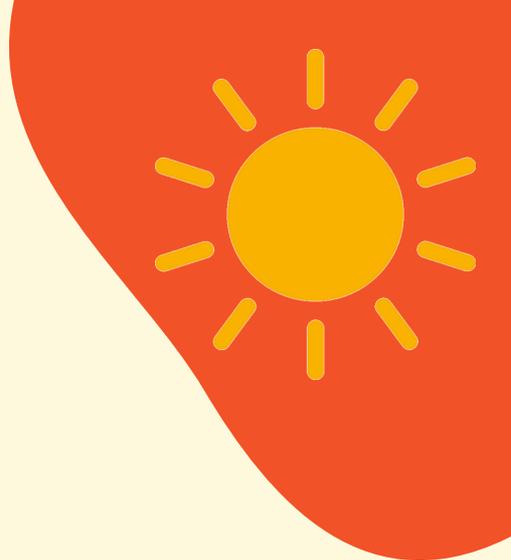


**JUNIO**

**Nº 9**

**2022**



**CONSUMO SOSTENIBLE**



**y**

**CONSUMO EN VERANO**

**INFORMACIÓN  
DIGITAL  
PARA CONSUMIDORES**





# **CONTENIDO**

**Presentación**

**Información sobre el tema del mes**

**Consejo práctico**

**Resolución de caso real**

**Noticias de actualidad**

**Eventos de consumo en CERCA**

**Actividades y rincón del voluntariado CERCA**

**Actividades para colectivos y voluntariado**

**Información al consumidor**



# PRESENTACIÓN

El mes de junio en **CERCA**, lo vamos a dedicar a enseñar a los consumidores, la relación tan estrecha que hay entre nuestras acciones diarias de consumo y la repercusión que éstas tienen en el medio ambiente del planeta.

En 2015, la ONU aprobó la Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible, una oportunidad para que los países y sus sociedades emprendan un nuevo camino con el que mejorar la vida de todos, sin dejar a nadie atrás. La Agenda cuenta con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible. El objetivo 12 es el que aboga por una producción y un consumo sostenible.

Por poner un ejemplo, de que algo estamos haciendo mal, sabéis que cada año, se estima que un tercio de toda la comida producida (el equivalente a 1300 millones de toneladas con un valor cercano al billón de dólares) acaba pudriéndose en los cubos de basura de los consumidores y minoristas, o que el sector de la alimentación representa alrededor del 30% del consumo total de energía en el mundo y un 22% del total de las emisiones de gases de efecto invernadero, o que en caso de que la población mundial alcance los 9600 millones de personas en 2050, se podría necesitar el equivalente a casi tres planetas para proporcionar los recursos naturales necesarios para mantener los estilos de vida actuales. Y también, con la proximidad del verano, vamos a dar algunos consejos y recomendaciones sobre consumo de artículos y servicios propios de esta estación.

Desde el pasado 15 de marzo, el Centro Educativo de Recursos de Consumo, ha publicado 25 vídeo tutoriales sobre formación del consumidor, y en ellos, por supuesto, se incluyen video tutoriales de consumo sostenible y sobre temas de consumo en verano.

- **CONSUMO SOSTENIBLE:**

[https://www.youtube.com/watch?v=LZumi2p--VU&t=5s&ab\\_channel=CERCA](https://www.youtube.com/watch?v=LZumi2p--VU&t=5s&ab_channel=CERCA)

- **ECONOMÍA CIRCULAR:**

[https://www.youtube.com/watch?v=34oeDTx-5wA&t=2s&ab\\_channel=CERCA](https://www.youtube.com/watch?v=34oeDTx-5wA&t=2s&ab_channel=CERCA)

- **OBSOLESCENCIA PROGRAMADA:**

[https://www.youtube.com/watch?v=AgNAiQBnlrk&ab\\_channel=CERCA](https://www.youtube.com/watch?v=AgNAiQBnlrk&ab_channel=CERCA)

- **VIAJES COMBINADOS:**

[https://www.youtube.com/watch?v=-xVwjWXRvro&t=5s&ab\\_channel=CERCA](https://www.youtube.com/watch?v=-xVwjWXRvro&t=5s&ab_channel=CERCA)

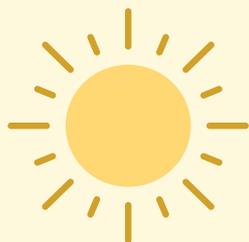
- **TRANSPORTES:**

[https://www.youtube.com/watch?v=yER2W17lh6g&t=122s&ab\\_channel=CERCA](https://www.youtube.com/watch?v=yER2W17lh6g&t=122s&ab_channel=CERCA)

Os animamos a explorar dichos video tutoriales y así aprender un poco más sobre consumo sostenible y consumo en verano. Y te recuerdo que en **CERCA** seguiremos con las **ASESORÍAS PRÁCTICAS DE CONSUMO**, que este mes de junio tenemos preparadas la de ahorro energético, precauciones en el hogar en vacaciones, y consumo en hogueras, además de visitas al Parque La Marjal y al Observatorio de Medio Ambiente.

Espero que tanto con los video tutoriales, como las asesorías prácticas, como con toda la información facilitada en esta Revista, sepas bien como actuar para ejercer un consumo mas sostenible y responsable y disfrutes del verano consumiendo con precaución.

**Juan Carlos Victoria / Responsable de CERCA.**



# INFORMACIÓN TEMA DEL MES

## Consejos de verano

**EL PERIODO ESTIVAL Y LAS VACACIONES PROVOCAN QUE LOS CONSUMIDORES NOS ENCONTREMOS CON SITUACIONES QUE PUEDEN GENERAR DUDAS DE CONSUMO SOBRE CÓMO DEBERÍAN ESTAR PROTEGIDOS NUESTROS DERECHOS.**

En el siguiente reportaje repasamos algunas de las situaciones más comunes en verano y le ofrecemos una serie de consejos y recomendaciones para que usted viaje seguro y con los derechos aprendidos.

### **Productos para el sol: protección en las compras.**

En esta categoría se encuentran los productos como las gafas de sol y las cremas solares que aumentan su venta durante el verano debido a que los consumidores quieren estar bien protegidos de las radiaciones que produce el sol y que pueden llegar a ser muy perjudiciales para la salud.

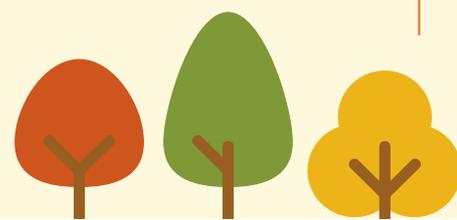
Es muy importante fijarse, por lo tanto, en los requisitos de seguridad y salud que este tipo de productos deben cumplir y no dejarse guiar por cuestiones como la estética, en el caso de las gafas de sol, o creer que todas las cremas solares son igual de efectivas ni necesarias:

- En el caso de las gafas de sol, se pueden comprar en establecimientos muy variados, desde ópticas hasta mercadillos o tiendas de souvenirs en zonas de playa, por lo que es recomendable que, exija siempre que le entreguen la factura y la garantía correspondiente del producto y siempre que pueda, déjese aconsejar en la compra por un profesional de la visión.
- Las gafas deben absorber un espectro luminoso que permita ver bien sin daño o con un daño mínimo para el ojo. Es por tanto, muy importante fijarse en el etiquetado, que debe incluir entre otros, el marcado CE, el nivel de protección ultravioleta y el tipo de filtro solar que las protege.
- En el caso de las cremas solares, ninguna puede garantizar al 100% una protección total frente a las radiaciones dañinas, por ello no deben contener mensajes en la etiqueta como “protección total”, “pantalla total” o “prevención durante todo el día”.
- La protección contra los rayos ultravioletas UVB se identifica en el etiquetado de los productos solares a través del Factor de Protección Solar (FPS o SFP en inglés), que lleva una numeración entre 6 y 50+, y descriptores como “protección baja”, “media”, “alta” o “muy alta”.
- Estas y otras recomendaciones, precauciones de uso, instrucciones recomendadas o declaraciones que no deben hacerse en el empleo de las cremas solares se encuentran incluidas dentro de las directrices que estableció la Comisión Europea para apoyar a las distintas autoridades nacionales.

Más consejos para el verano en el siguiente enlace:

<https://www.comunidad.madrid/servicios/consumo/consejos-verano-disfrutar-vacaciones-garantias>

**Fuente:** Comunidad de Madrid.



# INFORMACIÓN TEMA DEL MES

## Consumo llama a la responsabilidad en verano con el uso de productos como cremas solares, gafas, flotadores y barcas hinchables

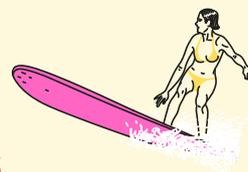
La Dirección General de Consumo, organismo dependiente de la Consejería de Salud y Familias, lanza un mensaje a toda la ciudadanía en la antesala del periodo veraniego y vacacional pidiendo responsabilidad con el uso de productos como cremas solares, gafas, flotadores y barcas hinchables, máxime tras la eliminación de las restricciones de movilidad en el contexto COVID-19.

Esta recomendación de Consumo Responde, afirma el director general, Alberto Fernández, se refiere “a un amplio abanico de productos, algunos de ellos esenciales para el cuidado de nuestra salud”, y por ello se hace un llamamiento al consumo responsable.

Leer toda la noticia en el siguiente enlace:

<https://www.consumoresponde.es/actualidad/consumo-llama-responsabilidad-verano-uso-productos-cremas-solares-gafas-flotadores-barcas-hinchables>

**Fuente:** Consumo responde.



## Marketing verde: qué es y cuáles son sus ventajas

El marketing verde busca desarrollar, producir y distribuir productos que contribuyan a reducir la huella medioambiental. Los consumidores, cada vez más concienciados con la importancia de preservar la salud del planeta, apoyan a las empresas que apuestan por la sostenibilidad.

El marketing verde también tiene una importante dimensión social, ya que sirve para concienciar y hacer entender la problemática medioambiental al conjunto de la sociedad.

Estos son los **principales beneficios** de la mercadotecnia sostenible:

- Promueve el consumo responsable y reduce el uso de las materias primas y la generación de residuos.
- Fomenta el empleo de materiales menos contaminantes, los calificados como eco-friendly, además controla las sustancias y los gases contaminantes.
- Cumple con los requisitos legales en materia medioambiental.
- Mejora el posicionamiento de un producto, colocándolo en categorías de calidad superior y asociándolo con la etiqueta eco.
- Optimiza la imagen de una marca, revalorizándola interna y externamente.
- Fideliza a los clientes y aporta innovación al modelo de negocio.
- Diferencia a la empresa de la competencia.
- Permite un equilibrio entre el beneficio económico de la compañía y el provecho del medio ambiente.
- Anima a la colaboración empresarial con el desarrollo de proyectos ambientales y sociales y se alinea con los consumidores que buscan el cuidado del planeta.

Artículo completo: <https://www.consumer.es/medio-ambiente/marketing-verde-que-es-ventajas>

**Fuente:** Consumer.es

# INFORMACIÓN TEMA DEL MES

## ¿Tus viajes le hacen daño al planeta?

Querido amigos viajeros: es hora de que enfrentemos esta realidad, y es que nuestros viajes tienen un impacto ambiental, en realidad todo lo que hacemos lo tiene en mayor o menor medida.

Entonces, ¿Qué podemos hacer?.

**Vuela en clase económica:** No solo por ahorrar dinero si no porque la huella de carbono de los asientos de primera clase es entre 3 y 9 veces mayor que de clase económica.

**Planea tus viajes de manera que no requieran grandes desplazamientos aéreos:** planear itinerarios que implican ciudades que están muy lejos entre ellas y requieren transporte aéreo es una práctica que debemos evitar en la medida de lo posible. Ejemplo: viajar de Colombia a Barcelona, de ahí a Berlín, pasando por Londres para terminar en Roma y regresar a Colombia.

**Elige movilizarte en autobús o tren:** son mejores opciones para el planeta y cada vez hay tecnologías más ecológicas para estos tipos de transporte.

Lleva la menor cantidad de equipaje posible.

Muchas aerolíneas te ofrecen pagar un pequeño monto para amortizar tu huella de carbono. De no ser así usa esta calculadora para medir y subsanar esa huella (esta web es confiable y no recibo ningún ingreso de parte de ellos).

Artículo completo en el siguiente enlace:

<https://unviajealamedida.com/tus-viajes-le-hacen-dano-al-planeta/>

**Fuente:** unviajealamedida.com



## Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles



El consumo y la producción mundiales (fuerzas impulsoras de la economía mundial) dependen del uso del medio ambiente natural y de los recursos de una manera que continúa teniendo efectos destructivos sobre el planeta.

El progreso económico y social conseguido durante el último siglo ha estado acompañado de una degradación medioambiental que está poniendo en peligro los mismos sistemas de los que depende nuestro desarrollo futuro (y ciertamente, nuestra supervivencia).

Estos son algunos hechos y cifras:

- Cada año, se estima que un tercio de toda la comida producida (el equivalente a 1300 millones de toneladas con un valor cercano al billón de dólares) acaba pudriéndose en los cubos de basura de los consumidores y minoristas, o estropeándose debido a un transporte y unas prácticas de recolección deficientes.
- Si todo el mundo cambiase sus bombillas por unas energéticamente eficientes, se ahorrarían 120 000 millones de dólares estadounidenses al año.
- En caso de que la población mundial alcance los 9600 millones de personas en 2050, se podría necesitar el equivalente a casi tres planetas para proporcionar los recursos naturales necesarios para mantener los estilos de vida actuales.

La pandemia de la COVID-19 ofrece a los países la oportunidad de elaborar planes de recuperación que reviertan las tendencias actuales y cambien nuestros patrones de consumo y producción hacia un futuro más sostenible.

El consumo y la producción sostenibles consisten en hacer más y mejor con menos. También se trata de desvincular el crecimiento económico de la degradación medioambiental, aumentar la eficiencia de recursos y promover estilos de vida sostenibles.

El consumo y la producción sostenibles también pueden contribuir de manera sustancial a la mitigación de la pobreza y a la transición hacia economías verdes y con bajas emisiones de carbono.

**Fuente:** Naciones Unidas. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production>

## CONSEJO PRÁCTICO

### ¡Compra de billetes...asegúrate de poner bien los datos!

Este fin de semana volamos varias amigas a Venecia desde Valencia por avión, yo misma hice la compra de los billetes por Internet. Al llegar al mostrador de la compañía aérea, no dejaban volar a una de mis amigas, puesto que en el billete de compra ponía Sandra y su DNI pone M<sup>a</sup> Alejandra. Insistimos en que lo correcto era el DNI de la compra por Internet y que ahora se personaba con su DNI para que le emitieran la tarjeta de embarque. No nos hicieron caso y nos obligaron a comprar un billete nuevo para que esta persona pudiera volar. Decidimos poner una hoja de reclamaciones pues era absurdo lo que estaba ocurriendo.

#### ¿Tenemos que pagar un nuevo billete por el cambio de nombre?

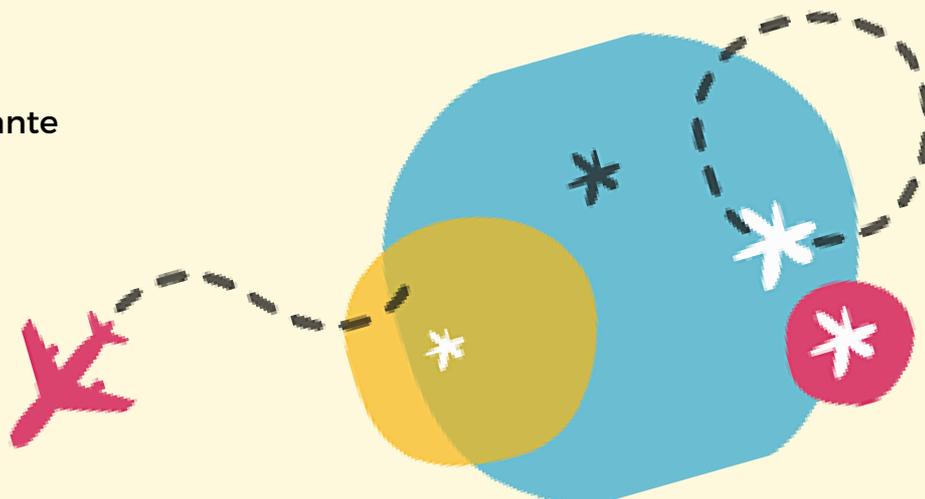
Debemos tener en cuenta que la identificación del comprador o adquiriente debe realizarse siempre con su nombre, apellidos y DNI, Pasaporte o documento oficial que permita la identificación del titular.

Hay que recordar que si una persona está utilizando de forma habitual un nombre distinto al que consta en toda la documentación oficial, debe acudir a los procedimientos administrativos correspondientes para el cambio de nombre. En caso contrario, ha de identificarse tal y como consta en los documentos oficiales de identificación, pues de cualquier otra forma pueden ocurrir incidentes como el que nos indica.

Evidentemente, toda empresa debe verificar los datos del consumidor en situaciones como compra con tarjeta, entrega de documentación, embarques y vuelos, etc..., y debe asegurarse que es la misma persona la que contrata que quien le exhibe el documento de identidad.

En cualquier caso, al no llevarse a cabo el viaje contratado por "Sandra" y haber tenido "Alejandra" que adquirir un nuevo billete, podría reclamarse a la compañía la devolución del primero por no haber podido hacer uno del mismo y no haber causado ningún perjuicio a la compañía.

**Fuente:** Guía UCE Alicante





# RESOLUCIÓN DE CASO REAL

## ¡Bono sesiones de peluquería!

Nos visita en nuestras oficinas de **ADACUA** Dña. Francisca de Alicante y nos comenta su problema con una peluquería de la que es cliente desde hace más 6 años.

**EXPONE:** Debido a notarme frágil y con poco brillo el cabello a Francisca le recomiendan un tratamiento para el mismo, diciéndole que pueden realizarlo en sesiones sueltas o comprar un bono de tratamiento de 10 sesiones que le saldría más económico. Opción esta por la que finalmente opta. Compró la tarjeta con un bono de las sesiones previo pago de 160 €, del cual iban tachando cada vez que se realizaba una sesión y que no especifica en ningún sitio que tenga fecha de caducidad, únicamente que vale por 10 sesiones. El cabello de Francisca mejoró después de 5 sesiones por lo que decidió guardar el resto para otra ocasión que pudiese necesitarlas, al pasar el tiempo de confinamiento y después un problema de salud importante, pasó más de un año desde la última sesión realizada y sin poder pasar por la peluquería. Al volver a la peluquería, hay una nueva encargada a la que le comentó que le quedaban 5 sesiones del tratamiento por utilizar, y que deseaba hacerlas. Su sorpresa es que le dice que las sesiones han caducado, ha pasado más de un año y en este caso no puede devolver el dinero, ni realizar las sesiones restantes que eran 5 a 16 € cada una, en total 80 €. Teniendo en cuenta que en la tarjeta no especifica ninguna fecha de caducidad.

**RECLAMAMOS:** La peluquería debe hacerse cargo de las sesiones pendientes o de la devolución del importe de las mismas, ya que al no tener fecha de caducidad el bono sigue teniendo validez a día de hoy. En caso contrario se trataría de una mala práctica comercial por parte del establecimiento, “práctica desleal por engañosa”

El artículo 19.2 “Principio general y prácticas comerciales” de la ley de defensa de los consumidores vigente, define lo que se entenderá por práctica comercial y el artículo 20 incluye las características esenciales que debe contener cualquier «oferta comercial» (el bono de sesiones de peluquería de Francisca es una oferta comercial plasmada en una tarjeta), y dice, entre otras: los procedimientos de pago, plazos de entrega y ejecución del contrato y el sistema de tratamiento de las reclamaciones, cuando se aparten de las exigencias de la diligencia profesional, entendiéndose por tal la definida en el artículo 4.1 de la Ley de Competencia Desleal. Y concluye que el incumplimiento de esta información se considerará «práctica desleal» por engañosa.

**RESOLUCIÓN:** Una vez realizada la reclamación oportuna mediante ADACUA, le dieron la opción de terminar las sesiones de tratamiento o un vale por el importe restante para utilizarlo en cualquier otro servicio que ofreciese la peluquería.

En la Asociación de consumo **ADACUA** encontrarás  
**ASESORAMIENTO GRATUITO (también para no asociados/as)**  
para cualquier consulta y reclamación en temas de consumo.

¡Estamos para ayudarte!. ¡Conoce tus derechos!.

**Encuétranos en:** C/ General Primo de Rivera, 12 Entlo.

**Telf.** 966 16 52 40 / 672 63 21 54 - **e-mail:**

consumidores@adacua.org





## EL GOBIERNO REDUCE A TRES MINUTOS EL TIEMPO DE ESPERA EN LLAMADAS A CALL-CENTERS Y ELIMINA LOS ROBOTS

El Consejo de Ministros, a propuesta del Ministerio de Consumo, ha aprobado el anteproyecto de ley para regular los servicios de atención a la clientela de las empresas, que limitará a tres minutos el tiempo de espera para ser atendido telefónicamente en servicios de información, reclamación y posventa.

La ley prevé multas de hasta 100.000 euros en caso de incumplimiento por parte de las empresas. Como dijo Garzón, el objetivo es terminar con los "quebraderos de cabeza de las familias" que deben sortear "laberintos administrativos que impiden un buen trato en los servicios de atención". "Conllevan un gasto de energía, de dinero y de tiempo, que suponen la renuncia efectiva de ejercer el derecho de atención al cliente", dijo.

Otra novedad de la norma es que los usuarios podrán pedir ser atendidos por una persona con formación especializada, independientemente de que la comunicación se haya iniciado a través de contestadores automáticos o sistemas robotizados.

Además de regir para servicios de información, de reclamación y de postventa, la reducción a tres minutos del tiempo máximo de espera en las llamadas también regirá, según la ley, a los que llamen por incidencias en servicios básicos como la luz, el agua o el gas.

**Fuente:** El País.

[https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/05/31/companias/1653998703\\_508068.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/05/31/companias/1653998703_508068.html)

## EL IPC VUELVE A SUBIR EN MAYO, HASTA EL 8,7%, POR EL ENCARECIMIENTO DE LOS CARBURANTES Y LOS ALIMENTOS

Tras el leve respiro de abril, los precios volvieron a subir en mayo en un escenario en el que la inflación deja de ser un episodio pasajero para convertirse en estructural. El Índice de Precios de Consumo (IPC) repuntó cuatro décimas en el quinto mes del año, hasta el 8,7%, por el encarecimiento de los carburantes y de los alimentos, según los datos avanzados publicados este lunes por el INE. Estadística destaca también, aunque en sentido contrario, la disminución de los precios de la electricidad, frente al alza registrada el año pasado.

La inflación se incrementó de nuevo en este mes de mayo después de que en abril bajara 1,5 puntos de golpe, hasta situarse en el 8,3%, y dos meses después de casi alcanzar los dos dígitos en abril, cuando se situó en el 9,8%.

**Fuente:** ABC Economía.

[https://www.abc.es/economia/abci-suba-cuatro-decimas-mayo-hasta-87-por-ciento-encarecimiento-carburantes-y-alimentos-202205300903\\_noticia.html](https://www.abc.es/economia/abci-suba-cuatro-decimas-mayo-hasta-87-por-ciento-encarecimiento-carburantes-y-alimentos-202205300903_noticia.html)





## FIN A LA PUBLICIDAD ENCUBIERTA DE LOS 'INFLUENCERS' Y A LAS RESEÑAS FALSAS EN LOS COMERCIOS

Al vacío legal que impera en el ámbito de las compras electrónicas y a la ley de la selva que aún rige en las redes sociales y en las plataformas de vídeo en España. La protección a los consumidores que adquieren bienes y servicios a través de internet se verá reforzada a partir del 28 de mayo.

Como consecuencia de la transposición de una directiva europea, la nueva normativa que modifica la Ley General para Defensa de los Consumidores y la Ley de Competencia Desleal pone fin tanto a la publicidad encubierta o engañosa de los 'influencers' en redes sociales como a las reseñas falsas en los comercios electrónicos, entre otras disposiciones.

La reforma introduce límites a los anuncios de 'influencers' en redes sociales, un negocio con el que se facturan 93,7 millones de euros al año solo en inversión de campañas publicitarias. Los prescriptores tendrán que especificar y dejar claro en las comunicaciones pagadas que se trata de un contenido publicitario. El objetivo es poner fin de una vez por todas a los anuncios encubiertos en redes sociales, una actividad sobre la que hasta ahora ha imperado el vacío normativo pese al código de conducta que impone Autocontrol a sus empresas adheridas.

**Fuente:** ABC Economía.

[https://www.abc.es/economia/abci-publicidad-encubierta-influencers-y-resenas-falsas-comercios-202205280240\\_noticia.html](https://www.abc.es/economia/abci-publicidad-encubierta-influencers-y-resenas-falsas-comercios-202205280240_noticia.html)

## LOS COMERCIOS PUEDEN SER SANCIONADOS SI NO PERMITEN PAGAR EN EFECTIVO

El pasado 28 de mayo ha entrado en vigor una modificación de la normativa de consumo que clarifica que la administración puede sancionar a los establecimientos que no permitan el pago en efectivo. Aunque se trata de una práctica que ya suponía una vulneración de la legislación, el artículo 82.4 del Real Decreto-ley 24/2021 -que modifica la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios- ha aclarado que resulta en infracción "la negativa a aceptar el pago en efectivo como medio de pago dentro de los límites establecidos por la normativa tributaria y de prevención y lucha contra el fraude fiscal".

Aquellos establecimientos que se nieguen a aceptar dinero en efectivo se enfrentan a infracciones graves o muy graves, que pueden ser sancionadas con multas de entre 150 y 10.000 euros. La única excepción a lo anterior es la establecida por la Ley Antifraude 11/2021, que limita los pagos en efectivos a 1.000 euros.

**Fuente:** Cadena Ser.

<https://cadenaser.com/cmadrid/2022/05/31/los-comercios-pueden-ser-sancionados-si-no-permiten-pagar-en-efectivo-ser-madrid-oeste/>

# EVENTOS DE CONSUMO EN CERCA

Toda la programación de CERCA de mayo y junio la tenéis en el siguiente enlace:

<https://www.alicante.es/es/tramites/solicitud-actividades-ocio-formativo-abril-junio-2022>.

**Destacamos las actividades del mes de JUNIO**

## ASESORÍAS PRÁCTICAS en CERCA de 9:30h. a 11h.

- Viernes 3 de junio** "Ahorro energético"  
Recibiremos consejos para el ahorro de energía y poder reducir nuestros gastos.
- Jueves 9 de junio** "Precauciones en las viviendas antes y durante las vacaciones"
- Jueves 16 de junio** "El consumo en Hogueras"

## VISITAS A EMPRESAS DE SERVICIOS

- El transporte correrá a cargo del usuario -

### VISITA AL PARQUE LA MARJAL

Visita guiada donde se explicará su función hidráulica para evitar inundaciones en la Playa de San Juan y los usos terciarios del agua para el riego de parques y jardines.

• Jueves 2 de junio a las 10h.

### VISITA AL OBSERVATORIO DE MEDIO AMBIENTE

Visita guiada a las instalaciones del Observatorio de Medio Ambiente del Ayto. de Alicante y charla informativa sobre los efectos de la Posidonia en las Costas.

• Miércoles 8 de junio a las 10:30h.

### VISITA A BOMBEROS ALICANTE

Visita al parque de bomberos "Ildefonso Prats", en la Avda. Locutor Vicente Hipólito (Playa San Juan) + charla informativa "prevención de accidentes en el hogar"

• Lunes 13 de junio a las 10h.

Inscripciones en CERCA o llamando al Tlf. 96 514 52 94

- Plazas limitadas -



## ACTIVIDADES Y RINCÓN DEL VOLUNTARIADO CERCA

### CAMINA, COMPARTE Y VIVE

Únete a caminar, aprender, conocerse y adquirir conocimientos sobre el Patrimonio Cultural.

**Todos los Lunes a las 9:30h. en CERCA**

**(Inscribirse en CERCA o en el tlf. 965 14 52 94)**



### TALLER "NUESTRA COCINA"

Este taller lleva realizándose en CERCA desde hace más de 12 años y es un punto de reunión de los consumidores interesados en la cocina y la alimentación saludable.



En este taller se elaborarán recetas sencillas y se aprenderá sobre hábitos saludables.

**Viernes 10 de junio a las 11h.**

**(2 € por persona para la compra de ingredientes).**

**- No hace falta inscripción -**

### "VACÍA TU MOCHILA"

Pautas y consejos para llevar una vida más saludable tanto física como mentalmente...

**Todos los Viernes, tenemos dos turnos, uno a las 10h. y otro a las 11:30h.**

**(Inscribirse en CERCA o en el tlf. 96 514 52 94)**



*Cuida el medio ambiente*





## RINCÓN DEL VOLUNTARIADO CERCA

### BIENESTAR, HOGAR Y SALUD PSICOLÓGICA



¿Hay alguna relación entre el hogar y el bienestar psicológico?, ¿nos sentimos mejor en un espacio ordenado?, ¿hay diferencia entre tener espacios verdes y no tenerlos sobre nuestra salud psicológica?. IKEA, El Consejo General de la Psicología y la Psicofundación han querido dar respuesta a estas y otras preguntas con el primer estudio nacional "Hogares con psicología", que se presenta hoy en nuestra rueda de prensa.

El estudio analiza la relación de diferentes elementos del hogar como son el orden o las relaciones entre las personas que conviven, el disponer de luz natural o tener plantas, con el bienestar, la felicidad, la ansiedad o la soledad.

Conscientes de esta realidad y de la necesidad de que exista una contribución desde todos los actores que integran la sociedad para encontrar soluciones a esta problemática, han propuesto un decálogo de acciones orientadas a garantizar la salud psicológica y el bienestar, con el hogar como un pilar esencial para conseguirlo.

- 1.- **Ordena tu casa, ordena tu mente.** Un mayor nivel de orden en la vivienda se asocia con mayor bienestar y felicidad y con menor sensación de soledad.
- 2.- **Olor a hogar.** En 8 de cada 10 hogares se ventila a diario o varias veces al día.
- 3.- **Estrena casa cada día.** Tener la casa bien conservada es una variable fundamental.
- 4.- **¡Qué se haga la luz!** En los hogares con más luz natural la incidencia de problemas como la ansiedad o la depresión es significativamente menor.
- 5.- **Silencia tu casa, calma tu interior.**
- 6.- **Verde que te quiero verde.** Poner un rincón verde en nuestro hogar puede generar esa sensación de naturaleza.
- 7.- **Mima tus relaciones.** Una percepción positiva de la relación con las personas con las que convivimos genera mayor bienestar y felicidad y se relaciona con menor sintomatología ansiosa y depresiva, menor ideación suicida, menores índices de soledad y menos problemas percibidos de sueño.
- 8.- **Quien tiene un amigo tiene un tesoro.**
- 9.- **Juntos, pero no revueltos.** Es tan importante hacer cosas juntos como tener espacios a solas y de intimidad.
- 10.- **Apóyate y busca ayuda.** Los psicólogos y psicólogas pueden ayudarte a manejar el estrés, la preocupación, la irritabilidad, el dolor o cualquier otra situación que esté siendo difícil para ti y a encontrar alternativas para afrontar cualquier problema o malestar.

**Paca Ayza Ferrer**  
Voluntaria CERCA



## RINCÓN DEL VOLUNTARIADO CERCA



### RODEADOS DE PRODUCTOS SOSTENIBLES Y SALUDABLES

Estamos de enhorabuena, la provincia de Alicante refuerza su liderazgo en la producción ecológica agraria de la Comunidad, todo ello debido a que los consumidores hemos preferido productos sostenibles y ecológicos y en parte a que se ha incorporado la mujer a la dicha actividad.

#### Ejemplos de cultivo ecológico:

- Los frutos secos, hay unas 6.909 hectáreas dedicadas a este producto.
- Los cítricos , con 3.893 hectáreas.
- El olivar para el aceite, con 3.460 hectáreas.
- El viñedo para el vino, con 2.323 hectáreas.
- Los cereales, con 1.496 hectáreas.
- Las hortalizas, con 720 hectáreas.
- Las frutas, con 576 hectáreas.

Con esta información me siento una afortunada de vivir en Alicante, porque todos estos productos componen mi dieta y, mi alegría aumenta cuando me informo que Marina Beano, alumna de CEU UCH, ha realizado una investigación sobre LA DIETA MEDITERRANEA como factor neuroprotector en el deterioro cognitivo, cuya conclusión es: La DIETA MEDITERRANEA retrasan el envejecimiento cerebral.

**Emi Paredes**  
Voluntaria CERCA



# ACTIVIDADES PARA COLECTIVOS Y VOLUNTARIADO

Esta es la oferta para cualquier colectivo de la ciudad (Asociaciones, AMPAS, Centros de mayores, etc.), que desee realizar acciones formativas en derechos del consumidor, consumo responsable, saludable, sostenible y nuevas tecnologías.

Además CERCA pone en marcha una iniciativa para favorecer el voluntariado en distintos ámbitos de la ciudad para estar más cerca de las personas y de sus derechos como consumidores. Tienes toda la información en el siguiente enlace: <https://www.alicante.es/es/contenidos/programa-voluntariado-cerca>.

En el caso de estar interesado/a en nuestro programa de voluntariado, ponte en contacto con nosotros ([cerca@alicante.es](mailto:cerca@alicante.es)) y te ampliaremos la información.

FICHA DE ACTIVIDADES COLECTIVOS ENERO - FEBRERO Y MARZO 2022		CONCEJALÍA DE CONSUMO - CENTRO EDUCATIVO DE RECURSOS DE CONSUMO (CERCA)			
Colectivo.....		Remita la hoja de inscripción por correo electrónico a: <a href="mailto:silvia.gomez@alicante.es">silvia.gomez@alicante.es</a> Nos pondremos en contacto para confirmar la inscripción y concretar actividad.			
Mail.....	Persona contacto.....	Tfno.....			
CESIÓN DE INSTALACIONES (para la realización de conferencias, talleres, cursos, etc., relacionados con la protección de los derechos de los consumidores, el consumo responsable, saludable y sostenible)					
AULA SOLICITADA (Cocina, Aula 1, Aula 2, Taller, Aula Informática, Sala de Exposiciones)	ACTIVIDAD A REALIZAR	LUGAR, FECHA Y HORA PREFERENTES DE REALIZACIÓN	Nº ASISTENTES		
DERECHOS DEL CONSUMIDOR					
Se podrá elegir la modalidad charla (en CERCA o en instalación del Colectivo) o la modalidad taller práctico, éste será realizado en el aula de informática de CERCA (máximo 12 personas) o en el aula de informática que disponga el colectivo (a elegir en su caso).		Duración charlas 1 hora, taller práctico 2 horas.	MARCA AQUÍ X SI SE ELIGE CHARLA	MARCA CON X TALLER PRÁCTICO ELEGIR DÍAS Y HORAS: Lunes, miércoles, jueves de 12h a 14h. o viernes de 10h. a 12h. o de 12h a 14h.	Nº ASISTENTES
VIVIENDA: TRAMITES EN LA ADQUISICIÓN O EL ALQUILER		CHARLA O TALLER			
SEGUROS: ¿QUE DERECHOS TIENES COMO CONSUMIDOR?		CHARLA O TALLER			
SERVICIOS FINANCIEROS: EL CONSUMIDOR ANTE LAS ENTIDADES FINANCIERAS		CHARLA O TALLER			
SERVICIOS DE REPARACIÓN: CONOCE TUS DERECHOS		CHARLA O TALLER			
COMPRAS EN ESTABLECIMIENTO COMERCIAL: TRUCOS PARA COMPRAR BIEN		CHARLA O TALLER			
ETIQUETADO TEXTIL Y TINTORERÍAS: COMO CONSERVAR TU ROPA		CHARLA O TALLER			
SUMINISTROS ESENCIALES: CONOCE LOS RECIBOS DE LUZ, AGUA Y GAS		CHARLA O TALLER			
SERVICIOS ESENCIALES: TUS DERECHOS EN LOS CONTRATOS TELEFÓNICOS		CHARLA O TALLER			
DERECHOS DEL CONSUMIDOR: APRENDE A RECLAMAR		CHARLA O TALLER			
TRANSPORTES PÚBLICOS: DERECHOS ANTE LAS COMPAÑÍAS DE TRANSPORTE		CHARLA O TALLER			
HOSTELERÍA: AGENCIA DE VIAJES, HOTELES Y RESTAURACIÓN ¿TENGO DERECHOS?		CHARLA O TALLER			
SEGURIDAD: CONSUMO Y PREVENCIÓN. RED DE ALERTAS DE PRODUCTOS PELIGROSOS		CHARLA O TALLER			

CONSUMO SALUDABLE Y RESPONSABLE				
Se podrá elegir la modalidad charla (en CERCA o en instalación del Colectivo) o la modalidad taller práctico, éste será realizado según proceda, o en aula de cocina o de informática de CERCA (máximo 12 personas) o en el aula de cocina o informática que disponga el colectivo (a elegir en su caso).	Duración charlas 1 hora, taller práctico 2 horas.	MARCA AQUÍ X SI SE ELIGE CHARLA	MARCA CON X TALLER PRÁCTICO Y ELEGIR DÍAS Y HORAS: Lunes, miércoles, jueves de 12h a 14h. o viernes de 10h. a 12h. o de 12h a 14h.	Nº ASISTENTES
NUTRICIÓN Y SALUD: PRINCIPALES PATOLOGÍAS ALIMENTARIAS	CHARLA O TALLER			
NUTRICIÓN Y SALUD: DIETA MEDITERRÁNEA (cocina)	CHARLA O TALLER			
NUTRICIÓN Y SALUD: ALIMENTACIÓN A PARTIR DE LOS 50 (cocina)	CHARLA O TALLER			
DEPORTE Y SALUD: ENVEJECIMIENTO SALUDABLE	CHARLA O TALLER			
PREVENCIÓN DE ACCIDENTES Y PRIMEROS AUXILIOS.	CHARLA O TALLER			
CONCURSO DE COCINA PARA COLECTIVOS: "LÁPIZ Y CUCHARA"	CONCURSO			
EVOLUCIÓN EN ESPAÑA DE LAS FUENTES DE ENERGÍA RENOVABLE Y SU IMPACTO EN EL CAMBIO CLIMÁTICO	CHARLA			
NUEVAS TECNOLOGÍAS				
Estos talleres prácticos serán realizados en el aula de informática de CERCA con capacidad máxima para 12 personas o en la del colectivo si dispone de aula de informática.	Duración de 2 horas.	ELEGIR DÍAS Y HORAS: Lunes, miércoles, jueves de 12h a 14h. o viernes de 10h. a 12h. o de 12h a 14h.		Nº ASISTENTES
RELACIONES ONLINE: VIDEOLLAMADAS Y VIDEOCONFERENCIAS.	TALLER			
VIAJES POR LA WEB: UNA NUEVA FORMA DE CONTRATAR TUS VIAJES.	TALLER			
SERVICIOS PÚBLICOS I: NUEVAS FORMAS TELEMÁTICAS DE RELACIONARSE CON LA ADMINISTRACIÓN (Sede electrónica Ayuntamiento de Alicante, firma digital...)	TALLER			
SERVICIOS PÚBLICOS II: NUEVAS FORMAS TELEMÁTICAS DE RELACIONARSE CON LA ADMINISTRACIÓN (conoce pág. interesantes: sanidad, hacienda, tram... y muchas más).	TALLER			
COMPRAS EN INTERNET: CONSEJOS PARA QUE NO TE ENGAÑEN.	TALLER			
ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS TECNOLÓGICOS (Smartphone, Tablet y ordenador): ¿CUAL COMPRO SI NO ENTIENDO?.	TALLER			
VISITAS				
Las visitas se realizarán por la mañana, hay plazas limitadas y el gasto de transporte correrá a cargo del colectivo.				FECHA PREFERENTE
AEROPUERTO. Tendremos una charla sobre reclamaciones, video 50 Aniversario, facturación, salidas, visita al SATE (Sistema Automatizado de Tratamiento de Equipajes).				
CARREFOUR GRAN VÍA. Realizaremos una visita por sus instalaciones, conocer el funcionamiento, de donde vienen los productos, reclamaciones...				
PARQUE "LA MARJAL". Visita guiada al Parque "La Marjal". Recomendado por el mismo en donde se explicará su función hidráulica para evitar inundaciones en la Playa de San Juan y los usos terciarios del agua para el riego de parques y jardines como es el caso del estanque.				
BOMBEROS. Visita al Parque de Bomberos "Ildefonso Prats", en la Avda. Locutor Vicente Hipólito (Playa de San Juan) • charla informativa "prevención de accidentes en el hogar" en el mismo parque.				
MERCADO CENTRAL DE ALICANTE. A través de una visita guiada, conoce la historia de nuestro Mercado Central y visita puestos emblemáticos del mismo.				



# INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

## Enlaces de interés

### Asociaciones de Consumidores

Las Asociaciones de consumidores y usuarios son entidades de carácter privado constituidas sin ánimo de lucro con la finalidad de defender y proteger los derechos y los intereses de las personas consumidoras y usuarias, bien con carácter general o en relación con problemas concretos en la adquisición de un producto o servicio determinado, siempre que se constituyan en acuerdo con la legislación vigente. Por lo tanto, son una vía muy útil a la que podemos recurrir en el caso de que creamos que no se han respetado nuestros derechos como consumidores y deseemos iniciar un proceso de reclamación.

**ADACUA (Asociación de consumidores, amas de casa y usuarios de Alicante):**

<https://adacua.org/>

**ATR (Asociación Telespectadores y Radioyentes Comunidad Valenciana):**

<http://atrcv.org/>

**Asociación Valenciana de consumidores y usuarios (AVACU):** <https://www.avacu.es/>

**Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas de Ahorro y Seguros (ADICAE):**

<https://uniodeconsumidors.org/>

**Unión de Consumidores de la Comunidad Valenciana (UCE):**

<https://uniodeconsumidors.org/>

**CECU. Consumidores y Usuarios:** <https://cecu.es/>

**Unión Cívica Nacional de Consumidores y Amas de Casa (UNAE):**

<http://www.federacionunae.com/>

**Organización de Consumidores y Usuarios (OCU):** <https://www.ocu.org/>

**Facua - Consumidores en acción:** <https://www.facua.org/>

**Lucentum Consumidores:** <https://lucentumconsumidores.org/>

### Legislación en consumo

Normativa Estatal y de la Comunidades Autónomas que afectan a los diferentes bienes y servicios, así como a la defensa de los Consumidores y Usuarios.

**Ministerio de Consumo - Legislación:**

<https://www.mscbs.gob.es/consumo/normativa/normativaConsumo.htm>

**Centro Europeo del Consumidor en España - Legislación:**

<https://cec.consumo.gob.es/CEC/web/secciones/legislacion.htm>

**CECU - Legislación:** <https://cecu.es/index.php/tus-derechos/legislacion>

**Comunidad Valenciana-Normativa:**

<https://cindi.gva.es/es/web/consumo/normativa-general>

**Alimentación-Legislación:**

<https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/legislacion/recopilaciones-legislativas-monograficas/default.aspx>



## Reportajes sobre bienes y servicios de consumo

En esta sección puede encontrar los reportajes más destacados sobre las cuestiones que más preocupan al consumidor cuando compra en establecimientos, a distancia y por Internet, o cuando le prestan un servicio.

**Revista Consumer:** <https://revista.consumer.es/>

**Revista Usuarios-ADICAE:**

<http://usuariosdebancayseguros.adicae.net/catalogo.php?mode=hlist&cat=13>

**Revista Consumerismo - FACUA:** <https://www.facua.org/consumerismo>

**Podcast consumo-Ser Consumidor:**

[https://www.ivoox.com/podcast-ser-consumidor\\_sq\\_f1289\\_1.html](https://www.ivoox.com/podcast-ser-consumidor_sq_f1289_1.html)

**El Mundo consumo:** <https://www.elmundo.es/economia/ahorro-y-consumo.html>

**El País consumo:** <https://elpais.com/noticias/consumo/>

**El País hábitos de consumo:** <https://elpais.com/noticias/habitos-consumo/>

**EL País Ministerio de Consumo:** <https://elpais.com/noticias/ministerio-consumo/>

**EL País bienes de consumo:** <https://elpais.com/noticias/bienes-consumo/>

**EL País consumo responsable:** <https://elpais.com/noticias/consumo-responsable/>

**El País consumismo:** <https://elpais.com/noticias/consumismo/>

**ABC consumo:**

<https://www.abc.es/economia/consumo/?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>

**ABC Consejos consumo:** <https://www.abc.es/familia/consumo/>

**Información consumo responsable:**

<https://www.informacion.es/tags/consumo-responsable/>

**Información consumo:** <https://www.informacion.es/tags/consumo/>

**Información consejos consumo:** <https://afondo.informacion.es/temas/consumo/>

**20 Minutos consumo:** <https://www.20minutos.es/minuteca/consumidores/>



# INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

## Organismos de Consumo

Relación de distintos Organismos Públicos dedicados a la defensa de los derechos de los Consumidores:

**Ministerio de Sanidad y Consumo:** <https://www.mscbs.gob.es/>

**Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición:**

[https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/home/aecosan\\_inicio.htm](https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/home/aecosan_inicio.htm)

**Centro Europeo del Consumidor:** <https://cec.consumo.gob.es/CEC/web/home/index.htm>

**Consumo Andalucía - Consejería de Familia y Salud:**

<https://www.juntadeandalucia.es/temas/vivienda-consumo/consumo.html>

**Consumo Aragón - Dirección General protección Consumidores:**

<https://www.aragon.es/-/consumo>

**Consumo Asturias - Dirección General de Consumo:** <http://www.consumoastur.es/>

**Consumo Canarias - Consejería de Consumo:**

<https://www.gobiernodecanarias.org/consumo/>

**Consumo Cantabria - Dirección General de Consumo:**

<https://dgicc.cantabria.es/informacion-al-consumidor>

**Consumo Castilla La Mancha - Dirección general de Consumo:**

<https://consumo.castillalamancha.es/>

**Consumo Castilla y León - Dirección General de Consumo:**

<https://consumo.jcyl.es/web/es/consumo.html>

**Consumo Cataluña - Agencia Catalana de Consumo:** <http://consum.gencat.cat/ca/inici>

**Consumo Comunidad Valenciana - Dirección General de Consumo:**

<https://cindi.gva.es/es/web/consumo>

**Consumo Extremadura - Instituto de Consumo de Extremadura:**

<https://saludextremadura.ses.es/incoex/>

**Consumo Islas Baleares - Consejería de Salud y Consumo:**

[http://www.caib.es/sites/consumidor/es/portal\\_consumo-51705/](http://www.caib.es/sites/consumidor/es/portal_consumo-51705/)

**Consumo La Rioja - Consejería de Salud Pública y Consumo:**

<https://www.riojasalud.es/salud-publica-consumo/consumo>

**Consumo Navarra - Dirección General de Consumo:**

[http://www.navarra.es/home\\_es/Temas/Consumo/](http://www.navarra.es/home_es/Temas/Consumo/)

**Consumo Madrid - Dirección General de Consumo:**

<https://www.comunidad.madrid/servicios/consumo>

**Consumo Murcia - Dirección General de Consumo:**

<https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=35&IDTIPO=140&RASTRO=c%24m27801>

**Oficina de Atención al Usuario de las Telecomunicaciones:**

<https://usuariostelego.mineco.gob.es/Paginas/Index.aspx>

**Banco de España - Portal Cliente Bancario:** <https://clientebancario.bde.es/pcb/es/>

**Consumo País Vasco - Instituto Vasco de Consumo:** [www.kontsumobide.eus](http://www.kontsumobide.eus)





## **DIRECCIONES CERCA**

Ubicación Maps: <https://tinyurl.com/439jjnhx>

Web: <https://www.alicante.es/es/equipamientos/centro-educativo-recursos-consumo>

Facebook: <https://www.facebook.com/CERCALICANTE>

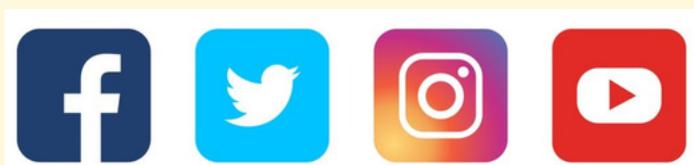
Instagram: <https://www.instagram.com/cercalicante/>

Twitter: <https://twitter.com/cercalicante>

YouTube: [www.youtube.com/cercalicante](http://www.youtube.com/cercalicante)

Correo electrónico: [cerca@alicante.es](mailto:cerca@alicante.es)

Teléfono: 96 514 52 94



**Si tienes alguna propuesta, comentario o sugerencia escribenos a:**  
[revistadigitalcerca@gmail.com](mailto:revistadigitalcerca@gmail.com)