



inspiradores

A) Principios generales

## **Ejemplaridad de las Administraciones Públicas**

La contratación pública representa alrededor del **15 % del PIB de España**. Este volumen puede llegar a ser, por tanto, una importante palanca de cambio al permitir a las administraciones incidir en el mercado, no solo como reguladoras, sino también como grandes consumidoras.

Pero esta incidencia directa de la contratación pública no es su único valor. La actuación del sector público tiene además un importante **valor simbólico, educativo y ejemplarizante**. Y más en casos como el que nos ocupa, en que la Administración trata de difundir entre la ciudadanía nuevos hábitos de consumo. La potencia del mensaje lanzado por la Administración a través de sus buenas prácticas (y la **comunicación pública** de éstas) es tanto o más importante que las campañas educativas, y es un complemento imprescindible de las mismas, que ayuda a hacer creíbles y coherentes las propuestas que trasladan.

**Acciones especialmente relacionadas<sup>1</sup>:** LS-1, ORT-5, AI-2

## **Atención a la diversidad en el acceso a un consumo inclusivo**

El ordenamiento jurídico español establece que los poderes públicos deben garantizar la protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias en sus relaciones de consumo en el mercado. Pero más allá del arquetipo de persona consumidora media, es preciso considerar que no todas ellas son iguales, y **hay colectivos que precisan un nivel de protección superior**.

La diversidad de situaciones personales y sociales que pueden entorpecer un acceso a los bienes y servicios del mercado es amplísima: discapacidades, idiomas y origen, gente mayor y público infantil, personas analfabetas, situaciones de marginación social, etc.

Las políticas de consumo deben analizar, con perspectiva de género, la diversidad de situaciones de vulnerabilidad y prestar especial atención y recursos a los colectivos que puedan verse injustamente excluidos o especialmente indefensos en el ejercicio de sus necesidades de consumo.

---

<sup>1</sup> En este apartado mencionaremos las acciones en las que cada principio se plasma de manera más clara y directa, sin perjuicio de que influya en otras medidas del Plan.



Castilla-La Mancha

**Acciones especialmente relacionadas:** acciones del eje estratégico AI.

### **De la protección al empoderamiento de las personas consumidoras**

En una sociedad compleja como la actual, con relaciones económicas cada vez más mediadas por las nuevas tecnologías, los contratos en masa, el dominio las finanzas sobre la economía real y atravesada por múltiples desigualdades (de renta, cultural, digital, de género, de capacidades físicas y sensoriales, etc.); las políticas deben apostar por ir un paso más allá del rescate de la persona consumidora indefensa o del apoyo a la más vulnerable.

Se debe complementar esta acción protectora con una **formación y empoderamiento de las personas consumidoras** - especialmente mediante estructuras colectivas como asociaciones y cooperativas de personas consumidoras - que avancen en la toma de conciencia del poder de la persona consumidora organizada, tanto para la defensa de los derechos individuales como para mejorar la inclusividad y sostenibilidad de nuestro modelo de consumo actual.

**Acciones especialmente relacionadas:** acciones de los ejes estratégicos CS, AI y CC.

### **Una transición digital para todas las personas**

Las nuevas tecnologías han cambiado en muchos aspectos las relaciones de consumo convencionales, abriendo un extraordinario abanico de opciones digitales a las personas consumidoras. Al mismo tiempo, las capacidades y el conocimiento para acceder con seguridad al mercado digital (o a la relación digital con la administración) son muy diversas.

Las Administraciones Públicas deben asegurar el **empoderamiento digital de las personas consumidoras** en relación con sus legítimos intereses económicos y sociales, así como garantizar su seguridad y privacidad en lo que se refiere a las relaciones de consumo en el ámbito digital. Dicho empoderamiento debe contrarrestar también la brecha digital implícita por razón de género.

La transición digital, tal y como marca la Comisión Europea<sup>2</sup>, debe redundar en beneficio de toda la ciudadanía, dando prioridad a las personas y abriendo nuevas oportunidades para las empresas. Las soluciones digitales también serán esenciales para luchar contra el cambio climático y llevar a buen término la transición ecológica.

**Acciones especialmente relacionadas:** AI-1, LS-2, LS-3, LS-4, CC-1 y CC-2.

---

2 Ver la prioridad de la CE *Una Europa adaptada a la era digital*, en [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age\\_es](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age_es)



Castilla-La Mancha

## Consumo local, reto demográfico y soberanías

La mitigación del cambio climático, la búsqueda del equilibrio demográfico, o la incertidumbre de los mercados globales post COVID-19, entre otros factores, aconsejan una estrategia de desarrollo económico para Castilla-La Mancha que incluya un componente de **promoción del consumo y producción local/regional**.

En el ámbito agroalimentario la LEPC recoge, entre los nuevos derechos de la persona consumidora, el derecho a la soberanía alimentaria, vinculada al consumo de productos locales y de temporada mediante canales cortos de comercialización. Y establece su promoción como obligación de las Administraciones Públicas. Se debe impulsar la soberanía alimentaria en tanto que derecho a una **alimentación nutritiva y culturalmente adecuada, accesible y producida de forma sostenible y ecológica**, lo que implica la capacidad de decidir un sistema alimentario y productivo propio.

Esta idea de soberanía y promoción de los productos locales, necesaria para afrontar los retos demográficos y ecológicos que enfrenta Castilla-La Mancha, debe extenderse más allá de la alimentación y “contaminar” al resto de ámbitos de consumo como el tecnológico, financiero, o del conocimiento.

**Acciones especialmente relacionadas:** acciones de los ejes LS y CC; acciones ORT-5, CS-1 y AI-1

## Transición ecológica

Las políticas de consumo no pueden obviar la necesaria transición ecológica que nuestras sociedades tienen como uno de sus principales desafíos en el siglo XXI. La sostenibilidad del consumo energético, la prevención de residuos y de contaminación atmosférica, el futuro incierto de la explotación de minerales escasos, por citar algunos ejemplos, son retos ambientales que están íntimamente relacionados con los usos que las personas consumidoras finales hacen de climatización o transporte, sus hábitos alimentarios o de comunicación.

Las políticas públicas deben, por lo tanto, impulsar esta transición ecológica, desarrollando un marco económico-institucional que facilite un **sistema de producción y consumo responsables, que fomenten el desarrollo sostenible a largo plazo**. Entre otros aspectos, la LEPC establece el impulso de la economía circular o la lucha contra la obsolescencia temprana como prioridades a desarrollar.

Asimismo, se debe extender el concepto de seguridad de los productos o servicios a los riesgos de carácter medioambiental, laboral o social que puedan concurrir en su producción y distribución.



**Acciones especialmente relacionadas:** ejes LS y CC; acción ORT-5.

### **Derechos sociales y laborales**

Las últimas tres décadas han visto la consolidación de una economía globalizada muy desigual: los países menos avanzados y con esquemas de protección social menos desarrollados se han especializado en la extracción de recursos naturales y las industrias de bajo valor añadido. Por su parte, los países más avanzados basan su éxito económico en dominar los sectores de servicios de alto valor: financieros, tecnológicos, de información y comunicación, etc.

Así, muchos de los impactos sociales y ambientales de la producción de bienes de consumo cotidianos (como las condiciones laborales insalubres, peligrosas o las jornadas extenuantes) que se han denunciado en los sectores del textil, electrónico, de gestión de residuos o en la minería son resultado directo de un modelo de producción y consumo global a menudo invisible para el consumidor medio.

Por todo ello, este Plan debe promover la toma de conciencia, la promoción de soluciones y el fomento de **hábitos de consumo y canales de comercialización comprometidos** con los derechos sociales y laborales de las personas implicadas en toda la cadena global del valor.

Acciones especialmente relacionadas: ejes LS y CC, y acciones ORT-5 y AI-4.

### **Economías transformadoras**

La Ley del Estatuto de las Personas Consumidoras defiende la promoción de modelos económicos tales como el cooperativismo de consumo, la **Economía Social y Solidaria**, los circuitos cortos de comercialización y el consumo de alimentos locales, los mercados sociales, el comercio justo o los instrumentos financieros alternativos. Todas estas experiencias forman parte del ecosistema de propuestas e iniciativas hoy conocido como de “economías transformadoras”<sup>3</sup> (también con otras denominaciones como “nuevas economías”).

Dentro de este ecosistema diverso, la **Economía Social y Solidaria (ESS)** es la propuesta que aglutina de manera más eficaz el compromiso social y ambiental con la necesaria articulación jurídica y de agentes sociales, así como con presencia en las políticas públicas. La ESS es, además, una realidad lo suficientemente amplia, plural y consolidada como para hacer de paraguas que pueda acoger a la mayoría de iniciativas económicas comprometidas con un modelo socioeconómico más justo y sostenible, y

---

3 Ver el artículo de Álvaro Porro: *¿Qué son las economías transformadoras?*, en <https://opcions.org/es/nos-gusta/las-economias-transformadoras/>



más coherente con los principios y prácticas del consumo responsable. Por todo ello será el modelo objeto de promoción preferente dentro de las políticas públicas, como ya sucede desde hace años en diversos ayuntamientos y Comunidades Autónomas pioneras en la promoción de las economías transformadoras.

Acciones especialmente relacionadas: ejes LS y CC, y acciones ORT-5 y AI-4.

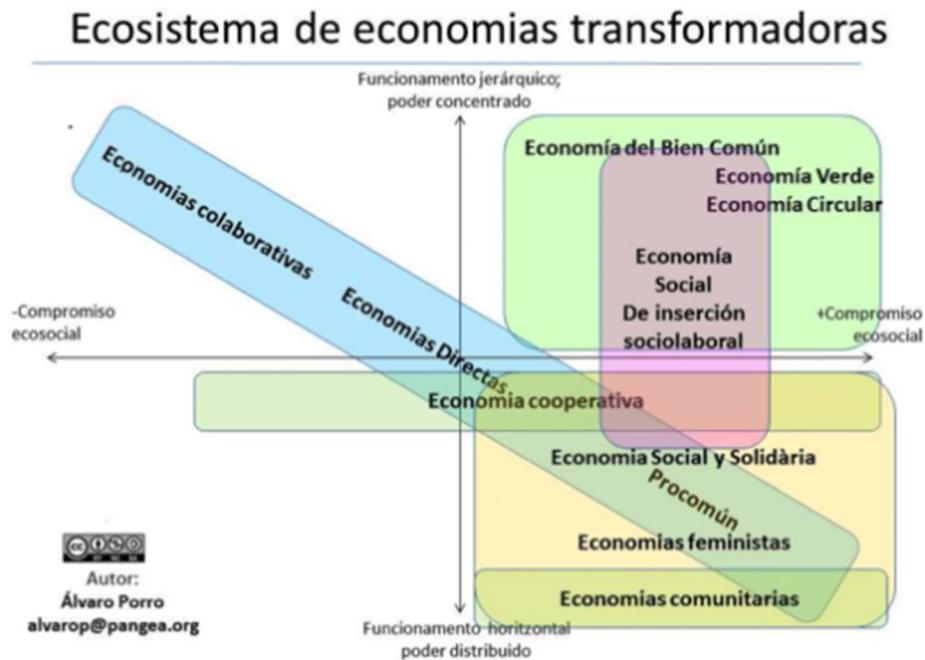


Figura 1: Ecosistema de economías transformadoras

### **Consumo consciente y buen vivir**

La LEPC defiende la orientación hacia pautas de consumo responsables, la prevención del sobre endeudamiento o la promoción de hábitos saludables. Y este Plan Estratégico se inspira en principios, también derivados de la Ley del Estatuto, como la protección de las personas consumidoras, el consumo local, el afrontamiento del reto demográfico o la transición ecológica.

La promoción de todos estos principios y su transformación en práctica cotidiana por parte de la ciudadanía no resulta posible solo mediante la argumentación de la "superioridad moral" de los mismos y las apelaciones a la renuncia o el esfuerzo individual. La extensión de estilos de vida saludables y sostenibles sólo es posible si estos son vividos y comunicados como una puerta de entrada a una mejor calidad de vida, y como una apuesta viable y conveniente - vinculados a la creación de mejor empleo local, a una mejor calidad del aire y de la vida en las ciudades... Los cambios de



conducta propuestos, para ser bien recibidos, deben presentarse como **evoluciones personales y colectivas**, con la capacidad de aportar a los y las ciudadanas no solo una vida más “coherente” sino también salud y bienestar.

Diferentes planteamientos como la “**vida sencilla**”, el “**buen vivir**” o la “**slow life**” hace años que promueven a diferentes niveles (filosófico, social y cultural, político) la práctica de **modelos de éxito y calidad de vida alternativos al consumismo**<sup>4</sup>.

**Acciones especialmente relacionadas:** este principio es especialmente transversal, y debe ser clave en la construcción del relato y comunicación de todas las acciones, muy especialmente en el caso de los ejes CS, LS y CC.

### **Incorporación de la perspectiva de género**

Damos prioridad a la incorporación de la perspectiva de género en el Plan Estratégico de Consumo Responsable, con el objetivo de garantizar la igualdad en la planificación, ejecución y evaluación de la acción pública, y alinearnos de este modo con los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS).

Entendemos la igualdad como un derecho intrínseco coadyuvante de los derechos de las personas consumidoras. De hecho, en el articulado de la Ley 3/19, de 22 de marzo, del Estatuto de las Personas Consumidoras en Castilla-La Mancha se contemplan medidas dirigidas a asegurar el acceso al mercado de bienes y servicios en igualdad de condiciones, así como a garantizar la igualdad en la información y protección de los derechos e intereses de las personas consumidoras en la región, especialmente en aquellas situaciones que, por razón de género, puedan derivar en situaciones de vulnerabilidad o posiciones desfavorables.

Finalmente, la perspectiva de género en el ámbito de la participación no solo contribuye a plasmar la igualdad en los objetivos que se persiguen en el presente Plan Estratégico, sino que además, sirve también de justo reconocimiento al papel que los colectivos de mujeres han tenido en los orígenes del movimiento asociativo de las personas consumidoras.

#### *B) Principios metodológicos*

### **Coordinación transversal**

Resulta difícil acotar la intervención de la Junta de Comunidades, en políticas de consumo, a una sola Consejería u organismo público. Para tratar un tema tan transversal

---

4 Una perspectiva ampliada se puede encontrar en *Covid-19, una invitación a la lentitud*, en <https://www.elsaltodiario.com/decrecimiento/toni-lodeiro-covid-19-invitation-lentitud>



## Castilla-La Mancha

como lo es el consumo deberán coordinarse personal con conocimientos de derechos de la persona consumidora, economía, fiscalidad, agricultura y alimentación, medio ambiente, sanidad o gestión de residuos. Por lo tanto, se precisa una adecuada **coordinación y comunicación entre diversos organismos de la JCCM** como premisa metodológica.

**Acciones especialmente relacionadas:** ORT-2, ORT-5, ORT-6

### Coordinación multinivel

Adicionalmente, hay que tener en cuenta que las políticas de consumo no son una competencia exclusiva de la Región: desde el ámbito europeo al ámbito local hay estrategias, planes y servicios prestados a la ciudadanía en materia de consumo. Un reto de coordinación multinivel que se debe resolver mediante la participación proactiva en foros de **ámbito estatal y europeo** como dinamizando la amplia red de **recursos provinciales, comarcales y locales** de consumo con los que cuenta Castilla-La Mancha.

**Acciones especialmente relacionadas:** ORT-1, ORT-3, ORT-4, ORT-5, CS-1, CS-2

### Transparencia, rendición de cuentas y participación pública

La ejecución del presente Plan Estratégico debe implementarse como un ejercicio de gestión transparente, sometida a revisión participativa que aporte pluralidad de visiones e intereses representados. Se precisará, así, elaborar tanto planes de ejecución como memorias de trabajo anualmente, que sean supervisados en los foros que la LEPC establece.

Durante la vigencia del Plan, se velará por realizar una **apertura proactiva de los foros de participación** a colectivos que puedan aportar tanto experiencia a largo plazo como visiones complementarias, especialmente en el ámbito de los ejes estratégicos más innovadores del Plan (consumo inclusivo, consumo local y sostenible, y consumo cooperativo y comunitario).

**Acciones especialmente relacionadas:** ORT-4, ORT-6

### Coproducción de las políticas públicas

Las políticas públicas pueden ser **más eficaces** en su aplicación si se cuenta con la **cooperación del tejido social y económico del territorio**. No se trata sólo de un ejercicio de codiseño, representación-interlocución y transparencia, como apuntamos en la introducción, sino que va más allá: es un ejercicio de coproducción. La experiencia



existente, por ejemplo, de programas de fomento de la economía social<sup>5</sup>, aporta resultados muy interesantes al combinar el músculo financiero del sector público con la creatividad, dinamismo y competencia de un tejido social enraizado en el territorio.

**Acciones especialmente relacionadas:** CS-1, CS-2, AI-4, LS-2, LS-3, LS-4, CC-2

### **Sostenibilidad de las políticas de consumo**

En el desarrollo del Plan Estratégico se debe considerar la sostenibilidad financiera a largo plazo como un objetivo. Se deberá, por tanto, realizar una planificación operativa eficaz, que aproveche ágilmente los recursos públicos dentro del preceptivo rigor presupuestario. Si los presupuestos ordinarios no permiten garantizar la ejecución total del Plan, **se priorizarán las acciones de mayor impacto** y se estudiarán maneras de incorporar vías de financiación adicionales para desarrollar las acciones previstas.

**Acciones especialmente relacionadas:** ORT-1, ORT-2, ORT-6, CS-2

### **Evaluación de políticas públicas**

El Plan Estratégico ha de contar con una adecuada **evaluación**, con perspectiva de género, de las acciones desarrolladas: la pertinencia de las acciones, su impacto observable, su coste económico asociado, las valoraciones de las mismas por parte de la población usuaria y los agentes sociales, así como un **seguimiento y mejora continua** por parte del personal responsable de su ejecución, coordinación y supervisión.

**Acciones especialmente relacionadas:** ORT-6

---

5 Ver referencias inspiradoras del eje de Consumo Cooperativo y Comunitario, como por ejemplo la Red de Ateneos Cooperativos de Cataluña.



Políticas concurrentes

Las políticas de consumo, especialmente las más innovadoras, deben reconocer el carácter transversal y multidisciplinar del fenómeno del consumo en nuestra sociedad. Por lo tanto, es necesario observar en qué dirección se están planteando los planes de acción de organismos públicos que puedan tener competencias anexas. Los planes sobre economía digital, transición ecológica o reto demográfico, por ejemplo, afectarán la capacidad de las personas consumidoras de realizar un consumo digital informado, un consumo ecológico y sostenible o un consumo que refuerce la economía local.

En el siguiente recuadro se recogen, sin intención de exhaustividad, algunos planes y medidas que, en el ámbito  **europeo, estatal y regional**, afectan a las políticas de consumo que en este Plan se proponen. La **cooperación** entre **agentes públicos**, a la que se ha hecho referencia en la sección anterior, es una oportunidad de la que la sociedad castellano-manchega se debería poder beneficiar.

Nivel institucional	Acción	Descripción
Unión Europea	Nueva agenda del consumidor	Agenda hasta 2025 que introduce medidas concretas en cinco ámbitos clave para proteger a los y las consumidoras y empoderarlas para que desempeñen un papel activo en la transición ecológica y digital. <a href="https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/nueva_agenda_del_consumidor_-_hoja_informativa.pdf">https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/nueva_agenda_del_consumidor_-_hoja_informativa.pdf</a>
Unión Europea	Pacto Verde Europeo	Hoja de ruta para dotar a la UE de una economía sostenible. <a href="https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_es">https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_es</a>
Unión Europea	Plan de recuperación para Europa ( <i>Next Generation EU</i> )	Plan de recuperación post COVID-19 que liderará el camino hacia la salida de la crisis y sentará las bases para una Europa moderna y más sostenible. <a href="https://ec.europa.eu/info/strategy/recovery-plan-europe_es#principales-elementos-del-acuerdo">https://ec.europa.eu/info/strategy/recovery-plan-europe_es#principales-elementos-del-acuerdo</a>
Unión Europea	Una Europa adaptada a la era digital	La estrategia digital de la UE aspira a lograr que la transformación digital funcione para las personas. Incluye una Estrategia europea de datos; Ley de Mercados Digitales y Ley de Servicios Digitales; Programa de capacidades digitales.



## Castilla-La Mancha

Nivel institucional	Acción	Descripción
		<a href="https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age_es">https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age_es</a>
Unión Europea	De la granja a la mesa	Plan de acción de la UE para un sistema alimentario justo, saludable y respetuoso con el medio ambiente. <a href="https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal/actions-being-taken-eu/farm-fork_es">https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal/actions-being-taken-eu/farm-fork_es</a>
Estado español	España Digital 2025	Pretende impulsar el proceso de transformación digital español, de forma alineada con la estrategia digital de la Unión Europea, mediante la colaboración público-privada y con la participación de agentes económicos y sociales. <a href="https://portal.mineco.gob.es/es-es/ministerio/estrategias/Paginas/00_Espana_Digital_2025.aspx">https://portal.mineco.gob.es/es-es/ministerio/estrategias/Paginas/00_Espana_Digital_2025.aspx</a>
Estado español	Agenda del Cambio / Agenda 2030	Hoja de ruta del gobierno español para la transformación social, económica y ecológica en dirección de cumplir los objetivos de la Agenda 2030 de Naciones Unidas. <a href="https://portal.mineco.gob.es/es-es/ministerio/estrategias/Paginas/03_Agenda_del_Cambio.aspx">https://portal.mineco.gob.es/es-es/ministerio/estrategias/Paginas/03_Agenda_del_Cambio.aspx</a> <a href="https://www.agenda2030.gob.es/home.htm">https://www.agenda2030.gob.es/home.htm</a>
Estado español	Política de Estado: Reto demográfico	Política transversal que, desde el ámbito estatal, afronta los retos del despoblamiento rural, el desequilibrio territorial y la desigualdad social. <a href="https://www.miteco.gob.es/es/reto-demografico/temas/">https://www.miteco.gob.es/es/reto-demografico/temas/</a>
Castilla-La Mancha	Estrategia de Cambio climático	Estrategia que plantea objetivos y acciones de mitigación, adaptación, sumideros e información/capacitación para combatir el cambio climático en Castilla-La Mancha. <a href="https://www.castillalamancha.es/sites/default/files/documentos/pdf/20190201/estrategia_de_cambio_climatico_horizontes_2020_y_2030.pdf">https://www.castillalamancha.es/sites/default/files/documentos/pdf/20190201/estrategia_de_cambio_climatico_horizontes_2020_y_2030.pdf</a>



## Castilla-La Mancha

Nivel institucional	Acción	Descripción
Castilla-La Mancha	Estrategia de Educación Ambiental	<p>La Estrategia de Educación Ambiental de Castilla-La Mancha. Horizonte 2030 (2020-2025) parte de los cinco ámbitos prioritarios de acción de la UNESCO adaptados a la región y se articula a través de 5 objetivos, 12 líneas estratégicas y 55 acciones concretas a desarrollar en un horizonte de cinco años (2020-2025).</p> <p><a href="https://www.castillalamancha.es/gobierno/desarrollosostenible/actuaciones/estrategia-de-educacion-ambiental-de-castilla-la-mancha-horizonte-2030-2020-2025">https://www.castillalamancha.es/gobierno/desarrollosostenible/actuaciones/estrategia-de-educacion-ambiental-de-castilla-la-mancha-horizonte-2030-2020-2025</a></p>
Castilla-La Mancha	Estrategia de Economía Circular 2030	<p>La Estrategia abarca la gestión eficiente de los recursos, la producción, el consumo, los residuos y la innovación. Contempla medidas transversales específicas como la “compra pública verde” y la “contratación pública circular”, la investigación, el desarrollo y la innovación y la concienciación, formación y divulgación (educación para la sostenibilidad, consumo responsable y empleo verde).</p> <p><a href="https://www.castillalamancha.es/gobierno/desarrollosostenible/estructura/dgecoci/actuaciones/estrategia-de-economia-circular-2030">https://www.castillalamancha.es/gobierno/desarrollosostenible/estructura/dgecoci/actuaciones/estrategia-de-economia-circular-2030</a></p>