

Informe 112/2025

A LA CONSEJERÍA DE SANIDAD, PRESIDENCIA Y EMERGENCIAS

Sevilla 23 de diciembre de 2025.

INFORME DEL CONSEJO A LA ORDEN DE XX DE XXXX, POR LA QUE SE MODIFICA LA ORDEN DE 6 DE ABRIL DE 2021, POR LA QUE SE APRUEBAN LAS BASES REGULADORAS PARA LA CONCESIÓN DE SUBVENCIONES, EN RÉGIMEN DE CONCURRENCIA COMPETITIVA, DESTINADAS A ASOCIACIONES, ORGANIZACIONES Y FEDERACIONES DE ASOCIACIONES Y ORGANIZACIONES DE PERSONAS CONSUMIDORAS Y USUARIAS PARA LA REALIZACIÓN DE PROGRAMAS FORMATIVOS EN MATERIA DE CONSUMO, DE ACTUACIONES PARA IMPULSAR LA PROMOCIÓN DE UN CONSUMO RESPONSABLE Y SOSTENIBLE, PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LAS OFICINAS DE ATENCIÓN E INFORMACIÓN A LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y PARA EL FOMENTO DEL ASOCIACIONISMO EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA.

El Consejo de las Personas Consumidoras y Usuarías de Andalucía, en ejercicio de la función que le reconoce el Decreto 58/2006 de 14 de marzo de 2006, ante esa Consejería de Justicia, Administración Local y Función Pública, comparece y como mejor proceda, EXPONE:

Que por medio del presente escrito procedemos a evacuar informe respecto a la Orden de XX de XXXX, por la que se modifica la Orden de 6 de abril de 2021, por la que se aprueban las bases reguladoras para la concesión de



subvenciones, en régimen de concurrencia competitiva, destinadas a asociaciones, organizaciones y federaciones de asociaciones y organizaciones de personas consumidoras y usuarias para la realización de programas formativos en materia de consumo, de actuaciones para impulsar la promoción de un consumo responsable y sostenible, para el funcionamiento de las oficinas de atención e información a las personas consumidoras y para el fomento del asociacionismo en la comunidad autónoma de Andalucía, y ello en base a las siguientes:

ALEGACIONES

PRIMERA.- CONSIDERACIÓN GENERAL. IGUALDAD DE GÉNERO.

La Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la Promoción de la Igualdad de Género en Andalucía, establece la obligatoriedad de que se incorpore de manera efectiva el objetivo de la igualdad por razón de género en todos los proyectos de ley, reglamentos y planes que apruebe el Consejo de Gobierno, disponiendo que, a tal fin, en el proceso de tramitación de esas disposiciones deberá emitirse un informe de evaluación de impacto de género del contenido de las mismas.

Del análisis realizado, se desprende que se ha dado cobertura a este trámite y el lenguaje utilizado es correcto sin que hayamos detectado la utilización de un lenguaje sexista,

SEGUNDA. Consideración General.

La protección de los consumidores y usuarios es uno de los principios rectores de la política social y económica en nuestro país. El artículo 51 de la Constitución obliga expresamente a los poderes públicos a garantizar la defensa de los consumidores y usuarios protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos. El artículo 27 del Estatuto de Autonomía de Andalucía igualmente



recoge la protección de los consumidores en el marco del Título I, referido a los Derechos sociales, deberes y políticas públicas.

En este sentido, nuestra norma autonómica, la Ley 13/2003, de 17 de diciembre, de Defensa y Protección de los Consumidores y Usuarios de Andalucía, reconoce a las organizaciones y asociaciones de consumidores y usuarios, en su artículo 31.5, el derecho a percibir ayudas públicas y otras medidas de apoyo y fomento, que desde las distintas Administraciones Públicas se destinen, en cumplimiento de las obligaciones que les competen en el marco de la protección de los consumidores y fomento de sus organizaciones o asociaciones representativas.

En el escenario de mercado actual, cada vez más desregulado y desequilibrado hacia el consumidor, en un momento en el que la digitalización en la contratación de bienes y servicios está suponiendo un obvio distanciamiento entre consumidor y empresario, en el que se está agregando complejidad a las relaciones de consumo y facilitando situaciones de desprotección hacia los consumidores, se necesitan organizaciones de consumidores potentes que puedan tener una incidencia real en el mercado e intervenir en el mismo para equilibrar posiciones, legitimadas por el efectivo apoyo real de la ciudadanía avalado por su afiliación.

Organizaciones de consumidores fuertes, con cuadros profesionales, formados y con capacidad para abordar todo el trabajo que se deriva de sus funciones y cometidos legales, constitucionales y estatutarias permitiendo el ejercicio de acciones contra los fraudes a los consumidores y la denuncia de las prácticas abusivas, así como servir de control de aquellas administraciones que, precisamente por falta de medios, no son capaces de realizar su tarea y llevar a cabo una supervisión efectiva y adecuada del mercado.

Por todo lo expuesto es necesario dar un mayor apoyo al movimiento consumerista andaluz, de forma que permita contribuir en mayor medida a poner freno a los abusos.

De todo lo anterior, se evidencia la necesaria participación de este Consejo en el trámite de la orden que venimos a informar.

TERCERA.- Consideración general.

Uno de los elementos que introduce la propuesta es la posibilidad de que organizaciones que no forman parte del tejido asociativo andaluz reciban dinero público de la Junta de Andalucía, elemento que nos genera dudas, ya que viene a facilitar un modelo asociativo desvinculado del territorio que puede abrir un camino a potenciar a organizaciones de personas consumidoras con un carácter centralista con una falta de apuesta por la cercanía hacia la persona consumidora, en tanto en cuanto únicamente se le exigen un par de delegaciones abiertas en todo el territorio andaluz.

Obviamente al ser delegaciones de núcleos centrales ubicados fuera de Andalucía la estrategia de acción tiene un foco de carácter estatal que posibilita que el dinero público andaluz precisamente vaya a reforzar estructuras externas en lugar de fomentar el tejido asociativo en nuestra comunidad autónoma.

Este aspecto genera dudas jurídicas a esta organización ya que la Ley 13/2003, de 17 de diciembre, de Defensa y Protección de los Consumidores y Usuarios de Andalucía, establece en su artículo 28, una referencia expresa a “organizaciones o asociaciones de consumidores y usuarios de Andalucía”, lo cual implica una vinculación con el territorio, ese aspecto queda mucho más claro en el artículo 33 de la referida norma en la que condiciona la

representación de las personas consumidoras a “las organizaciones o asociaciones de consumidores legalmente constituidas en Andalucía”.

Es por ello, que entendemos que se debe replantear la posibilidad de que organizaciones con ámbitos de actuación de carácter estatal y que no están constituidas como asociaciones u organizaciones en Andalucía, puedan recibir dinero público de nuestra comunidad autónoma, a pesar de que desde su estructura estatal no tienen la obligación preceptiva de “representación, consulta y defensa de los derechos e intereses de los consumidores”, tal como la normativa andaluza.

Precisamente este elemento legal, constitucional y estatutariamente avalado hace que las políticas públicas de fomento del tejido asociativo en Andalucía tenga como fin que las organizaciones legalmente establecidas en nuestro territorio se fortalezcan para poder ser un referente en los distintos ámbitos de defensa de las personas consumidoras en Andalucía.

Lo contrario, supone la búsqueda de vías para canalizar dinero público a organizaciones que no pueden ni deben asumir este papel, suponiendo que la escasa apuesta del gobierno de la Junta de Andalucía por el fomento del movimiento asociativo consumerista se diluya, reduciéndose por tanto el fortalecimiento real de aquellas organizaciones que efectivamente tienen el deber legal de defender a las personas consumidoras en los distintos ámbitos.

A mayor abundamiento, a este Consejo, le preocupa que la definición de aquellas organizaciones estatales que pudieran recibir dinero público con las nuevas bases reguladoras, se limite únicamente a una organización (OCU), con una definición que parece haber sido tomada “*ad hoc*” para la inclusión de ésta de forma expresa, de hecho llama la atención que las alegaciones que vienen a definir esta posibilidad se hayan realizado desde la referida organización, se hayan trasladado a la propuesta de forma casi literal y todo

ello a pesar de haber sido presentadas de forma extemporánea como se refleja en el expediente, elementos todos ellos que generan múltiples dudas.

En relación a la posibilidad de que OCU reciba dinero público de las arcas andaluzas, debemos mostrar nuestra preocupación por las prácticas de esta organización, en este sentido se ha venido denunciando que la OCU cobra comisiones de una larga lista de empresas a cambio de captarles clientes con campañas publicitarias que están prohibidas por la legislación de defensa de los consumidores.

Esta preocupación, es compartida por gran parte del movimiento consumerista, como se puede deducir de la reciente polémica por sus relaciones económicas con multinacionales que ha finalizado con la OCU y su matriz luxemburguesa Euroconsumers fuera de la principal federación europea de asociaciones de consumidores, BEUC.

Es por ello, que una modificación de nuestras bases reguladoras, para que suponga la entrada expresa de la referida organización, entendemos que es un paso que debería replantearse desde el gobierno andaluz.

CUARTA.- Consideración general.

La propuesta de bases reguladoras supone un avance es el refuerzo del control, la transparencia y la trazabilidad en el uso de los fondos públicos por parte de las entidades beneficiarias.

En este sentido, se incorporan mejoras respecto del texto anterior, entre otras: (i) la exigencia de funcionamiento anual de la oficina de atención a las personas consumidoras y usuarias para la información, mediación, tramitación y gestión de reclamaciones; (ii) una mejor ponderación de las horas de atención no presencial, introduciendo horarios razonables y verificables; y (iii) la articulación de mecanismos de reintegro vinculados a porcentajes de

cumplimiento de los objetivos, lo que refuerza la rendición de cuentas y desincentiva programaciones meramente nominales.

Estos avances deben ser valorados como positivos, en tanto que desde este Consejo defendemos un mayor control del dinero público destinado al movimiento consumerista, con el fin de garantizar el cumplimiento efectivo de los objetivos comprometidos, evitando que los recursos se deslicen hacia estructuras que no ejecuten o no justifiquen adecuadamente la actividad subvencionada.

En la misma línea, resulta destacable que la propuesta prevea la incorporación de “conceptos de gastos específicos” en el apartado de gastos de personal, dotando de mayor transparencia la imputación y favoreciendo su adecuación al proyecto subvencionado. Esta precisión contribuye a evitar imputaciones genéricas o difícilmente verificables y facilita la labor de control y revisión documental por parte de la Administración.

Asimismo, se aprecian mejoras propias de la gestión procedimental que también merecen una valoración favorable, en particular el ajuste del plazo de justificación del anticipo a la realidad del pago. Se valora positivamente que, en el pago anticipado (hasta un máximo del 50%), el cómputo del plazo de justificación se vincule a la fecha efectiva de pago y no a la publicación de la resolución, fijándose un mes desde dicha fecha para justificar. Este ajuste resulta más coherente con la ejecución real y refuerza la finalidad de garantizar una adecuada justificación del empleo de los fondos públicos.

Por último, también resulta favorable que se contemple la posibilidad de compensación de gastos subvencionables, en la medida en que puede reducir la inversión inicial y facilitar la gestión financiera, promoviendo la viabilidad de proyectos de interés público; todo ello, sin perjuicio de que dicha compensación deba articularse con límites claros, desglose suficiente y trazabilidad adecuada en convocatoria y justificación.

QUINTA.- Línea 1. Acciones informativas.

Un elemento a considerar es que se valoren las acciones informativas, más allá de las formativas.

En este sentido en el expediente observamos que esta propuesta no ha podido ser respondida por una falta de concreción por nuestra parte.

Al respecto, queremos aprovechar la ocasión para indicar que el planteamiento como concepto subvencionable de acciones informativas, se refieren a posibles campañas de difusión de determinados derechos o prácticas con el fin de poner en conocimiento de la ciudadanía determinadas prácticas comerciales que pueden suponer una vulneración de los derechos de las personas consumidoras, así como el posicionamiento respecto a la modificación de determinadas normativas o simplemente la puesta en conocimiento de determinados derechos.

Estas acciones, no conllevan un módulo formativo, como si pueden suponer otras acciones, ya que son elementos puntuales que son señalados desde las organizaciones para un adecuado conocimiento de la ciudadanía, o incluso promover el debate de la necesidad de determinados cambios normativos o acciones a llevar por parte del sector empresarial o la propia administración. Este tipo de acciones, suponen el día a día de muchas organizaciones y un contenido de un alto valor para la ciudadanía que toma conocimiento de estos aspectos.

SEXTA.- Línea 1. Criterios de valoración acciones formativas de carácter telemático.

Uno de los aspectos que viene a modificar la propuesta es la valoración que reciben las ediciones formativas desarrolladas por medios telemáticos o en línea, que pasan de puntuar 0,25 por actividad a 0,05, manteniéndose en todo caso el límite máximo de puntuación previsto para esta modalidad.

En este sentido, entendemos que la diferencia entre las bases vigentes y las propuestas resulta excesivamente amplia y genera un efecto claramente desincentivador sobre una modalidad formativa que, en los últimos años, ha exigido a las organizaciones un esfuerzo relevante de adaptación, inversión y mejora de contenidos, metodologías y herramientas, precisamente porque las bases anteriores apostaban por la utilización de las TIC como vía de formación en materia de consumo.

Compartiendo que la presencialidad debe contar con una valoración superior por su valor añadido en términos de interacción, seguimiento y aprovechamiento, proponemos que la diferencia entre ambas modalidades no sea tan amplia, ya que una reducción tan intensa convierte la formación telemática en una opción prácticamente residual, aun cuando pueda acreditarse con garantías de calidad, asistencia y evaluación. Además, esta penalización puede incidir negativamente en la capilaridad territorial y en el acceso efectivo a la formación de personas consumidoras con mayores dificultades de desplazamiento, disponibilidad horaria o residencia en municipios alejados, contraviniendo el objetivo de ampliar el alcance social de las actuaciones subvencionables.

Por ello, solicitamos que se revise este criterio, manteniendo la preferencia por la presencialidad, pero con una diferencia más proporcionada entre ambas modalidades. y, en su caso, reforzando su control mediante exigencias de trazabilidad y acreditación (registro de asistencia, mecanismos de evaluación,

evidencias de impartición y materiales), de forma que se garantice la calidad sin desincentivar una modalidad que contribuye de manera decisiva a la extensión territorial y social de la educación y formación en consumo.

SÉPTIMA.- Línea 1. Valoración de la asociación beneficiaria.

Uno de los principios que este Consejo viene defendiendo de forma constante es que las ayudas públicas deben dirigirse prioritariamente a aquellas entidades que acrediten una legitimidad social real y verificable, sustentada en una base asociativa significativa y en unos ingresos por cuotas suficientes para demostrar implantación, estabilidad y compromiso con la defensa cotidiana de las personas consumidoras. En consecuencia, consideramos necesario que las bases y, en particular, los criterios de valoración, incorporen mecanismos que garanticen que se subvenciona a organizaciones con presencia efectiva en el territorio andaluz, y no a estructuras meramente nominales o instrumentales.

En este sentido, respecto a los indicadores destinados a evaluar a la asociación u organización solicitante, entendemos que —en comparación con la orden vigente— deberían reforzarse aquellos elementos que ponderen de manera favorable a las organizaciones más consolidadas y afianzadas en Andalucía, por una razón esencial de interés público: evitar que el diseño de la convocatoria permita, en la práctica, que cualquier entidad con una inscripción reciente o con trayectoria limitada compita en condiciones similares por fondos destinados a la defensa de los derechos de las personas consumidoras.

La preocupación no es teórica. Si los criterios no diferencian con suficiente intensidad entre entidades con implantación real y entidades sin recorrido, se abre la puerta a dos riesgos claros:

- Que puedan concurrir asociaciones sin trayectoria, sin estructura y sin capacidad real para ejecutar programas formativos o sostener oficinas de atención; y
- Que se incentive la creación o inscripción de entidades “ad hoc” cuyos fines estatutarios o actividad efectiva no se correspondan con el objeto propio del movimiento consumerista, desvirtuando la finalidad de la línea de subvención.

Por ello, proponemos que, en los criterios de valoración referidos a la entidad solicitante, se revise el sistema de topes máximos cuando su efecto sea “igualar a la baja” a organizaciones objetivamente distintas en implantación y legitimidad social. La fijación de máximos demasiado bajos reduce la capacidad del criterio para discriminar positivamente a quienes sostienen una actividad continuada y demostrable en el territorio. En su lugar, resulta más razonable optar por escalas de puntuación más graduadas (o con topes más altos), que permitan reconocer de forma proporcionada la afiliación, la estabilidad y la capacidad operativa real.

OCTAVA.- Línea 1. Obligación de incluir enlace a consumo responde.

Se mantiene la obligación de incorporar, desde la página web de la entidad beneficiaria, un enlace a Consumo Responde, entendemos que esta exigencia, tal y como está formulada, plantea objeciones relevantes:

- Interferencia innecesaria en la autonomía organizativa y en el diseño de la web.

La imposición de un enlace externo no es una mera recomendación informativa: condiciona la arquitectura y contenidos de la página de la entidad, introduciendo una obligación que afecta a la identidad digital y a la libertad de organización de la asociación, sin acreditarse que sea imprescindible para el fin de la subvención.

- Efecto negativo sobre la captación y fidelización (“pérdida de visita”).

Al obligar a derivar a la persona usuaria fuera de la web de la entidad, se incentiva la salida del entorno informativo propio, con el consiguiente impacto en métricas de permanencia y conversión. Esto puede traducirse en una merma real de la capacidad de la organización para informar, ofrecer servicios, y captar afiliación, lo que resulta contradictorio con uno de los objetivos estructurales de estas bases: el fomento del asociacionismo.

- Riesgo de trato desigual entre entidades con y sin web.

La exigencia solo opera respecto de organizaciones que dispongan de página web. En cambio, no genera obligación equivalente para entidades que no cuenten con esa herramienta, produciendo un tratamiento diferenciado que puede tener efectos discriminatorios o, como mínimo, no justificados desde la perspectiva de igualdad de condiciones de concurrencia, al imponer cargas solo a una parte de las potenciales beneficiarias.

NOVENA.- Línea 2. Entidades que pueden solicitar las subvenciones.

La norma plantea la posibilidad de que organizaciones que no están constituidas como asociación o federación en Andalucía, puedan optar a la concesión de dinero público a través de subvenciones públicas.

En este sentido nos remitimos a lo manifestado en la alegación TERCERA de este escrito.

DÉCIMA.- Línea 2. Entidades que pueden solicitar las subvenciones.

Una de las modificaciones introducidas respecto de las bases vigentes afecta a los requisitos de implantación territorial exigibles a las Federaciones de Personas Consumidoras inscritas en el Registro andaluz: en concreto, el número mínimo de asociaciones u organizaciones integradas que deben contar, cada una de ellas, con sede social en distintas provincias de Andalucía durante el año anterior a la convocatoria, se reduce, pasando de exigir presencia en cinco provincias a únicamente cuatro.

Consideramos que este cambio supone un retroceso en el objetivo de potenciar y fomentar federaciones con una implantación real, estable y capilar en el territorio andaluz. No se trata de un requisito meramente formal: la exigencia de presencia en un número significativo de provincias opera como garantía objetiva de representatividad territorial, de capacidad de atención y de proximidad a la ciudadanía, y contribuye a que los fondos públicos se dirijan a estructuras con vocación y alcance autonómico efectivos.

En la misma línea, se reducen los requisitos mínimos para acceder a las subvenciones en lo que a personas asociadas e ingresos mínimos, pasando de 6.000 y 60.000 a 5.000 y 50.000.

Reducir estos umbrales facilita el acceso a la condición de beneficiaria a entidades con una implantación más limitada, debilitando la lógica de la Línea 2 como instrumento para reforzar un movimiento asociativo de consumo con presencia verdaderamente autonómica.



Dicho de otro modo: rebajar la dimensión y la exigencia territorial devalúa el concepto de federación de ámbito andaluz y puede derivar en la financiación de entidades que, por su implantación, difícilmente pueden considerarse referentes para el conjunto de las personas consumidoras de Andalucía.

Por ello, solicitamos que se replantee esta modificación manteniendo el número de presencialidad en provincias o incluso aumentándolo a seis, además de mantener los criterios de afiliación e ingresos por cuotas.

DECIMOPRIMERA.- Línea 2. Estudio y asesoramiento para la presentación de acciones colectivas de cesación.

Ya desde el propio título de la Orden, y posteriormente en el desarrollo de los problemas que se pretenden solucionar, se plantea como un elemento que se podría añadir como actividad susceptible de ser subvencionada lo referente al estudio y asesoramiento para la presentación de acciones colectivas de cesación pues éstas tienen una repercusión inmediata en el beneficio de las personas consumidoras.

Es oportuno poner encima la mesa las dudas que nos plantea esta propuesta en tanto en cuanto la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, establece en su artículo 31.7, apartado c) que “los gastos financieros, los gastos de asesoría jurídica o financiera, los gastos notariales y registrales y los gastos periciales para la realización del proyecto subvencionado y los de administración específicos son subvencionables si están directamente relacionados con la actividad subvencionada y son indispensables para la adecuada preparación o ejecución de la misma, y siempre que así se prevea en las bases reguladoras.





Con carácter excepcional, los gastos de garantía bancaria podrán ser subvencionados cuando así lo prevea la normativa reguladora de la subvención. En ningún caso serán gastos subvencionables: c) Los gastos de procedimientos judiciales”.

Como puede apreciarse, la literalidad del artículo citado excluye expresamente de las partidas a poder subvencionar “los gastos de procedimientos judiciales”.

En este sentido, debemos tener en cuenta la Sentencia del Tribunal Supremo, Sala de lo Contencioso, de 7 de febrero de 2008 (ECLI:ES:TS:2008:367):

Esta Sentencia del Alto Tribunal estima parcialmente un recurso contencioso-administrativo contra la partida de una subvención estatal para asociaciones de consumidores y usuarios dirigida a sufragar gastos judiciales, concretamente para la defensa de los afectados por la estafa piramidal de FORUM y AFINSA. Como podrán apreciar, en el Fundamento Jurídico cuarto de esta Sentencia se indica, literalmente, “por el contrario, sí debemos acoger el tercero de los motivos de impugnación, pues siendo cierto, como lo es, que el artículo 31.7.c) de la Ley 38/2003 prohíbe subvencionar los gastos de procedimientos judiciales, lo es también que son gastos de esta naturaleza los que quedan subvencionados a través de la segunda de las modalidades de ayuda que contempla el Real Decreto impugnado, esto es, a través de la modalidad prevista en su artículo 3.2 .b)”.

Así, esta Sentencia del TS terminó estimando en parte el recurso contencioso-administrativo presentado contra “el Real Decreto 613/2006, de 19 de mayo, declarando la nulidad de pleno derecho del número 2 , letra b), y del número 4, ambos de su artículo 3 , que respectivamente son del tenor literal siguiente: Número 2, letra b), del artículo 3 : “Contribuir a la financiación de los gastos originados por el apoyo a la representación y de defensa de los intereses y derechos de los afectados, en un importe máximo de 1.300.000 euros que se



distribuirá en función del número de afectados sobre los que las organizaciones asuman su representación y defensa judicial".

Dicha nulidad conllevó que las asociaciones tuvieran que devolver los importes recibidos "ilegalmente", ya que el Alto Tribunal consideró que la Ley General de Subvenciones 38/2008 "prohíbe subvencionar los gastos de procedimientos judiciales".

La nueva propuesta intenta evitar este problema jurídico subvencionando los pasos previos a la presentación de la demanda, por lo que no se estaría subvencionando un procedimiento judicial sino la fase previa del mismo, sin embargo el criterio de valoración de este concepto subvencionable puntúa de forma expresa las acciones de cesación presentadas, otorgando 8 puntos por cada una de ella.

Esta nueva propuesta por un lado nos genera dudas respecto a qué se está subvencionando realmente ya que el ámbito del asesoramiento previo puede ser muy amplio, siendo un aspecto que pudiera ser ambiguo, y precisamente el hecho de que finalmente se valora por un resultado judicial, nos genera dudas de la legalidad, ya que finalmente se valora no el trabajo previo sino la acción judicial llevada a cabo.

DECIMOSEGUNDA.- Línea 2. Porcentajes

Si bien valoramos como un avance que la propuesta modifique porcentajes aplicables a los costes directos de la actividad dirigida al fomento del asociacionismo y a la sensibilización sobre los derechos de las personas consumidoras, entendemos que la mejora sigue siendo insuficiente.

En la práctica, el régimen porcentual continúa condicionando en exceso la capacidad real de las federaciones para desplegar campañas de captación, consolidación y fortalecimiento asociativo, al exigir una aportación propia que, en muchos supuestos, resulta económicamente gravosa y poco realista para organizaciones cuya financiación depende, precisamente, de cuotas y de una estructura estable de atención a la ciudadanía.

En este punto conviene insistir en una cuestión de fondo: Andalucía necesita un movimiento consumerista sólidamente legitimado por la afiliación real de las personas consumidoras. Y esa legitimidad no se construye solo con actuaciones puntuales, sino con una labor continuada de visibilidad, sensibilización, proximidad y capilaridad, que permita que la ciudadanía conozca qué organizaciones trabajan efectivamente en el territorio, qué acciones realizan y por qué el asociacionismo es una herramienta esencial de defensa colectiva en el ámbito del consumo.

Precisamente por ello, el fomento del asociacionismo no puede quedar relegado a una acción “accesoria” o residual dentro del proyecto subvencionable: es un eje estructural, porque fortalece la representatividad, la independencia y la capacidad de actuación cotidiana de las entidades.

Por todo lo anterior, proponemos una reponderación de estos porcentajes, de forma que el acceso a la subvención no implique para las federaciones una aportación económica desproporcionada para poder ejecutar de manera eficaz esta línea de actuación.

En términos de política pública, resulta contradictorio que se proclame el objetivo de reforzar el asociacionismo y, simultáneamente, se diseñe un esquema financiero que lo hace difícilmente ejecutable salvo para estructuras con mayor músculo económico previo.

DECIMOTERCERA.- Línea 2. equilibrios entre bloques.

Independientemente de lo expuesto en nuestra alegación DÉCIMA respecto a la incorporación, como concepto subvencionable, de actuaciones vinculadas a la preparación de acciones de cesación, es oportuno advertir que la propuesta relativa a los criterios de valoración de la Línea 2 introduce un desequilibrio significativo entre los distintos bloques de actuación objeto de baremación.

En efecto, si bien venimos reclamando que la acción formativa no concentre un peso determinante en la puntuación —por el riesgo de orientar artificialmente la planificación de las entidades hacia lo meramente puntuable—, la incorporación de un nuevo bloque subvencionable asociado a las acciones de cesación se articula sin una reponderación paralela del conjunto de indicadores, generando un nuevo desplazamiento del centro de gravedad de la convocatoria. Ello compromete la neutralidad del diseño de la concurrencia competitiva y afecta al principio de proporcionalidad, en la medida en que la baremación deja de reflejar de forma equilibrada el interés público perseguido y pasa a incentivar, de manera predominante, un tipo concreto de actuaciones.

Este desequilibrio no es menor, pues puede conducir a un escenario en el que la actividad anual de las organizaciones solicitantes quede excesivamente condicionada por aquellas actuaciones que maximicen puntuación, en detrimento de otras funciones estructurales del movimiento consumerista que resultan igualmente esenciales para una protección efectiva de las personas consumidoras.

En otras palabras, la arquitectura de la puntuación corre el riesgo de operar como una suerte de “subvención dirigida” por diseño: no porque se imponga formalmente una acción, sino porque la estructura de incentivos obliga materialmente a orientar recursos hacia un catálogo reducido de actividades, no necesariamente el más prioritario en cada territorio o coyuntura.

Por todo lo anterior, solicitamos que se revise la ponderación de los criterios de valoración de la Línea 2, con el fin de restablecer un equilibrio razonable entre bloques y evitar que un único ámbito determine por sí solo el resultado del procedimiento.

DECIMOCUARTA Línea 2. Obligación de incluir enlace a consumo responde.

En lo que refiere a este aspecto, nos reiteramos en la argumentación que hemos reflejado por este mismo aspecto en la línea 1 en nuestra alegación OCTAVA.

En virtud de lo expuesto,

SOLICITAMOS A LA CONSEJERÍA DE SANIDAD, PRESIDENCIA Y EMERGENCIAS, que habiendo presentado este escrito, se digne admitirlo, y tenga por emitido informe a la Orden de XX de XXXX, por la que se modifica la Orden de 6 de abril de 2021, por la que se aprueban las bases reguladoras para la concesión de subvenciones, en régimen de concurrencia competitiva, destinadas a asociaciones, organizaciones y federaciones de asociaciones y organizaciones de personas consumidoras y usuarias para la realización de programas formativos en materia de consumo, de actuaciones para impulsar la promoción de un consumo responsable y sostenible, para el funcionamiento de las oficinas de atención e información a las personas consumidoras y para el fomento del asociacionismo en la comunidad autónoma de Andalucía.

Por ser todo ello de Justicia que pedimos en lugar y fecha indicados ut supra,