

I PACTO ANDALUZ

POR LA GARANTÍA DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS



En Sevilla, a 30 de enero de 2012

En presencia del Excmo. Sr. Presidente de la Junta de Andalucía, D. José Antonio Griñán Martínez

REUNIDOS

De una parte, la Excma. Sra. Dña. María Jesús Montero Cuadrado, Consejera de Salud de la Junta de Andalucía, nombrada por Decreto del Presidente 4/2009, de 23 de abril (BOJA nº 78, de 24 de abril de 2009) en el ejercicio de las competencias que le atribuye el artículo 63.2 de la Ley 2/1998, de 15 de junio de Salud de Andalucía, y el artículo 26.1 y 2 i) de la Ley 9/2007, de 22 de octubre, de la Administración de la Junta de Andalucía.

De otra, Dña. María Ángeles Rebollo Sanz, presidenta de la Federación Andaluza de Consumidores y Amas de Casa, AL-ANDALUS, de acuerdo con el artículo 20 de los estatutos de la Federación.

De otra, Dña. Olga Ruiz Legido, Presidenta de la Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios en Acción- FACUA Andalucía, de acuerdo con el artículo 24 de los Estatutos de la Federación.

Y de otra, D. Juan Moreno Rodríguez, Presidente de la Unión de Consumidores de Andalucía UCA/UCE, de acuerdo con el artículo 36 de los Estatutos de la organización.

EXPONEN

1. Que la Junta de Andalucía, la Federación Andaluza de Consumidores y Amas de Casa AL- ANDALUS , la Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios en Acción-FACUA Andalucía, y la Unión de Consumidores de Andalucía UCA/UCE, tienen el firme propósito de trabajar conjuntamente en la consecución de un nuevo modelo de consumo y de desarrollo económico y social sustentado en mercados que funcionen con valores de racionalidad, sostenibilidad y respeto de los derechos y garantías de la ciudadanía, mediante un enfoque estratégico, que abarque el conjunto de la actividad económica y de las relaciones de consumo, entendidas de manera global, y que promueva el impulso de las relaciones de corresponsabilidad de todos los agentes implicados con el mercado.

2. La actividad del movimiento de consumidores y usuarios, y la protección del consumidor, se ha vertebrado a través del impulso y reconocimiento de las organizaciones y asociaciones de consumidores, mediante un amplio marco normativo que abarca el conjunto del ordenamiento jurídico, tanto en el ámbito de la Unión Europea y en el artículo 51 de la Constitución Española como en los artículos 27 y 58.2.4º del Estatuto de Autonomía para Andalucía, y en la Ley 13/2003, de 17 de diciembre, de Defensa y Protección de los Consumidores y Usuarios de Andalucía.

Que la Federación Andaluza de Consumidores y Amas de Casa AL- ANDALUS, la Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios en Acción-FACUA Andalucía, la Unión de Consumidores de Andalucía UCA/UCE, intervienen en el presente Pacto en su condición de organizaciones sociales cualificadas de relevancia constitucional y agentes colaboradores que intervienen en el mercado.

ACUERDAN

PRIMERO. Suscribir el I Pacto Andaluz por la Garantía de los Derechos de los Consumidores y Usuarios, que se adjunta como Anexo.

SEGUNDO. Para el desarrollo del presente Pacto, que se iniciará desde el momento de su firma, las partes firmantes constituirán grupos de trabajo, que atendiendo al contenido del mismo trabajarán y desarrollarán líneas de actuación sobre cuestiones relativas a transparencia, mediación y el arbitraje, control del mercado, financiación y participación, entre otras.

TERCERO. Las partes firmantes coinciden en que es necesario, en pro de la transversalidad de las políticas de protección de los consumidores, diversificar y ampliar los esfuerzos destinados a la ciudadanía, en su condición de consumidora y usuaria, abarcando distintas áreas de la Junta de Andalucía (Salud, Medio Ambiente, Vivienda, Transportes, Comercio, Turismo, etc.) a través de políticas prioritizadas mediante el consenso de las partes y de los mecanismos y recursos necesarios y suficientes para dar cobertura a las mismas.

CUARTO. Las partes firmantes del presente acuerdo consideran necesario garantizar mecanismos económicos para hacer cumplir los objetivos del Pacto. En este sentido, la Junta de Andalucía destinará

recursos suficientes en el marco de los presupuestos anuales de la Comunidad Autónoma, garantizando la dotación presupuestaria precisa para el cumplimiento de sus fines y objetivos, sobre el principio de planificación concertada, en el que las actuaciones conjuntas de la Administración con dichas organizaciones sean pactadas, en virtud de programas de acción anuales al objeto de garantizar las prioridades económicas, sociales y políticas determinadas por dicha planificación estratégica y el consenso entre las partes.

QUINTO. Las entidades firmantes se comprometen a difundir a la sociedad andaluza el contenido, la ejecución y los resultados del presente pacto, haciendo partícipe a la ciudadanía en su conjunto de un modelo de Gobierno abierto.

Y en prueba de conformidad, firman el presente documento.

LA CONSEJERA DE SALUD

LA PRESIDENTA DE LA FEDERACIÓN
ANDALUZA DE CONSUMIDORES Y AMAS
DE CASA DE AL-ANDALUS

Fdo. :M^a Jesús Montero Cuadrado

Fdo.: M^a Angeles Rebollo Sanz

PRESIDENTA DE LA FEDERACIÓN DE
ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES Y
USUARIOS EN ACCIÓN-FACUA ANDALUCÍA

EL PRESIDENTE DE LA UNIÓN DE
CONSUMIDORES DE ANDALUCÍA
UCA/UCE

Fdo.: Olga Ruiz Legido.

Fdo.: Juan Moreno Rodríguez

PACTO ANDALUZ POR LA GARANTÍA DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

En la actualidad estamos asistiendo a una evolución y transformación clara en el modelo de consumo, influenciada por el rol más activo, consciente y participativo que están adquiriendo las personas consumidoras, el uso intensivo de la tecnología para la difusión y el intercambio de conocimiento, y la evidente necesidad de un cambio profundo en el sistema económico y en los mercados.

Que la sociedad en su conjunto avance hacia un modelo de consumo más razonable y más sostenible es tarea de todos, a nivel individual como personas que consumimos todos los días y que tenemos una responsabilidad ineludible en nuestros actos.

Las personas consumidoras juegan un papel esencial en las economías, ya que contribuyen con más del 60% del PIB de los países de la OCDE, y se hace necesario, por tanto, propiciar una mayor capacidad para el ejercicio de su poder individual y colectivo basada en la disposición de información adecuada y en su formación como consumidores responsables. Desde una posición empoderada, con decisiones bien informadas y conscientes, las personas consumidoras no sólo pueden mejorar la marcha de la economía, estimulando la competencia y la innovación empresarial, sino también contribuir a que los mercados funcionen mejor para el conjunto de la sociedad. Aunque los consumidores disponen actualmente de más recursos y medios de información que nunca a su alcance, también es cierto que los ciudadanos son objeto de una permanente invitación al consumismo, a un consumo no crítico y que la complejidad creciente de los mercados dificulta comparar y aquilatar el valor de lo que está a la venta o de los servicios que prestan, a la par que han surgido nuevas formas de fraude y prácticas comerciales desleales.

La Junta de Andalucía como administración pública que apuesta por el Gobierno Abierto, bajo los principios de **transparencia, participación y colaboración**, quiere generar nuevos espacios de comunicación y debate con la sociedad que fomenten una mayor participación social y favorezcan un mayor desarrollo económico que sea más equilibrado con los intereses de los consumidores, siendo instrumentos fundamentales para ello sus organizaciones representativas.

Las Federaciones y Asociaciones de Consumidores y Usuarios de Andalucía, constituidas de conformidad con la legislación vigente, son cauces de participación, representación, consulta y defensa de los derechos y legítimos intereses de los consumidores, y por ello es preciso seguir fortaleciendo el asociacionismo de los consumidores como pilar básico de la protección de sus derechos y como ejes para la vertebración de la sociedad civil, de forma que estas organizaciones puedan ejercer eficazmente su labor como instrumentos eficaces de intervención en el mercado y de empoderamiento de la ciudadanía ante a los poderes económicos.

Por todo ello, la Junta de Andalucía y las Federaciones de Consumidores AL-ANDALUS, FACUA Andalucía y UCA - UCE, como organizaciones de consumidores más representativas de Andalucía, plasman su compromiso de trabajar en un nuevo modelo de consumo a través de un Pacto que promueva, desde un enfoque estratégico que abarque el conjunto de la actividad económica y de las relaciones de consumo, entendidas estas de manera global, cambios importantes, impulsando relaciones de corresponsabilidad en el control del mercado, dando poder a la ciudadanía y promoviendo el consumo consciente, responsable, sostenible y saludable de los productos y servicios que pongan en valor la justicia social, la ética, la solidaridad y la protección del medio ambiente.

Dicho proceso de cambio pasa por la necesidad de articular un nuevo marco de relaciones entre el Gobierno andaluz y las organizaciones de consumidores más representativas de Andalucía, que se sustente en una colaboración más eficaz, en la corresponsabilidad, la participación activa y el diálogo con el Gobierno y el conjunto de sus Consejerías. Una cooperación que haga visible la transversalidad de las políticas de consumo y el apoyo firme al asociacionismo de los consumidores como herramienta fundamental de la protección al consumidor.

La concertación con la sociedad permite forjar una visión compartida de objetivos y políticas y constituye una oportunidad para la unidad de acción y para la evolución de un sistema parejo de reconocimiento económico, social y político de las tres federaciones andaluzas, más allá de la dotación de recursos para desarrollar políticas concertadas, sino además fortaleciendo la participación de éstas en los diferentes órganos institucionales y consultivos.

Esta propuesta nace del firme convencimiento de que la responsabilidad sobre el desarrollo actual y futuro del modelo de producción y consumo tiene que ser compartida, basarse en la cooperación pública y privada y en la colaboración institucional y en la participación ciudadana.

Por tanto, desde el compromiso conjunto de potenciar el protagonismo de la sociedad civil en la definición y desarrollo de las políticas de consumo, aplicando los principios de Gobierno Abierto, la Administración de Consumo de la Junta de Andalucía y las asociaciones de consumidores más representativas de nuestra Comunidad, proponen como punto de partida, las siguientes ***líneas estratégicas básicas***:

1. CONSTRUIR MERCADOS CON VALORES

El nuevo paradigma de consumo debe incorporar un nuevo modelo que se nos antoja definitivo en las reglas que rigen el consumo: se trata de incorporar a la tradicional relación calidad – precio, una nueva variable, el “valor”, entendido no en su concepción económica, sino humanista. Incorporamos a nuestros objetivos propiciar cambios en el funcionamiento de los mercados, para que éstos no funcionen prioritariamente como **mercados de valores**, sino como **mercados con valores**.

Todo ello nos debe permitir focalizar la nueva misión de la administración y de las organizaciones de consumidores, para conseguir que los ciudadanos puedan exigir una mejor relación calidad – precio pero también una mejor relación calidad – valor, de forma que cuanto más activos estén en la búsqueda de esa relación, más amplia será la recompensa para las empresas que los consideren en sus estrategias para la obtención de mayores ventas.

En este sentido, las partes firmantes se comprometen a trabajar en la consecución de un nuevo modelo de consumo y de desarrollo económico y social sustentando en valores de racionalidad, sostenibilidad y respeto de los derechos y garantías de la ciudadanía, y para ello las partes firmantes trabajarán en:

- Generar confianza en el consumidor, procurando un mercado de bienes y servicios que responda a criterios de calidad, sostenibilidad y racionalidad, contribuyendo con ello de igual forma a generar riqueza y empleo.
- Garantizar la seguridad y calidad de los productos y servicios a disposición de las personas consumidoras, coordinando horizontal y verticalmente la actividad de inspección y control de mercado, con participación de todos los agentes implicados.
- Fomentar y profundizar en un nuevo modelo de relaciones con el sector empresarial, basado en la

concertación con las organizaciones representativas de las personas consumidoras y usuarias en Andalucía, fomentando la calidad de los bienes y servicios y de las condiciones en las que se ofertan.

2. MÁS EMPODERAMIENTO PARA LA CORRESPONSABILIDAD

Si el verbo es la acción, la institución cambia de verbo: de tutelar a empoderar a los consumidores. Desde ese nuevo enfoque, la administración de consumo, más allá de su papel tradicional e imprescindible como garante de los derechos de los consumidores tiene, además, un rol de inductor de comportamientos responsables por parte de consumidores y, también, de empresas, articulando y facilitando los instrumentos necesario para ello y potenciando el nuevo papel de las organizaciones de consumidores como instrumentos útiles para canalizar y ejercer ese poder de forma colectiva, eficaz y eficiente.

Es esencial avanzar en el empoderamiento ciudadano, y de las organizaciones sociales que los representan, huyendo de posturas paternalistas, reforzando el papel de la educación en sentido amplio, incluyendo no sólo la formación en materias de consumo básicas y emergentes, sino también de un marco claro de derechos, garantías y obligaciones de todos los actores y agentes. La educación, la formación, la información y el asesoramiento como la base de la corresponsabilidad en las actuaciones, y de la capacitación real para la toma de decisiones y la evaluación de las políticas públicas, así como de la responsabilidad social empresarial.

El empoderamiento de la persona consumidora va ligado necesariamente a la necesidad de fomentar su autotutela, impulsando y favoreciendo la vertebración de la sociedad andaluza. El fortalecimiento del asociacionismo de los consumidores es un pilar básico de la protección de los consumidores y usuarios y por ello las partes reconocen que es preciso trabajar de forma prioritaria en:

- Promover y favorecer de forma eficaz y efectiva la participación en las organizaciones de consumidores como instrumento eficaz de intervención en el mercado y de empoderamiento de la ciudadanía frente a los poderes económicos, dando a conocer el importante papel que desempeñan como mecanismo equilibrador del mercado y como cauce de participación y representación de los consumidores.
- Reconocimiento institucional del papel de las organizaciones de consumidores y usuarios más

representativas como organizaciones sociales cualificadas de relevancia constitucional y agentes colaboradores que intervienen en el mercado en representación de los consumidores.

- Compromiso de actualización del Registro de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de Andalucía, revisando los criterios de acceso al registro.
- Regulación de los criterios de representatividad de las organizaciones de consumidores y usuarios en Andalucía.

3. ATENCIÓN ESPECIAL A LOS MÁS VULNERABLES

Este nuevo escenario de consumo inteligente, responsable y eficaz no puede dejar atrás a ninguna persona consumidora por razones de insuficiencia de recursos económicos, menos formación, dificultades para el acceso a la información, discapacidades de cualquier tipo o cualquier otra razón.

La Administración y las tres asociaciones de consumidores y usuarios, desarrollaremos medidas que de forma directa o indirecta permitan superar cualquier obstáculo que dificulte la participación plena y efectiva de todas y cada uno de las personas consumidoras en Andalucía, identificando aquellos colectivos con necesidades singulares que puedan requerir actuaciones específicas a sus necesidades diferenciadas. Un modelo de consumo equitativo que ofrezca diferentes opciones para distintas necesidades y para ello se comprometen a desarrollar acciones de información, formación y asesoramiento destinadas de manera más específica a aquellos colectivos más desprotegidos.

4. LA ADMINISTRACIÓN Y LAS ASOCIACIONES COMO FACILITADORES

Tanto la administración pública como las organizaciones de consumidores tienen establecido un claro reconocimiento en sus funciones y atribuciones por el marco legal actual. La base de este documento reside en el reconocimiento del papel que ambas deben desempeñar en la protección y defensa de los consumidores y usuarios y en la aspiración compartida de alcanzar una mayor legitimación social basada en nuestra utilidad, eficacia y credibilidad. En ese sentido consideramos que seremos útiles si aportamos soluciones a la ciudadanía; seremos eficaces si actuamos desde la realidad de los intereses de la persona consumidora y creíbles si en lugar de tutelar propiciamos escenarios de emancipación de consumidores responsables.

Las asociaciones de consumidores y usuarios han de ser unas organizaciones fuertes y profesionalizadas, por ello, la Administración debe dar un paso más en el impulso del movimiento de consumidores apoyando a sus organizaciones más representativas.

Estas entidades con vocación general que, junto a la Administración, han impulsado el movimiento de consumidores andaluz y cuyo apoyo social debe continuar y consolidarse, para incrementar su notoriedad, así como, avanzar en el camino de su consideración como organizaciones sociales cualificadas de relevancia constitucional y agentes colaboradores, independientes y comprometidos, con la representatividad que deben tener como actores claves en las relaciones económicas y de mercado de nuestra sociedad.

La Administración andaluza se encuentra igualmente comprometida con la ciudadanía y por ello la mejora continua de su trabajo, la transparencia y la accesibilidad y modernización de los procedimientos son para ella objetivos de primer orden.

Tanto la Administración, como las asociaciones de consumidores y usuarios, en el escenario de la globalización y la sociedad de la información, deben ofrecer un servicio de calidad a la ciudadanía y para ello se comprometen a:

- Alcanzar el pleno cumplimiento de las exigencias constitucionales y estatutarias en cuanto a garantizar el máximo nivel de protección de los derechos y legítimos intereses de las personas consumidoras y usuarias en Andalucía.
- Fomentar la transversalidad de la protección de los consumidores y el fomento del consumo racional y sostenible en el conjunto de las Consejerías de la Junta de Andalucía, desarrollando acuerdos de colaboración en garantía de los derechos de los consumidores y usuarios.
- Optimizar los recursos materiales y mejorar la dotación actual de medios en la estructura administrativa de atención a las personas consumidoras y usuarias en Andalucía.
- Agilizar la resolución de los conflictos de consumo, fomentando la mediación y el arbitraje con la decidida apuesta de los agentes comprometidos en este proceso de concertación y con la dotación de medios necesarios para hacer de esta necesidad una realidad.
- Establecer un marco de políticas concertadas para la formación e información de las personas consumidoras y usuarias basadas en el consenso y la cooperación con las organizaciones de

consumidores firmantes.

- Hacer efectiva y accesible la tramitación electrónica de los procedimientos.

5. GENERAR COMPLICIDADES

El desarrollo de esta nueva política de consumo, sustentada en la participación, la cooperación, la generación de complicidades y la implicación de todos los actores que conforman los mercados requiere necesariamente de un marco estable de alianzas y compromisos con los principales agentes económicos y sociales de la Comunidad para garantizar, revalidar y reforzar esos vínculos, convirtiendo a las diferentes entidades públicas y privadas de la región en cómplices y copartícipes de nuestra estrategia, facilitando la que debe ser su piedra angular: la **concienciación** y la **participación del consumidor**.

Debatir y analizar las políticas que afectan a los consumidores, y a la ciudadanía en general, proponer acciones y abordar los distintos problemas que les afectan, buscando de forma dialogada soluciones, es fundamental para la consecución de avances reales en la defensa y protección de la persona consumidora y usuaria, por ello las partes acuerdan:

- Revitalizar el conjunto de órganos de participación social existentes en Andalucía así como impulsar aquellos que se estimen necesarios.
- Garantizar la presencia de organizaciones representativas de los intereses de los consumidores y usuarios en todos aquellos órganos consultivos y de participación que les afecten, tanto de carácter administrativo como dependiente de las agencias y empresas públicas.
- Impulsar la colaboración de las organizaciones de consumidores y usuarios en el proceso de elaboración desde su inicio, de las disposiciones de carácter general de la Junta de Andalucía relativas a materias que afecten directamente a los consumidores, garantizando que participen y sean oídas en dicho proceso así como en el preceptivo trámite de audiencia al Consejo de los Consumidores y Usuarios de Andalucía.
- Fomentar la participación de las organizaciones de consumidores en las Administraciones Públicas andaluzas que poseen competencias en materia de inspección que afecten a los consumidores, para la determinación de los sectores que anualmente se consideran prioritarios de vigilancia, control e inspección.
- Apoyar la potenciación y avance del Consejo Andaluz de Consumo, como órgano consultivo, de

participación, de mediación, de diálogo y de concertación en materia de defensa de los consumidores y usuarios.

- Apoyar la potenciación y avance del Consejo de los Consumidores y Usuarios de Andalucía, como máximo órgano de consulta y participación de los consumidores en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

6. GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

Es necesario que combinemos el conocimiento, de cada consumidor individual, de las asociaciones de consumidores y usuarios, del sector empresarial, de la administración y el conocimiento del resto de los actores implicados, de tal forma, que a través de las aportaciones de todos pongamos en marcha medidas que posibiliten el acceso a una mejor información por parte de los consumidores que les permita tomar decisiones libres y responsables; que propicien garantías de seguridad y calidad de todos los productos y servicios que se ofertan en el mercado y estableciendo sistemas que permitan la evaluación de resultados y, en caso necesario, el establecimiento de procedimientos ágiles para la resolución de conflictos.

En este sentido las partes acuerdan fomentar la información de las personas consumidoras y usuarias a través de los medios de comunicación de titularidad pública; así como promover instrumentos de información, asesoramiento y garantía de los derechos de los consumidores en todos los ámbitos de la actividad económica.

7. TRANSPARENCIA COMO VALOR

El acceso a información transparente y veraz sobre las políticas, actuaciones y resultados en consumo debe ser un derecho de la ciudadanía para facilitar el control social no sólo de la propia acción de gobierno, sino también de la responsabilidad de las entidades empresariales y de los distintos agentes implicados. La política de datos abiertos, además de contribuir al fortalecimiento democrático, genera valor económico a partir de la reutilización de los datos públicos ofrecidos libremente por la Administración.

La transparencia en la información supone un elemento de credibilidad en el que es necesario avanzar de forma consensuada. Su desarrollo efectivo necesitará que impulsemos el desarrollo de nuevas herramientas que hagan posible la reutilización de datos.

8. MAYOR PROFESIONALIZACIÓN

La globalización de los mercados y el auge de nuevas áreas emergentes hace necesaria una mayor profesionalización de los sectores implicados con formación y capacitación específica y el apoyo y la colaboración de Universidades, expertos y otras instituciones. Especialmente importante, por su dimensión, es la formación en la nueva economía digital, así como en las cuestiones económicas y financieras, por su impacto y complejidad.

Esta mayor profesionalización, pasa por la necesidad de optimizar y garantizar recursos económicos a las organizaciones de consumidores para atender las demandas y las necesidades individuales y colectivas de los consumidores inmersos en esas nuevas áreas emergentes y en unos mercados cada vez más complejos y globalizados.

Por ello, la Junta de Andalucía y las tres organizaciones de consumidores se comprometen a favorecer la colaboración necesaria entre la Junta de Andalucía, y las organizaciones de consumidores, para una mejor prestación de servicios a la ciudadanía, en su condición de consumidores y usuarios.

9. CAPACIDAD DE RESPUESTA EN LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

Las relaciones entre la ciudadanía, las administraciones, las asociaciones de consumidores y las empresas están cambiando. La definición de consumidor, las herramientas de comunicación e información, su celeridad en la transmisión, la dimensión de las empresas. Enfrentarse a ello requiere una nueva visión en la resolución de los conflictos, además, los actores de éste ámbito requieren una mayor agilidad en las respuestas y soluciones eficaces. Por tanto, debemos seguir potenciando las actuales fórmulas de resolución extrajudicial de conflictos y a su vez, avanzar, revisar e innovar en base a los retos que se nos plantean en los nuevos espacios relacionales.

10. LA RED COMO OPORTUNIDAD

Ha llegado el momento de plantear nuevas respuestas a las nuevas necesidades. La globalización de los mercados, la irrupción de nuevas formas de consumo y la existencia de Internet como un nuevo espacio social y económico, deben hacernos replantear el abordaje de las relaciones entre los actores que intervienen en el funcionamiento de los mercados (los consumidores, las empresas y las administraciones) y redefinir el nuevo papel a desempeñar por cada uno de estos agentes, explorando las nuevas e inmensas posibilidades que la red nos ofrece, ya que está dando lugar a un cambio cultural sin precedentes que es necesario potenciar creando espacios de escucha activa, colaboración, innovación y evaluación de las políticas de consumo.

Para aprovechar las oportunidades que nos dé Internet, debemos trabajar en red para potenciar nuestras capacidades, coordinar nuestros esfuerzos y complementar nuestra tarea en pro de un consumo inteligente y responsable, que contribuya a un mercado con valores.