Modelo Anexo. Informe Final. Proceso Participativo correspondiente al Plan estratégico de Consumo Responsable 2021-2024.
Organismo: Dirección General de Agenda 2030 y Consumo.

Línea	Asunto	Comentario	Usuario	Denominación de la Plataforma	Denominación de la Entidad	Valoración de la aportación	Motivos No Consideración
Línea 1. Introducción. Las políticas públicas de consumo.							
Línea 1. Introducción. Las políticas públicas de consumo.	PROPUESTAS ACAMAFAN AL BORRADOR FINAL	<p>PRINCIPIOS GENERALES</p> <p>Ejemplaridad de las administraciones públicas</p> <p>La contratación pública tiene un valor simbólico, educativo y ejemplarizante que debe ser ejemplo de buenas prácticas que hay que comunicar.</p> <p>Añadir acciones</p> <p>Tener en cuenta en los pliegos de condiciones para los contratos con las administraciones publicas puntos especiales para las empresas que lleven a cabo políticas de conciliación familiar, de economía social, ONG, asociaciones, las buenas prácticas de las empresas.</p> <p>Atención a la diversidad en el acceso a un consumo inclusivo</p> <p>Prestar especial atención y recursos a los colectivos que puedan verse injustamente excluidos o especialmente indefensos en el ejercicio de sus necesidades de consumo.</p> <p>Añadir acciones</p> <p>Tener en cuenta a las familias con hijos introduciendo criterios de renta per cápita y N.º de hijos en la consideración de personas vulnerables.</p>	ACAMAFAN		ACAMAFAN	ACEPTADA	
Línea 2. Principios inspiradores. Principios generales y principios metodológicos.							
Línea 2. Principios inspiradores. Principios generales y principios metodológicos.	PRINCIPIOS GENERALES	<p>Ejemplaridad de las administraciones públicas</p> <p>La contratación pública tiene un valor simbólico, educativo y ejemplarizante que debe ser ejemplo de buenas prácticas que hay que comunicar.</p> <p>Añadir acciones</p> <p>Tener en cuenta en los pliegos de condiciones para los contratos con las administraciones publicas puntos especiales para las empresas que lleven a cabo políticas de conciliación familiar, de economía social, ONG, asociaciones, las buenas prácticas de las empresas.</p>	María del Pilar Vereda del Abril			ACEPTADA	
Línea 2. Principios inspiradores. Principios generales y principios metodológicos.	A)PRINCIPIOS GENERALES	<p>Ejemplaridad de las administraciones públicas</p> <p>La contratación pública tiene un valor simbólico, educativo y ejemplarizante que debe ser ejemplo de buenas prácticas que hay que comunicar.</p> <p>Añadir acciones</p> <p>Tener en cuenta en los pliegos de condiciones para los contratos con las administraciones publicas puntos especiales para las empresas que lleven a cabo políticas de conciliación familiar, de economía social, ONG, asociaciones, las buenas prácticas de las empresas.</p> <p>Atención a la diversidad en el acceso a un consumo inclusivo</p> <p>Prestar especial atención y recursos a los colectivos que puedan verse injustamente excluidos o especialmente indefensos en el ejercicio de sus necesidades de consumo.</p> <p>Añadir acciones</p> <p>Tener en cuenta a las familias con hijos introduciendo criterios de renta per cápita y N.º de hijos en la consideración de personas vulnerables.</p>	ACAMAFAN		ACAMAFAN	ACEPTADA	
Línea 3. Eje estratégico 1: Organización, recursos y políticas transversales de consumo.							
Línea 3. Eje estratégico 1: Organización, recursos y políticas transversales de consumo	Evaluación del plan	<p>Es importante tener un grupo de personas expertas que puedan implementar los ítems de evaluación cuantificados para posteriormente poder realizar los seguimientos continuos en procesos mejora y las evaluaciones ex post y de impacto del plan estratégico.</p> <p>La cuantificación de las acciones que se van a desarrollar es necesaria para posteriormente poder evaluar.</p>	ACAMAFAN		ACAMAFAN	ACEPTADA	
Línea 3. Eje estratégico 1: Organización, recursos y políticas transversales de consumo	Recursos	<p>El tener en el plan estratégico los recursos económicos de los que se van a disponer y que estos puedan ejecutarse en programas de hasta 4 años sería lo más conveniente.</p> <p>El no tener la seguridad de financiación las Entidades Sociales o ser dependientes de subvenciones anuales no beneficia al sector y por tanto a los consumidores.</p>	María del Pilar Vereda del Abril			NO ACEPTADA	Inviabilidad técnica
Línea 3. Eje estratégico 1: Organización, recursos y políticas transversales de consumo	Políticas transversales	<p>En los pliegos de condiciones de las compras que se realizan desde las administraciones publicas estaría bien que se tuviesen en cuenta principios de consumo responsable y que en todas las consejerías las compras las realizasen con estos principios, favoreciendo con puntos extras a las Empresas de Economía Social.</p>	María del Pilar Vereda del Abril			ACEPTADA	
Línea 3. Eje estratégico 1: Organización, recursos y políticas transversales de consumo	eje estratégico AI	<p>De la protección al empoderamiento de las personas consumidoras</p> <p>Formación y empoderamiento de las personas consumidoras.</p> <p>Añadir acciones</p> <p>Facilitar herramientas en las que se informa a las personas consumidoras de comercio de cercanía, productos ecológicos, productos solidarios, todo esto sirve para empoderar y facilita su toma de decisión de compras responsables.</p> <p>Proveer de medios jurídicos a los pequeños agricultores y comerciantes para que puedan, sin penalizaciones fiscales o con apoyos en esa dirección, comercializar sus productos ante el mercado globalizado.</p> <p>Formar en consumo responsable, economía del bien común, economía circular, economía verde, economía social.</p>	ACAMAFAN		ACAMAFAN	ACEPTADA	
Línea 4. Eje estratégico 2: Consumo consciente y seguro.							
Línea 4. Eje estratégico 2: Consumo consciente y seguro	Consumo consciente y seguro	<p>El consumo consciente es posible si se tiene la información y formación para ejercerlo, por eso el tener herramientas de comunicación en las que se informe y forme a los consumidores que sean sencillas y cercanas como por ejemplos a través de las Redes Sociales, Web, APP.</p> <p>Habilitar sellos de calidad facilita al consumidor que está ejerciendo un consumo seguro.</p>	María del Pilar Vereda del Abril			ACEPTADA	
Línea 5. Eje estratégico 3: Consumo accesible e inclusivo.							

Modelo Anexo. Informe Final. Proceso Participativo correspondiente al Plan estratégico de Consumo Responsable 2021-2024.
Organismo: Dirección General de Agenda 2030 y Consumo.

Línea	Asunto	Comentario	Usuario	Denominación de la Plataforma	Denominación de la Entidad	Valoración de la aportación	Motivos No Consideración
Línea 5. Eje estratégico 3: Consumo accesible e inclusivo	Consumo accesible e inclusivo	Para que las personas puedan ejercer un consumo responsable tienen que tener la información. El facilitar herramientas como por ejemplo APP, con las que pueden acceder al comercio de cercanía y proveedores de servicios de cercanía que les faciliten descuentos, hace posible que personas y familias con menor capacidad económica puedan acceder a realizar las compras que necesitan.	María del Pilar Vereda del Abril			ACEPTADA	
Línea 6. Eje estratégico 4: Consumo local y sostenible.							
Línea 6. Eje estratégico 4: Consumo local y sostenible	Consumo local y sostenible	Fomentar el consumo local hace posible la creación de empleo y favorecerlo con herramientas en las que se informe a los consumidores de lo que ofrecen por ejemplo en las página web y redes sociales de los Ayuntamientos y tener herramientas tecnológicas como por ejemplo una APP en la que están colgados los comercios y proveedores de servicios locales y que proporcionen descuentos a los consumidores facilita que los consumidores hagan sus compras en cercanía.	María del Pilar Vereda del Abril			ACEPTADA	
Línea 7. Eje estratégico 5: Consumo cooperativo y comunitario.							
Línea 7. Eje estratégico 5: Consumo cooperativo y comunitario	Mercado social y Economía social y solidaria	Fomentar que las Entidades Sociales dispongan de fondos para poder implementar sus programas y proyectos Facilitar herramientas para que los productores puedan vender sus productos directamente a los consumidores Favorecer iniciativas en las que productores y Entidades de Economía Social y Entidades Sociales puedan trabajar y cooperar facilita el mercado social y fortalece la economía social y solidaria. Informar y formar sobre la economía de bien común, economía verde, economía social y solidaria en colegios y a personas que están en desempleo facilitaría crear consciencia de la importancia que tienen nuestros hábitos de consumo.	María del Pilar Vereda del Abril			ACEPTADA	
Línea 9. Anexos. Desarrollo futuro del Plan Estratégico de Consumo Responsable.							
Línea 9. Anexos. Desarrollo futuro del Plan Estratégico de Consumo Responsable.	Desarrollo de futuro	Es importante tener un plan de seguimiento y mejora continúa del Plan Estratégico de Consumo Responsable para ir corrigiendo y mejorando las acciones previstas. Tener personas con formación y experiencia en materia de consumo responsable que puedan participar en los procesos de mejora continua del plan, en las actividades de coordinación que se realicen a nivel nacional y europeo. Para poder tener personas especializadas podría ser interesante trabajar con la UCLM para crear un experto y un master en materia de consumo responsable y crear formaciones continuas de técnicos de entidades sociales.	María del Pilar Vereda del Abril			ACEPTADA	