

GUÍA DE INFORMACIÓN SOBRE CONSUMO



ÍNDICE

- **Introducción: había una vez**
- **Inventos relevantes**
- **Derechos del consumidor**
- **Alimentación: Etiquetado de alimentos y códigos de barras**
- **Técnicas de venta**
 - **Publicidad**
 - **El Euro**
 - **Comercio justo**
 - **Consumo ecológico**
 - **Desarrollo sostenible**



INTRODUCCIÓN

Había una vez...

Había una vez un mundo en el que cada persona tenía lo justo para vivir. Cuando necesitaba algo que no poseía, lo intercambiaba por algo que a él le sobraba: Era la época del trueque.

Un buen día alguien inventó la moneda. Con este objeto se podía conseguir lo que se necesitara sin intercambiar otros productos. Cuantas más monedas se tuvieran más cosas se podían adquirir. Sin quererlo, se había inventado también una nueva forma de consumo.

Más tarde llegó la Revolución industrial. Las nuevas máquinas fabricaban todo tipo de productos en muy poco tiempo. La velocidad se dispara cada vez más: los medios de transporte, los medios de comunicación, la publicidad, el marketing, el poder adquisitivo, etc, convertirán el consumo en consumismo.

Fue entonces cuando productores y distribuidores comenzaron a inventarse nuevos productos, bienes y servicio que en realidad no se necesitaban. Utilizaron técnicas muy avanzadas para que los consumidores creyeran que los nuevos productos eran imprescindibles, y que cuantas más cosas se poseyeran, por muy inútiles que éstas fueran serían mejores y más importantes personas.

Esto que parece un cuento no es más que nuestra propia evolución frente al consumo y al consumismo. Hoy en día vivimos sumergidos en una sociedad de consumo, aunque las asociaciones de consumidores luchan por frenar la situación cambiar mentalidades y defender los derechos del consumidor.

Si miramos a nuestro alrededor, y nos preguntamos por cada cosa que poseemos: ¿Realmente la necesito para vivir? ¿Es una necesidad primaria? Nos daremos cuenta de que pocas cosas se necesitan de verdad, aunque sería muy difícil imaginar nuestra vida sin esos muchos objetos que ya forman parte de nuestra vida, y que no son más que necesidades creadas por intereses económicos.

Como consumidores tenemos que lograr un **Consumo responsable** o crítico, que se base en la información y en las necesidades reales del comprador, haciendo de nuestras compras un acto solidario.

ALGUNOS INVENTOS RELEVANTES PARA EL CONSUMO



Acuñaación de la moneda

Las primeras monedas acuñadas oficiales aparecieron en el S VI a.C en Lidia y en China. Con el Imperio Romano se empezó a acuñar una única moneda homogeneizando tamaños, pesos y valores de todas las monedas existentes

Fotografía

En 1826 Joseph Niepce inventó la fotografía.

Cine

Thomas Edison patentó el cinetoscopio que proyectaba imágenes sucesivas a una velocidad tal que daban la impresión de movimiento.

Radio

En 1895 Guglielmo Marconi inventó la radio

Televisión

En 1926 John Logie Baird hizo la primera demostración pública de un televisor. Vladimir Zworikin inventó el iconoscopio

Telégrafo y Teléfono

El telégrafo eléctrico se inventó en 1837 por Wheatstone y W Cooke. En 1876 A Graham Bell inventó el teléfono.

Prensa

Para proteger los derechos del Consumidos nacen las asociaciones de Consumidores. Las primeras nacen en Estados Unidos en 1891 y se llaman Ligas de Defensa de los Consumidores. También en Inglaterra surgen pequeñas cooperativas.

La conciencia social de los problemas que acarrea la Sociedad de Consumo aparece en los años 30 del S.XX, y en nuestro país un poco más tarde, allá por los 70, que es cuando comienzan a tener fuerza las asociaciones de consumidores y usuarios.

Pero además de estas asociaciones se hace necesario que el Estado tome parte en el tema promulgando y haciendo cumplir leyes al respecto.

Un **consumidor** o usuario es la persona física o jurídica a la que se ofertan bienes o servicios, o los adquiere, utiliza o disfruta, como destinatario final, para uso o consumo personal, familiar o colectivo, siempre que quien los ofrezca o ponga a su disposición ostente la condición de empresario profesional.



Constitución Española de 1978

En el Título I "De los Derechos y Deberes Fundamentales", capítulo III "Principios rectores de la Política social y económica", en el artículo 51 encontramos un reconocimiento expreso a los derechos de consumidores y usuarios:

Art.51

1. Los poderes Públicos garantizarán la defensa de consumidores y usuarios, protegiendo mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos.
2. Así mismo se promoverá su información y educación, fomentando las asociaciones que serán escuchadas en las cuestiones que puedan afectarles.

Ley 26/1984 de 19 de Julio General para la defensa de Consumidores y Usuarios.

Nace desarrollando el artículo 51 de la Constitución. Pretende crear unos procedimientos eficaces para la defensa de consumidores y usuarios a través de un marco legal y mediante el establecimiento de principios, criterios, obligaciones y derechos.

Se estructura en 10 capítulos, 41 artículos, 4 disposiciones finales y una derogatoria.

CAPÍTULO I. ÁMBITO DE APLICACIÓN Y DERECHOS DE CONSUMIDORES

CAPÍTULO II. PROTECCIÓN DE LA SALUD Y SEGURIDAD.)

CAPÍTULO III. PROTECCIÓN A LOS INTERESES ECONÓMICOS Y SOCIALES.

CAPÍTULO IV. DERECHO A LA INFORMACIÓN

CAPÍTULO V. DERECHO A LA EDUCACIÓN E INFORMACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO.

CAPÍTULO VI. DERECHO A LA REPRESENTACIÓN, CONSULTA Y PARTICIPACIÓN.

CAPÍTULO VII. SITUACIONES DE INFERIORIDAD, SUBORDINACIÓN O INDEFENSIÓN.

CAPÍTULO VIII. GARANTÍAS Y RESPONSABILIDADES.

CAPÍTULO IX. INFRACCIONES Y SANCIONES.

CAPÍTULO X. COMPETENCIAS.

LEY 11/1998, 5 DICIEMBRE PARA LA DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS DE CASTILLA Y LEÓN.

Se estructura en 7 capítulos de la siguiente manera

CAPÍTULO I. OBJETO Y ÁMBITO DE LA LEY

CAPÍTULO II. DERECHOS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

CAPÍTULO III INFRACCIONES Y SANCIONES

CAPÍTULO IV. PROCEDIMIENTO SANCIONADOR

CAPÍTULO V. INSPECCIÓN

CAPÍTULO VI. OBLIGACIONES DE LOS ADMINISTRADOS

CAPÍTULO VII. COORDINACIÓN Y COLABORACIÓN ENTRE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Cuando te surge algún problema de consumo:

- Primero intenta solucionarlo por las buenas con la persona o entidad implicada.
- Si esto no tiene efecto, infórmate en las oficinas al Consumidor o en Organismos sobre trámites legales. Actualmente funcionan muy bien las Juntas Arbitrales de Consumo son la forma más rápida y económica de resolver problemas.
- No olvides conservar los documentos que acreditan la compra o tu situación de consumidor

ALIMENTACIÓN

Una dieta equilibrada debe contar con cantidades suficientes de uno o dos alimentos de los siguientes grupos.



Aunque lo ideal sería poder comer alimentos frescos, esto es algo muy difícil de conseguir en nuestra sociedad, por eso normalmente están empaquetados y muchas veces

contienen conservantes para que duren más tiempo. Hasta el S.XIX los métodos de conservar los alimentos eran salar o ahumar la carne y conservar en vinagre algunas verduras. En 1803 se inventó la nevera, y a partir de 1809 se descubrió que calentando la fruta y la verdura antes de guardarla se destruía la bacteria que la descomponía. Tres años después apareció la primera fábrica de comida enlatada.

Los alimentos envasados deben llevar una **etiqueta informativa** en la que aparezca al menos (regulado por *RD 1122/1988 de 23 de septiembre. B.O.E 4 de octubre*):

- Nombre y tipo del producto
- Peso del producto (peso neto y peso escurrido), volumen o número de unidades.
- Identificación de la empresa y registro sanitario
- Fecha de caducidad (Pasado este tiempo no se debe consumir porque puede perjudicarnos) o de consumo preferente (Se puede consumir pasada la fecha aunque no se garantiza que sus cualidades sigan íntegras)
- Ingredientes, incluyendo si tiene colorantes (se identifican porque llevan una “E” seguida de un número. Ejemplo: E(110): colorante naranja), y conservantes
- Instrucciones de conservación
- Modo de empleo

No obstante y aunque las informaciones que acabamos de ver son básicas, cada producto sigue unas normas en cuanto a la información que debe aparecer en su etiqueta, y estas normas suelen estar reguladas por decretos u ordenes:

Leche: Orden de 11 de julio de 1987.

- Helados: Real Decreto 670/1983, de 2 de marzo (B.O.E del 1 de abril); Resolución de la Subsecretaría de Sanidad y Consumo de 13 de Febrero de 1984 (B.O.E del 27 de Febrero)
- Arroz: Orden de 12 de noviembre de 1980 (B.O.E. del 19)
- Embutidos crudos curados: Orden de la Presidencia del Gobierno de 7 de febrero de 1980 (B.O.E. del 21 de Marzo).R.D.1122/1988 de 23 de septiembre (B.O.E.4 octubre)
- Galletas: Real Decreto nº 1124/1982 de Abril (B.O.E del 4 de junio)
- Aceites vegetales comestibles: Real Decreto nº 308/1983 de 25 de enero (B.O.E del 21 de febrero)

Código de barras

La gran mayoría de los productos que se adquieren en la compra llevan impreso un CÓDIGO DE BARRAS que es un sistema internacional de identificación (EAN) utilizado por empresas y fabricantes.

Los únicos beneficios que ofrece al consumidor son:

- Reducción de errores de tecleo y marcaje, información con ticket detallado.
- Rapidez en el paso por caja.

Los códigos de barras están compuestos por una secuencia de 13 números y una serie de barras blancas y negras:

- Los dos primeros dígitos expresan el país de origen del producto España tiene asignado el 84
- Los cinco siguientes dígitos: código de la empresa. Identifican al propietario de la marca.
- Los cinco siguientes: código del producto. La empresa otorga un número específico a cada uno de sus artículos
- El último dígito es el de control, el de seguridad. Libera al código de barras de cualquier error de impresión en el momento de la lectura.

TECNICAS DE VENTA Y PUBLICIDAD

Para que compremos y consumamos no es necesario necesitar los productos. De esto se encargan los especialistas en marketing y en publicidad. Sin duda la publicidad es la forma más ventajosa de crear necesidades, pero hay otras técnicas de venta.

De paseo por una gran superficie:

1. Recibimos publicidad con las ofertas del hiper. De paso que vamos, compramos otros productos que son más caros que en otros sitios



2. Cuando los carritos no son muy manejables y se desvían para un lado. Pueden estar trucados, para pasar al lado de estanterías viendo todos los productos.
3. Los productos de primera necesidad están al final del todo, y además cambian las cosas de sitio frecuentemente. Así te obligan a pasear por la tienda.
4. En los pasillos y lugares de paso se sitúan artículos promocionales de forma muy visible, y degustaciones de productos que instan a su adquisición.
5. Las “ofertas bomba” se lanzan mientras estas en el hipermercado y duran unos minutos. Mucha gente adquiere el producto aprovechando la situación cuando de otra forma jamás lo hubiera comprado.
6. Cuando el hiper está lleno de compradores ponen música estridente, para que la gente agilice sus compras y se vaya.
7. En las cajas suele haber productos promocionales, golosinas, etc, para que durante el tiempo de espera la gente adquiera esos productos

En algunas tiendas o restaurantes se utiliza la técnica del olfato, es decir los extractores se colocan de forma que las personas que pasan por allí, huelan la comida o el producto que se les vende. Se consigue así que nadie pase indiferente.

En la actualidad el merchandising, que es la técnica en la que se utiliza la imagen o el nombre de personas famosas en distintos productos, está en auge. Aparecen colonias, camisetas, carpetas, o incluso edredones de nuestros famosos favoritos, equipos de fútbol...

Con todo esto se consigue que compremos cosas que no se necesitan y que llenemos nuestros carros de la compra a pesar de llevar una escueta lista de compra.

PUBLICIDAD

En la sociedad en la que vivimos, la publicidad es una realidad, y no podemos negarla o ver sólo sus aspectos negativos. Es necesario conocerla, analizarlas y descodificarla para saber interpretar sus mensajes y tener una visión crítica de ella.

La publicidad es la acción que pretende informar o persuadir al consumidor sobre algo relativo a productos o servicios que buscan fundamentalmente el acto de la compra aunque no necesariamente.

Los principios publicitarios son los siguientes:

- ATENCIÓN: Buscar que el receptor esté atento
- INTERÉS; Despertar y mantener interés
- DESEO: Provocar deseo
- ACCIÓN: Si se da lo anterior se realizará la acción de consumir

Probablemente la publicidad más universal es la de la T.V, llega de una forma muy directa, y a todos, aunque dependiendo de los destinatarios el anuncio será de una forma o de otra. También se juega mucho con los colores, con el lenguaje y con la duración.

Una campaña publicitaria tiene que tener:

- Mensaje repetitivo y pegadizo: Slogan
- Imágenes que nos trasladan a otros mundos, nos hacen maravillosos, atractivos
- La información puede no tener nada que ver con el mensaje
- Colores llamativos y sorprendentes y Música pegadiza.

EL EURO

El Euro es la nueva moneda de los países de la Unión Económica y Monetaria. Entró en vigor el 1 de Enero de 1999, y desde esta fecha se ha operado con euros de forma documental. El 1 de Enero del 2002 comenzarán a circular las monedas y billetes de Euros. Hasta el 1 de Julio del 2002 se podrá utilizar euros y pesetas indistintamente, pero a partir de esta fecha las pesetas desaparecerán de la circulación. Cada euro equivale a 166,39 pesetas.

Con la llegada del Euro:

- Tendremos una moneda mucho más fuerte que la peseta



- No existirá el cambio de moneda para los países miembro de la Unión Económica y Monetaria de Europa
- Se conseguirá una mayor estabilidad económica, que repercutirá en un mayor afianzamiento del desarrollo de Europa.
- Europa tendrá más presencia en los mercados internacionales

COMERCIO JUSTO

Muchos de los productos que compramos están fabricados en países del Sur o en vías de desarrollo. Habitualmente encontramos que son más baratos que los fabricados en países occidentales. Cuando los compramos tenemos que tener mucho cuidado, por que en vez de estar contribuyendo al desarrollo de estos países, estamos contribuyendo a la explotación de mano de obra barata (por eso a nosotros nos cuestan menos) y en especial esta mano de obra barata es de mujeres y niños.

Para luchar contra esta situación nacen iniciativas como el **comercio justo**, que trata de garantizar una alternativa a las relaciones injustas del comercio internacional. Los productos deben cumplir una serie de criterios, entre los que destacan la garantía de la no explotación de mano de obra, el respeto al medio ambiente, apoyo a organizaciones y pequeñas empresas, etc

CONSUMO ECOLOGICO

Es importante que realicemos un consumo moderado en nuestros hábitos diarios, ya que los recursos naturales son limitados. Algunos problemas con los que nos enfrentamos en la actualidad son la escasez de agua, la destrucción de la capa de ozono y la lluvia ácida.

Escasez de agua

El agua es fuente de vida y protagonista de muchas labores y actividades humanas. Casi todas las civilizaciones han surgido en las cercanías de ríos, mares, océanos... Pero es un bien finito, que se agota. En la actualidad sólo el 3 por 100 del agua de la Tierra es potable, y de éste porcentaje menos de una centésima parte es accesible para usos humanos. A esto unimos el consumo abusivo, los vertidos urbanos e industriales (que provocan la eutrofia o muerte por exceso de contaminación de origen biológico), la sobre-explotación de acuíferos,

los defectos en los sistemas de abastecimiento y conducción, sistemas tradicionales de regadío hacen que el agua disponible sea cada vez menos.

Para luchar contra el problema del agua se aplican tecnologías blandas de depuración y La Junta de Castilla y León a puesto en marcha un PLAN REGIONAL DE ABASTECIMIENTO, que pretende acabar con los problemas de potabilidad y abastecimiento, endémicos en varias comarcas de nuestra comunidad.

La responsabilidad no sólo es pública, tú también tienes algo que aportar:

- Conciénciate y sensibiliza a los que te rodean sobre este bien escaso.
- Ahorra agua: dúchate en vez de bañarte, utiliza difusores en los grifos, introduce una botella llena en la cisterna
- Utiliza los sistemas de recogida adecuados para desprenderte de contaminantes que normalmente tiramos por los sumideros.
- Infórmate sobre la gestión de agua de tu domicilio.

Agujero de la capa de ozono

El Ozono es un elemento diluido en el aire, que se expande desde el suelo hasta varios kilómetros de altura. La zona de la atmósfera donde la concentración de Ozono es mayor es LA CAPA DE OZONO. Actúa como filtro de los rayos solares ultravioleta que son nocivos para muchas formas de vida.



El AGUJERO EN LA CAPA DE OZONO es la disminución del grosor de la capa de ozono, que se convierte en oxígeno por concentración de componentes (en especial en el polo sur). Esto hace que las radiaciones ultravioletas incrementen, provocando: Envejecimiento prematuro de la piel; quemaduras solares e incremento del cáncer de piel; aumento de la de cataratas en el cristalino; Debilitamiento del sistema inmunológico; Alteración en el crecimiento de plantas y vulnerabilidad a enfermedades; Disminución en la productividad del plancton (base de la cadena alimentaria acuática):

Los CFCs o clorofluorocarbonos, usados en sprays, aerosoles, sistemas de refrigeración,... parecen los principales culpables de este problema

Lluvia ácida

Está provocada por la transformación en la atmósfera de los gases de combustión, ha afectado a más de 18000 lagos en Escandinavia, y a más de un millón de hectáreas en los bosques de Europa Central.

Efecto invernadero.

Provocado por el CO₂ y otros gases generados por combustibles fósiles. Consiste en un calentamiento generalizado de la tierra.

TU APORTACIÓN:

- Reducir el consumo de energía y utilizarla de forma más eficiente
- Utilizar el transporte público, ir andando o en bicicleta

DESARROLLO SOSTENIBLE

El **desarrollo es sostenible** cuando cubre las necesidades de la generación actual sin comprometer las necesidades propias de las futuras generaciones.

Si partimos del hecho de que cada vez que compramos, adquirimos un poco más de basura, y que cada vez compramos más, nos encontramos que la basura se almacena sin saber qué hacer con ella, y degradando cada vez más nuestro medio ambiente. Los residuos pueden ser domésticos (restos de comida, envases, periódicos...) industriales (líquidos, pinturas, chatarras), comerciales, sanitarios... Todos podemos aportar nuestro granito de arena para hacer una sociedad un poco más limpia, y esto lo podemos hacer siguiendo los principios de las **tres erres: Reducir, reutilizar y reciclar:**

REDUCIR: - Compra productos con el menor empaquetado posible.

Lleva tu propia bolsa al ir a la compra y rechaza las de plástico de los establecimientos

REUTILIZAR .- No tires los frascos de cristal, las latas de hojalata o el papel escrito por una sola cara

- La ropa usada la recogen en algunas organizaciones.

- En los líquidos procura comprar los que vengan en vidrio retornable.

RECICLAR: - Separa el vidrio, el papel, las pilas... y deposítalos en los contenedores especiales.

