

INTRODUCCIÓN

Las políticas públicas de consumo

De la defensa de derechos a la promoción del consumo responsable

Las políticas públicas de consumo tienen su origen en las propuestas y reivindicaciones del movimiento consumerista, centradas históricamente en la **defensa de los derechos, salud y seguridad de las personas consumidoras**. Así nacen, en los años ochenta del siglo pasado, el primer ministerio con competencias en consumo (el Ministerio de Sanidad y Consumo, 1981), y las primeras OMIC (Oficinas Municipales de Información a las personas Consumidoras).

En las últimas décadas, con más fuerza a partir de los años 90, otros movimientos sociales se han sumado a aportar sus miradas y propuestas sobre el consumo¹. Así, el movimiento de justicia global ha impulsado alternativas como el **comercio justo**; el ecologismo ha impulsado el **consumo sostenible** y la **agroecología**; y han surgido diferentes **iniciativas cooperativas y comunitarias** (entre las que destacan cooperativas energéticas o de finanzas éticas y grupos de consumo agroecológico) que podríamos englobar en el marco de la **Economía Social y Solidaria (ESS)**.

El impacto de estas propuestas en nuestra sociedad no ha sido menor. En España **9 de cada 10 personas** declaran haber cambiado algún hábito en pro del medio ambiente, y 3 de cada 4 declaran incluir criterios éticos (sociales, laborales o ambientales) en alguna de sus decisiones de compra. Y las “alternativas de consumo” (las iniciativas con un compromiso social y ambiental más rotundo) comienzan ser respaldadas por un número de ciudadanos cada vez más significativo: la banca ética supera los 200 mil clientes en el conjunto del Estado, y las cooperativas que comercializan electricidad de origen renovable superan ya los 100 mil contratos².

Lentamente, estas nuevas propuestas, que hace años que asumen áreas como las de medio ambiente o cooperación, van llegando también a las políticas públicas de consumo y a otras áreas de las administraciones que hasta ahora habían sido menos permeables a la innovación socioeconómica. Así, a finales de la pasada década se diseñaron las primeras estrategias municipales de impulso del consumo sostenible (en Barcelona, Madrid y Zaragoza). Y el relato del consumo sostenible es ya imprescindible (aunque no siempre hegemónico) en áreas como la movilidad o la agricultura (con la promoción de los alimentos locales o los circuitos cortos de comercialización). El siguiente paso sería

1 Ver por ejemplo *Políticas de consumo (I): de la defensa de derechos al consumo consciente*, en Opciones: <http://opcions.org/es/opinion/politicas-consumo-defensa-derecho/>

2 Ampliado en *¿Adónde va el consumo consciente?*, en El Salto: <https://www.elsaltodiario.com/consumo/a-donde-va-consumo-consciente>

que este tipo de propuestas alcanzasen también un peso sustantivo en áreas “más centrales” de las políticas públicas como las de industria, fomento, promoción económica, hacienda, etc.

El presente Plan Estratégico se inspira en parte por la línea marcada por el I Plan Estratégico de Consumo 2010-2014, y desarrolla la **Ley 3/2019, de 22 de marzo, del Estatuto de las Personas Consumidoras en Castilla-La Mancha** (en adelante LEPC), que por primera vez incorpora nuevos derechos de las personas consumidoras en relación a la sostenibilidad e inclusividad de nuestro modelo de consumo. Y pretende integrar ambas líneas de actuación: las políticas de información y defensa de las personas consumidoras, y las propuestas de renovación de los hábitos de consumo que propone el consumo sostenible. Este Plan, además, integra dos ejes estratégicos más: la promoción de un consumo más inclusivo, “que no deje a nadie atrás”; y la promoción de alternativas de consumo cooperativas y comunitarias, para potenciar a la ESS como sector económico que puede dar respuesta a los retos -demográficos, medioambientales y de necesidad de creación de empleo local de calidad- a los que nos enfrentamos.

De las acciones reactivas a una política preventiva, estratégica y participativa

Las políticas de consumo han tendido tradicionalmente a ser más bien **acciones reactivas**, que intentaban dar soluciones a problemas ya existentes. Es ilustrativo el hecho de que la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y las Oficinas Municipales de Información a las personas Consumidoras (OMIC) nacen a raíz de una crisis de seguridad alimentaria, la del aceite de colza.

En clave **preventiva** se han ido incorporando acciones tanto de formación e información a las personas consumidoras, como regulatorias y de inspección y control de mercado. Aunque el de la prevención es sin duda un camino que se debe fortalecer mucho todavía.

En los últimos años se ha ido incorporando la mirada de la promoción, siendo un hito destacable la publicación de la Ley del Estatuto de las Personas Consumidoras de Castilla-La Mancha. La LEPC, con una mirada muy actual, recoge nuevos derechos, tanto individuales como colectivos (socioeconómicos, ambientales), e incluye como un objetivo clave el derecho al acceso al consumo de productos y servicios por parte de las personas en situación de vulnerabilidad.

La LEPC apuesta por la **promoción de un nuevo modelo de consumo, más inclusivo, justo y sostenible**. Este modelo se ocupa de la protección de nuestra salud, seguridad y derechos en el corto plazo, pero también de promover tanto hábitos de consumo como una oferta comercial que tengan en cuenta las repercusiones colectivas e integrales, indirectas, y en el medio y largo plazo de nuestro consumo (impacto ambiental, modelo económico subyacente etc.). Esta visión que mira también al futuro supone aplicar una

mirada estratégica a nuestro consumo y a las políticas que se ocupan de regularlo y adecuarlo a nuestros objetivos como sociedad.

Una política de consumo innovadora ha de ser por fuerza participativa. Y ello debe ir más allá de la participación de agentes sociales y económicos como co-diseñadores, supervisores y fiscalizadores de la política pública. En este sentido es interesante desarrollar la práctica de la **coproducción de las políticas públicas**. En este modelo la Administración lidera, financia y supervisa, y puede participar del desarrollo de las acciones. Pero entiende también que a menudo las organizaciones de la sociedad civil y las empresas pueden gestionar muchos de los proyectos de manera más ágil, económica, eficaz y participativa que las propias instituciones públicas, especialmente en sectores como el del consumo responsable, en el que la ciudadanía le lleva “muchos cuerpos” de ventaja a las administraciones en cuanto a compromiso, conocimiento y experiencia. Esto es muy especialmente aplicable a las organizaciones y empresas del sector no lucrativo y la Economía Social y Solidaria, que deben ser reconocidas como actores clave en tanto que proveedoras ciudadanas de bienes y servicios públicos.

Herramientas para las políticas de consumo

La información y protección a las personas consumidoras cuenta con **herramientas de intervención consolidadas**, tales como la producción normativa (en clave de garantías comerciales o etiquetado); el control y la inspección de mercado; la investigación, formación e información; o las reclamaciones, la mediación y el arbitraje.

La eficacia y necesidad de las mencionadas herramientas no impide la puesta en marcha de medidas innovadoras, tales como nuevas **regulaciones o incentivos (o penalizaciones) fiscales** que estimulen las buenas prácticas empresariales.

Políticas más innovadoras como la promoción del consumo accesible e inclusivo, el consumo local y sostenible, o las alternativas cooperativas y comunitarias requieren, además, del impulso a **nuevas herramientas** como la compra pública responsable y la ambientalización de espacios y eventos; las medidas de apoyo a la divulgación de la oferta y a la fidelización de la demanda a los productos y servicios locales con mayor compromiso ecosocial; y la promoción a la creación y fortalecimiento de entidades y empresas de Economía Social y Solidaria (mediante servicios de apoyo, ayudas económicas, formación o apoyo a herramientas de financiación éticas).

La Agenda 2030

El Gobierno de Castilla-La Mancha está firmemente comprometido con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y sus objetivos, llevando a cabo actuaciones en todos sus ámbitos de competencia, junto con la sociedad castellano-manchega, para cumplir el mandato de Naciones Unidas en relación con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible**.

La Agenda 2030 gira en torno a cinco ejes centrales: planeta, personas, prosperidad, paz y alianzas, y está integrada por 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible con 169 metas, que abordan de manera equilibrada las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, social y medioambiental. Fue adoptada por Naciones Unidas el 25 de septiembre de 2015.

El consumo responsable cuenta con un objetivo propio, el duodécimo dentro de la Agenda 2030, denominado *Producción y consumo responsables*³. Aunque debido a su transversalidad, la práctica del consumo responsable aporta efectos positivos para la práctica totalidad de objetivos de la Agenda 2030⁴.

Asimismo, la transversalidad de la Agenda 2030 hace que todos los ejes estratégicos y acciones de la presente Estrategia respondan también a objetivos de la Agenda de Naciones Unidas. La Agenda 2030 es, por lo tanto, un marco más amplio que encaja y acoge a la perfección al presente Plan Estratégico de Consumo Responsable.

La economía plural, una economía para la vida

La economía se puede definir como “el sistema de instituciones, valores y prácticas que se da una sociedad para definir, movilizar, distribuir y organizar capacidades y recursos a fin de resolver de la mejor manera posible las necesidades y deseos legítimos de todos sus miembros, incluyendo las generaciones futuras”⁵.

Si bien la economía convencional define históricamente dos ámbitos para resolver las necesidades de índole económica de la sociedad - Estado y mercado - el paradigma de la economía plural viene a enriquecer esta dualidad, observando que es una combinación de cuatro ámbitos la que, de diferentes maneras, sirve a este propósito:

- El ámbito doméstico y las economías reproductivas.

3 Más información en la web del Ministerio de derechos sociales y agenda 2030: <https://www.agenda2030.gob.es/objetivos/objetivo12.htm>

4 Como explica la Coordinadora Estatal de Comercio Justo: <http://comerciojusto.org/el-consumo-y-la-produccion-sostenibles-fomenta-el-progreso-de-todos-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

5 La definición es de José Luis Coraggio en el libro *Qué es lo económico. Materiales para un debate necesario contra el fatalismo* (2009)

- El sector público.
- La economía mercantil.
- El ámbito de la economía social.

Esta visión amplia de la economía permite **visibilizar prácticas económicas muy valiosas** para la sostenibilidad y la justicia social hasta ahora menospreciadas, como las economías domésticas y de los cuidados, o el trabajo de las entidades y empresas de Economía Social y Solidaria⁶.

El concepto de **economías reproductivas**, que reivindican propuestas como el ecologismo o las economías feministas y de los cuidados, se refiere a todos los trabajos que sustentan la vida y que no están oficialmente contabilizados en el PIB. Son, en su mayoría, tareas clave en modelos de consumo más justos y sostenibles: cocinar, ir a la compra, coser una prenda de vestir, cuidar una huerta o a personas dependientes, realizar voluntariado en organizaciones ciudadanas y ONG, etc. Solo el trabajo doméstico implica, según algunas investigaciones, un valor equivalente al 40% del PIB español. Y a estos trabajos esenciales para la reproducción de la vida y no remunerados, las mujeres dedican -de promedio- el doble de horas que los hombres⁷.

En cuanto a la **Economía Social y Solidaria**, a raíz de la crisis de 2008, diferentes economistas han situado el modelo cooperativo como un actor de referencia en el panorama económico mundial. Así, Joseph Stiglitz ha defendido que las cooperativas, junto con otras iniciativas de la economía social, proporcionan “un tercer pilar clave para remodelar la economía globalizada”. Del mismo modo, Jeremy Rifkin ha subrayado que las cooperativas energéticas y digitales son pioneras a la hora de afrontar problemas del capitalismo como la emergencia climática y los monopolios digitales. Gran parte de economistas consideran a la economía social como un *tercer sector* que puede ayudar a re-equilibrar a las economías públicas y privadas, mientras que existe otra tendencia que defiende que su función ha de ser la de experimentar y extender modelos capaces de democratizar el conjunto de la economía⁸.

Sea como fuere, las políticas públicas de impulso de un consumo más responsable requieren la implicación de diversos actores y sectores económicos, potenciando en cada uno de ellos prácticas acordes con una economía más justa y sostenible: difusión de prácticas de consumo sostenible entre toda la ciudadanía, promoción de la contratación responsable en el sector público, impulso a programas de responsabilidad social empresarial en el sector privado, y fomento de la Economía Social y Solidaria.

6 Es la visión que utiliza, por ejemplo, la Estrategia de Impulso del Consumo Responsable de Barcelona: ajuntament.barcelona.cat/premsa/wp-content/uploads/2017/02/Economia-170214-Estrat%C3%A8gia-consum-responsable.pdf (en catalán)

7 Marta Domínguez Folgueras: *¿Cuánto vale el trabajo doméstico en España?*, en <https://observatoriosociallacaixa.org>

8 Iván Miró: *Equidad / Una economía plural transformadora*. En <https://alternativaseconomicas.coop/articulo/equidad-una-economia-plural-transformadora>



Castilla-La Mancha

