socioeconómica y ambiental y las dinámicas geopolíticas globales. Tanto nuestra labor de Globalmon en África, como el de otras ONGD allí mismo en LATAM y Asia, como los informes de la CVONGD u organismos como la ONU y diversas lecturas y fuentes de las que dispone Globalmon, les da un punto de partida y una perspectiva sobre la que partir.

Con estos antecedentes, se ha diseñado el siguiente proyecto de sensibilización y concienciación de la población en edad escolar a fin de que, cuando en un futuro próximo adquieran sus propias prendas ejerciendo su papel como consumidores, lo hagan de una forma responsable y empática teniendo en cuenta los procesos y orígenes de su ropa. Los últimos años de la etapa de Primaria y la etapa de Secundaria son cruciales en la adquisición de fuertes valores con los que desenvolverse en la adolescencia. A partir de aquí, los jóvenes empezarán a tomar decisiones propias en cuanto a consumo tales como vestirse, productos comestibles o de ocio, así como nuevas interacciones y roles sociales.



2. DATOS IDENTIFICATIVOS DEL PROYECTO.

Este proyecto se fundamenta en el ODS 4, Educación de Calidad, entendiendo la “calidad” en la educación como una formación activa del alumnado en cuanto a valores, hábitos y actitudes para lograr una ciudadanía planetaria.

Desde Globalmon se entiende la educación de calidad como la toma de conciencia de la realidad social y medioambiental así como económica, una realidad en la que la juventud, y todos nosotros, influyen con sus hábitos cotidianos. Una educación que forma en un sentido crítico para que tomen decisiones lo más alineadas posible con los valores de cooperación, ayuda mutua, empatía planetaria, sostenibilidad, equidad e igualdad de género y derechos humanos, y en general con los ODS y la Ciudadanía Global, no porque nos parezca un concepto bonito sino porque es imprescindible para una vida de calidad en el futuro inmediato.

La acción principal del proyecto consiste en la implementación de una actividad de sensibilización y educación para el consumo responsable orientada a niños y niñas con edades comprendidas entre los 10 y 12 años de edad residentes en la comarca de La Safor, donde se ubica la sede de Globalmon.

Para ello se utilizará el juego como herramienta pedagógica. La acción educativa consiste en la representación por el alumnado de una situación cotidiana que combina los procesos de producción de la ropa que vestimos (trabajadoras/es del algodón y de materias primas, fábricas textiles en países subdesarrollados, distribución y comercialización en las tiendas, consumidores) y la necesidad de tomar conciencia de sus realidades y participar en un cambio de paradigma a través del consumo empático, consciente y responsable.

A partir de unas fichas que describen la información y características de cada grupo, los y las jóvenes adoptan los diferentes roles de la cadena de producción/consumo e interaccionan con los demás grupos, los niños y niñas tienen que dialogar entre ellos para satisfacer las propias demandas y deseos de su colectivo.

El desarrollo de la actividad didáctica tiene una duración aproximada de 50 minutos y será moderada por un especialista en EpCG graduado en Magisterio y formación en Didáctica de las Ciencias Sociales de la Universidad de Valencia (CV en Anexos). El proyecto educativo



está orientado al alumnado de 5º y 6º de Educación Primaria por ser este el último curso del tercer ciclo y por ser este curso el fin de la etapa previa a Secundaria, donde el alumnado empezará a adquirir hábitos de consumo y a tomar decisiones respecto a lo que visten.

El “Proyecto para el Desarrollo Sostenible y el Consumo Responsable: “El Teu Rol Juga” está orientado a unos 1.500 niñas y niños aproximadamente, con edades comprendidas entre los 10 y 12 años residentes en La Safor y pertenecientes a un total de 7 CEIP e IES públicos de distintas áreas metropolitanas.

La fundación propone acordar con cada colegio el día y el horario que mejor convenga dentro del curso escolar de cada institución, siendo la actividad de una duración aproximada de 50 minutos y siendo llevada a cabo por una persona capacitada y contratada por la asociación, pudiendo participar el/la tutor/a de dicho curso. La actividad está orientada al 5º y 6º curso de Primaria y 1º y 2º de Secundaria, etapa donde el alumnado empezará a adquirir hábitos de consumo y a tomar decisiones respecto a la ropa que visten. Globalmon ha incluido en este proyecto la elaboración de carteles que servirán para promocionar la actividad y darle la relevancia que corresponde.

Desarrollo. Al comienzo de cada sesión, después de presentarnos, pediremos al alumnado que realice un Pre-test (5min.) como punto de partida para nuestro posterior análisis de resultados. El Pre-test hará referencia a las preconcepciones sobre la Ciudadanía Global y a su nivel de conciencia sobre su papel cotidiano en las interacciones globales y en la cadena de producción y consumo.

A continuación, introduciremos la actividad observando cada uno las etiquetas de sus prendas y escribiendo en la pizarra la procedencia de cada una, tratando de dilucidar el por qué se fabrican en países tan lejanos como Bangladesh, Brasil, China, Indonesia, etc.

Después de extraer algunas conclusiones entre todos, se explicará la actividad, se dividirá la clase en cuatro grupos y se repartirá a cada grupo una ficha con los roles a defender y la información con datos sobre sus características de vida y condiciones ambientales y laborales, teniendo que tomar decisiones y viendo las dificultades que plantea la interacción con los otros tres grupos.



Los cuatro grupos de acción son:

Grupo 1- Agricultores de la materia prima (algodón).

Grupo 2- Productores del textil.

Grupo 3- Empresas y comercializadoras de ropa.

Grupo 4- Consumidores

En las fichas de cada grupo se explicitan los deberes y derechos de cada actor en la industria textil así como el salario medio de los trabajadores y los empresarios, precio del producto en tienda, consecuencias sociales o ambientales en cada eslabón de la cadena, etc. (fuentes OIT, FAO, ONU)

Después de unos 30 min de juego, entraremos en una puesta en común y debate de las dificultades que ha tenido cada grupo para satisfacer sus necesidades así como de las ganancias o pérdidas, tanto sociales, ambientales o económicas, de cada uno de los actores de la cadena, sacando conclusiones por escrito en la pizarra, alentándoles a que sean ciudadanas/os críticas/os con la publicidad y las modas que oferta la industria textil.

El objetivo principal del taller participativo es que la juventud adquiriera un sentido crítico hacia sus hábitos de consumo y hacia la oferta que impera en las tiendas y centros comerciales, consiguiendo una ciudadanía consciente del mercado global y un cambio de actitud hacia las prácticas comerciales poco sostenibles en los aspectos ambientales, sociales y económicos.

Para el cierre del proyecto en los centros, se acordará con el/la tutor/a la realización de un Post-test, a ser posible pasadas unas semanas para así corroborar el “poso” de información y en qué nivel ha calado la actividad en el alumnado.

3. OBJETIVOS DE LA LÍNEA DE BASE.

Los objetivos de la línea de base son fundamentales para establecer un punto de partida claro y medible que permita evaluar el progreso y el impacto del proyecto a lo largo del tiempo.

Estos objetivos incluyen:

- Evaluar la situación inicial: Proporcionar una visión detallada del estado actual de los factores relevantes antes de la implementación del proyecto.
- Identificar las necesidades y brechas: Detectar las áreas que requieren intervención y los recursos necesarios para abordar los problemas identificados.
- Establecer indicadores de referencia: Definir métricas específicas y cuantificables que permitan monitorear y evaluar el progreso del proyecto en futuras etapas.
- Informar la planificación y toma de decisiones: Ofrecer datos y análisis que ayuden a ajustar las estrategias y acciones del proyecto para maximizar su eficacia y eficiencia.

4. ALCANCE.

El alcance del estudio de línea de base incluye aspectos temporales, geográficos y otros relevantes.

Alcance temporal: 15/01/2025 a 15/03/2025.

Alcance geográfico: Comunitat Valenciana



5. TIPOLOGÍA Y CUANTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN BENEFICIARIA ESPERADA.

Población beneficiaria directa.

De forma directa serán beneficiarios directos unos 1.500 niños y niñas de edades comprendidas entre los 10 y 12 años residentes en la comarca de La Safor inscritos en centros de educación primaria de carácter público y concertados. También serán beneficiarios de forma directa los **maestros** y escuelas participantes pues la actividad no solo aporta un mensaje sino una metodología que pueden replicar.

Población beneficiaria indirecta.

Indirectamente se beneficiarán de esta iniciativa el conjunto de ciudadanos de la zona en tanto que se está contribuyendo a la formación de una ciudadanía responsable en los modos de consumo y participativa en los procesos de producción mediante la demanda y adquisición de productos elaborados de manera sostenible para el planeta y solidaria respecto a la justicia y la igualdad social. Del mismo modo los padres y las madres de los alumnos pueden ser “contagiados” por los cambios positivos de los niños y niñas en cuanto a valores y actitudes frente al consumo.

Comunidades educativas donde han mostrado conformidad para la ejecución del proyecto:

- CEIP Cervantes de Gandía
- CEIP Mestre Rafael Noguera, Daimús
- IES Veles e Vents del Grau de Gandía
- María Ángeles Suárez de Calderón de Gandía
- Centre Concertat Gregori Mayans de Gandía
- Centre Concertat Abad Sola de Gandía,
- Centre Concertat Los Naranjos de Gandía



6. ENFOQUE METODOLÓGICO.

El enfoque metodológico para el levantamiento de la línea de base ha considerado varios aspectos. En primer lugar, se han establecido los objetivos claros y específicos que han guiado todo el proceso de estudio. Estos objetivos se alinean con las necesidades y expectativas de las comunidades educativas y la organización Globalmon.

En segundo lugar, se ha adoptado una metodología mixta que combina tanto métodos cuantitativos como cualitativos. Los métodos cuantitativos incluyen encuestas estructuradas a la población beneficiaria, en este caso al alumnado, mientras que los métodos cualitativos han consistido en entrevistas en profundidad a las personas coordinadoras del proyecto. Esta combinación permite una comprensión más completa y rica de la situación de partida.

Además, se ha priorizado la participación activa de los actores involucrados, sobre todo con el alumnado que es la población beneficiaria principal con la que se va a trabajar el proyecto. Se han diseñado mecanismos de retroalimentación para asegurar que llegado el momento de la evaluación, tener la información suficiente y necesaria para realizar el informe.

Se ha llevado a cabo un muestreo representativo para asegurar que los datos recolectados reflejen adecuadamente la diversidad de la población objetivo. Asimismo, se han implementado procedimientos de control de calidad para garantizar la fiabilidad y validez de los datos obtenidos.

Finalmente, se ha utilizado herramientas y tecnologías online para la recolección y análisis de datos, que han facilitado la organización y el procesamiento eficiente de la información recopilada.

El levantamiento de Línea de Base ha contemplado diferentes etapas, como veremos a continuación

1. Planificación. Se ha conformado del equipo de trabajo (dos consultoras por parte de Aliades, Coop. V y las dos personas responsables del proyecto), se ha establecido la magnitud de las actividades y sus tiempos, los resultados esperados y el esquema de organización del producto final; el Informe de Línea de Base.



Los productos obtenidos en esta fase son:

- Objetivos y alcance de la LdB.
- Cronograma (al ser el presupuesto menor, el tiempo dedicado ha sido menor también).
- Equipo técnico.
- Recursos y propuesta a trabajar.

2. Diseño de la estructura. Se realiza una revisión de la documentación disponible referente al proyecto (Proyecto detallado, documento de formulación con MML, presupuesto y cronograma).

3. Trabajo de campo.

Revisión de la Matriz del Marco Lógico formulada, resultados, indicadores y fuentes de verificación. Dada la información, se ha procedido a reorganizar los resultados en función de los diferentes impactos entre los diferentes perfiles de población beneficiaria, así mismo, se han aprovechado los indicadores formulados según MML y se han asignado a los resultados teniendo en cuenta la definición de los cambios esperados en cada perfil de población beneficiaria.

Posteriormente se elaboró el marco de seguimiento y monitoreo del proyecto mediante una propuesta de cuestionarios post test a realizar al finalizar cada actividad y según el informante clave con el que se realice la actividad.

4. Informe final. Analizada la información disponible e investigados los indicadores, se ha agrupado la misma según los resultados e impactos esperados entre los diferentes perfiles de población beneficiaria y se ha hecho entrega del informe final.

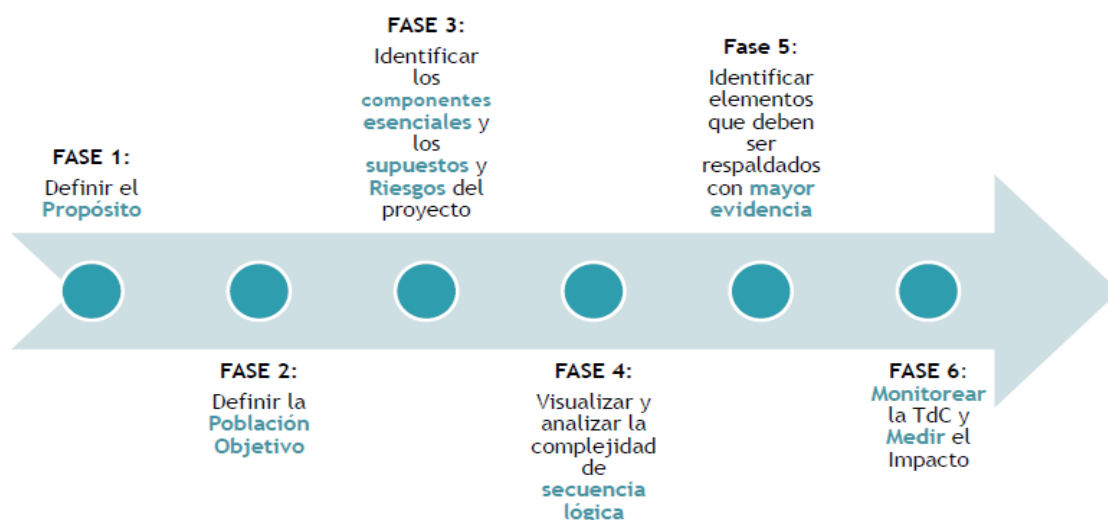
El marco teórico práctico en el que se inserta este trabajo se fundamenta en la Teoría del Cambio (TdC, en adelante), instrumento que va a servir para establecer un marco de monitoreo en el seguimiento y la evaluación de la intervención va a ayudar a identificar hitos y condiciones que han de darse para alcanzar el cambio que se desea provocar.



Los pasos metodológicos para el desarrollo de la TdC son:

- a) Visualización de la situación que se quiere alcanzar pasado un tiempo. Este cambio deseado representa un conjunto de condiciones, relaciones temporales, estructurales, geográficas, etc. condicionado por la identidad, posicionamiento, e intereses de aquellos que formulan dicho cambio. Acotado el universo de acción, pasamos a identificar aquellos actores que están involucrados en el proceso sobre el que se quiere influir.
- b) Identificación de los Actores del Cambio, identificación de aquellas personas o instituciones con capacidad de influencia para generar el proceso de cambio.
- c) Conociendo que queremos cambiar y con quien vamos a alcanzar el cambio, se formularan los Indicadores de Cambio de manera que nos permitan entender mejor cual es la contribución del proyecto al logro de estos cambios.

A partir de los indicadores de cambio se ha establecido el sistema de monitoreo y evaluación. A modo de resumen, las fases para desarrollar la TdC han sido:



La Línea de Base se ha realizado en las siguientes fases:

Fase preparatoria.

Esta fase ha consistido en la revisión de toda la documentación relacionada con el proyecto:

- ✓ Diagnóstico identificación.
- ✓ Documento de formulación.
- ✓ Evaluaciones de fases anteriores al proyecto.
- ✓ Mecanismos de seguimiento y evaluación.



Con especial incidencia en:

- ✓ Objetivo general al cual el proyecto va a contribuir.
- ✓ Definición y formulación de los Objetivos Específicos.
- ✓ Revisión resultados y su contribución a cambios o impactos.
- ✓ Revisión de los indicadores formulados en función de los cambios esperados.
- ✓ Fuentes de verificación consultadas para la formulación de dichos indicadores.
- ✓ Identificación de la población beneficiaria prevista.
- ✓ Identificación de las personas en calidad de informantes clave.
- ✓ Identificación necesidades informativas en función de los impactos a conseguir mediante el proyecto.
- ✓ Revisión de la evaluabilidad del proyecto.

Fase trabajo de campo.

En esta fase las tareas realizadas han sido:

- ✓ La localización de las personas informantes clave detectadas por el equipo consultor previa conformidad por las personas responsables del proyecto.
- ✓ Las necesidades informativas teniendo en cuenta los impactos deseados y los resultados que se pretenden alcanzar en cada uno de los diferentes perfiles de informantes clave.
- ✓ Se han formulado las preguntas que dan respuesta a las necesidades informativas que delimitarán la situación de partida de los indicadores en el momento inicial del proyecto.

El siguiente ha sido averiguar la disponibilidad y perfil de cada persona informante clave para llevar a cabo el trabajo de campo.

La metodología de la investigación ha analizado la intervención en un nivel integral o descriptivo y se han establecido conclusiones. De esta manera, la investigación contempla las diferentes necesidades de información enumeradas en los Términos de Referencia de la entidad Globalmon.



Fase de análisis e interpretación de la información.

Permite establecer a partir de la "situación inicial" de los datos en el inicio del proyecto según los objetivos y resultados propuestos en el mismo, los logros que se pretenden alcanzar y que serán medibles utilizando datos comparativos con la situación inicial de partida.

Este conjunto de indicadores, tanto cualitativos como cuantitativos servirán de referencia para poder verificar, analizar y evaluar los resultados, impactos y cambios esperados relacionados con la implementación de las actividades del proyecto, también permitirán cuantificar los cambios producidos con el paso del tiempo, sirviendo siempre de referencia inicial para cualquier aplicación posterior.

Redacción informe final línea de Base.

Analizada la información estadística, se ha agrupado por indicadores y necesidades informativas y se ha elaborado el informe de Línea de Base, el cual contiene el análisis de la información recopilada, análisis de los indicadores investigados y principales conclusiones del análisis

En el momento final, una vez entregado el informe de Línea de Base, la consultora queda a disposición de la entidad Globalmon con el objetivo de explicar el trabajo realizado, su utilidad, el Marco de Seguimiento y evaluación elaborados con tal de establecer las pautas a seguir durante toda la fase de ejecución del proyecto, con el fin de, llegado el momento final de la evaluación, poder medir los impactos, efectos o cambios habidos entre la población beneficiaria destinataria del proyecto.



7. CRONOGRAMA.

El plan de trabajo describe el cronograma y las actividades clave del estudio de línea de base. Esta sección incluye un calendario de tareas, hitos y fechas límite. Asegura que todas las actividades estén bien coordinadas y se completen a tiempo.

Actividad	Descripción	Responsable	Fecha de Inicio	Fecha de Finalización
Planificación y Diseño del Estudio	Definir los objetivos, metodología, y cronograma del estudio.	Coordinación del Proyecto	15/01/2025	20/01/2025
Identificación de Actores Clave	Seleccionar y contactar a los informantes clave y actores principales.	Equipo consultor y coordinación del proyecto	21/01/2025	24/01/2025
Recopilación de Datos	Realizar cuestionarios, reuniones con las personas técnicas de Globalmon y revisión documental.	Equipo consultor	27/01/2025	15/02/2025
Análisis de Datos	Analizar los datos recopilados utilizando métodos cualitativos y cuantitativos.	Equipo consultor	16/02/2025	26/02/2025
Elaboración del Informe	Redactar el informe final con los hallazgos y recomendaciones.	Equipo consultor	27/02/2025	10/03/2025
Revisión y Validación	Revisar el informe con los actores clave y realizar ajustes si es necesario.	Coordinación proyecto y equipo consultor	11/03/2025	15/03/2025
Presentación de Resultados	Presentar los hallazgos del estudio a las partes interesadas y en foros públicos.	Coordinación del Proyecto		

Con este cronograma detallado, se asegura que todas las actividades del estudio de línea de base se realicen de manera coordinada y en tiempo, facilitando así el logro de los objetivos planteados.



8. PRODUCTOS A ENTREGAR.

Los productos a entregar en la prestación del servicio de elaboración de línea de base se incluyen:

- Informe de línea de base detallado
- Base de datos con la información recopilada
- Gráficos representativos de los datos
- Documentación de los instrumentos de recolección de datos utilizados
- Matriz de indicadores formulados en la línea de base.
- Resumen ejecutivo con los hallazgos clave



9. METODOLOGÍA Y PLAN DE TRABAJO.

El enfoque metodológico para la elaboración de un informe de línea de base ha estado cuidadosamente planificado para asegurar la precisión y la relevancia de los datos recopilados.

A continuación, se describen las principales etapas y técnicas utilizadas:

1. Diseño del estudio.

El primer paso ha sido definir claramente los objetivos y las preguntas de investigación. Esto incluye la identificación de los indicadores clave que se utilizarán para medir las condiciones iniciales. La identificación de las personas informantes clave que nos van a proporcionar la información, la identificación de las necesidades informativas, que teniendo en cuenta el perfil y edad de las personas informantes clave, se diseñaran las herramientas a utilizar que serán acordes a la naturaleza de las informantes clave.

2. Recolección de datos.

La recopilación de datos se realizará a través de métodos cualitativos y cuantitativos. Entre los métodos cualitativos se incluyen entrevistas en profundidad, grupos focales y observación participante. Los métodos cuantitativos incluyen encuestas estructuradas y cuestionarios. En esta fase es fundamental diseñar los instrumentos y herramientas de recolección de datos de manera que sean válidos y confiables.

3. Muestreo.

La selección de la muestra será representativa de la población objetivo. En caso de no tener a toda la población beneficiaria directa para poder llevar a cabo el levantamiento de la información, se utilizarán técnicas de muestreo probabilístico o no probabilístico, según sea más adecuado para el estudio. El tamaño de la muestra se determinará en función de los objetivos del estudio y la variabilidad de la población.



4. Análisis de datos.

Los datos recopilados han sido analizados utilizando técnicas estadísticas y de análisis de contenido. Se han empleado herramientas de software para el procesamiento y análisis de datos. El análisis incluye tanto la descripción de las condiciones iniciales como la identificación de patrones y tendencias.

5. Validación de resultados.

Para asegurar la confiabilidad de los hallazgos, se ha llevado a cabo procesos de triangulación de datos, donde se han comparado los resultados obtenidos por diferentes métodos y fuentes.

6. Elaboración del informe.

El informe de línea de base está redactado de manera clara y concisa, incluyendo secciones detalladas sobre los métodos utilizados, los hallazgos y las recomendaciones. Se presentan gráficos y tablas que ilustran los datos recopilados. Con este enfoque metodológico, se garantiza que el informe de línea de base sea un documento riguroso y útil para la toma de decisiones en las etapas posteriores del proyecto.

La metodología y técnicas requeridas para la recopilación y análisis de la información han sido en gran parte resultado de la propuesta técnica planteada por equipo consultor. Para el cumplimiento de los objetivos de este proceso evaluativo, el equipo de consultoras de Aliades, Coop. V. ha realizado las siguientes actividades:

- Elaboración de un plan de trabajo definitivo que describe objetivos, metodología planteada, diseño de técnicas, cronograma de actividades, requerimientos de información, instrumentos de evaluación y fuentes de recopilación de datos.
- Interlocución periódica del equipo evaluador con Globalmon, para una información permanente del avance del proceso evaluativo.
- Realización de reuniones con las personas técnicas de Globalmon por su interacción directa con el Proyecto, por su perfil institucional o por su experiencia en contenidos esenciales abordados en el mismo.

- Planteamiento de otras técnicas de investigación que permiten recopilar información y ayudan a responder las preguntas de partida de la evaluación.
- Realizado un análisis del conjunto de la información obtenida con el fin de elaborar el producto inicial que constituye el borrador o documento preliminar de la evaluación intermedia.

Las técnicas metodológicas utilizadas para realizar la línea de base han sido el análisis documental, entrevistas individuales y la realización de encuestas. Para que la evaluación tenga también un carácter de aprendizaje tanto para el equipo de Globalmon como para el colectivo meta en su totalidad, han participado todos los actores implicados, tanto en la obtención de información como en la transmisión de los resultados durante y al final de la evaluación.

Los Productos obtenidos son:

- Informe preliminar resultado del estudio de gabinete
- Memoria de campo resultado del trabajo de campo
- Borrador del informe de Línea de Base
- Informe final de Línea de Base
- Plan de comunicación y difusión de sus resultados

Para la prestación del presente servicio de levantamiento de línea de base, se han utilizado **METODOLOGÍAS PARTICIPATIVAS** que permiten recoger el punto de vista de las personas en calidad de actores clave involucrados en el convenio.

Se ha desarrollado una metodología participativa que combina técnicas cuantitativas y cualitativas, y establecen la coordinación y consulta con los diferentes actores del proyecto.

La metodología de la investigación ha analizado la intervención en un nivel integral o descriptivo y se han establecido conclusiones. De esta manera, la investigación contempla las diferentes necesidades de información enumeradas en los términos de referencia de Globalmon.



Con el uso de técnicas cuantitativas seleccionadas se ha extrapolado información de una muestra a una población con un determinado nivel de error y dentro de unos niveles de confianza.

También se ha realizado un análisis de tipo estadístico con el que observar las relaciones entre los diferentes factores señalados y la importancia de cada uno de ellos. Por otra parte, a través de las técnicas cualitativas hemos profundizado en los elementos que para los agentes críticos tienen mayor relevancia. En todo caso, las técnicas usadas y el proceso de investigación en sí han dependido del tema y las circunstancias del trabajo.

Para la recolección de datos, las herramientas seleccionadas por el equipo de consultoras han sido:

- Reuniones.
- Cuestionarios.

Todos estos instrumentos se han aplicado en un momento en particular, con la finalidad de buscar información que fuese útil a la investigación dependiendo de las necesidades de información de cada caso. Dependiendo de la disponibilidad y características de cada perfil de población beneficiaria se han utilizado unas técnicas de investigación u otras.

El informe borrador fue remitido a Globalmon para su posterior revisión, borrador con comentarios que fue remitido de nuevo al equipo de consultor y procedió al envío del informe final de evaluación definitivo.

Cada herramienta propuesta por el equipo consultor para la realización del trabajo de campo fue consensuada por Globalmon de manera que se pudieron realizar aportaciones y mejoras a la propuesta realizada.

1) Estudio de Gabinete: Globalmon pondrá a disposición de la empresa consultora los documentos generados en el marco de ejecución del proyecto y se mantuvieron reuniones conjuntas con el fin de planificar y concretar las distintas fases del plan de trabajo de la evaluación y las herramientas metodológicas.

Esta fase de gabinete también sirvió para identificar la información y datos necesarios a recoger, tanto para evaluar los criterios mencionados como para garantizar la obtención de lecciones aprendidas y buenas prácticas que puedan replicarse en otras intervenciones en

el país, así como los recursos necesarios, desplazamientos y logística para la optimización de las visitas durante el trabajo de campo.

Sobre la base del Plan de trabajo se concretó la metodología para realizar el trabajo de campo. Dicho Plan fue previamente presentado en borrador en un plazo de 2 semanas desde el inicio de la prestación del servicio, tras ser revisado por Globalmon, y se entregó su versión definitiva en no más de otras 2 semanas.

2) Trabajo de campo. - (Duración estimada: 3 semanas). De forma participativa con el equipo de Globalmon se recogió la información necesaria en las comunidades educativas donde se llevó a cabo la intervención según las herramientas acordadas.

Asimismo, fue prioritario que el equipo consultor reunirse con la persona responsable de Globalmon con el fin de adecuar la evaluación a sus prioridades, y discutir los resultados así como las recomendaciones y las lecciones aprendidas de la evaluación.

3. Elaboración del borrador del informe final de evaluación: se llevó a cabo un taller sobre los resultados preliminares con el equipo ejecutor para poder ampliar información en caso de ser necesario. Es importante resaltar que el informe incluía las lecciones aprendidas y buenas prácticas que puedan aplicarse en proyectos similares. Finalmente se elaboró el primer borrador del informe final y se compartió con el equipo de Globalmon para su revisión y discusión.

4. Elaboración del informe final de evaluación - (Duración estimada: 4 semanas): se entregó una versión completa digital en español.

5. Difusión de los resultados de la evaluación: se hará un taller de devolución de resultados tanto para Globalmon como para representantes del colectivo meta.



10. OBJETIVOS, RESULTADOS E INDICADORES FORMULADOS.

La matriz del marco lógico presenta la siguiente distribución:

OG: Contribuir al desarrollo de valores y actitudes así como hábitos de consumo responsable en una ciudadanía cada vez más crítica y consciente.

OE: Sensibilizados 1.500 niños y niñas valencianos sobre el derecho a unas condiciones laborales dignas, una erradicación del trabajo infantil y el derecho universal de los niños a una educación e infancia digna, la preservación del medio ambiente mediante unas prácticas productivas y de mercado éticas con el planeta.

- IOV1OE: 1.500 niños y niñas conscientes de qué hay detrás de la ropa que visten.
- IOV2OE: 1.500 niños y niñas conscientes y críticos con los actuales modos de producción y mercado de la moda.

R1. Aumento de los conocimientos de 1.500 niños y niñas sobre las condiciones laborales y medioambientales que la industria de la moda ofrece.

R2. Sensibilizados 1.500 niños/as valencianos/as de la importancia de consumir responsablemente y no fomentar una industria poco solidaria e insostenible.

Indicadores para el R1 y R2:

- 1) El alumnado realiza un Pre-test.
- 2) El alumnado realiza un Post-test
- 3) Contrastación de los resultados obtenidos con un cuestionario validado por personas expertas.



11. REVISIÓN DE LA EVALUABILIDAD.

La revisión de la evaluabilidad de la matriz implica un análisis exhaustivo de los objetivos, indicadores, resultados y premisas establecidas para asegurar que cada componente es medible y alcanzable antes de proceder al levantamiento de la línea de base. Este proceso es crucial para identificar posibles lagunas o incoherencias en la planificación y garantizar que los métodos de evaluación sean adecuados para obtener datos fiables y relevantes.

Se han examinado los elementos de la matriz de evaluación, incluyendo los Indicadores de Verificación (IOVs) y los Resultados (R), para confirmar que están claramente definidos y son pertinentes. Durante esta revisión, se ha establecido la viabilidad de los objetivos propuestos, asegurando que son realistas y alcanzables dentro del marco temporal y presupuestario asignado. También se ha analizado si los recursos disponibles son suficientes para llevar a cabo las actividades planificadas y si existen mecanismos adecuados para monitorear y reportar el progreso.

Esta etapa es fundamental antes de la implementación de la línea de base, ya que proporciona una visión clara de la preparación y capacidad del proyecto para ser evaluado de manera efectiva, asegurando que cualquier ajuste necesario se realice a tiempo para optimizar los resultados esperados.

Evaluabilidad de los objetivos.

Objetivo General (OG): “Contribuir al desarrollo de valores y actitudes así como hábitos de consumo responsable en una ciudadanía cada vez más crítica y consciente”. Es amplio y aspiracional, lo cual es adecuado, pero no se especifica cómo se medirá el “desarrollo de valores y actitudes” ni los “hábitos de consumo responsable”.

OG Propuesto: Fomentados valores, actitudes y hábitos de consumo responsable en la ciudadanía, promoviendo una visión crítica y consciente a través de acciones educativas y de sensibilización.

Objetivo Específico (OE): Está bien formulado, pero abarca muchos temas (derechos laborales, erradicación del trabajo infantil, derecho a la educación, preservación ambiental), lo que puede dificultar su evaluación, convendría centrar el trabajo en alguno de los temas,



con el fin de concretar bien el cambio o logros del proyecto entre la población beneficiaria en el corto plazo.

Objetivo Específico Propuesto: Sensibilizados/as 1.500 niños y niñas en la Comunidad Valenciana sobre el derecho a condiciones laborales dignas, la erradicación del trabajo infantil y el acceso universal a la educación, así como sobre la importancia de la preservación del medio ambiente a través de prácticas productivas y de mercado sostenibles.

Resultados.

Para mejorar la definición de los resultados y hacerlos más evaluables, se pueden reformular para que sean más específicos, medibles y enfocados en cambios observables. Además, incluir indicadores desagregados por género permitirá analizar si el impacto del proyecto es diferente para niños y niñas.

Resultado 1 (R1) Reformulado: “Incrementado el conocimiento de 1.500 niños/as sobre las condiciones laborales y medioambientales de la industria de la moda y su impacto en los derechos de la infancia”.

Indicadores reformulados:

- IOV1R1: Al menos el 75% de los niños/as identifican tres impactos negativos de la industria de la moda en el medio ambiente y el trabajo infantil.

Fuentes de verificación:

- Cuestionarios o pruebas de evaluación → Aplicados antes y después de la formación para medir el conocimiento adquirido sobre los impactos negativos de la industria de la moda.
- Fichas o trabajos del alumnado → Actividades escritas, dibujos, mapas conceptuales o presentaciones donde el alumnado identifique los impactos.
- Registros de observación del profesorado → Notas del profesorado sobre la participación y respuestas del alumnado en debates o actividades en clase.
- Grabaciones de debates o dinámicas en el aula → Videos o audios donde el alumnado exprese su comprensión del tema.



- Encuestas de autoevaluación del alumnado → Formularios donde los/as estudiantes indiquen qué conocimientos han adquirido tras la formación.
 - Informes o actas de sesiones educativas → Documentos que recojan las metodologías utilizadas y la evidencia del aprendizaje en el aula.
- IOV2R1: Al menos el 70% de los niños/as pueden explicar cómo su consumo puede influir en la sostenibilidad y en los derechos de las personas trabajadoras en la moda.

Fuentes de verificación:

- Cuestionarios o pruebas de evaluación → Aplicadas antes y después de la formación para medir la comprensión sobre el impacto del consumo en la sostenibilidad y los derechos laborales.
- Trabajos o proyectos del alumnado → Ensayos, presentaciones, infografías o murales donde expliquen la relación entre consumo, sostenibilidad y derechos laborales.
- Registros de observación del profesorado → Notas o rúbricas de evaluación sobre la participación del alumnado en debates, dinámicas o actividades reflexivas.
- Encuestas de evaluación del alumnado → Formularios donde los/as estudiantes reflexionen sobre qué han aprendido y cómo lo aplican en su vida diaria.
- Actas o informes de sesiones educativas → Documentación que recoja las metodologías utilizadas y evidencias del aprendizaje.

Resultado 2 (R2) Reformulado: “Fomentada una actitud crítica y cambios en hábitos de consumo de 1.500 niños/as, promoviendo prácticas más responsables y sostenibles en el sector de la moda”

Indicadores reformulados:

- IOV1R2: El 60% de los niños/as declara que ha cambiado o tiene intención de cambiar su forma de comprar ropa tras el proyecto.



Fuentes de verificación:

- Encuestas o cuestionarios al alumnado → Preguntas antes y después del proyecto para medir cambios en la intención y hábitos de compra de ropa.
 - Entrevistas o grupos de discusión → Espacios donde los/as estudiantes expliquen si han cambiado o planean cambiar su forma de consumir moda.
 - Diarios de reflexión o compromisos personales → Registros escritos donde los/as niños/as describan sus aprendizajes y acciones futuras en relación con el consumo de ropa.
 - Testimonios del alumnado → Frases o videos donde expresen cómo el proyecto ha influido en su percepción sobre el consumo responsable.
 - Observaciones del profesorado → Notas sobre cambios en la actitud y discursos del alumnado respecto a la moda sostenible.
 - Proyectos finales o campañas creadas por el alumnado → Evidencia de propuestas o iniciativas que reflejen un compromiso con el consumo responsable.
- IOV2R2: El 50% de los niños/as menciona tres criterios de consumo responsable que aplicará en futuras compras.

Fuentes de verificación:

- Cuestionarios o pruebas escritas → Aplicados después del proyecto, donde los/as estudiantes indiquen tres criterios de consumo responsable que piensan aplicar.
- Entrevistas o grupos focales con el alumnado → Espacios donde los/as niños/as expresen de manera espontánea los criterios que consideran importantes para sus futuras compras.
- Diarios de reflexión o compromisos personales → Registros escritos donde los/as estudiantes anoten cómo aplicarán el consumo responsable en su vida cotidiana.



- Trabajos o proyectos finales → Ensayos, carteles, presentaciones o campañas creadas por el alumnado donde mencionen criterios de consumo responsable.
 - Observaciones del profesorado → Notas o rúbricas de evaluación sobre la participación del alumnado en actividades relacionadas con el consumo responsable.
 - Cuestionario de evaluación del alumnado → Formularios donde los/as niños/as reflexionen sobre lo aprendido y su aplicación en el futuro.
- IOV3R2: El 70% de los niños/as participa activamente en una acción de sensibilización (campaña, cartel, vídeo, etc.).

Fuentes de verificación:

- Registro de participación → Listas de asistencia o inscripciones en actividades de sensibilización.
- Evidencia de productos creados por el alumnado → Carteles, vídeos, presentaciones, murales u otros materiales elaborados como parte de la acción de sensibilización.
- Fotografías y vídeos → Documentación visual de la participación del alumnado en la creación y difusión de la campaña.
- Informes o actas de las actividades → Documentos que detallen la acción de sensibilización, el número de participantes y sus roles.
- Observaciones del profesorado → Registros cualitativos sobre el nivel de implicación del alumnado en las acciones.
- Encuestas o cuestionarios al alumnado → Preguntas sobre su grado de participación y percepción sobre la experiencia.
- Difusión en redes sociales o medios escolares → Publicaciones, blogs o cuentas de redes sociales donde se comparta la acción realizada y se mencione la participación del alumnado.



Para analizar diferencias entre niños y niñas en la adopción de conocimientos y cambios de hábitos, se pueden incluir indicadores específicos desagregados:

- Conocimiento sobre condiciones laborales y medioambientales
 - % de niñas y % de niños que pueden explicar tres impactos negativos de la industria de la moda en derechos laborales y el medio ambiente.
- Cambio en hábitos de consumo
 - % de niñas y % de niños que declaran haber cambiado su forma de comprar ropa tras el proyecto.
 - % de niñas y % de niños que afirman que consultarán etiquetas y procedencia antes de comprar.
- Actitud crítica y participación en actividades
 - % de niñas y % de niños que participan activamente en una acción de sensibilización (campaña, cartel, vídeo, etc.).
 - % de niñas y % de niños que afirman que influirán en sus familias para adoptar hábitos de consumo responsable.

En la justificación del proyecto se menciona el trabajo con el **profesorado**, pero luego no aparece reflejado en la matriz del marco lógico, esto genera una inconsistencia que puede afectar la claridad del proyecto y su evaluabilidad. Para asegurar que el trabajo con docentes se visibilice en la matriz, se podría añadir un tercer resultado (R3),

Resultado 3 (R3) reformulado: “Fortalecida la capacidad del profesorado para integrar en el aula contenidos sobre consumo responsable y derechos laborales en la industria de la moda”.

Indicadores posibles:

- Al menos 20 profesores/as formados en metodologías activas para la enseñanza del consumo responsable en el aula.

Fuentes de verificación:



- Listas de asistencia → Documentos firmados por los/as docentes participantes en las sesiones de formación.
 - Certificados de participación → Diplomas o constancias entregadas a los/as profesores/as que completaron la formación.
 - Registro fotográfico y/o audiovisual → Evidencia gráfica de las sesiones de formación.
 - Materiales de formación → Presentaciones, guías y documentos utilizados en las sesiones, que demuestren el contenido impartido.
 - Encuestas o cuestionarios de evaluación → Respuestas de los/as docentes sobre los conocimientos adquiridos y la aplicabilidad de las metodologías activas.
 - Actas o informes de las sesiones de formación → Documentos que detallen fechas, contenidos abordados, participantes y metodologías utilizadas.
- El 70% del profesorado participante incorpora actividades o contenidos sobre consumo responsable en sus clases.

Fuentes de verificación:

- Programaciones didácticas o planes de aula → Documentos donde el profesorado haya integrado actividades o contenidos sobre consumo responsable en sus materias.
- Registros de actividades en el aula → Evidencia de sesiones impartidas, incluyendo fechas, metodología y materiales utilizados.
- Materiales didácticos elaborados o adaptados → Presentaciones, guías, fichas o recursos creados por el profesorado para abordar el consumo responsable.
- Encuestas o entrevistas al profesorado → Cuestionarios donde los/as docentes indiquen si han incorporado estos contenidos y cómo lo han hecho.
- Observaciones de sesiones de clase → Registros cualitativos sobre la implementación de actividades relacionadas con el consumo responsable.



- Evidencias de trabajos del alumnado → Carteles, proyectos, actividades escritas o audiovisuales que reflejen el aprendizaje de estos contenidos en clase.
 - Actas o informes de seguimiento del proyecto → Documentos internos que recojan la incorporación de estos temas en la enseñanza.
- El 80% del profesorado capacitado manifiesta sentirse más preparado para trabajar estos temas en el aula.

Fuentes de verificación:

- Encuestas de autoevaluación del profesorado → Cuestionarios aplicados antes y después de la capacitación donde los/as docentes valoren su nivel de preparación para trabajar el consumo responsable en el aula.
- Entrevistas o grupos focales con el profesorado → Espacios de diálogo donde los/as docentes expresen su nivel de confianza y preparación tras la formación.
- Registros de participación en la formación → Listas de asistencia y documentación de las sesiones formativas recibidas.
- Evaluaciones post formación → Pruebas o ejercicios donde los/as docentes apliquen los conocimientos adquiridos para diseñar actividades o contenidos sobre consumo responsable.
- Observaciones o informes de seguimiento → Documentos donde formadores o coordinadores del proyecto registren la evolución y percepción del profesorado sobre su preparación.
- Testimonios escritos o en video → Declaraciones de los/as docentes sobre cómo la formación ha influido en su capacidad para abordar estos temas.

Actividades específicas para el profesorado que se podrían llevar a cabo;

Actividad 1R3: Talleres de formación para docentes



- Diseño e implementación de sesiones formativas sobre metodologías activas de enseñanza en consumo responsable y derechos laborales en la industria de la moda.
- Enfoque en estrategias pedagógicas participativas y herramientas digitales para el aula.

Actividad 2.R3: Creación de materiales pedagógicos

- Elaboración de una guía didáctica con actividades, estudios de caso y propuestas metodológicas.
- Desarrollo de recursos audiovisuales y digitales para apoyar la enseñanza.

Actividad 3.R3: Sesiones de acompañamiento y seguimiento

- Observación y asesoramiento a docentes en la aplicación de los contenidos en el aula.
- Espacios de retroalimentación y mejora continua.

Sería interesante añadir un último resultado dirigido a la difusión en redes sociales dotando de visibilización al trabajo realizado por Globalmon así como a los logros alcanzados, esto permitiría una mayor interacción con la ciudadanía y un mayor compromiso con la población beneficiaria.

El resultado 4 (R4) propuesto: "Difundidos en redes sociales y otros medios digitales los logros y propuestas del alumnado participante en el proyecto, sensibilizando a la ciudadanía sobre las problemáticas abordadas y promoviendo el debate y la acción en favor de los ODS y los DDHH."

Indicadores posibles:

- Número de publicaciones realizadas en redes sociales (desglosado por tipo: posts, hilos, vídeos, historias, etc.).
- Alcance total estimado en redes sociales (personas que han visto las publicaciones)
- Número de interacciones (me gusta, comentarios, compartidos, clics en enlaces)

- Número de debates o diálogos generados en redes sociales a raíz del contenido difundido.
- Percepción del profesorado y alumnado sobre la utilidad de la difusión (medida a través de encuestas o entrevistas).

Fuentes de verificación podrían ser:

FdV1: Registros de publicaciones en redes sociales → Capturas de pantalla, enlaces o listados de las publicaciones realizadas en cada plataforma.

FdV2: Panel de estadísticas de redes sociales → Datos extraídos de Facebook Insights, Instagram Insights, Twitter Analytics, YouTube, etc.

FdV3: Informe de gestión de redes sociales → Documento interno donde se registre la planificación, ejecución y evidencia de cada publicación.

El proyecto es evaluable, pero necesita una mejor definición de indicadores y fuentes de verificación para medir con precisión los cambios en el conocimiento y la actitud de los participantes.

Por ejemplo, los indicadores para el R1 y el R2, tal y como están formulados, no son funcionales ni útiles para evaluar el impacto o el éxito del mismo, que el alumnado “realice un pre test o un post test” no es suficiente información ni es un indicador que nos mida algo, en realidad, tanto el pre como el post serían la herramienta para medir el aprendizaje, el cambio de conciencia, del alumnado; es decir, el cuestionario sería más bien la Fuente de Verificación.

La Matriz de Marco Lógico (MML) debe mantener una estructura jerárquica y lógica, asegurando la coherencia entre los niveles de objetivos, indicadores, fuentes de verificación y supuestos, con una lógica de intervención clara que permita el seguimiento y evaluación del proyecto.

Es decir:

1. Coherencia vertical: La relación causa-efecto debe ser clara entre los diferentes niveles de la matriz (Fin → Propósito → Resultados → Actividades).



2. Coherencia horizontal: Los indicadores deben medir los objetivos de su misma fila e ir asociados a cada uno de los resultados formulados, y las fuentes de verificación deben proporcionar evidencia válida para cada indicador indicadores.

La forma técnica sería de formular los indicadores para el R1 sería: IOV1R1, IOV2R1, IOV3R1.

Del mismo modo, para el R2 sería: IOV1R2, IOV2R2, IOV3R2.

Y así sucesivamente para cada indicador.

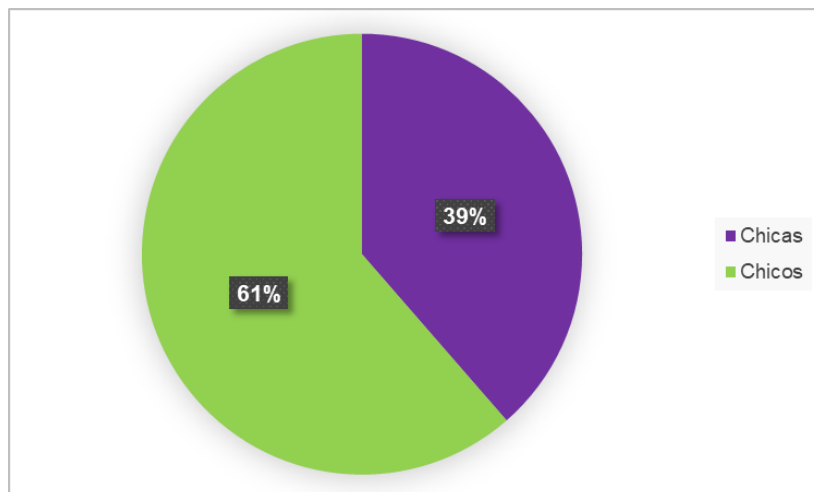
3. Lógica de intervención clara: Cada nivel debe derivarse del anterior, asegurando que los resultados contribuyan al propósito y este, a su vez, al fin.
4. Orden secuencial de causalidad: Las actividades deben estar diseñadas para generar los resultados esperados, siguiendo una progresión lógica, es decir, A1R1, A2R1, A3R1 ... A1R2, A2R2, y así sucesivamente cada actividad para cada resultado formulado.



12. SISTEMATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN.

Para la elaboración del presente informe de línea de base contamos con la participación de un total de 57 personas en calidad de alumnado, de las cuales 22 son chicas y 35 son chicos. Con un promedio de edad de 12 años.

Chicas	39%
Chicos	61%



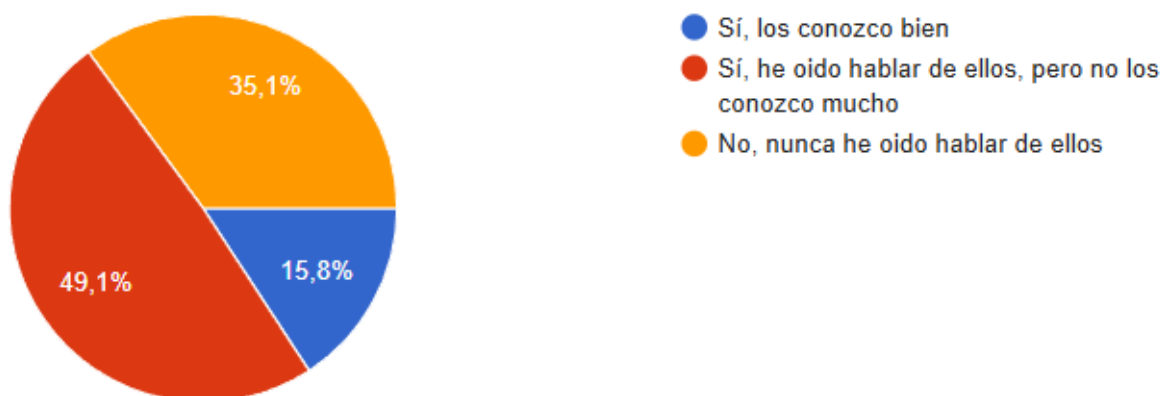
El alumnado que participa en la LdB pertenece a dos comunidades educativas: CEIP Les Foies (se ha trabajado con un grupo de 6º de primaria) y Colegio Borja Jesuitas (se ha trabajado con un grupo de 2º de ESO), ambos centros educativos ubicados en Gandía.

Son 30 alumnos/as del CEIP Les Foies y 27 alumnos/as del Colegio Borja Jesuitas.



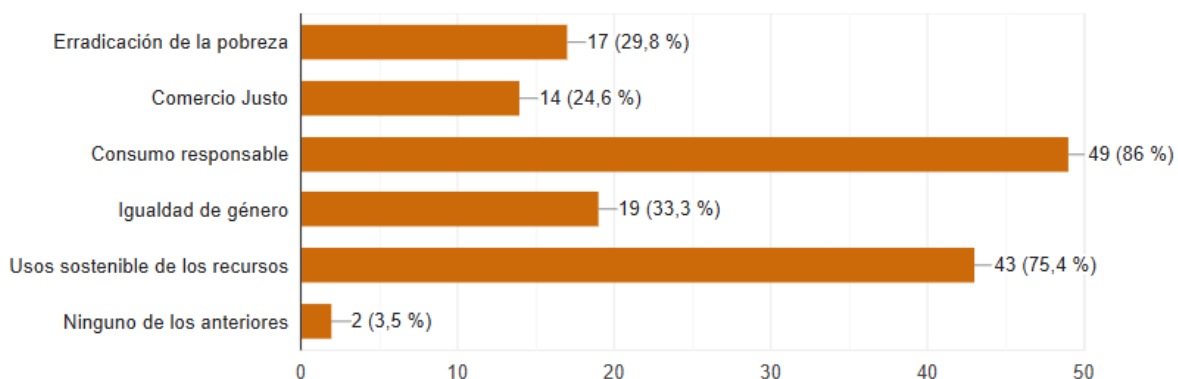
1. ¿Sabes qué son los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?

Un 35% del alumnado no sabe que son los ODS, nunca ha oído hablar de ellos, la mitad del alumnado (49%) ha oído hablar de los ODS pero no los conoce mucho y solo un 16% del alumnado manifiesta saber bien que son los ODS.



2. Indica cuáles de los siguientes temas crees que están relacionados con los ODS (puedes marcar más de una opción)

Por lo general, tanto el 86% del alumnado como el 75% identifican el consumo responsable y el usos sostenible de los recursos con los ODS. Los temas que menos identifican con los ODS son la erradicación de la pobreza, el comercio justo y la igualdad de género. Un 3,5% del alumnado no identifica ninguno de los temas propuestos con los ODS y todos tienen relación.



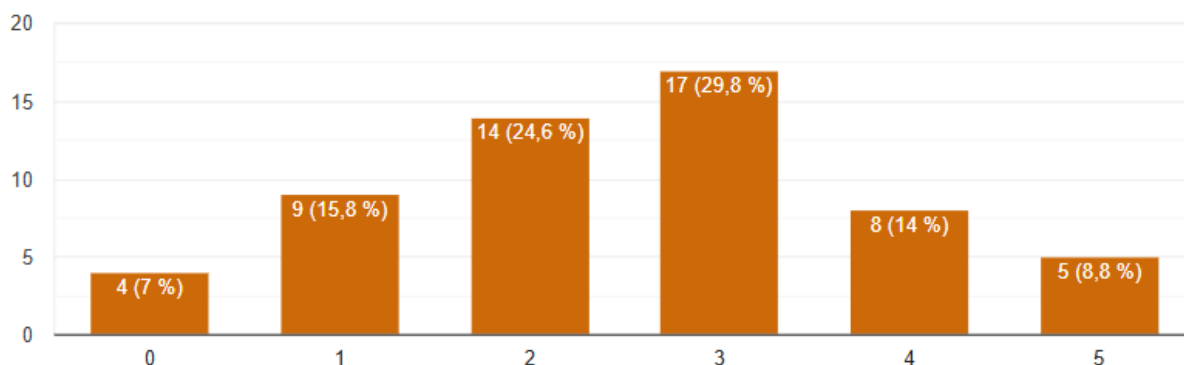
3. Escribe tres ejemplos de acciones que crees que contribuyen a los ODS:

Una cuarta parte (26%) del alumnado manifiesta no saber ejemplos de acciones que contribuyan a los ODS, el resto, un 74% del alumnado, responde acciones concretas, tales como no discriminar por género, no contaminar, consumo responsable, fin de las guerras, no comprar práctico, no generar basura, hacer deporte, ayudar a personas más pobres, etc.

4. ¿Sabes qué significa Consumo Responsable? Valora de 0 a 5 siendo 0 no sé nada en absoluto y 5 soy persona experta en consumo responsable

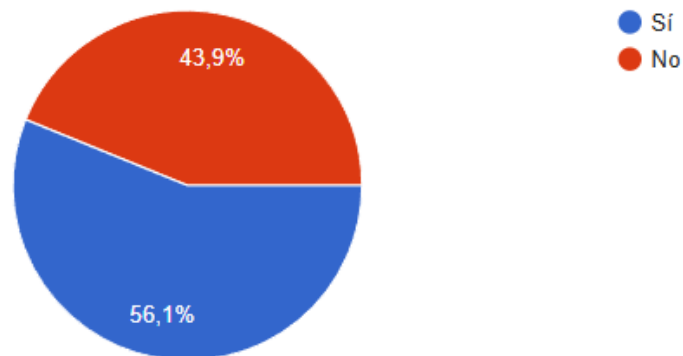
El alumnado da una valoración promedio de 2,5 puntos sobre 5 al respecto de sus conocimientos sobre el significado del Consumo Responsable.

Poco más de la mitad (53%) del alumnado sabe lo que significa el Consumo responsable y casi (47%) la otra mitad no sabe que significa el consumo responsable.

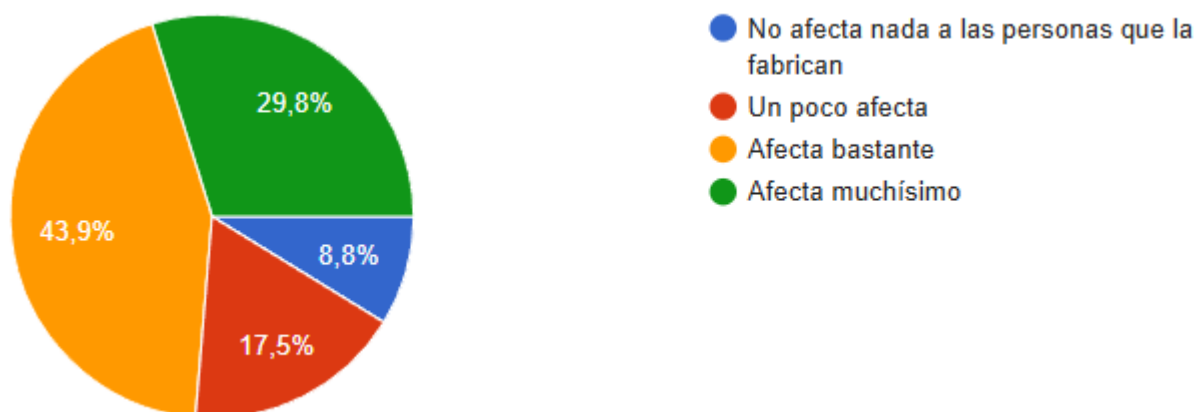


5. ¿Sabes de qué país o lugar viene la ropa que compras, o como se hace?

Poco más de la mitad (56%) del alumnado sabe de qué país o lugar viene la ropa que compra o como se hace y casi (44%) la otra mitad manifiesta no saber de que país o lugar viene la ropa que compra o como se hace.



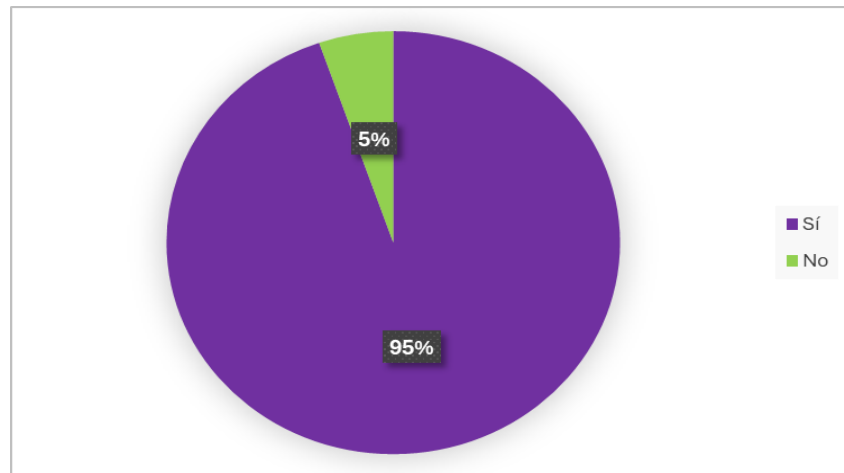
6. ¿Sabes si hacer ropa afecta al medio ambiente o a las personas que la fabrican?



Un 30% del alumnado es muy consciente de que la fabricación de la ropa afecta al medio ambiente o a las personas que la fabrican, un 44% considera que bastante, un 18% considera que poco y el 9% del alumnado no es consciente de que fabricar ropa afecta al medio ambiente o a las personas que la fabrican.

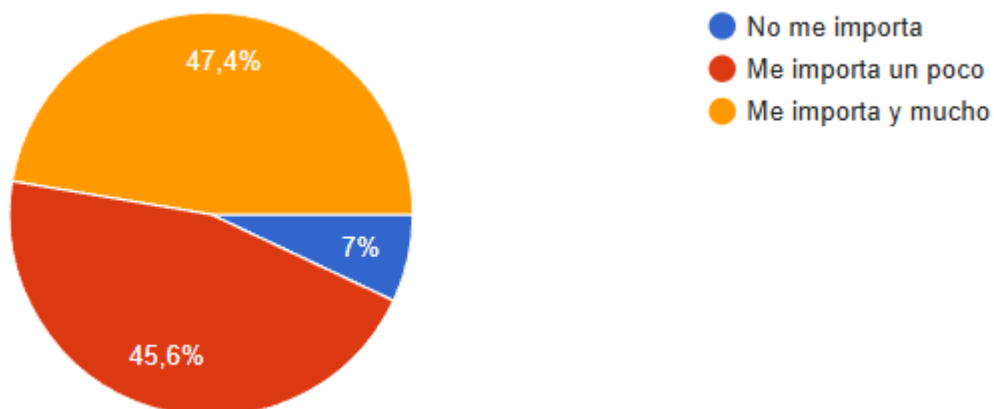


7. ¿Crees que es importante que las personas que hacen la ropa reciban un pago justo?



Por lo general, todo el alumnado considera importante que las personas que hacen la ropa reciban un pago justo, únicamente un 5% responde negativamente.

8. ¿Te importa si las marcas de ropa tratan bien a las personas que las fabrican?

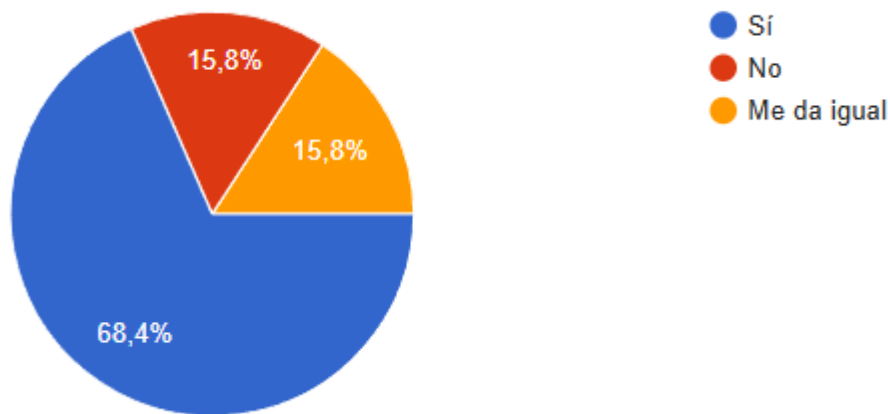


A casi la mitad del alumnado le importa mucho que las marcas que ropa que utilizan traten bien a las personas que la fabrican, un 56% le importa pero poco, a un 7% del alumnado no le importa que las marcas de ropa que utilizan traten bien a las personas que la fabrican.



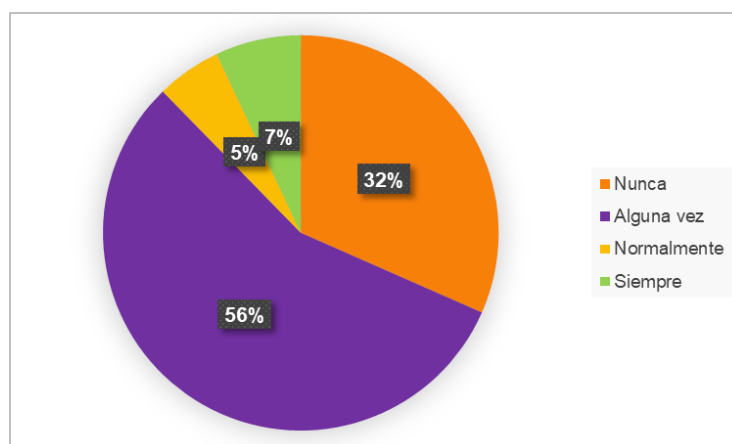
9. ¿Pagarías un poco más por ropa que cuide el medio ambiente y a las personas que la fabrican?

Una mayoría (68%) del alumnado pagaría un poco más por ropa que cuide el medio ambiente y a las personas que la fabrican, un 16% responde negativamente, no pagaría un poco más por ropa que cuide el medio ambiente y a las personas que la fabrican y a un 16% le da igual.

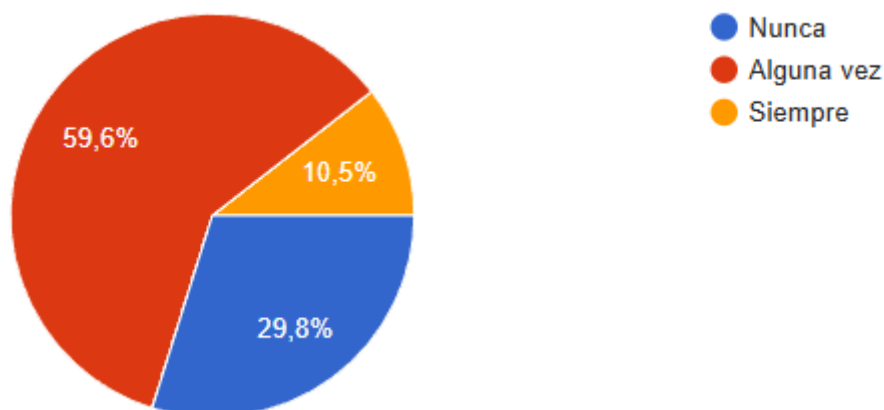


10. ¿Has participado en alguna actividad en la escuela o en tu casa sobre ropa sostenible o comercio justo?

La mitad (56%) del alumnado ha participado alguna vez en alguna actividad en la escuela o en su casa sobre ropa sostenible o de comercio justo, un 32% nunca ha participado en alguna actividad al respecto, 7% siempre y 5% normalmente.

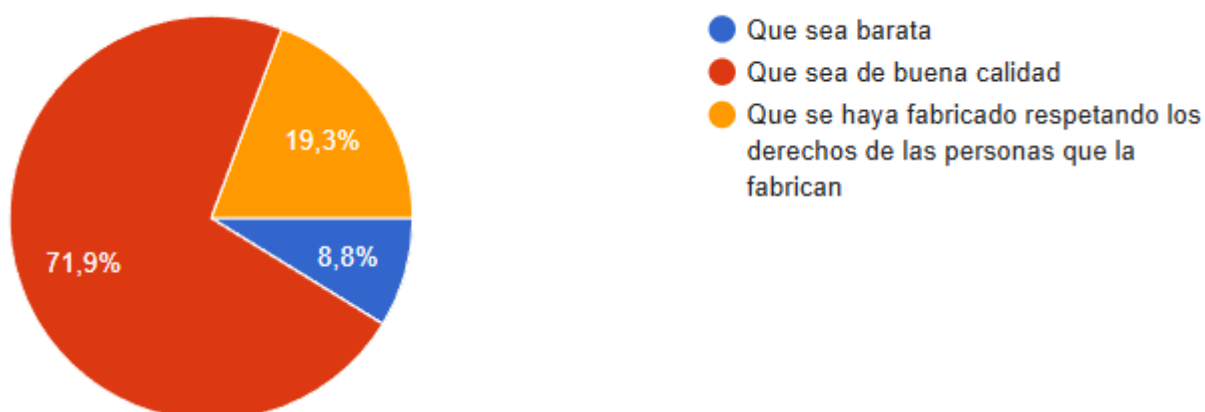


11. Cuando compras ropa nueva ¿miras la etiqueta dónde ha sido fabricada?



Poco más de la mitad (60%) del alumnado, cuando compra ropa nueva mira la etiqueta donde ha sido fabricada, un 11% siempre y un 30% del alumnado cuando compra ropa nueva no mira la etiqueta donde ha sido fabricada.

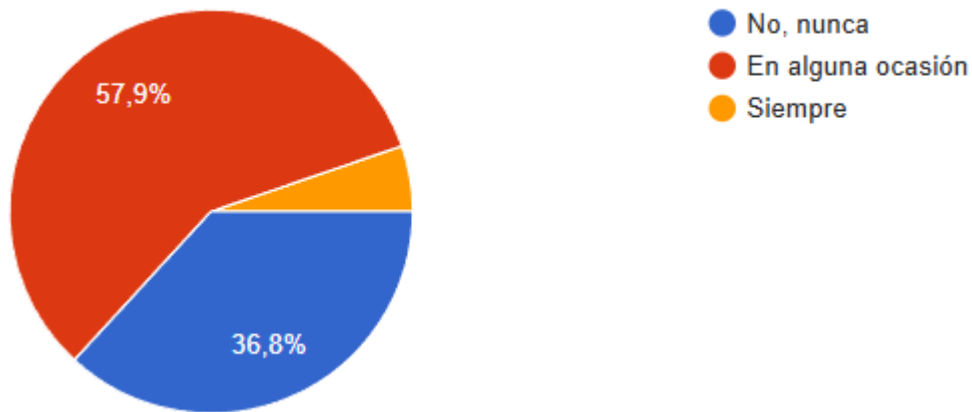
12. ¿Qué es lo más importante para ti al comprar ropa?



Para la gran mayoría (72%) del alumnado, lo más importante cuando compra ropa es que sea de buena calidad, para un 19% lo más importante es que se haya fabricado respetando los derechos de las personas que la fabrican y para un residual 9% lo más importante es que sea barata la ropa que compra.



13. ¿Alguna vez te has parado a pensar quien ha fabricado la ropa que llevas puesta?



Poco más de la mitad (58%) del alumnado, en alguna ocasión se ha parado a pensar quien ha fabricado la ropa que lleva puesta, un 37% nunca se ha parado a pensar quien ha fabricado la ropa que lleva puesta y un residual 5,3% siempre piensa en quien ha fabricado la ropa que lleva puesta.



13. CONCLUSIONES.

El nivel de conocimiento sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) entre el alumnado es bajo. Es evidente la necesidad de fortalecer la educación en torno a los ODS en el aula, incorporando estrategias pedagógicas que promuevan un aprendizaje más significativo y aplicado sobre su importancia y relación con la vida cotidiana.

Existe un reconocimiento generalizado de la relación entre los ODS y el consumo responsable, así como el uso sostenible de los recursos. Sin embargo, la conexión con temas clave como la erradicación de la pobreza, el comercio justo y la igualdad de género es menos frecuente, lo que sugiere una comprensión parcial de la transversalidad de los ODS. Además, un sector del alumnado no logra vincular ninguno de los temas propuestos con los ODS, lo que resalta la necesidad de una formación más integral y contextualizada sobre la Agenda 2030

Si bien la mayoría del alumnado es capaz de identificar acciones concretas que contribuyen a los ODS, una parte aún no logra identificar ejemplos claros, lo que subraya la necesidad de fortalecer la conexión entre los ODS y la vida cotidiana. Además, las respuestas reflejan una comprensión parcial y diversa de los ODS, con un enfoque en temas como el consumo responsable y la reducción de la contaminación, pero también existe una oportunidad para profundizar en otros aspectos esenciales como la erradicación de la pobreza o la igualdad de género

El conocimiento sobre el concepto de consumo responsable está dividido entre el alumnado, con una ligera mayoría que lo entiende y casi la mitad que no lo conoce. Esto resalta la necesidad de fortalecer las estrategias de sensibilización y formación para asegurar que todos los estudiantes comprendan plenamente la importancia del consumo responsable y su relación con los ODS.

El alumnado muestra una conciencia inicial sobre el origen y el proceso de fabricación de la ropa, pero una parte significativa aún desconoce esta información. Aunque existe una base de conocimiento, es fundamental reforzar la educación sobre la cadena de producción textil, su impacto ambiental y social, y la importancia del consumo responsable para fomentar una comprensión más profunda y crítica de estos temas.



La mayoría del alumnado tiene una conciencia moderada o alta sobre el impacto de la fabricación de ropa en el medio ambiente y en las personas trabajadoras, pero una parte significativa aún tiene poca o ninguna conciencia sobre estos efectos. Esto pone de manifiesto la necesidad de continuar con la sensibilización, promoviendo una reflexión crítica sobre las consecuencias sociales y ambientales de la industria textil, y fomentando hábitos de consumo más responsables.

Existe un consenso mayoritario entre el alumnado sobre la importancia de que las personas que fabrican la ropa reciban un pago justo, con solo un 5% que no lo considera relevante. Esto indica una predisposición positiva hacia los principios del comercio justo y la equidad laboral. Es fundamental profundizar en el conocimiento sobre las condiciones laborales en la industria textil y cómo las decisiones de consumo pueden influir en la justicia social y económica.

Aunque una parte significativa del alumnado muestra una alta preocupación por las condiciones laborales en la industria textil, otra parte le otorga importancia de manera más limitada, y algunos no lo consideran relevante. Si bien existe sensibilidad hacia la responsabilidad social de las marcas, es fundamental seguir reforzando la educación y la conciencia crítica sobre las condiciones laborales en la industria de la moda y el impacto del consumo responsable.

Una mayoría del alumnado está dispuesta a pagar un poco más por ropa que cuide el medio ambiente y a las personas que la fabrican, lo que refleja una conciencia creciente sobre el consumo responsable. Sin embargo, una parte del alumnado no estaría dispuesta a asumir este costo adicional, y otra parte se muestra indiferente, lo que indica que aún hay trabajo por hacer para sensibilizar completamente sobre la importancia de este tipo de consumo.

Más de la mitad del alumnado ha tenido alguna experiencia previa con actividades sobre ropa sostenible o comercio justo, aunque solo una pequeña parte participa de manera regular. Sin embargo, una parte significativa del alumnado nunca ha participado en actividades de este tipo, lo que resalta la necesidad de ampliar las oportunidades de sensibilización y formación tanto en el entorno escolar como familiar. Reforzar estas iniciativas podría contribuir a una mayor conciencia y compromiso con el consumo responsable.



Más de la mitad del alumnado presta atención a la etiqueta de la ropa para conocer su lugar de fabricación, lo que indica una conciencia moderada sobre la trazabilidad de los productos. Sin embargo, una parte significativa no revisa la etiqueta al comprar ropa, lo que sugiere que, aunque existe interés por conocer el origen de los productos, aún se requiere mayor educación y sensibilización sobre la importancia de estas prácticas para fomentar un consumo más responsable y ético.

La mayoría del alumnado prioriza la calidad al comprar ropa, mientras que una proporción significativa valora la importancia de que la ropa sea fabricada respetando los derechos de las personas trabajadoras. Solo una pequeña parte considera el precio como su principal criterio de compra. Estos datos reflejan una tendencia a valorar aspectos como la calidad y la ética en la producción, aunque aún hay espacio para fortalecer la conciencia sobre la relación entre estos factores y las prácticas sostenibles y justas en la industria textil.

Más de la mitad del alumnado ha reflexionado en alguna ocasión sobre quién ha fabricado la ropa que lleva puesta, lo que muestra un nivel moderado de conciencia sobre las condiciones laborales en la industria textil. Sin embargo, una parte significativa no ha pensado en este aspecto, lo que sugiere que, aunque existe una creciente reflexión sobre la procedencia de la ropa, es necesario seguir trabajando en la sensibilización y en promover una mayor conciencia crítica sobre el impacto social y ético de las decisiones de consumo.

Técnicamente, si bien la matriz del proyecto presenta mejoras sustanciales, mediante este informe LdB no se propone a la entidad Globalmon su reformulación puesto que se carece de información para poder ajustar los indicadores, sobre todo aquellos referidos al profesorado, que si bien se tiene la intención de trabajar con profesorado, convendría realizar una identificación de necesidades previa y a partir de ahí, ajustar Indicadores para futuros proyectos.

No obstante y con ánimo de mejorar la MML, desde el equipo de consultoras y mediante el presente informe se realiza una propuesta de resultados e indicadores que podrían servir como orientación para futuros proyectos.



14. ANEXOS.

- 1) Matriz Marco Lógico Formulada
- 2) Propuesta MML Reformulada
- 3) Matriz Planificación del seguimiento
- 4) Cuestionario pre test alumnado
- 5) Cuestionario post test alumnado
- 6) Cuestionario post test profesorado.



MATRIZ FORMULADA.

	Lógica de la intervención	Indicadores	Fuentes de verificación	Supuestos / hipótesis
OG	Contribuir al desarrollo de valores y actitudes así como hábitos de consumo responsable en una ciudadanía cada vez más crítica y consciente.	Evaluación de impacto	Evaluación final contrastada con estudio en las escuelas 5 años después: entrevistas, cuestionarios	Las escuelas siguen educando con enfoque EpDCG
OE	Sensibilizados 1500 niños y niñas valencianos sobre el derecho a unas condiciones laborales dignas, una erradicación del trabajo infantil y el derecho universal de los niños a una educación e infancia digna, la preservación del medio ambiente mediante unas prácticas productivas y de mercado éticas con el planeta.	Finalizado el proyecto: 1) 1500 niños y niñas conscientes de qué hay detrás de la ropa que visten. 2) 1500 niños y niñas conscientes y críticos con los actuales modos de producción y mercado de la moda.	Informes de la actividad elaborados por el personal de GLOBALMON en colaboración con los colegios. Dossier gráfico y tablas de resultados.	Los participantes interiorizan los contenidos.
R1	Aumento de los conocimientos de 1500 niños y niñas sobre las condiciones laborales y medioambientales que la industria de la moda ofrece.	1) El alumnado realiza un Pre-test. 2) El alumnado realiza un Post-test 3) Contrastación de los resultados obtenidos con	1) Informe del coordinador del proyecto en base a los resultados del cuestionario. 1.2) Dossier fotográfico 1.3) Informes de la actividad elaborados por Globalmon y	R1- Los contenidos de la actividad resultan de interés para los participantes.



R2	Sensibilizados 1500 niños/as valencianos/as de la importancia de consumir responsablemente y no fomentar una industria poco solidaria e insostenible.	un cuestionario validado por expertos.	colegios. 1.4) Copias del material gráfico utilizado (carteles). 1.5) Copias de las convocatorias al evento enviadas.	R2- Los centros educativos acuerdan la participación al evento convocado.
Actividades	A1. Elaboración con los colegios calendario de representaciones. A2. LdB A3. Diseño e impresión test y materiales difusión. A4. Distribución de la publicidad. A5. Diseño e impresión de materiales didácticos, fichas. A6. Acciones en el aula según cronograma establecido. A7. Actividades Generales de Seguimiento, Evaluación, Coordinación y Organización. A8. Evaluación externa. A9. Informe final y justificación económica.	MEDIOS - Material publicitario (carteles) - Sala para la representación (espacio que asignará el colegio) - Coordinador de proyecto- Material didáctico (fichas, plantilla donde plasmen sus impresiones los niños/as, cuestionario de evaluación de la actividad). - Material de oficina y fungible. - Comunicaciones (escritas y telefónicas) para distribuir la convocatoria.	COSTES- Materiales y suministros - Gastos de imprenta y Publicidad - Gastos de Personal - Gastos administrativos	CONDICIONES PREVIAS No se producen a priori circunstancias especiales que impidan el normal desarrollo de las actividad.



MATRIZ PROPUESTA FUTURAS EDICIONES.

Lógica de la intervención	Indicadores	Fuentes de verificación	Supuestos / hipótesis
OG: Fomentados valores, actitudes y hábitos de consumo responsable en la ciudadanía, promoviendo una visión crítica y consciente a través de acciones educativas y de sensibilización.	Evaluación de impacto	Evaluación final contrastada con estudio en las escuelas 5 años después: entrevistas, cuestionarios	Las escuelas siguen educando con enfoque EpDCG
OE: Sensibilizar a 1.500 niños y niñas en la Comunidad Valenciana sobre el trabajo digno, el derecho a la educación y la sostenibilidad ambiental.	IOV1OE Número de niños y niñas participantes en actividades de sensibilización. (Meta: 1.500) IOV2OE Porcentaje de niños y niñas que mejoran su conocimiento sobre los temas abordados (medido mediante encuestas antes y después de la intervención). IOV3OE % de niños y % de niñas que reconocen la importancia de prácticas productivas y de mercado sostenibles. IOV4OE Número de compromisos o acciones propuestas por los niños y niñas en favor del trabajo digno, la educación y la sostenibilidad.	Las FdV deberían ser varias por cada indicador e ir asociadas a cada uno de ellos, tipo FdV1IOV1OE, y así sucesivamente. Listas de asistencia. Sesiones realizadas. Centros educativos involucrados. Encuestas pre y post actividad. Evaluaciones cualitativas. Compromisos o acciones propuestas por los niños/as.	Los participantes interiorizan los contenidos.



	R1: Incrementado el conocimiento de 1.500 niños/as sobre las condiciones laborales y medioambientales de la industria de la moda y su impacto en los derechos de la infancia”.	IOV1R1 Al menos el 75% de los niños/as identifican tres impactos negativos de la industria de la moda en el medio ambiente y el trabajo infantil. IOV2R1 Al menos el 70% de los niños/as pueden explicar cómo su consumo puede influir en la sostenibilidad y en los derechos de las personas trabajadoras en la moda.	Listas de asistencia. Sesiones realizadas. Centros educativos involucrados. Encuestas pre y post actividad. Evaluaciones cualitativas. Compromisos o acciones propuestas por los niños/as.	R1- Los contenidos de la actividad resultan de interés para los participantes.
--	---	---	---	---



R2: Fomentada una actitud crítica y cambios en hábitos de consumo de 1.500 niños/as, promoviendo prácticas más responsables y sostenibles en el sector de la moda.	IOV1R2 El 60% de los niños/as declara que ha cambiado o tiene intención de cambiar su forma de comprar ropa tras el proyecto. IOV2R2 El 50% de los niños/as menciona tres criterios de consumo responsable que aplicará en futuras compras. IOV3R2 El 70% de los niños/as participa activamente en una acción de sensibilización (campaña, cartel, vídeo, etc.).	Cuestionarios o pruebas de evaluación. Aplicadas antes y después de la formación para medir la comprensión sobre el impacto del consumo en la sostenibilidad y los derechos laborales. Trabajos o proyectos del alumnado. Ensayos, presentaciones, infografías o murales donde expliquen la relación entre consumo, sostenibilidad y derechos laborales. Registros de observación del profesorado. Notas o rúbricas de evaluación sobre la participación del alumnado en debates, dinámicas o actividades reflexivas. Encuestas de evaluación del alumnado. Formularios donde los/as estudiantes reflexionen sobre qué han aprendido y cómo lo aplican en su vida diaria. Actas o informes de sesiones educativas. Documentación	R2- Los centros educativos acuerdan la participación al evento convocado.
---	---	---	--



		que recoja las metodologías utilizadas y evidencias del aprendizaje.	
--	--	--	--



R3: Fortalecida la capacidad del profesorado para integrar en el aula contenidos sobre consumo responsable y derechos laborales en la industria de la moda.	IOV1R3 Al menos 20 profesores/as formados en metodologías activas para la enseñanza del consumo responsable en el aula. IOV2R3 El 70% del profesorado participante incorpora actividades o contenidos sobre consumo responsable en sus clases. IOV3R3: El 80% del profesorado capacitado manifiesta sentirse más preparado para trabajar estos temas en el aula.	Encuestas o cuestionarios al alumnado. Preguntas antes y después del proyecto para medir cambios en la intención y hábitos de compra de ropa. Entrevistas o grupos de discusión. Espacios donde los/as estudiantes expliquen si han cambiado o planean cambiar su forma de consumir moda. Diarios de reflexión o compromisos personales. Registros escritos donde los/as niños/as describan sus aprendizajes y acciones futuras en relación con el consumo de ropa.	
--	---	---	--



R4: Difundidos en redes sociales y otros medios digitales los logros y propuestas del alumnado participante en el proyecto, sensibilizando a la ciudadanía sobre las problemáticas abordadas y promoviendo el debate y la acción en favor de los ODS y los DDHH.	IOV1R4 Número de publicaciones realizadas en redes sociales (desglosado por tipo: posts, hilos, vídeos, historias, etc.). IOV2R4 Alcance total estimado en redes sociales (personas que han visto las publicaciones) IOV3R4 Número de interacciones (me gusta, comentarios, compartidos, clics en enlaces) IOV4R4 Número de debates o diálogos generados en redes sociales a raíz del contenido difundido. IOV5R4 Percepción del profesorado y alumnado sobre la utilidad de la difusión (medida a través de encuestas o entrevistas).		
A1. Elaboración con los colegios calendario de representaciones. A2. LdB A3. Diseño e impresión test y materiales difusión. A4. Distribución de la publicidad. A5. Diseño e impresión de	Las actividades a realizar deberían ir asociadas a los resultados a los que se corresponden, es decir, A1R1, A2R1, A3R1 y así sucesivamente para cada resultado		CONDICIONES PREVIAS No se producen a priori circunstancias especiales que impidan el normal desarrollo de las actividad.



materiales didácticos, fichas. A6. Acciones en el aula según cronograma establecido. A7. Actividades Generales de Seguimiento, Evaluación, Coordinación y Organización. A8. Evaluación externa. A9. Informe final y justificación económica.			
--	--	--	--



MATRIZ PLANIFICACIÓN DEL SEGUIMIENTO.

Lógica de la intervención	Indicadores formulados	Indicadores LdB	Herramienta /Responsable
OG: Contribuir al desarrollo de valores y actitudes así como hábitos de consumo responsable en una ciudadanía cada vez más crítica y consciente.	Evaluación de impacto	IOV1 % de población que demuestra conocimiento y conciencia crítica sobre consumo responsable en encuestas periódicas. % de personas que implementan prácticas sostenibles (reducción de residuos, compra ética, reciclaje, consumo energético eficiente).	Cuestionario pre y post test / Técnico proyecto
OE: Sensibilizados 1500 niños y niñas valencianos sobre el derecho a unas condiciones laborales dignas, una erradicación del trabajo infantil y el derecho universal de los niños a una educación e infancia digna, la preservación del medio ambiente mediante unas prácticas productivas y de	IOV1OE: Finalizado el proyecto, 1500 niños y niñas conscientes de qué hay detrás de la ropa que visten.		Cuestionario pre y post test / Técnico proyecto



mercado éticas con el planeta.	IOV2OE: 1500 niños y niñas conscientes y críticos con los actuales modos de producción y mercado de la moda.		Cuestionario pre y post test / Técnico proyecto
R1: Aumento de los conocimientos de 1500 niños y niñas sobre las condiciones laborales y medioambientales que la industria de la moda ofrece.	1) El alumnado realiza un pretest. 2) El alumnado realiza un Post-test 3) Contrastación de los resultados obtenidos con un cuestionario validado por expertos.	IOV1R1 Un 35% del alumnado no sabe que son los ODS, nunca ha oído hablar de ellos, la mitad del alumnado (49%) ha oído hablar de los ODS pero no los conoce mucho y solo un 16% del alumnado manifiesta saber bien que son los ODS	Cuestionario pre y post test / Técnico proyecto
		IOV2R1 el 86% del alumnado como el 75% identifican el consumo responsable y el usos sostenible de los recursos con los ODS. Los temas que menos identifican con los ODS son la erradicación de la pobreza, el comercio justo y la igualdad de género. Un 3,5% del alumnado no identifica ninguno de los temas propuestos con los ODS y todos tienen relación.	Cuestionario pre y post test / Técnico proyecto



	IOV3 R1(26%) del alumnado manifiesta no saber ejemplos de acciones que contribuyan a los ODS, el resto, un 74% del alumnado, responde acciones concretas, tales como no discriminar por género, no contaminar, consumo responsable, fin de las guerras, no comprar práctico, no generar basura, hacer deporte, ayudar a personas más pobres, etc.	Cuestionario pre y post test / Técnico proyecto
R2: Sensibilizados 1500 niños/as valencianos/as de la importancia de consumir responsablemente y no fomentar una industria poco solidaria e insostenible.	IOV1R2 El alumnado da una valoración promedio de 2,5 puntos sobre 5 al respecto de sus conocimientos sobre el significado del Consumo Responsable.	Cuestionario pre y post test / Técnico proyecto
	IOV2R2 (56%) del alumnado sabe de qué país o lugar viene la ropa que compra o como se hace y casi (44%) la otra mitad manifiesta no saber de qué país o lugar viene la ropa que compra o como se hace.	Cuestionario pre y post test / Técnico proyecto





IOV3R2 30% del alumnado es muy consciente de que la fabricación de la ropa afecta al medio ambiente o a las personas que la fabrican, un 44% considera que bastante, un 18% considera que poco y el 9% del alumnado no es consciente de que fabricar ropa afecta al medio ambiente o a las personas que la fabrican	Cuestionario pre y post test / Técnico proyecto
IOV4R2 todo el alumnado considera importante que las personas que hacen la ropa reciban un pago justo, únicamente un 5% responde negativamente.	Cuestionario pre y post test / Técnico proyecto
IOV5R2 casi la mitad del alumnado le importa mucho que las marcas que ropa que utilizan traten bien a las personas que la fabrican, un 56% le importa pero poco, a un 7% del alumnado no le importa que las marcas de ropa que utilizan traten bien a las personas que la fabrican.	Cuestionario pre y post test / Técnico proyecto





IOV6R2 (68%) del alumnado pagaría un poco más por ropa que cuide el medio ambiente y a las personas que la fabrican, un 16% responde negativamente, no pagaría un poco más por ropa que cuide el medio ambiente y a las personas que la fabrican y a un 16% le da igual.	Cuestionario pre y post test / Técnico proyecto
IOV7R2 (56%) del alumnado ha participado alguna vez en alguna actividad en la escuela o en su casa sobre ropa sostenible o de comercio justo, un 32% nunca ha participado en alguna actividad al respecto, 7% siempre y 5% normalmente.	Cuestionario pre y post test / Técnico proyecto
IOV8R2 (60%) del alumnado, cuando compra ropa nueva mira la etiqueta donde ha sido fabricada, un 11% siempre y un 30% del alumnado cuando compra ropa nueva no mira la etiqueta donde ha sido fabricada.	Cuestionario pre y post test / Técnico proyecto





IOV9R2 (72%) del alumnado, lo más importante cuando compra ropa es que sea de buena calidad, para un 19% lo más importante es que se haya fabricado respetando los derechos de las personas que la fabrican y para un residual 9% lo más importante es que sea barata la ropa que compra.	Cuestionario pre y post test / Técnico proyecto
IOV10R2 (58%) del alumnado, en alguna ocasión se ha parado a pensar quien ha fabricado la ropa que lleva puesta, un 37% nunca se ha parado a pensar quien ha fabricado la ropa que lleva puesta y un residual 5,3% siempre piensa en quien ha fabricado la ropa que lleva puesta.	Cuestionario pre y post test / Técnico proyecto



A1. Elaboración con los colegios calendario de representaciones. A2. LdB A3. Diseño e impresión test y materiales difusión. A4. Distribución de la publicidad. A5. Diseño e impresión de materiales didácticos, fichas. A6. Acciones en el aula según cronograma establecido. A7. Actividades Generales de Seguimiento, Evaluación, Coordinación y Organización. A8. Evaluación externa. A9. Informe final y justificación económica.	MEDIOS - Material publicitario (carteles) - Sala para la representación (espacio que asignará el colegio) - Coordinador de proyecto - Material didáctico (fichas, plantilla donde plasmen sus impresiones los niños/as, cuestionario de evaluación de la actividad). - Material de oficina y fungible. - Comunicaciones (escritas y telefónicas) para distribuir la convocatoria.		
--	--	--	--



CUESTIONARIO PRE TEST.



PRE TEST ALUMNADO

Género:

- Chica
- Chico
- Prefiero no decirlo

Edad:

Curso:

Centro educativo:

1. ¿Sabes qué son los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?

- Sí, los conozco bien
- Sí, he oído hablar de ellos, pero no los conozco mucho
- No, nunca he oído hablar de ellos

2. Indica cuáles de los siguientes temas crees que están relacionados con los ODS (puedes marcar más de una opción)

- Erradicación de la pobreza
- Comercio Justo
- Consumo responsable
- Igualdad de género
- Uso sostenible de los recursos
- Ninguno de los anteriores



3. Escribe tres ejemplos de acciones que crees que contribuyen a los ODS:

- _____
- _____
- _____

4. ¿Sabes qué significa Consumo Responsable? Valora de 0 a 5 siendo 0 no sé nada en absoluto y 5 soy persona experta en consumo responsable.

0 1 2 3 4 5

5. ¿Sabes de qué país o lugar viene la ropa que compras, o como se hace?

- Sí
- No

6. ¿Sabes si hacer ropa afecta al medio ambiente o a las personas que la fabrican?

- No afecta nada a las personas que la fabrican
- Un poco afecta
- Afecta bastante
- Afecta muchísimo

7. ¿Crees que es importante que las personas que hacen la ropa reciban un pago justo?

- Sí
- No

8. ¿Te importa si las marcas de ropa tratan bien a las personas que las fabrican?

- No me importa
- Me importa un poco
- Me importa y mucho



9. ¿Pagarías un poco más por ropa que cuide el medio ambiente y a las personas que la fabrican?

- Sí
- No
- Me da igual

10. ¿Has participado en alguna actividad en la escuela o en tu casa sobre ropa sostenible o comercio justo?

- Nunca
- Alguna vez
- Normalmente
- Siempre

11. Cuando compras ropa nueva ¿miras la etiqueta dónde ha sido fabricada?

- Nunca
- Alguna vez
- Siempre

12. ¿Qué es lo más importante para ti al comprar ropa?

- Que sea barata
- Que sea de buena calidad
- Que se haya fabricado respetando los derechos de las personas que la fabrican

13. ¿Alguna vez te has parado a pensar quien ha fabricado la ropa que llevas puesta?

- No, nunca
- En alguna ocasión
- Siempre



PROPUESTA CUESTIONARIO POST TEST.



POST TEST ALUMNADO

Género:

- Chica
- Chico
- Prefiero no decirlo

Edad:

Curso:

Centro educativo:

14. ¿Sabes qué son los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?

- Sí, los conozco bien
- Sí, he oído hablar de ellos, pero no los conozco mucho
- No, nunca he oído hablar de ellos

15. Indica cuáles de los siguientes temas crees que están relacionados con los ODS (puedes marcar más de una opción)

- Erradicación de la pobreza
- Comercio Justo
- Consumo responsable
- Igualdad de género



- Uso sostenible de los recursos
- Ninguno de los anteriores

16. Escribe tres ejemplos de acciones que crees que contribuyen a los ODS:

- _____
- _____
- _____

17. ¿Sabes qué significa Consumo Responsable? Valora de 0 a 5 siendo 0 no sé nada en absoluto y 5 soy persona experta en consumo responsable.

0 1 2 3 4 5

18. ¿Consideras interesante saber de qué país o lugar viene la ropa que compras, o como se hace?

- Sí, es interesante
- Me da igual

19. ¿Sabes si hacer ropa afecta al medio ambiente o a las personas que la fabrican?

- No afecta nada a las personas que la fabrican
- Un poco afecta
- Afecta bastante
- Afecta muchísimo

20. ¿Crees que es importante que las personas que hacen la ropa reciban un pago justo?

- Sí
- No



21. ¿Te importa si las marcas de ropa tratan bien a las personas que las fabrican?

- No me importa
- Me importa un poco
- Me importa y mucho

22. ¿Pagarías un poco más por ropa que cuide el medio ambiente y a las personas que la fabrican?

- Sí
- No
- Me da igual

23. ¿Has participado en alguna actividad en la escuela o en tu casa sobre ropa sostenible o comercio justo?

- Nunca
- Alguna vez
- Normalmente
- Siempre

24. Cuando compres ropa nueva ¿mirarás la etiqueta dónde ha sido fabricada?

- Creo que no
- Es probable
- Siempre

25. ¿Qué es lo más importante para ti al comprar ropa?

- Que sea barata
- Que sea de buena calidad



- Que se haya fabricado respetando los derechos de las personas que la fabrican

26. A partir de ahora, ¿Pensarás en quien ha fabricado la ropa que llevas puesta?

- No, nunca
- Igual sí
- Siempre

27. ¿Consideras interesantes este tipo de actividades?

- a. Sí, mucho
- b. Regular
- c. No, no son interesantes

28. La duración de la actividad te ha parecido:

- a. Larga
- b. Normal
- c. Corta

29. Lo aprendido ¿Consideras te durará en el tiempo?

- a. Sí
- b. No
- c. Tal vez

30. ¿Has pensado en contarle a tus amistades o familiares lo que has aprendido?

- a. Sí
- b. No
- c. Tal vez



31. La actividad en la que has participado, ¿ha propiciado algún cambio en ti, en tu manera de pensar, de actuar?

- a. Sí
- b. No
- c. Tal vez

32. ¿Con qué te quedas de la actividad? ¿Qué es lo que más te ha llamado la atención?
¿Qué has aprendido?



PROPUESTA CUESTIONARIO PRE TEST PROFESORADO



PRE TEST PROFESORADO.

1. Conocimientos Previos:

- a) ¿Qué entiendes por consumo responsable? (Respuesta abierta)
- b) Menciona tres problemas laborales comunes en la industria de la moda. (Respuesta abierta)
- c) ¿Cuáles crees que son los principales impactos ambientales de la industria de la moda? (Respuesta abierta)
- d) ¿Conoces alguna certificación o sello que garantice condiciones laborales justas en la industria textil? (Sí/No. Si la respuesta es sí, menciona cuál).

2. Actitudes y Prácticas:

- e) En una escala del 1 (nada) al 5 (mucho), ¿cuánto consideras que el consumo responsable debería abordarse en el aula?
- f) ¿Has trabajado previamente contenidos de consumo responsable con tu alumnado? (Sí/No)
- g) ¿Qué metodologías utilizas actualmente para trabajar temas de sostenibilidad y derechos laborales en el aula? (Respuesta abierta)

3. Autoevaluación de Capacidades:

- h) En una escala del 1 (nada preparado/a) al 5 (muy preparado/a), ¿cómo evalúas tu capacidad para enseñar sobre consumo responsable y derechos laborales en la moda?



PROPUESTA CUESTIONARIO POST TEST PROFESORADO



POST TEST PROFESORADO.

Eficacia.

1. Define en tus propias palabras el concepto de consumo responsable. (Respuesta abierta)
2. Menciona al menos tres derechos laborales fundamentales que deberían garantizarse en la industria de la moda. (Respuesta abierta)
3. ¿Cómo crees que la industria de la moda puede reducir su impacto ambiental? (Respuesta abierta)
4. ¿Puedes nombrar al menos dos certificaciones que garanticen condiciones laborales justas en la industria textil? (Sí/No. Si la respuesta es sí, menciona cuáles).
5. En una escala del 1 (nada) al 5 (mucho), ¿cuánto consideras que el consumo responsable debe abordarse en el aula?
6. ¿Planeas incorporar contenidos sobre consumo responsable y derechos laborales en tu enseñanza? (Sí/No. Explica por qué).
7. ¿Qué metodologías activas crees que puedes aplicar para abordar estos temas en el aula? (Respuesta abierta)
8. En una escala del 1 (nada preparado/a) al 5 (muy preparado/a), ¿cómo evalúas ahora tu capacidad para enseñar sobre consumo responsable y derechos laborales en la moda?

Impacto

9. Has notado algún cambio en tu forma de abordar la sostenibilidad y los derechos laborales en la industria de la moda dentro de tu enseñanza? (Sí/No. Explica con un ejemplo).
10. ¿Qué dificultades has encontrado al aplicar lo aprendido? (Respuesta abierta).



Sostenibilidad.

11. ¿Qué tipo de apoyo o recursos adicionales consideras necesarios para seguir promoviendo estos contenidos en el aula? (Respuesta abierta).
12. ¿Consideras que podrás seguir replicando en el aula lo trabajado en las actividades del proyecto?
13. ¿Qué aspectos mejorarías o agregarías a futuras formaciones sobre estos temas? (Respuesta abierta).
14. ¿Qué tipo de apoyo adicional te gustaría recibir para seguir profundizando en estos contenidos? (Respuesta abierta).

Pertinencia.

15. En una escala del 1 (nada pertinente) al 5 (muy pertinente), ¿cómo valoras la utilidad de la formación para tu práctica docente?
16. ¿Sientes que los contenidos abordados responden a las necesidades reales de tu aula y tu alumnado? (Sí/No. Explica por qué).
17. ¿Consideras que la formación ha proporcionado herramientas prácticas y aplicables en el aula? (Sí/No. Explica con un ejemplo).
18. ¿Crees que los materiales y metodologías propuestos han sido adecuados para tu nivel educativo y asignatura? (Sí/No. Explica por qué).

Eficiencia.

19. En una escala del 1 (demasiado corto) al 5 (suficiente), ¿cómo valoras la duración total de la formación?
20. ¿El tiempo destinado a cada sesión o módulo de la formación fue adecuado para abordar los contenidos de manera efectiva? (Sí/No. Explica por qué).
21. ¿Hubo suficiente tiempo para la interacción, las actividades prácticas y las dudas durante la formación? (Sí/No. Explica).
22. ¿El cronograma de la formación fue claro y bien organizado? (Sí/No. Explica cómo fue o qué mejorarías).
23. ¿Consideras que el ritmo de la formación fue apropiado para asimilar los contenidos? (Sí/No. Si la respuesta es no, ¿qué cambiarías?).
24. ¿Hubo retrasos o ajustes en el cronograma que afectaron la eficacia de la formación?



15. EQUIPO CONSULTORAS ALIADES, COOP. V

Eva Buades Martínez. 28 años de experiencia en gestión y evaluación de proyectos, y que además cumple:

Titulada universitaria en Ciencias Empresariales. Máster Cooperación Internacional para el desarrollo (Universitat de València). Máster en Economía Social (Universitat de València). Técnica Evaluadora Proyectos (UOC). Agente de Igualdad. Acreditada experiencia en proyectos de Educación para el desarrollo y Cooperación al Desarrollo desde 1997. Experiencia en trabajo de investigación y evaluación de proyectos de sensibilización y desarrollo (más de 250 informes realizados). Actualmente Doctoranda “Estudios de género, políticas de igualdad: la evaluación desde una perspectiva feminista”.

Paloma Oltra Del Cerro.

Profesional con más de 15 años de experiencia en la gestión de proyectos y en la transversalización del enfoque de género tanto en España como en Centroamérica.

Licenciada en Derecho en la Universidad de Valencia. Máster en Desarrollo y Cooperación Internacional. Instituto de estudios de HEGOA, Universidad del País Vasco. Diplomado semipresencial de Especialización en Estudios de Género Feminista. UNAM y Fundación Guatemala. Experiencia en la realización de líneas de base y evaluaciones de proyectos de Educación para el Desarrollo y Sensibilización (más de 100 informes realizados).

16. PRESUPUESTO.

El presupuesto para la realización del informe LdB es de **2.000,00 euros** e incluye todos los gastos inherentes a la realización de la evaluación e impuestos.



17. PREMISAS DE LA INVESTIGACIÓN.

El servicio de consultoría cumple las siguientes premisas:

Las consultoras de Aliades Coop. V. respetan los derechos humanos y sensibilidad a las consideraciones de género, origen étnico, edad, orientación sexual, lengua, diferencias culturales, costumbres, creencias y prácticas religiosas de todos los agentes implicados en el proceso evaluativo. Se ha velado por la integridad, independencia, credibilidad y transparencia de la evaluación.

Las consultoras de Aliades Coop. V han trabajado con libertad y sin injerencias y acceso a toda la información disponible, bajo las premisas de comportamiento ético y profesional.

1) Anonimato y confidencialidad: la evaluación respeta los derechos de las personas que proveen información asegurando su anonimato y confidencialidad.

2) Responsabilidad: Cualquier desacuerdo o diferencia de opinión que pueda surgir entre los miembros del equipo de evaluación o entre éstos y los gestores del proyecto, en relación con las conclusiones y/o recomendaciones, deberá mencionarse en el informe. NO habiéndose dado el caso.

3) Independencia: El equipo de consultoras de Aliades, Coop. V. garantiza la independencia de la intervención evaluada, no estando vinculado a su gestión ni a ninguno de sus componentes.

4) Validación de la información: Es responsabilidad del equipo de consultoras de Aliades, Coop. V. garantizar la veracidad de la información recopilada para el informe, y este equipo será en última instancia el responsable de la información presentada en el informe de evaluación.

6) Incidencias: En caso de que surjan problemas durante el trabajo de campo o en cualquier otra fase de la evaluación que puedan complicar la realización total o parcial de la misma, deberán comunicarse expresamente a Globalmon en un plazo máximo de 48 horas. No habiéndose dado el caso.



18. ESTÁNDARES DE CALIDAD.

El informe cumple los estándares de calidad siguientes:

- Estándar 1: Idoneidad del análisis del contexto.
- Estándar 2: Oportunidad del enfoque metodológico y las técnicas utilizadas.
- Estándar 3: Fiabilidad de las fuentes de información.
- Estándar 4: Suficiencia en el examen de las preguntas y criterios de la investigación.
- Estándar 5: Validez de los resultados y las conclusiones y utilidad de las recomendaciones.
- Estándar 6: Calidad de la participación en la evaluación de las entidades implicadas y población destinataria.
- Estándar 7: Credibilidad, ética e imparcialidad del proceso de investigación.
- Estándar 8: Adecuación del plan de comunicación de la investigación.

En Valencia, a 27 de Febrero de 2025

Eva Buades Martínez
Coordinadora de la Evaluación.