

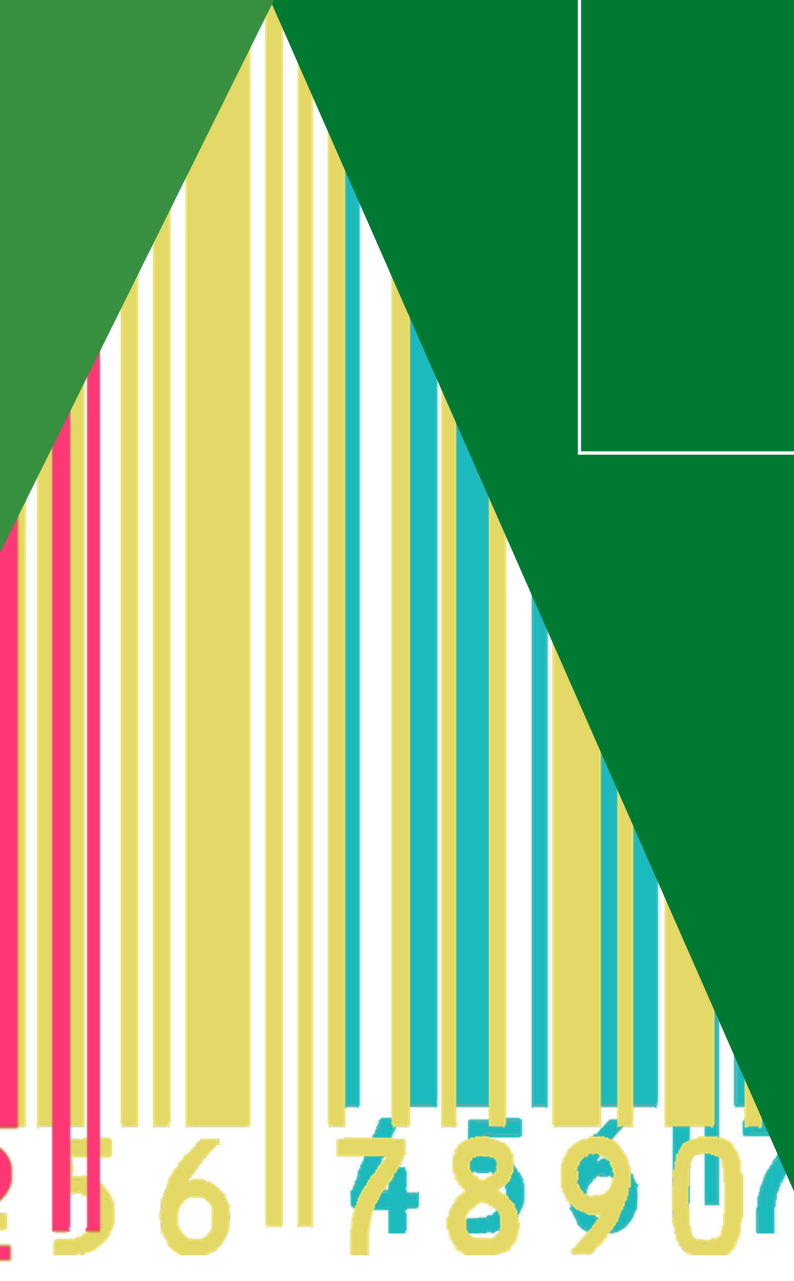
PLAN DE ACCIÓN DE DEFENSA
DE LAS PERSONAS
CONSUMIDORAS Y USUARIAS
EN ANDALUCÍA

2026
2028



Junta de Andalucía

Consejería de Sanidad, Presidencia
y Emergencias



**Plan de Acción de Defensa de las personas consumidoras y usuarias en Andalucía
2026 | 2028**

Edita: Consejería de Sanidad, Presidencia y Emergencias

Colabora: Escuela Andaluza de Salud Pública

Junta de Andalucía

Enero, 2026

Índice

Participantes en la elaboración del Plan	4
Acrónimos	6
Presentación	7
Marco Normativo y Estratégico	9
Gobernanza	14
Metodología	16
Misión, visión y valores	17
Análisis de la situación	19
Diagnóstico estratégico	29
Objetivos estratégicos	32
Planteamiento estratégico	33
Presupuesto del Plan	49
Evaluación y seguimiento	52

Participantes en la elaboración del Plan

Comité director

Nicolás José Navarro Díaz	Viceconsejero de Sanidad y Consumo
Milagros de Borbón y Cruz	Directora General. Dirección General Consumo
Manuel Gregorio García Martínez	Coordinador General. Dirección General Consumo
Daniel Escalona Rodríguez	Jefe de Servicio de Mediación, Reclamaciones y Arbitraje. Dirección General Consumo
Pablo Blanco de la Gala	Jefe de Servicio de Inspección y Normativa de Consumo. Dirección General Consumo
Antonio Javier Ballesteros Bono	Jefe de Servicio de Educación y Promoción de las Personas Consumidoras. Dirección General Consumo

Comité de Personas Expertas

Antonio Javier Ballesteros Bono	Jefe de Servicio de Educación y Promoción de las Personas Consumidoras. Dirección General Consumo
Encarnación Benavente García	Inspectora Consumo. Delegación Territorial Sevilla
Pablo Blanco de La Gala	Jefe de Servicio de Inspección y Normativa de Consumo. Dirección General Consumo
Alejandro Cabrera Paz	Jefe de Departamento del Consejo de las Personas Consumidoras y Usuarías. Dirección General Consumo
Manuel Carlos Cantalapiedra Pereyra	Confederación de Empresarios de Andalucía
María Dolores Gessa Sorroche	Confederación de Empresarios de Andalucía
Jordi Castilla López	Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de Andalucía (FACUA)
Soledad Cruzado Algarín	Ayuntamiento de los Palacios y Villafranca
Daniel Escalona Rodríguez	Jefe de Servicio de Mediación, Reclamaciones y Arbitraje. Dirección General Consumo

María Dolores Florido Güemes	Jefa de Sección de Formación y Defensa. Delegación Territorial Málaga
Manuel Gregorio García Martínez	Coordinador General. Dirección General Consumo
Eva María García Romero	Jefa de Servicio de Consumo. Delegación Territorial Málaga
Yolanda Jover Ramírez	Presidenta Junta Arbitral. Diputación de Córdoba. Representante de la Federación andaluza de Municipios y Provincias (FAMP)
Isabel María Moya García	Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de Andalucía (FACUA)
Raquel Pérez Corralejo	Presidenta Junta Arbitral. Diputación de Huelva
José Luis Pizarro Fernández	Director Área de Consumo. Ayuntamiento de Sevilla.
Carmen Prieto Castro	Jefa de Servicio de Consumo. Delegación Territorial Córdoba
Alicia Toledo Calvo	Jefa de Sección de Procedimiento e Informes. Delegación Territorial Córdoba

Oficina Técnica

Manuel Gregorio García Martínez	Coordinador General. Dirección General Consumo
Antonio Javier Ballesteros Bono	Jefe de Servicio de Educación y Promoción de las Personas Consumidoras. Dirección General Consumo
Eva Páez Muñoz	Profesora. Escuela Andaluza de Salud Pública
Alicia Vallejo Ortegón	Técnica. Escuela Andaluza de Salud Pública
Carlos Bruquetas Callejo	Asesor técnico. Consejería de Sanidad, Presidencia y Emergencias
María Lucía Imaz Fandos	Asesora técnica. Consejería de Sanidad, Presidencia y Emergencias

Acrónimos

- HQR:** Hojas de quejas y reclamaciones
- OMIC:** Oficina municipal de información al consumidor
- PIC:** Punto de información al consumidor
- FAQ:** Preguntas frecuentes
- OO:** Objetivo operativo

Presentación

La Comunidad andaluza cuenta con una población residente de más de 8 millones de personas y recibe un volumen anual de 36 millones de turistas, que desarrollan cientos de miles de operaciones comerciales. Todas ellas son personas consumidoras y usuarias sobre las que debería garantizarse la protección legal en materia de consumo. Y aunque la pandemia del COVID-19 supuso una ralentización de las operaciones comerciales, la actividad económica y turística se ha reactivado elevándose por encima de los niveles prepandemia.

Además, la ciudadanía andaluza está inserta en un mercado global e interconectado. Si bien es cierto que un gran número de los intercambios comerciales se producen con intermediación entre la persona física/jurídica prestadora del servicio/vendedora del bien y la que lo adquiere, hay un número cada vez mayor de personas que utilizan el comercio online para realizar sus compras de bienes, para informarse de las condiciones de un producto o de la prestación de un servicio, para reclamar a una empresa o para trasladar una reclamación o una denuncia a la Administración de Consumo. De hecho, la pandemia del covid-19 ha coadyuvado a un aumento en el comercio online en multitud de sectores.

Por otra parte, la pertenencia de España a la Unión Europea, un mercado de 449 millones de personas, establece un marco normativo de protección de la ciudadanía en cuanto que consumidora que viene definido en una serie de disposiciones que la dirigen e impulsan en función de los distintos servicios y productos a los que va encaminada. Este marco contribuye a determinar la capacidad y competencias de la Administración andaluza en materia de vigilancia del mercado o resolución de conflictos.

Desde 1989, la Dirección General de Consumo dirige y coordina la labor de defensa de las personas consumidoras, y junto con la administración local, es la responsable de garantizar el cumplimiento de los derechos de la ciudadanía.

En este marco, la Administración de la Junta de Andalucía considera que es necesario establecer un nuevo Plan de Acción, en relación con los Planes y Marcos establecidos a nivel europeo y español, que impulse a la Administración de consumo para conseguir una mayor satisfacción de las personas consumidoras en Andalucía, cuando tienen un conflicto de consumo.

El Consejero de Sanidad, Presidencia y Emergencias

Marco Normativo y Estratégico

La Planificación estratégica de la Junta de Andalucía en materia de consumo ha estado en línea con los marcos de Planificación Estatal y Europeo, marcos en los que competencialmente nos movemos de acuerdo con la normativa en vigor.

El Tratado de la Unión Europea recogía en su artículo 153 los principios generales de protección de las personas consumidoras. Estas políticas actualmente han pasado a formar parte del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, que en su artículo 169.1 indica que:

«Para promover los intereses de los consumidores y garantizarles un alto nivel de protección la comunidad contribuirá a proteger la salud, la seguridad y los intereses económicos de los consumidores, así como a promover su derecho a la información, a la educación y a organizarse para salvaguardar sus intereses».

La Constitución Española en su artículo 51 recoge que:

«Los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos».

Los poderes públicos promoverán la información y la educación de los consumidores y usuarios, fomentarán sus organizaciones y oirán a éstas en las cuestiones que puedan afectar a aquéllos, en los términos que la ley establezca».

El Estatuto de Autonomía para Andalucía, aprobado mediante Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo, en su artículo 27, establece que:

«Se garantiza a los consumidores y usuarios de los bienes y servicios el derecho a asociarse, así como a la información, formación y protección en los términos que establezca la ley. Asimismo, establece que, mediante ley, se regularán los mecanismos de participación y el catálogo de derechos del consumidor».

A través de dicho Estatuto, nuestra Comunidad Autónoma asume competencias exclusivas sobre “la adopción de medidas de policía administrativa con relación a la disciplina de mercado”.

Se asumen también competencias exclusivas (artículo 58.2. 4º) de acuerdo con las bases y la ordenación de la actuación económica general, y en los términos de lo dispuesto en los artículos 38, 131 y 149.1. 11ª y 13.ª de la Constitución, sobre la “defensa de los derechos de los consumidores, la regulación de los procedimientos de mediación, información y educación en el consumo y la aplicación de reclamaciones”.

En cuanto a las dos normas básicas en la defensa de las personas consumidoras, tenemos:

- El Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, que ha incorporado la normativa general de defensa de las personas consumidoras en España y, con todas sus modificaciones, constituye el marco legislativo de carácter general de aplicación en Andalucía, junto con la normativa dictada en nuestra Comunidad Autónoma.
- La Ley 13/2003, de 17 de diciembre, de Defensa y Protección de los Consumidores y Usuarios de Andalucía, que establece las bases de la acción administrativa de consumo, y “...que se distingue por perfilar unos instrumentos jurídicos al servicio de la Administración de consumo que pretenden superar las deficiencias advertidas a lo largo de las dos décadas de experiencia que ya se tenía, procurando sentar las bases jurídicas de una actuación más eficaz”.
- También se ha tenido como referencia en la elaboración del Plan la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía y el III Plan Estratégico para la Igualdad de Mujeres y Hombres en Andalucía, marco del que se ha dotado la Junta de Andalucía para establecer las directrices, objetivos estratégicos y líneas básicas de intervención para orientar a los poderes públicos en materia de igualdad entre hombres y mujeres en todas las áreas. Por otro lado, la Igualdad de Género es una materia transversal del Plan, recogida no solo en actuaciones específicas sino también en el impulso a la paridad en todos los órganos de la Administración y de fuera de ella que han contribuido en la definición de los objetivos, acciones y líneas estratégicas del Plan y en el mismo espíritu del PADPCUA.

La Planificación Estratégica en Andalucía, a lo largo de los cinco últimos lustros, se ha concretado en la elaboración de los siguientes instrumentos:

- Plan Estratégico de Protección al Consumidor en Andalucía 2002–2005.
- Plan Estratégico de Defensa y Protección de las Personas Consumidoras de Andalucía 2008–2011.

Las estrategias que actualmente están en marcha, relacionadas con el ámbito de los derechos de las personas consumidoras y su protección, se recogen a continuación.

Agenda 2030

A nivel mundial se adoptó un conjunto de objetivos globales para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para toda la población como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible denominada Agenda 2030. La Agenda 2030 se compone de 17 objetivos globales, cada uno con sus metas e indicadores, y dentro de ellos el ODS12 sobre producción y consumo responsables, establece una serie de Metas, algunas de las cuales tienen relación con las personas consumidoras:

- De aquí a 2030, reducir a la mitad el desperdicio de alimentos “per cápita” mundial en la venta al por menor y a nivel de los consumidores y reducir las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y suministro, incluidas las pérdidas posteriores a la cosecha.
- De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.
- De aquí a 2030, asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza.

“Nuevo Marco para los Consumidores”, junto con la “Nueva Agenda del Consumidor. Reforzar la resiliencia del consumidor para una recuperación sostenible”

Establece una serie de medidas dirigidas hacia:

- Un refuerzo de los derechos de las personas consumidoras en el comercio electrónico.
- El suministro a las personas consumidoras de los instrumentos necesarios para ejercer sus derechos y obtener una compensación.
- El establecimiento de sanciones efectivas en caso de infracción de la legislación de la UE en materia de protección de las personas consumidoras.
- El tratamiento de la calidad dual de los productos de consumo.
- Una mejora de las condiciones para las empresas.

Que se traducen tras la pandemia en cinco ámbitos prioritarios:

- La transición ecológica,
- La transformación digital,
- La tutela y el respeto de los derechos de las personas consumidoras,
- Las necesidades específicas de determinados grupos de personas consumidoras, y
- La cooperación internacional.

En este marco legal y estratégico es donde se incardinan las Líneas, Objetivos y Acciones que se incluyen en este Plan de Acción de Defensa de las Personas Consumidoras en Andalucía 2026–2028.

Marco Estratégico de Consumo de la Conferencia Sectorial de Consumo

Actualmente tenemos a nivel estatal el Marco Estratégico de Consumo de la Conferencia Sectorial de Consumo (2022–2025), aprobado por todas las Comunidades autónomas junto con el Ministerio de Consumo, en el que se establecen 4 Líneas Estratégicas:

Línea estratégica 1: Conseguir una mejora en la protección de los derechos de las personas consumidoras por parte de las Administraciones Públicas, en la que se pretende evaluar y mejorar la calidad de los servicios prestados en relación con la vigilancia del mercado, la resolución alternativa de conflictos y la gestión de reclamaciones.

Línea estratégica 2: Maximizar la cooperación entre las distintas administraciones de consumo y la digitalización. En ella se pretende impulsar tanto la cooperación y comunicación, como la digitalización e interconexión de las administraciones de consumo.

Línea estratégica 3: Amoldar las normas para una eficacia mayor en la protección de los derechos de las personas consumidoras, colaborando para una mejor elaboración de las normas.

Línea estratégica 4: Fomentar la información, formación y educación en materia de consumo.

Gobernanza

Para la elaboración de este Plan se ha contado con la colaboración de agentes profesionales relacionados con el ámbito de consumo. Se definió una estructura de gobernanza constituida por:

Comité director

Es el órgano responsable de definir las líneas y objetivos estratégicos del Plan, tras analizar el diagnóstico realizado y determinar los problemas, necesidades y retos relacionados con la situación actual.

Está compuesto por la persona responsable de la Dirección General de Consumo, la Coordinación General y las Jefaturas de Servicio de la Dirección General de Consumo.

Oficina técnica del Plan Estratégico

Apoya la elaboración del Plan como responsable de la propuesta y desarrollo de la metodología, redacción de documentos intermedios y de la redacción final del Plan.

Está compuesta por profesionales de la Dirección General de Consumo y la Escuela Andaluza de Salud Pública.

Comité de personas expertas

Este comité ha participado en el análisis de situación, aportando información cualitativa sobre los actuales problemas y necesidades de las personas consumidoras, desde su experiencia profesional, que sirvió de base para la elaboración del diagnóstico estratégico. En su composición se ha tenido en cuenta la perspectiva de género.

Además, ha revisado y ha propuesto modificaciones al borrador del documento antes de su aprobación.

Una vez implantado el Plan, se le remitirán los informes de evaluación anual para su información y propuesta de las modificaciones que se consideren oportunas.

Está integrado por profesionales de Consumo de la Junta de Andalucía y de la Administración Local, representantes de las Asociaciones de Personas Consumidoras, de la Confederación de Empresarios de Andalucía y de la Federación Andaluza de Municipios y Provincias.

Comité de implantación y seguimiento del Plan

Una vez aprobado el Plan, se constituirá un Comité de implantación y seguimiento encargado de planificar, coordinar y evaluar el seguimiento del Plan, así como de proponer posibles cambios en las acciones que se consideren necesarios.

Estará compuesto por la persona responsable de la Dirección General de Consumo, la de la Coordinación General y las de las jefaturas de servicio de la Dirección General de Consumo, así como por dos personas entre las jefaturas de servicio de los servicios territoriales de consumo, y dos representantes designados por la Federación Andaluza de Municipios y Provincias entre el personal funcionario o de la administración local de consumo.

Metodología

Este Plan de acción se ha elaborado utilizando la metodología para la elaboración de planes estratégicos de políticas públicas en la Junta de Andalucía del Instituto Andaluz de Administración Pública (IAAP), y se ha contado con el apoyo de la Escuela Andaluza de Salud Pública para su desarrollo.

Para la elaboración de este documento se realizó un análisis de situación de los principales registros administrativos, encuestas y estadísticas, y de los programas de Consumo teniendo en cuenta algunas variables sociodemográficas. Por otra parte, estos datos se completaron con información cualitativa recogida a través de entrevistas a las personas titulares de las jefaturas provinciales de consumo, a las del servicio de la Dirección General de Consumo y a la Directora General, y mediante grupos focales con distintos agentes implicados (profesionales de consumo, asociaciones de consumidores y empresas), que son los que componen el Comité de personas expertas. Este análisis de situación se recoge en los Anexos I, II y III.

Una vez realizado el diagnóstico, se llevó a cabo una reunión de planificación estratégica con el Comité director del Plan, para abordar los principales problemas, necesidades y retos que darían lugar a los objetivos y líneas estratégicas del Plan de Acción.

Para cada línea estratégica se definieron los objetivos operativos y las acciones para su consecución. El Comité director validó las acciones contempladas para cada objetivo.

El seguimiento del Plan necesita un sistema que permita conocer el grado de cumplimiento de los objetivos y las acciones. Por ello se definieron indicadores de evaluación.

Una vez finalizado este proceso, se redactó el primer borrador del Plan de Acción, que fue revisado en primer lugar por el Comité director del Plan. Se revisó y se sometió a consultas de las personas incluidas en el Comité de personas expertas que forman parte de los distintos grupos de interés (Asociaciones de Personas Consumidoras, Confederación de Empresarios de Andalucía, Federación Andaluza de Municipios y Provincias, Administración de Consumo Autonómica —servicios centrales y territoriales—, y Administración Local de Consumo) para que realizaran aportaciones en relación con las acciones definidas y, si estimaban que alguna necesaria no lo estaba, la propusieran.

Misión, visión y valores

Misión

La misión de la Dirección General de Consumo es garantizar los derechos y legítimos intereses de las personas consumidoras y usuarias en Andalucía.

Visión

La Dirección General de Consumo aspira a convertirse en referente para las personas consumidoras y usuarias en la defensa de sus derechos, promoviendo unas relaciones de consumo más equilibradas, en colaboración con las asociaciones, la ciudadanía y el sector empresarial, a través de un servicio público de calidad, proactivo y accesible que permitan satisfacer con éxito las expectativas de la sociedad andaluza.

Valores

Protección de Derechos

Actuando siempre con el objetivo de defender los derechos e intereses de las personas consumidoras y usuarias en Andalucía con imparcialidad e independencia.

Compromiso con la ciudadanía

Ofreciendo una atención personalizada, amable, empática, respetuosa y cercana hacia las personas que demandan el apoyo de la Administración para resolver sus dudas, consultas y conflictos en materia de consumo.

Universalidad

Garantizando el derecho de acceso a los servicios de consumo en condiciones de igualdad y no discriminación para todas las personas en Andalucía, e incluyendo la perspectiva de género en la gestión y en las políticas de consumo en nuestra Comunidad.

Accesibilidad

Facilitando el acceso a los servicios de consumo a cualquier persona interesada, desde cualquier punto del territorio, disponiendo para ello de una red de oficinas físicas con presencia en todas las provincias andaluzas, y de unos canales de comunicación disponibles de forma continuada a través del teléfono y de Internet.

Participación

Generando espacios de debate y reflexión para impulsar la participación de la ciudadanía y de los grupos de interés, como las organizaciones consumeristas y el tejido empresarial, en el diseño de las políticas públicas de consumo.

Transversalidad

Integrando la perspectiva de consumo en las diferentes políticas y acciones públicas desarrolladas por la Administración andaluza que afecten directa o indirectamente a las personas consumidoras y usuarias.

Transparencia

Cumpliendo con el deber de la Administración de ofrecer una información veraz, accesible, útil y comprensible sobre las actuaciones desarrolladas en materia de consumo, disponible para la ciudadanía y todos los agentes implicados en el sector.

Sostenibilidad

Impulsando la conciencia de aumentar la responsabilidad en el consumo sostenible.

Análisis de la situación

La defensa de los derechos de las personas consumidoras, como se ha contextualizado en la introducción del presente documento, es un ámbito que compete a varias administraciones públicas, en el que juegan un papel importante las asociaciones de personas consumidoras y usuarias y las empresas.

La labor de la Administración de Consumo de la Junta de Andalucía, junto a la de la Administración Local, ha ido dirigida durante estos años a responder a las necesidades que se iban detectando, concretándose en iniciativas de tipo informativo, de actuaciones relacionadas con la resolución alternativa de conflictos a la vía judicial, y con la vigilancia del mercado.

A continuación, se da información de las actuaciones realizadas por la Administración de Consumo de la Junta de Andalucía, junto con las actividades realizadas por las Asociaciones, con el apoyo de la Junta de Andalucía a través de subvenciones, y de los datos comunicados por la Administración Local.

Labor informativa y formativa

Información

La labor informativa articulada por la Administración de la Junta de Andalucía se organiza en los siguientes ejes:

La plataforma “*Consumo Responde*” es un servicio de información y asesoramiento en materia de consumo accesible para cualquier persona, desde cualquier punto del territorio andaluz, que puede presentar sus dudas y consultas a través de los diferentes canales habilitados.

Los datos muestran una subida de las consultas hasta 2020 y 2021 (54.829 y 51.869) y bajadas hasta las 30.261 consultas en 2023. Es necesario hacer un estudio de las causas por las que se produce este descenso.

Respecto de los ámbitos o materias que suscitan mayor interés para las personas usuarias, se observa un incremento de las debidas a suministros básicos, fundamentalmente energía, hasta 2021, que baja en 2022 y 2023, y un descenso lento pero paulatino de las debidas a telecomunicaciones, quedando como mayor porcentaje las relativas a la gestión de las reclamaciones que llegan al 51.4% en el año 2023.

El número de consultas atendidas por los Servicios de Consumo, asimismo, se ha ralentizado, desde las 19.249 en 2019, hasta las 6.252 en 2023. Se mantuvieron en 2024 y en 2025 aumentaron hasta las 7.448 consultas de las que el 47,3 fueron realizadas por hombres, el 44,9 por mujeres y un 7,8 % fueron realizadas por empresas.

El desglose de los datos de consultas desagregados por sexo indica que no se observan brechas de género excesivamente marcadas con respecto a la distribución entre hombre y mujeres.

Formación de profesionales

La formación a las personas profesionales constituye un pilar fundamental para la capacitación y actualización de conocimientos. Durante el año 2023 se han llevado a cabo 7 cursos de formación para personal de la Junta de Andalucía y de la administración local en los que se formaron a 304 personas: 121 hombres y 183 mujeres.

Actuaciones formativas dirigidas a la ciudadanía

Dentro de los programas de subvenciones que se destinan a las Asociaciones de personas consumidoras se realizan actividades formativas para la ciudadanía. En 2023, con las actividades formativas subvencionadas realizadas por las Asociaciones de Personas Consumidoras se formaron a 35.693 personas, de ellas 18.063 hombres (50,6%) y 17.630 mujeres (49,4%).

Resolución alternativa de conflictos a la vía judicial

Hojas de Quejas y Reclamaciones

La Junta de Andalucía tiene regulado el mecanismo de las Hojas de Quejas y Reclamaciones (en adelante, HQR) para que las personas puedan presentar sus controversias ante las empresas suministradoras de bienes o de servicios.

El número total de reclamaciones tramitadas se reduce considerablemente desde 2019 a 2020, manteniéndose constante desde ese momento, en torno a las 13.000 anuales.

Las actividades económicas sobre las que más se reclama son los servicios, y de ellos los servicios esenciales, como la electricidad, el comercio minorista, y los servicios de telecomunicaciones. Tras los anteriores, se reclama sobre la compra de vehículos y servicios de asistencia técnica. Solo el 2,6% de las HQR se refieren a productos industriales y un 0,3% se refieren a alimentos.

Las causas más frecuentes que motivan la presentación de hojas de reclamaciones son:

- En materia de telecomunicaciones hay mayoritariamente, incumplimientos de condiciones ofertadas (tarifas promocionales), penalizaciones por no permanencia, facturaciones indebidas, portabilidades incumplidas.
- En materia de suministro eléctrico, en su mayoría afectan a discrepancias con la facturación, lecturas estimadas o aumento de tarifas, por daños de sobretensión o corte de suministro, y liquidaciones por supuesto fraude o cambio de mercado regulado a libre sin información previa a la persona interesada.
- En el ámbito del comercio minorista las principales reclamaciones tienen que ver con el uso de la garantía y sus condiciones y con la publicidad de precios y las condiciones de la oferta.
- En materia financiera y de inversión, dentro de los préstamos hipotecarios destacan las denuncias de cláusulas abusivas, de cargos de gastos de formalización de hipotecas, y en las cuentas corrientes las relativas a comisiones y condiciones para el pago de recibos.

El tiempo medio para la tramitación de las reclamaciones aumentó durante 2020 y 2021 hasta los 137 y 120 días respectivamente, reduciéndose hasta los 89 días en 2023 y a los 57 en 2024.

Mecanismos de Resolución de conflictos

La Administración tiene configurados dos mecanismos alternativos a la vía judicial para la resolución de las reclamaciones, que son la mediación y el arbitraje, siendo ambos voluntarios para la persona consumidora, y para el sector empresarial, que no está obligado a someterse a ellos.

— Mediación

Durante todos estos años, un porcentaje importante de los conflictos en materia de consumo que llega a las Administraciones Públicas competentes son resueltos a través de mecanismos de mediación. La mediación es una técnica de resolución de litigios que presenta múltiples ventajas frente a otros mecanismos en los que también interviene una tercera parte imparcial. El principal beneficio, sin duda, es la libertad que tienen las partes en conflicto para buscar una solución aceptada voluntariamente por ambas.

De las 12.227 reclamaciones tramitadas por los Servicios de Consumo de la Junta de Andalucía en 2025 (datos provisionales a 16 de enero de 2026), casi la mitad fueron trasladadas a otros organismos por razones de competencia (5.314, un 43,5%) mientras que se alcanzaron acuerdos en 446 (un 3,65%). Asimismo, fueron trasladadas a una Junta Arbitral 177 reclamaciones (1,5%) por encontrarse la empresa adherida.

— Arbitraje de consumo

El Sistema Arbitral de Consumo es un servicio público que la Administración andaluza, en colaboración con las asociaciones de personas consumidoras y usuarias y las organizaciones empresariales, pone a disposición de la ciudadanía para resolver las controversias que surjan en materia de consumo.

Junto a la Junta Arbitral de Consumo de la Comunidad Autónoma de Andalucía, adscrita a la Consejería de Sanidad, Presidencia y Emergencias de la Junta de Andalucía, existen en nuestra Comunidad otras 17 Juntas Arbitrales. De estas, ocho son provinciales y dependen de sus respectivas Diputaciones Provinciales, y otras ocho son municipales y dependen de sus Ayuntamientos, situándose una en cada capital de provincia y otra en El Ejido.

___ Solicitudes de arbitraje

En 2020 su número cayó debido al COVID-19, pero a partir de 2021 se produjo un aumento continuo, estabilizándose en 2023 en torno a las 2.300. En 2025 se han recibido 795 solicitudes de arbitraje. Se trata de la cifra más baja de, al menos, los últimos 20 años de funcionamiento de la Junta Arbitral de Consumo de Andalucía (en el año 2024 se registraron 1.548 solicitudes y en 2023 un total de 2.309). Ello se debe a la entrada en vigor de la nueva norma estatal reguladora del arbitraje de consumo, el Real Decreto 713/2024, de 23 de julio, por el que se aprueba el Reglamento que regula el Sistema Arbitral de Consumo. La misma prohíbe que las empresas se adhieran únicamente a una Junta Arbitral autonómica como la andaluza -como ocurría anteriormente con las grandes empresas de energía- y da prioridad a las Juntas Arbitrales municipales y provinciales.

El sector más reclamado sigue siendo el de los suministros energéticos (electricidad y gas) con un 45% del total de las solicitudes. El resto se reparte entre los distintos sectores de actividad, destacando las telecomunicaciones (10%) y el comercio minorista (5%). No obstante, la disminución en el número de solicitudes de arbitraje recibidas, las efectivamente tramitadas fueron 2.521 (la mayoría procedentes del año anterior cuya tramitación no había finalizado). De ellas, en 2025 fueron trasladadas a otras Juntas Arbitrales 615 solicitudes (24%). Desde 2021 el tiempo medio empleado en registrar los expedientes pasó de 30 días a 106 en 2023.

Respecto del tiempo medio en tramitar los expedientes hasta su finalización en 2023 es de 271 días, lo que excede el plazo legal de 90 días para resolver. El aumento del número de solicitudes, junto a las limitaciones de personal, son el origen de este problema.

___ Laudos arbitrales

De los 2.521 expedientes de arbitraje tramitados en el año 2025, 909 fueron finalizados mediante laudo (un 36 %). De ellos, han sido notificados 635 de los que 464 fueron estimatorios de las pretensiones de la persona consumidora (73%), 69 desestimatorios (11%) y 102 conciliatorios por haberse llegado a un acuerdo (16%).

__Adhesiones al sistema arbitral de consumo

Durante 2025 se han adherido 19 nuevas empresas, sumando un total de 5.279 las empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo en nuestra Junta Arbitral.

Por último, es necesario comentar en este apartado que, en los procedimientos de resolución alternativa de conflictos a la vía judicial, tanto en la tramitación de reclamaciones como en la de solicitudes de arbitraje, se ha detectado una brecha de género, según se refleja en las siguientes tablas:

Sexo de la persona reclamante, porcentaje										
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Hombres	55,2	55,4	53,0	53,7	55,8	54,4	54,8	54,0	51%	53%
Mujeres	44,8	44,6	47,0	46,3	44,2	45,6	45,2	46,0	46%	44%
No procede									3%	3%

Solicitudes de arbitraje por sexo, porcentaje						
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Hombres	55,5	57,1	58,6	60,0	59,0	57,95%
mujeres	43,9	42,0	40,0	39,0	38,0	40,83%
No procede	0,6	0,9	1,4	1,0	3,0	0,78%

Fuente: Elaboración de propia

Debido a estas diferencias sostenidas en el tiempo, es necesario seguir realizando diagnósticos de género e incluir en las sucesivas evaluaciones anuales acciones en este sentido, en caso de que las desigualdades persistan. Se trata de un indicador que verdaderamente hay que conseguir, aunque esto solo pueda hacerse por medio de una concienciación muy a largo plazo, para que sean las mujeres las que, empoderándose, realicen estas reclamaciones y solicitudes de arbitraje.

Acción de control del mercado

Para controlar el cumplimiento de la amplia normativa en materia de consumo por parte de las empresas que suministran bienes u ofertan servicios en Andalucía, la Junta de Andalucía tiene entre sus funciones la de inspección y control del mercado. Con este fin, los distintos órganos de la Junta de Andalucía con competencias en esta materia desarrollan su actividad inspectora.

La actividad inspectora se ejerce sobre las empresas que venden bienes o prestan servicios en Andalucía. Según el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, a 1 de enero de 2024 el número de empresas con actividad económica en la comunidad autónoma era de 774.123.

El número de actuaciones inspectoras en el periodo 2019-2025, se mantuvo estable con una media de 14.684 inspecciones al año, a excepción del año 2020, en el que disminuyeron a 11.556, debido a los efectos provocados por la pandemia por COVID-19.

En relación con la calificación de las actas, se detecta que la mayor parte fueron calificadas como negativas (75,6%), es decir, que no se detectó ninguna irregularidad.

En todo el rango temporal 2019-2025, y sin tener en cuenta las actuaciones de búsqueda de productos introducidos en la Red de Alerta, las actividades de servicios fueron las que presentaron un mayor grado de incumplimiento de la normativa (39,5%), seguidas del sector de productos industriales (23,7%) y del sector de alimentación (22,6%).

Actuaciones programadas en Campañas de Inspección

Cada año, la Junta de Andalucía elabora un Plan de Inspección, en el que participan, realizando propuestas, las asociaciones de personas consumidoras y las asociaciones empresariales pertenecientes al Consejo Andaluz de Consumo, así como otros centros directivos de la Junta de Andalucía.

El resultado de estas campañas de inspección indica que hay sectores que, claramente, siguen manteniendo elevados niveles de irregularidades. Así ocurre en campañas como las

de entidades financieras, vivienda, operadoras de telecomunicaciones, contratación a distancia a través de páginas webs, compañías aéreas, en las que, a pesar de tener una normativa ya consolidada, se siguen detectando elevados niveles de incumplimiento.

Actuaciones en materia de seguridad de productos no alimenticios

La Red de Alerta de productos no alimenticios es un sistema de intercambio rápido de información entre autoridades encargadas del control de mercado en el ámbito europeo, ante la existencia de un producto que puede generar riesgos para la salud y seguridad de las personas consumidoras y usuarias.

En el periodo considerado, 2019-2025, se tramitaron en Andalucía alrededor de 2.660 alertas anuales comunicadas a través de la red de Alerta de Productos de Consumo. La procedencia de los productos más frecuente (56,3%) es de un país no comunitario, el 18,5% de los productos son de un país comunitario, el 2,7% proceden de España y, finalmente, en el 22,3% de los casos, se desconoce el origen del producto.

La potestad sancionadora

La potestad sancionadora es uno de los mecanismos con los que cuenta la Administración para el cumplimiento de la normativa. En Andalucía, se regulan los tipos infractores en la Ley 13/2003, de 17 de diciembre, que se complementa con lo previsto en el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre. En nuestra Comunidad, se inician y resuelven en torno a 2.200 expedientes sancionadores anuales en materia de consumo.

La cuantía de las sanciones se encuentra entre los 5,1 millones de euros de 2019, los 18,9 millones de 2021 y los 10,1 millones de 2024, importes sujetos a oscilación como consecuencia del abordaje de procedimientos sancionadores en sectores de alta repercusión, como pueda ser el sector financiero o el de telecomunicaciones.

Debe tenerse en cuenta, además, que la cuantía de las sanciones de las multas previstas en el artículo 74 de la Ley 13/2003, de 17 de diciembre, se ha visto incrementada tras la modificación operada por la Ley 3/2016, de 9 de junio, para la protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias en la contratación de préstamos y créditos hipotecarios sobre la vivienda, y con las recientes modificaciones del régimen sancionador del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, que tienen carácter de legislación básica..

Fomento del asociacionismo de consumo

La Administración de Consumo de la Junta de Andalucía ha sido una de las pioneras en apoyar a las asociaciones de personas consumidoras, creándose el Consejo Andaluz de Consumo con la primera ley autonómica de consumo, la Ley 5/1985, de 8 de julio, de los Consumidores y Usuarios en Andalucía, y es una de las Administraciones del Estado Español que mantiene su apoyo al movimiento asociativo consumerista.

El fomento del asociacionismo se lleva a cabo de diferentes formas, aunque la principal es el apoyo al mantenimiento de asociaciones y federaciones de asociaciones mediante subvenciones, con una media de 520.000 euros al año dedicados a esta actuación. Es importante destacar la labor de las federaciones y asociaciones que informan a la ciudadanía, realizan actividades formativas y las representan a través de la participación en las instituciones públicas andaluzas, y a través de la audiencia en la consulta sobre normas o sobre precios públicos.

El Registro de Asociaciones y organizaciones de personas consumidoras y usuarias de Andalucía contaba en 2025 con tres federaciones de asociaciones de ámbito autonómico y 40 asociaciones de ámbito provincial o local.

Administración Local

La Administración Local es, junto con la Dirección General de Consumo y los servicios territoriales, la responsable de la protección de los derechos de los consumidores y usuarios. Las Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC) son órganos de titularidad pública cuyo objetivo es proporcionar información, orientación y asesoramiento a las personas consumidoras en la Comunidad Autónoma Andaluza. La Junta de Andalucía apoya la creación y mantenimiento de las OMIC y los Puntos de Información al Consumidor (PIC) con la convocatoria, entre otras medidas, de subvenciones en materia de consumo para entidades Locales, de 870.000 euros de media anuales.

Las competencias propias de los municipios en materia de consumo se encuentran reconocidas en el artículo 9.15 de la Ley 5/2010, de 11 junio de Autonomía Local de Andalucía, y están reguladas, entre otras, en la Ley 13/2003, de 17 de diciembre.

En el territorio andaluz, incluyendo los Servicios de consumo que se configuran de forma centralizada en los ayuntamientos que así lo consideren, hay 176 OMIC y PIC.

Los datos comunicados por la Administración Local sobre su actividad en el ejercicio 2024 (de un total de 106 entidades, —ayuntamientos y diputaciones—), son de 88.956 consultas atendidas, habiéndose tramitado 15.326 reclamaciones. Se realizaron 10.374 mediaciones. Se recibieron 2.227 solicitudes de arbitraje y se dictaron 503 laudos. En cuanto a las actuaciones inspectoras, por parte de cinco municipios se realizaron un total de 832 actuaciones inspectoras. En global respecto del año 2024, prestan servicio como personal propio 96 profesionales de la Administración Local en Andalucía con dedicación completa a consumo y 25 personas a tiempo parcial.

En ocasiones el servicio se presta a través de convenios con asociaciones de consumidores y consumidoras, y en municipios medianos y pequeños con la asistencia de la Diputación Provincial.

Diagnóstico estratégico

Como resultado del análisis de situación de los principales registros administrativos, encuestas y estadísticas de los programas de Consumo, las entrevistas a las personas titulares de las jefaturas provinciales de consumo, a las de las jefaturas de Servicio de la Dirección General de Consumo y a la Directora General y la realización de grupos focales con el Comité de personas expertas (profesionales de consumo, asociaciones de consumidores y empresas), el Comité director del Plan detectó los siguientes problemas, necesidades y retos.

Problemas

- **Desigualdad en el acceso a los servicios:** todas las personas consumidoras no tienen la misma posibilidad de acceso a la información y a los servicios de defensa de sus derechos, lo que crea desigualdades significativas.
- **Lentitud en los procedimientos administrativos:** la gestión de los expedientes es lenta, fundamentalmente en el procedimiento de arbitraje en el que no se cumple el límite legal de resolución de 90 días.
- **Desconocimiento/desatención por parte de las empresas de la normativa aplicable:** muchas empresas desconocen o desatienden la normativa de protección de las personas consumidoras, lo que puede llevar a prácticas comerciales desleales y abusivas.
- **Desconocimiento de la ciudadanía de sus derechos en materia de consumo:** las personas consumidoras a menudo no conocen sus derechos, lo que les impide defenderse eficazmente contra prácticas desleales.
- **Desigual ejercicio de competencias de la Administración Local en materia de consumo:** la administración local no siempre tiene la capacidad o iniciativa para implementar medidas efectivas de protección de las personas consumidoras.
- **Falta de un tejido asociativo fuerte:** la falta de organizaciones fuertes y activas para la defensa de las personas consumidoras reduce la capacidad de presión y defensa colectiva de sus derechos.
- **Dificultades para vigilar el comercio online:** el comercio online presenta nuevos retos que actualmente no están siendo abordados eficazmente, al menos en lo que a su vigilancia se refiere.

Necesidades

Desigualdad en el acceso a los servicios

- Asegurar el acceso digital a los servicios de defensa de las personas consumidoras.
- Fomentar oficinas móviles y centros de información en áreas rurales y zonas desatendidas para facilitar el acceso a los servicios de consumo.

Mejora de procedimientos

- Agilizar los procedimientos administrativos para hacerlos más accesibles y eficientes, empleando para ello las nuevas tecnologías.
- Adaptar los servicios de consumo a las necesidades de la ciudadanía.
- Mejorar los mecanismos de control y sanción para garantizar el cumplimiento normativo.

Conocimiento empresarial

- Ofrecer formación a las empresas sobre normativa de protección a las personas consumidoras y sobre responsabilidad social.
- Potenciar la participación empresarial en los órganos de concertación.

Conocimiento ciudadano

- Desarrollar campañas informativas continuas y accesibles para informar a las personas consumidoras sobre sus derechos.
- Implementar programas en escuelas y comunidades para fomentar la educación en derechos de las personas consumidoras.

Impulso local

- Proveer de recursos y formación a las administraciones locales para mejorar su capacidad de respuesta.
- Priorizar la protección de las personas consumidoras en las políticas locales.

Retos

Integración de tecnologías innovadoras

- Integrar tecnologías avanzadas para mejorar la eficiencia de los procesos.
- Crear vínculos digitales que faciliten la comunicación entre las personas consumidoras y los servicios de defensa de sus derechos.

Inclusión y participación ciudadana

- Asegurar que toda la información y servicios sean accesibles, con especial atención a personas con discapacidades y a grupos vulnerables.
- Promover una cultura de derechos de las personas consumidoras que fomente la defensa activa de sus derechos individuales y colectivos.

Colaboración interinstitucional

- Fomentar la colaboración con organizaciones, empresas y asociaciones para mejorar la defensa de las personas consumidoras.
- Crear una red de colaboración entre diferentes administraciones y agentes para compartir mejores prácticas y recursos.

Aumentar la confianza y la satisfacción de las personas consumidoras en los servicios de consumo

- Mejorar el procedimiento de reclamaciones y mediación para aumentar la confianza de las personas consumidoras en la labor de la Administración en cuanto a la protección de sus derechos.
- Controlar el cumplimiento de todos los derechos de las personas consumidoras en el comercio on line, incluyendo el derecho de desistimiento, para disuadir a las empresas del incumplimiento de la normativa.

Objetivos estratégicos

El Comité director definió los siguientes objetivos estratégicos a partir del resultado del diagnóstico estratégico realizado, priorizando los problemas, necesidades y retos detectados.

1. MEJORAR EL CONOCIMIENTO DE LA CIUDADANÍA ANDALUZA EN RELACIÓN A SUS DERECHOS EN MATERIA DE CONSUMO Y EL CAUCE PARA EJERCERLOS

2. MEJORAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS EN LA ADMINISTRACIÓN DE CONSUMO PARA AUMENTAR LA SATISFACCIÓN DE LA CIUDADANÍA

3. PROMOVER LA COORDINACIÓN Y COLABORACIÓN ENTRE LOS DIFERENTES AGENTES IMPLICADOS

4. SENSIBILIZAR E INFORMAR A LAS EMPRESAS SOBRE LA NORMATIVA Y LAS OBLIGACIONES QUE TIENEN CON RESPECTO A LAS PERSONAS CONSUMIDORAS

5. FOMENTAR LA PARTICIPACIÓN DEL TEJIDO ASOCIATIVO Y EMPRESARIAL EN LA TOMA DE DECISIONES SOBRE LA DEFENSA DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS

6. FACILITAR EL ACCESO DE LA CIUDADANÍA A LOS SERVICIOS DE CONSUMO POTENCIANDO LA COLABORACIÓN CON LA ADMINISTRACIÓN LOCAL

Planteamiento estratégico

Relacionadas con los objetivos estratégicos se han definido las siguientes líneas estratégicas. En cada una de estas líneas se han definido objetivos operativos y acciones para la consecución de los objetivos estratégicos de este Plan.



LÍNEA ESTRATÉGICA 1. CIUDADANÍA

Objetivo estratégico: Mejorar el conocimiento de la ciudadanía andaluza en relación a sus derechos en materia de consumo y el cauce para ejercerlos.

LÍNEA ESTRATÉGICA 2: MEJORA DE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA

Objetivo estratégico: Mejorar la calidad de los servicios ofrecidos en la administración de consumo para aumentar la satisfacción de la ciudadanía.

LÍNEA ESTRATÉGICA 3: COLABORACIÓN Y COORDINACIÓN

Objetivo estratégico: Promover la coordinación y colaboración entre los diferentes agentes implicados.

LÍNEA ESTRATÉGICA 4: ASOCIACIONES Y EMPRESARIADO

Objetivo estratégico: Sensibilizar e informar a las empresas sobre la normativa y las obligaciones que tienen con respecto a las personas consumidoras.

Objetivo estratégico: Fomentar la participación del tejido asociativo y empresarial en la toma de decisiones sobre la defensa de las personas consumidoras.

LÍNEA ESTRATÉGICA 5: ADMINISTRACIÓN LOCAL

Objetivo estratégico: Facilitar el acceso de la ciudadanía a los servicios de consumo potenciando la colaboración con la Administración local.

LÍNEA ESTRATÉGICA 1. CIUDADANÍA

Es fundamental fortalecer el conocimiento de la ciudadanía sobre sus derechos en materia de consumo, abordando cualquier desigualdad que pueda existir. Para ello se promoverán iniciativas que faciliten el acceso a la formación e información en materia de consumo, prestando especial atención a los colectivos más vulnerables. En este sentido, se fomentará el uso de la plataforma *Consumo Responde* para garantizar una mejor cobertura y servicio.

OBJETIVOS OPERATIVOS	ACCIONES	INDICADORES DE REALIZACIÓN
OO 1. Diseñar e implementar una estrategia de comunicación orientada a aumentar el grado de conocimiento de la ciudadanía sobre los servicios de Consumo	1.1. Elaboración y difusión de una Carta de Derechos de las personas consumidoras con lenguaje sencillo y directo, teniendo en cuenta la perspectiva de género, utilizando ejemplos para asegurar su comprensión.	• Elaboración de una Carta de Derechos SI/NO • Publicación de una Carta de Derechos SI/NO
	1.2. Elaboración y difusión de contenidos y materiales informativos atendiendo a las necesidades de la población y de los distintos colectivos, prestando especial atención a los colectivos más vulnerables.	• Elaboración SI/NO • Difusión SI/NO • N° de materiales informativos dirigidos a colectivos vulnerables • N° de colectivos vulnerables a los que va dirigida la información
	1.3. Elaboración, implantación y difusión de una "Guía de personas mayores consumidoras" .	• Elaboración SI/NO • Difusión SI/NO

OBJETIVOS OPERATIVOS	ACCIONES	INDICADORES DE REALIZACIÓN
	1.4. Elaboración y difusión de información relativa a los datos más relevantes de la actuación administrativa en materia de control del mercado y de resolución alternativa de conflictos.	• Elaboración SI/NO • Difusión SI/NO • N° materiales informativos elaborados
	1.5. Actualización permanente y difusión de la guía de recursos sobre información, asesoramiento y protección de los que dispone la persona consumidora según el territorio (SEROMIC).	• N° de actualizaciones anuales de la información • Difusión SI/NO
	1.6. Realización de campañas de difusión ante los medios de comunicación para mostrar el trabajo que se realiza en la Administración de Consumo.	• N° de campañas realizadas
00 2. Conocer la confianza de los Consumidores residentes en Andalucía sobre la protección de las personas consumidoras	2.1. Elaboración e interpretación de encuestas de satisfacción que contestarán las personas consumidoras y usuarias que pidan información a través de diferentes vías, tales como <i>Consumo Responde</i> , telefónica y presencialmente y de la tramitación de reclamaciones y arbitraje.	• N° encuestas recibidas o contestadas

OBJETIVOS OPERATIVOS	ACCIONES	INDICADORES DE REALIZACIÓN
OO 3. Consolidar <i>Consumo Responde</i> como un referente de información de las personas consumidoras en Andalucía	3.1. Análisis de la información, uso y gestión de los canales de información de Consumo.	Realización del estudio SI/NO
	3.2. Incorporación de las conclusiones obtenidas del análisis de uso y gestión de los canales de información.	Mejoras aplicadas en base a las conclusiones SI/NO
	3.3. Automatización en Consumo Responde de preguntas frecuentes (FAQ) respondidas con Inteligencia Artificial.	Implementación SI/NO
	3.4. Inclusión de la Inteligencia Artificial en la web Consumo Responde como herramienta para orientar y aportar una primera información a la ciudadanía.	Implementación SI/NO
	3.5. Mejora de la accesibilidad de la página web y de los formularios.	Mejoras aplicadas SI/NO

LÍNEA ESTRATÉGICA 2: MEJORA DE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA

La tramitación de expedientes relacionados con el consumo necesita mejorar su eficiencia, reduciendo los tiempos de respuesta y apostando por la digitalización en todos los procesos. La robotización será una herramienta clave para dinamizar estos trámites. No obstante, esta actuación no irá en detrimento de la atención a las personas que sufren la “brecha digital”. A su vez, se intensificará la vigilancia sobre los productos y servicios disponibles en Andalucía, para asegurar que la ciudadanía pueda realizar sus compras de forma informada y con confianza, libre de prácticas comerciales desleales o abusivas.

OBJETIVOS OPERATIVOS	ACCIONES	INDICADORES DE REALIZACIÓN
OO 4. Mejorar la gestión de las reclamaciones en el ámbito andaluz e impulsar la mediación fomentando su uso en las distintas entidades de resolución de conflictos en Andalucía	4.1. Realización de un estudio para alcanzar un conocimiento más exhaustivo de la gestión y forma de finalización de las reclamaciones presentadas por las personas consumidoras para evaluar posibles mejoras.	Realización estudio SI/NO
	4.2. Elaboración de instrucciones y protocolos en la práctica de la mediación de Consumo dirigidas a los Servicios territoriales y a las entidades locales de Andalucía.	- Elaboración de instrucciones SI/NO - Elaboración protocolo SI/NO - Nº de mediaciones tramitadas siguiendo el protocolo
	4.3. Propuesta de modificación normativa a nivel estatal para que se puedan emitir resoluciones de obligado cumplimiento para pretensiones de cuantía menor o igual a 1.999€.	Propuesta realizada SI/NO

OBJETIVOS OPERATIVOS	ACCIONES	INDICADORES DE REALIZACIÓN
00 5. Impulsar la digitalización de la tramitación de reclamaciones	5.1. Difusión y fomento de la utilización del nuevo sistema Hoj@ aprobado por el Decreto 82/2022, de 17 de mayo. 5.2. Incorporación de mecanismos para que las personas consumidoras puedan consultar el estado de tramitación y el historial de sus reclamaciones.	• Difusión SI/NO • Creación de mecanismos SI/NO
00 6. Potenciar y digitalizar el Sistema Arbitral de Consumo	6.1. Robotización del procedimiento para agilizar la descarga y grabación de solicitudes de arbitraje, mejorando su tramitación y la información a la persona usuaria sobre su estado. 6.2. Creación de una base de datos digital de laudos arbitrales anonimizados con un sistema de búsqueda inteligente. 6.3. Diseño de un sistema experto basado en la Inteligencia Artificial que permita orientar a personas consumidoras, empresas y profesionales del arbitraje acerca de la solución más probable a un conflicto en concreto. 6.4. Divulgación e impulso de las solicitudes de arbitraje a través del formulario normalizado del procedimiento. 6.5. Propuesta de regulación a nivel estatal, de la obligatoriedad del sistema arbitral de consumo, hasta cuantía menor o igual a 1.999 €	• N° procedimientos robotizados • Creación base datos SI/NO • Realización del estudio • Diseño e implementación del sistema SI/NO • N° de solicitudes recibidas a través del formulario normalizado • Propuesta realizada SI/NO

OBJETIVOS OPERATIVOS	ACCIONES	INDICADORES DE REALIZACIÓN
00 7. Capacitar a las personas profesionales de la Administración de Consumo para mejorar el servicio prestado	7.1. Identificación y priorización de las necesidades formativas de las personas profesionales de la Administración Autonómica y local para el diseño de un Plan de Formación. 7.2. Elaboración y puesta en marcha de un Plan de Formación Continuada de Consumo.	- Realización estudio SI/NO - Elaboración Plan SI/NO - Implementación del Plan de formación SI/NO
00 8. Incrementar el cumplimiento de la normativa de consumo por parte del empresariado que presta servicios en Andalucía	8.1. Divulgación de la normativa de protección a las personas consumidoras entre el empresariado. 8.2. Impulso de acciones de cesación de cláusulas abusivas a través del establecimiento de un protocolo de actuación.	- Nº de acciones de divulgación - Elaboración protocolo SI/NO - Reuniones con organismos colaboradores - Nº acciones solicitadas
00 9. Impulsar la Digitalización de la realización de las inspecciones de consumo	9.1. Desarrollo de herramientas digitales para tareas de inspección. 9.2. Uso de tarjeta bancaria para poder realizar con éxito controles de inspección sobre contratación online hasta la fase del desistimiento y la compra online de productos para su ensayo en laboratorio para comprobar la seguridad de estos.	- Desarrollo herramientas SI/NO - Tarjeta SI/NO

LÍNEA ESTRATÉGICA 3: COLABORACIÓN Y COORDINACIÓN

El ámbito del consumo es diverso y requiere la colaboración activa entre las distintas consejerías y administraciones. Se impulsará la coordinación entre todos los actores involucrados en los procesos de consumo, con el fin de fortalecer mecanismos como la mediación y el arbitraje, promoviendo soluciones rápidas y eficaces a los conflictos que surjan. Además, se incrementarán las medidas para garantizar la seguridad de los productos de consumo.

OBJETIVOS OPERATIVOS	ACCIONES	INDICADORES DE REALIZACIÓN
OO 10. Mejorar la comunicación interna entre profesionales del ámbito de consumo	10.1.Creación de grupos internos utilizando herramientas actuales para la comunicación entre profesionales del ámbito de consumo.	• Creación grupos internos SI/NO
	10.2.Elaboración y difusión de un boletín, dirigido a los agentes implicados en el ámbito del consumo, para informar de la actualidad y contenidos de interés.	• Elaboración si /no • Nº de personas receptoras

OBJETIVOS OPERATIVOS	ACCIONES	INDICADORES DE REALIZACIÓN
OO 11. Impulsar la cooperación y sinergias entre las Juntas Arbitrales de Consumo de Andalucía desarrollando una Red Andaluza de Arbitraje de Consumo	11.1. Desarrollo de canales de comunicación ágiles y permanentes entre las Juntas Arbitrales de Consumo de Andalucía mediante las herramientas digitales existentes.	• Creación plataforma SI/NO
	11.2. Realización de reuniones periódicas entre las Juntas Arbitrales de Consumo de Andalucía.	• Nº reuniones mantenidas
	11.3. Generación de un censo único andaluz de empresas adheridas al sistema arbitral de consumo de Andalucía.	• Generación censo único SI/NO
OO 12. Mejorar la coordinación de las distintas Administraciones en la adopción de políticas y medidas en defensa de las personas consumidoras	12.1. Establecimiento de mecanismos de colaboración con ayuntamientos y fuerzas y cuerpos de seguridad para la vigilancia en materia de seguridad de productos.	• Protocolos SI/NO
	12.2. Establecimiento de mecanismo de coordinación con otros organismos y Consejerías de la Junta de Andalucía para llevar a cabo iniciativas en defensa de las personas consumidoras.	• Protocolos SI/NO

OBJETIVOS OPERATIVOS	ACCIONES	INDICADORES DE REALIZACIÓN
OO 13. Desarrollar recursos y materiales transversales para la Educación para el Consumo	13.1 Creación de un grupo de trabajo entre las Consejerías competentes en materia de Consumo y en materia educativa para profundizar en los contenidos en materia de consumo y analizar su posible inclusión e integración en los programas de hábitos saludables.	• Creación del grupo SI/NO
	13.2 Diseño y actualización de actividades innovadoras que permitan integrar la temática de Consumo en los centros docentes.	• Nº prácticas innovadoras diseñadas
	13.3 Elaboración, implantación y difusión de la "Guía para personas jóvenes sobre el consumo en el S.XXI".	• Elaboración guía SI/NO • Difusión SI/NO

LÍNEA ESTRATÉGICA 4: ASOCIACIONES Y EMPRESARIADO

Los espacios de concertación en materia de consumo deben ser lo más participativos posible, permitiendo que la sociedad se sienta representada. Por ello, se revisarán y fortalecerán los mecanismos que aseguren la participación activa tanto de las asociaciones de personas consumidoras como del sector empresarial en los órganos de concertación, con el fin de crear un diálogo efectivo y colaborativo. Además, es importante aumentar la implicación del empresariado en los procedimientos de resolución alternativa de conflictos y responsabilizarlo en el cumplimiento de la normativa como rasgo distintivo de la calidad del servicio.

OBJETIVOS OPERATIVOS	ACCIONES	INDICADORES DE REALIZACIÓN
OO 14. Impulsar la participación ciudadana en materia de consumo, fomentando la pluralidad, la corresponsabilidad y el ejercicio de sus derechos	14.1. Establecimiento de una normativa que fortalezca los mecanismos de participación de Consumo (Consejo Andaluz de Consumo y Consejo de las personas Consumidoras y Usuarías de Andalucía), ampliando la participación de la Administración Local de consumo, del Asociacionismo, y el empresariado.	Aprobación normativa SI/NO
	14.2. Participación del empresariado, la administración local de consumo, a través de la FAMP, y las asociaciones, en la configuración del Plan de Inspección mediante la aportación de propuestas.	Participación SI/NO
	14.3. Fomento de la participación del movimiento asociativo en los Órganos Sectoriales de la Junta de Andalucía que afecten a las personas consumidoras.	Nº órganos sectoriales en los que participa las Asociaciones

OBJETIVOS OPERATIVOS	ACCIONES	INDICADORES DE REALIZACIÓN
OO 15. Mejorar la participación de la ciudadanía en el movimiento asociativo, fomentando su independencia y su fortaleza	15.1. Establecimiento de un nuevo sistema de Bases de subvenciones de apoyo al tejido asociativo de consumo que incentive la participación ciudadana, la atención a las personas consumidoras, y las acciones colectivas.	• Aprobación normativa SI/NO
OO 16. Fomentar la adhesión del sector empresarial al procedimiento extrajudicial de resolución de conflictos	16.1. Promoción de la adhesión al arbitraje de consumo de empresas públicas, de servicios esenciales, que usan el dominio público, que licitan con la Administración, que presentan un gran número de reclamaciones o de volumen de negocio.	• N° empresas públicas adheridas • N° empresas de servicios esenciales adheridas
OO 17. Incrementar el conocimiento de la normativa de consumo por parte del empresariado que presta servicios en Andalucía	17.1. Realización de acciones informativas sobre las campañas de inspección y sobre la normativa en materia de consumo dirigidas al empresariado que presta servicios en Andalucía.	• N° acciones informativas • N° empresas informadas
	17.2. Puesta a disposición del sector empresarial de información sobre el Plan de Inspección de cada ejercicio, y los protocolos de las distintas campañas.	• Realización SI/NO

OBJETIVOS OPERATIVOS	ACCIONES	INDICADORES DE REALIZACIÓN
OO 18. Impulsar el cumplimiento de las leyes de igualdad en las políticas de consumo	18.1.Fomento de la paridad en las juntas directivas de las asociaciones de personas consumidoras, incorporando limitaciones a recibir subvenciones si no se cumple.	Nº de asociaciones en las que se cumple la paridad
	18.2.Fomento de la paridad en los órganos de concertación de consumo.	Nº de órganos de concertación que cumplen la paridad
	18.3.Realización de diagnósticos de género en los distintos procedimientos administrativos de consumo para detectar posibles brechas de género.	Realización de diagnósticos SI/NO

LÍNEA ESTRATÉGICA 5: ADMINISTRACIÓN LOCAL

Las Oficinas Municipales de Información al Consumidor, las Juntas Arbitrales provinciales y locales, y los Servicios Municipales de Consumo son fundamentales para acercar los servicios de consumo a la ciudadanía. Se apoyará una presencia homogénea de estos entes en todo el territorio andaluz, facilitándose con ello el desarrollo de las funciones asignadas por la normativa, y que ofrezcan respuestas ágiles y cercanas a las necesidades de las personas consumidoras.

OBJETIVOS OPERATIVOS	ACCIONES	INDICADORES DE REALIZACIÓN
OO 19. Establecer una estrategia de comunicación colaborativa con las entidades locales dirigida a concienciar a los electos/as locales y gestores/as municipales que promueva la priorización de los servicios de consumo en el ámbito municipal como elemento de valor de alto impacto para la ciudadanía.	19.1. Realización de un encuentro anual dirigido a personas titulares de alcaldías y concejalías con competencias en Consumo para promover el impulso de estas políticas	• Encuentro SI/NO
	19.2. Difusión a los ayuntamientos de la labor de las OMICs y los servicios públicos de consumo municipales, su utilidad y funcionamiento.	• N° acciones de difusión • N° ayuntamientos receptores de la información

OBJETIVOS OPERATIVOS	ACCIONES	INDICADORES DE REALIZACIÓN
OO 20. Mejorar la cobertura de los servicios prestados en materia de consumo a través de la Administración local	20.1. Impulso de la constitución de nuevas OMICs y servicios locales de consumo con los ayuntamientos, las diputaciones y la FAMP.	• N° de nuevas OMICs creadas
	20.2. Establecimiento de acuerdos con Red Andalucía Vuela para utilizar instalaciones como marco para integrar servicios digitales comarcales de consumo.	• N° de instalaciones con servicios de consumo
	20.3. Elaboración de una ordenanza municipal tipo con la colaboración de la Junta y la Administración Local y el impulso de su aprobación.	• Elaboración ordenanza SI/NO • N° ordenanzas aprobadas
	20.4. Desarrollo de acciones para la profesionalización y especialización del personal de los servicios de consumo a nivel municipal.	• N° de acciones formativas realizadas • N° de profesionales formados
OO 21. Mantener la financiación de las OMIC/Servicios Locales de Consumo	21.1. Convocatoria anual de las subvenciones destinadas a entidades locales para ejercer competencias de defensa de las personas consumidoras.	• Convocatoria anual SI/NO

Presupuesto del Plan

Impacto económico-financiero y presupuestario

El Presupuesto estimado para el desarrollo del PADPCUA asciende a 5.506.078,47 €. Una parte importante de esta cuantía, 4.006.078 €, será financiada por la Junta de Andalucía a través del presupuesto de la Dirección General de Consumo, y del presupuesto de la Agencia Digital de Andalucía.

Con respecto a los gastos de las actuaciones TIC, se integran en dos líneas de financiación: las que se llevan a cabo con cargo a fondos FEDER del programa 2021–2027, que suponen 1.500.000 euros para el periodo 2026–2028, y las financiadas a través de planes transversales de la Agencia Digital de Andalucía, con un coste de 207.000 euros.

Los costes indicados se refieren principalmente a los servicios necesarios para desarrollar, gestionar y asegurar la calidad de los sistemas informáticos. Los costes de infraestructura (servidores, bases de datos, comunicaciones) serán los derivados del mantenimiento y crecimiento vegetativo de la infraestructura corporativa actual, por lo que no procede explicitar ningún impacto económico adicional en este concepto al no suponer la creación de ningún sistema de información completamente nuevo desde cero.

Por otra parte, algunas actuaciones no suponen gastos adicionales, como las relacionadas con la consejería con competencias en materia de educación consistentes en necesidades educativas y algunas actuaciones TIC que se mencionan más adelante.

El desarrollo de actuaciones de formación al personal de consumo cuenta con el apoyo logístico de la Escuela Andaluza de Salud Pública (integrada en el Instituto de Salud de Andalucía), y se realizan a través del contrato-programa con la Consejería de Sanidad, Presidencia y Emergencias. Además, las acciones formativas se realizan con el apoyo del Estado, a través del Programa de Formación Continua firmado con el Instituto Nacional para la Administración Pública.

En cuanto a las actuaciones que no suponen impacto presupuestario TIC en el marco de este Plan, son las relacionadas con la evolución del Sistema de Gestión de Reclamaciones y

Arbitraje. Algunas de ellas se encuentran incluidas en la hoja de ruta de trabajos de mantenimiento y evolución y para otras se propone que el centro directivo ajuste su alcance y prioridad a las funcionalidades que ofrece actualmente la aplicación. No obstante, se advierte que el sistema actual (SCSA) lleva en funcionamiento más de 15 años, lo que implica que presenta un grado de obsolescencia técnica medio-alto. Esta situación podría suponer un riesgo futuro para la estabilidad y el mantenimiento del servicio.

De esta forma, la estimación total de gastos del PADPCUA es la siguiente:

LÍNEAS	Sección presupuestaria	Fuente de financiación	2026	2027	2028	TOTAL
Línea 1 ciudadanía	0131	01	77.000,00	17.000,00	17.000,00	111.000,00
	1300	01	240.419,27	224.015,10	224.015,10	688.449,47
Total Línea 1			317.419,27	241.015,10	241.015,10	799.449,47
Línea 2 Mejora de la capacidad de respuesta	0131	01	40.000,00	40.000,00	16.000,00	96.000,00
	1300	01	63.000,00			63.000,00
	1300	17	250.000,00	750.000,00	500.000,00	1.500.000,00
Total Línea 2			353.000,00	790.000,00	516.000,00	1.659.000,00
Línea 3 Colaboración y coordinación	1300	01	53.000,00	40.000,00	40.000,00	133.000,00
Línea 4 Asociaciones y empresariado	1300	01	20.000,00	20.000,00	20.000,00	60.000,00
Línea 5 Administración local	1300	01	951.543,00	951.543,00	951.543,00	2.854.629,00
Total general			1.694.962,27	2.042.558,10	1.768.558,10	5.506.078,47

De acuerdo con sus fuentes de financiación el cuadro de gastos es el siguiente:

Fuente de financiación	Sección presupuestaria	2026	2027	2028	TOTAL
01	0131	117.000,00	57.000,00	33.000,00	207.000,00
	1300	1.327.962,27	1.235.558,10	1.235.558,10	3.799.078,47
Total servicio autofinanciado		1.444.962,27	1.292.558,10	1.268.558,10	4.006.078,47
17	1300	250.000,00	750.000,00	500.000,00	1.500.000,00
Total servicio FFE	1300	250.000,00	750.000,00	500.000,00	1.500.000,00
Total general		1.694.962,27	2.042.558,10	1.768.558,10	5.506.078,47

Por último, es importante destacar que el contenido económico-financiero de este Plan, debido a su carácter eminentemente estratégico, constituye una mera estimación. Esto es especialmente relevante en el contexto actual, marcado por una elevada incertidumbre fiscal y económica, lo que impide prever con un grado razonable de certeza los recursos presupuestarios disponibles a medio y largo plazo.

Esta incertidumbre responde a diversos factores, entre los que destacan: la evolución de los conflictos en Ucrania y Oriente Próximo, ambos con gran impacto en los mercados de materias primas energéticas en la UE; la política monetaria de los principales bancos centrales y su influencia en los mercados y en el gasto no financiero derivado del pago de intereses; la implementación de la reforma de las reglas fiscales; la gestión de los fondos Next Generation; y, por último, la indeterminación del impacto de otras variables fiscales relacionadas con el Sistema de Financiación de las Comunidades Autónomas.

En cualquier caso, serán las sucesivas leyes de presupuestos las que determinarán los recursos efectivamente disponibles en cada momento durante la vigencia del plan.

Evaluación y seguimiento

La responsabilidad de la implantación del Plan va a recaer, principalmente, en la Dirección General de Consumo, representada por el Comité director designado para la elaboración del mismo. Este Comité debe velar por la adecuada implementación de las acciones definidas en el Plan.

A partir de su entrada en vigor, se debe llevar a cabo el proceso de seguimiento de éste que será coordinado por Comité de Implantación y Seguimiento del Plan, que se creará para esta labor.

Es importante realizar una evaluación de seguimiento anual del Plan para conocer el grado de desarrollo de cada acción, ya que su puesta en marcha condiciona la consecución de los objetivos formulados. Un aspecto a resaltar es que el Plan, lejos de establecer un escenario rígido e inamovible para su desarrollo, se plantea como un documento flexible capaz de modificarse y adaptarse a los cambios que se estimen oportunos.

Los informes de evaluación anual serán remitidos al Comité de Personas Expertas que propondrá las modificaciones que estime conveniente.

Posteriormente, estos informes de evaluación serán presentados en el Consejo Andaluz de Consumo.

Si los resultados obtenidos de la implantación del Plan no coinciden con los esperados, se analizará el motivo de dichas desviaciones y se planteará introducir mejoras o cambios oportunos para la consecución de estos. Para realizar esta evaluación de seguimiento se han definido una serie de indicadores de realización que medirán el progreso en el desarrollo de las medidas y/o actuaciones previstas en el Plan, y que se han recogido en las tablas anteriores de cada línea estratégica.

Una vez transcurrido el periodo de vigencia del Plan, se realizará la evaluación final del mismo para valorar los resultados alcanzados con su implantación. Para ello se han definido los siguientes indicadores de resultados para evaluar la consecución de los objetivos operativos definidos en el Plan.

Indicadores de impacto

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES DE IMPACTO
OE 1. Mejorar el conocimiento de la ciudadanía andaluza en relación a sus derechos en materia de consumo y el cauce para ejercerlos.	• Porcentaje de personas que conocen los derechos de consumo y cauces de reclamación de los servicios de consumo.
OE 2. Mejorar la calidad de los servicios ofrecidos en la administración de consumo para aumentar la satisfacción de la ciudadanía.	• Nivel de satisfacción de la ciudadanía en relación con la calidad de los servicios ofrecidos por la administración de consumo.
OE 3. Promover la coordinación y colaboración entre los diferentes agentes implicados.	• Número de acciones, programas y planes realizados en colaboración con otros órganos relacionados con la protección de las personas consumidoras.
OE 4. Sensibilizar e informar a las empresas sobre la normativa y las obligaciones que tienen con respecto a las personas consumidoras.	• Porcentaje de empresas sujetas a inspección que cumplen requisitos clave.
OE 5. Fomentar la participación del tejido asociativo y empresarial en la toma de decisiones sobre la defensa de las personas consumidoras.	• Porcentaje de asociaciones en los órganos consultivos de la Junta de Andalucía. • Número de propuestas de asociaciones incorporadas a políticas.
OE 6. Facilitar el acceso de la ciudadanía a los servicios de consumo a través de la potenciación de la Administración Local.	• Tasa de uso de servicios locales de consumo por 1.000 habitantes.

Indicadores de resultado

OBJETIVOS OPERATIVOS	INDICADORES DE RESULTADO
OO 1. Diseñar e implementar una estrategia de comunicación orientada a aumentar el grado de conocimiento de la ciudadanía sobre los servicios de Consumo.	Alcance de la estrategia de comunicación.
OO 2. Conocer la confianza de los Consumidores residentes en Andalucía sobre la protección de las personas consumidoras.	Grado de satisfacción de las personas consumidoras con el servicio de consumo.
OO 3. Consolidar <i>Consumo Responde</i> como un referente de información de las personas consumidoras en Andalucía.	- Incremento del nº visitas anuales a <i>Consumo Responde</i>. - Grado de satisfacción con el servicio <i>Consumo Responde</i>.
OO 4. Mejorar la gestión de las reclamaciones en el ámbito andaluz e impulsar la mediación fomentando su uso en las distintas entidades de resolución de conflictos en Andalucía.	- Disminución del tiempo medio de resolución de reclamaciones. - Porcentaje de casos resueltos mediante mediación.
OO 5. Impulsar la digitalización de la tramitación de reclamaciones .	- Porcentaje de reclamaciones tramitadas digitalmente. - Incremento nº de empresas inscritas.

OBJETIVOS OPERATIVOS	INDICADORES DE RESULTADO
OO 6. Potenciar y digitalizar el Sistema Arbitral de Consumo.	• Porcentaje de solicitudes presentadas por medio digital. • Porcentaje de laudos notificados digitalmente.
OO 7. Capacitar a las personas profesionales de la Administración de Consumo para mejorar el servicio prestado.	• N° de actividades formativas desarrolladas. • Porcentaje de profesionales formados desagregados por sexo.
OO 8. Incrementar el cumplimiento de la normativa de consumo por parte del empresariado que presta servicios en Andalucía.	• Porcentaje de empresas que cumplen la normativa.
OO 9. Impulsar la digitalización de la realización de las inspecciones de consumo.	• Porcentaje de inspecciones realizadas utilizando medios digitales.
OO 10. Mejorar la comunicación interna entre profesionales del ámbito de consumo.	• Porcentaje de profesionales que disponen de un canal de comunicación interactivo.
OO 11. Impulsar la cooperación y sinergias entre las Juntas Arbitrales de Consumo de Andalucía desarrollando una Red Andaluza de Arbitraje de Consumo.	• N° de Juntas Arbitrales registradas.

OBJETIVOS OPERATIVOS

INDICADORES DE RESULTADO

OO 12.

Mejorar la coordinación de las distintas Administraciones en la adopción de políticas y medidas en defensa de las personas consumidoras.

- N° de reuniones entre diferentes Administraciones en materia de consumo.
- N° acuerdos establecidos entre diferentes Administraciones.

OO 13.

Desarrollar recursos y materiales transversales para la Educación para el Consumo.

- Porcentajes de centros escolares adheridos a la red andaluza.
- Porcentaje de alumnos/as que participan en el programa desagregados por sexo.

OO 14.

Impulsar la participación ciudadana en materia de consumo, fomentando la pluralidad, la corresponsabilidad y el ejercicio de sus derechos.

- N° órganos colegiados de la Junta en los que participan las asociaciones de consumidores.

OO 15.

Mejorar la participación de la ciudadanía en el movimiento asociativo, fomentando su independencia y su fortaleza.

- Incremento de personas asociadas.

OO 16.

Fomentar la adhesión del sector empresarial al procedimiento extrajudicial de resolución de conflictos.

- Porcentaje de empresas adheridas al sistema arbitral de consumo.

OBJETIVOS OPERATIVOS

INDICADORES DE RESULTADO

OO 17. Incrementar el cumplimiento de la normativa de consumo por parte del empresariado que presta servicios en Andalucía.	• Porcentaje de empresas que cumplen la normativa.
OO 18. Impulsar el cumplimiento de las leyes de igualdad en las políticas de consumo.	• Porcentaje de asociaciones en los que se cumple la paridad. • Porcentaje de órganos de concertación en los que se cumple la paridad.
OO 19. Establecer una estrategia de comunicación colaborativa dirigida a concienciar a los electos/as locales y gestores/as municipales que promueva la priorización de los servicios de consumo en el ámbito municipal como elemento de valor de alto impacto para la ciudadanía.	• Porcentaje de ayuntamientos que participan en las jornadas • N° acciones de difusión.
OO 20. Mejorar la cobertura de los servicios prestados en materia de consumo a través de la Administración local.	• N° OMIC instaladas en el territorio. • N° de habitantes empadronados en municipios con OMIC.
OO 21. Mantener la financiación de las OMIC/Servicios Locales de Consumo.	• Desviación 0 o positiva en la partida destinada a los servicios locales de consumo y OMIC.

Plan de Acción de Defensa de las personas
consumidoras y usuarias en Andalucía
2026 | 2028

