

TodoConsumo 70

Diciembre 2021

Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios - AVACU

Especial AVACU

VI encuesta sobre Hábitos de Consumo

Actualidad

I Feria de Consumo Responsable

Alimentación

**El etiquetado y
el consumidor**

Medioambiente

**Ecodiseño aplicado
a envases para
reducir el plástico**

Todoconsumo:

c/ Dr. Sumsi 28, bajo dcha.
46005 Valencia
Telf. 963 516 644
avacu@avacu.es

Presidente: Fernando Móner

Directora: Inma Galdón

Redacción: Inma Galdón, María del Puig Gisbert, Anna Laveda, Beatriz Pérez, Marta Micó

Colaboradores: Carol López, Julián Tío, Ana Móner, Cristina Gómez

Diseño y Maquetación: Inma Galdón, Nina Havryshyn

Impresión: 

Estamos en...

VALENCIA

c/ Dr. Sumsi 28, bajo
Tel.: 963 516 644 - 963 526 865

ALICANTE

Juan Bta. Lafora 3, entrepl.
Tel.: 965 205 333

CASTELLÓN

c/ Sanahuja 68, entresuelo A
Tel.: 670 861 686

e-mail: avacu@avacu.es
http://www.avacu.es

Con la subvención de

Y aunque el frío entró con fuerza...

... a finales de noviembre y principios de diciembre, lo que verdaderamente nos sigue dejando helados es la maldita pandemia, que sigue contabilizando víctimas día tras día y que no deja de visitarnos desde hace ya casi dos años. Y hasta hoy, la única constatación clara es que las vacunas administradas se han demostrado eficaces y que **la mascarilla y la distancia de seguridad son elementos esenciales** para ponerla a cierta distancia. Continuemos con responsabilidad y más responsabilidad...

Mientras, en AVACU no bajamos la guardia y **la campaña de Navidades nos sigue generando un incremento de la actividad** (juguetes, luminarias, fiestas de nochevieja, compras, viajes, etc.) y a eso hay que añadir un IPC desbocado que nos deja los bolsillos tiritando, un precio de la luz en términos inadmisibles, un cartel de coches que nos está generando centenares de reclamaciones y consultas y unas administraciones que podrían hacer mucho más y mejor su labor.

En este número hablaremos de sostenibilidad, de fraudes, de agua (del grifo y mineral) y de la encuesta de Hábitos de Consumo que desde la MPAC (www.mesaparticipacion.com) hacemos cada año a más de 3.500 familias de toda España. Asimismo, entrevistamos al Director de la Agencia Antifraude, de cuyo Consejo Asesor formamos parte y que debemos conocer desde la ciudadanía.

Por último, y para mí lo más importante, **despedimos en estas páginas a Jesús López Girón**, una persona muy querida en AVACU, uno de esos colaboradores que con más de 80 años seguía viniendo diariamente a nuestra asociación y que ya con casi 95 nos dejó hace unas semanas. Jesús, gracias de corazón por todo y tantas cosas... siempre serás uno más en AVACU, cartero real. Descansa en paz.

Fernando Móner Romero
Presidente de AVACU

Sumario TC70

4. Entrevistamos a...

Joan Llinares, Director de la Agencia Valenciana Antifraude

6. Actualidad

Cargadores únicos para dispositivos móviles. ¿Conoces el movimiento Tuawa?. En memoria de Jesús López Girón. Visita a la Casa Ronald McDonald. I Feria de Consumo responsable. La factura de la luz. Estuvimos en. CECU informa: Manual de Supervivencia. Consumo ConCiencia

14. Especial AVACU

VI encuesta sobre Hábitos de Consumo de la MPAC

16. Alimentación y Salud

Fake news y alimentación
El etiquetado y los consumidores

18. De interés

Afectados por el cartel de coches
Anulación del impuesto de la plusvalía municipal
AVACU visita las instalaciones de Manantiales del Portell

22. Energía y Medioambiente

Ecodiseño aplicado a envases para reducir el plástico

24. Nuestros derechos

AVACU responde
La ciudad también es tu casa, cuídala

27. AVACU en los medios



Todoconsumo es una publicación de la Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios (AVACU). Todoconsumo permite la reproducción total o parcial de sus artículos siempre que se cite su procedencia - La dirección de esta publicación no se hace necesariamente responsable de las opiniones que aparezcan publicadas en sus páginas - Esta publicación no admite publicidad comercial y está prohibida la utilización de cualquier contenido con fines comerciales o publicitarios.

Entrevistamos

a...

Joan Llinares

Director de la Agencia Valenciana Antifraude

“Las denuncias deben estar fundamentadas, no valen las meras sospechas”

¿Qué es la Agencia Valenciana Antifraude y cuáles son sus funciones? ¿Ha encontrado la Agencia algún obstáculo en sus funciones?

La AVAF fue creada por el parlamento valenciano -Les Corts- como un **órgano de control externo independiente** con la misión de prevenir y erradicar el fraude y la corrupción de las instituciones públicas valencianas. También para el impulso de la integridad y la ética pública, el fomento de la cultura de las buenas prácticas y de rechazo del fraude y la corrupción en el diseño, ejecución y evaluación de políticas públicas, así como de la gestión de recursos públicos.

¿Qué tipo de denuncias se reciben en la agencia? ¿Cuál ha sido la evolución en cuanto a número de denuncias presentadas desde su creación?

Clasificamos las denuncias según las materias que afectan y según los organismos afectados. Estamos experimentado un **importante aumento del número de denuncias** ya que entre enero y septiembre de 2021 hemos recibido 276 denuncias cuando durante todo 2020 la cifra de denuncias recibidas fue de 226.

La AVAF garantiza en todo momento la confidencialidad para con las personas que denuncian



En lo que se refiere a la evolución del número de denuncias, han ido en aumento ya que, en 2017, año de creación de la Agencia, el número de denuncias fue de 35; en 2018 aumentaron hasta 181 para registrar un ligero descenso en 2019 hasta las 168 y aumentando nuevamente en 2020 hasta las 226. Esta evolución está muy relacionada con el **grado de conocimiento público** que la AVAF ha sido adquiriendo y también con la facilidad de hacernos llegar las denuncias.

Respecto a las **materias más denunciadas**, y tomando los datos de 2020 los dos grandes ámbitos objeto de denuncia han sido la contratación pública y la gestión de recursos humanos especialmente el acceso al empleo público. También han sido objeto de denuncias, pero en menor medida, irregularidades en la concesión o ejecución de subvenciones; en la gestión urbanística, el patrimonio público o los recursos económicos.

¿Cómo puede una persona presentar una denuncia ante la agencia? ¿Quién puede denunciar?

En la Agencia pueden presentar denuncias cualquier persona física o jurídica que aporte información sobre hechos que puedan constituir infracciones de nuestro ordenamiento jurídico que se hayan producido o se estén produciendo en el seno de las **administraciones públicas valencianas y sus sectores públicos**.

Las denuncias deben estar fundamentadas pues no valen las meras sospechas y pueden presentarse **por escrito a través de los medios habituales**, es decir, directamente en la sede de la propia Agencia sita en la c/ Navellos, núm. 14, de la ciudad de Valencia; por correo postal; correo electrónico o a través de la web de la AVAF www.antifraucv.es utilizando el buzón de denuncias, accediendo mediante el link perfectamente visible en la propia entrada a la web.

¿Cómo se protege a las personas alertadoras o denunciantes?

La AVAF garantiza en todo momento la **confidencialidad** para con las personas que denuncian o ponen en conocimiento de la Agencia cualquier irregularidad o incumplimiento normativo. La persona denunciante tiene derecho a recibir asesoramiento legal de los servicios de la Agencia y si lo necesita también protección.

Si la persona denunciante considera que puede ser víctima de represalias, venganzas o cualquier otra conducta que perturbe su vida o la de sus familiares, tiene derecho a solicitar a la Agencia que se le otorgue el **Estatuto de protección** que contempla la ley de la AVAF. Para estos casos, la ley ha creado el Estatuto de la persona denunciante que garantiza la protección y amparo de la Agencia la cual tiene reconocida potestad sancionadora contra quienes incurran en conductas contrarias a las resoluciones de protección de la Agencia pudiendo imponer a los represaliadores multas de hasta 400.000 €. Un dato importante: **la Agencia protege en estos momentos a 26 personas y ha asesorado jurídicamente a más de 100.**

Puede presentar denuncias cualquier persona física o jurídica que aporte información sobre hechos que puedan constituir infracciones de nuestro ordenamiento jurídico

¿En qué consiste la Directiva UE 1937/2019 de protección a las personas denunciantes de corrupción?

Esta Directiva, conocida también con el sobrenombre de “Directiva Whistleblowers”, pretende armonizar en todo el territorio de la Unión Europea las **diversas legislaciones protectoras** de las personas que denuncian incumplimientos del ordenamiento jurídico estableciendo unas garantías mínimas en todos los estados miembros. La Directiva también establece la obligatoriedad de poner a disposición de la ciudadanía **canales de denuncia** tanto internos, en el seno de las organizaciones, como externos en las agencias y oficinas que luchan contra el fraude y la corrupción.

A día de hoy el gobierno no ha presentado todavía el proyecto de ley para la trasposición de dicha Directiva al ordenamiento jurídico estatal. De este modo, se produce la paradoja de que **el parlamento valenciano se adelantó tres años a la Directiva** mientras que el parlamento de la Nación va con retraso pues todo indica que no habrá transpuesto dicha Directiva cuando venza el plazo el próximo 17 de diciembre.

¿Cuál es el procedimiento cuando se recibe una denuncia?

Toda denuncia da lugar a la apertura de su correspondiente expediente y tiene dos fases, la de análisis de verosimilitud, en primer lugar, y si se verifica que la denuncia está bien fundamentada se da paso a la segunda fase que es la de la investigación.

Si hay suficientes elementos para determinar la existencia de posibles responsabilidades, entonces procede la fase de investigación requiriendo a la administración afectada toda la documentación relacionada con la denuncia.

Finalizada la fase de investigación las denuncias pueden dar lugar a responsabilidades administrativas o disciplinarias. También pueden ser objeto de archivo si de lo actuado no se deduce que exista fraude, corrupción o malas prácticas. Buena parte de las denuncias dan lugar a recomendaciones a la administración afectada para la mejora de su gestión estableciendo un seguimiento de estas recomendaciones para que dichas mejoras se lleven a cabo; otras investigaciones finalizan con la determinación de la existencia de responsabilidades contables en cuyo caso se remiten al Tribunal de Cuentas. En algunos casos se descubren actuaciones colusorias dirigidas a impedir o dificultar la libre concurrencia a la contratación pública y en ocasiones los expedientes de investigación concluyen con la detección de presuntas responsabilidades penales remitiéndose al Ministerio Fiscal. En estos casos, la Agencia se convierte en un órgano colaborador de la Justicia.

¿Podemos estar seguros los ciudadanos con respecto a la independencia de la Agencia?

El parlamento valenciano acordó a través de la ley de la AVAF que la Agencia debía ser independiente de las administraciones públicas al estar adscrita al propio parlamento que elige a su director o directora a través de una mayoría cualificada de 3/5. El primer proceso por el que yo he salido nombrado director se realizó mediante una terna de candidatos propuestos por asociaciones ciudadanas como la Fundación por la Justicia, Acción Cívica contra la Corrupción y el Observatorio contra la Corrupción. Los candidatos pasamos por un proceso de examen ante una Comisión Parlamentaria que finalmente propuso al Pleno del Parlamento uno de los tres candidatos.

Al final de cada ejercicio la Agencia elabora su Memoria de Actividad que se presenta a Les Corts, a la presidencia de la Generalitat, a la presidencia del Tribunal Superior de Justicia de la Comunidad Valenciana, a la Fiscalía General del Estado y al Tribunal de Cuentas, entre otras instituciones. Estas memorias están disponibles para toda la ciudadanía a través de la web de la AVAF.

Cargadores únicos para dispositivos móviles

Bruselas marca 2024 como fecha máxima para los fabricantes

La Comisión Europea ha puesto en marcha el proceso para preparar una legislación mediante la cual se establezca un **cargador único para móviles, tabletas y otros dispositivos electrónicos** dentro de la Unión Europea. El primer paso para ello es adoptar la propuesta a lo largo de 2022 y que cada país miembro, dentro del siguiente año, pueda transponerla a su legislación nacional. A partir de ahí, se establece un año más para que los fabricantes puedan adaptarse a esta normativa, por lo que se presupone que **hacia mediados de 2024 todos los dispositivos móviles dispongan ya de un único puerto de carga**, que en principio será del tipo USB-C, que es en la actualidad el más utilizado por los fabricantes.

Esta legislación afectará a móviles, tabletas, cámaras, auriculares, altavoces y videoconsolas, que deberán disponer de un puerto único, quedando fuera de ella, en principio, los libros electrónicos y los cargadores inalámbricos. Además, **se dejará de vender el cargador con el dispositivo en el momento de la compra**, instando al consumidor de esta forma a utilizar el que ya tengan previamente.

Con esta legislación se establece un puerto de carga que requiera de un cargador único que se pueda utilizar en cualquiera de los dispositivos mencionados independientemente de la marca que sean, **reduciendo así el número de cables y cargadores que tengamos**



El objetivo es reducir el gran impacto medioambiental y económico que suponen los diferentes tipos de cargadores, que han pasado de 30 que había en 2009 a los 3 de la actualidad

en casa y que, una vez que ya no son útiles, han de ser destruidos, con el impacto al medioambiente y la huella ecológica que ello supone.

Según datos de la Comisión Europea, en 2020 se vendieron 420 millones de móviles y otros dispositivos electrónicos portátiles en la UE y el número de cargadores sueltos comercializados asciende a unos 2.400 millones de euros. Además, calculan que **los cargadores eliminados y no utilizados representan 11.000 toneladas al año de residuos electrónicos**.

Desde AVACU apoyamos esta decisión, ya que, en palabras de Fernando Móner, "los cargadores únicos no solo van a suponer un ahorro al bolsillo de los consumidores sino que, y esto es lo principal, **evitarán la gran cantidad de residuos electrónicos que se generan cada año, fomentando de esta forma un consumo más responsable y sostenible entre los usuarios**".

¿Conoces el movimiento Tuawa?

Tuawa no es un producto, es un movimiento, es una llamada a cambiar las cosas, una invitación a formar un equipo con todos los hogares, las empresas, las instituciones y los colectivos para que con un solo gesto podamos cuidar el planeta.



Tuawa ha conseguido evitarle al planeta casi 1.800.000 botellas de plásticos en su primer año de vida, y espera haber ahorrado más de 2 millones de botellas de plástico antes de que termine 2021.

Tuawa es el proyecto sostenible de Global Omnium para fomentar el consumo de agua del grifo y reducir la huella de carbono y la huella hídrica en los hogares y en las empresas.

Esta iniciativa nace con la vocación de llevar hasta sus últimas consecuencias ese contrato con el planeta que tiene Global Omnium, impulsando el consumo de agua del grifo en todos los ámbitos de la sociedad mediante la mejora del sabor, eliminando el olor y manteniendo los minerales necesarios para la salud.

Gracias a Tuawa, las familias y las empresas valencianas han conseguido **reducir en un 300% su huella de carbono** gracias a una práctica "al alcance de todos".

Las empresas que se han sumado al Movimiento Tuawa han conseguido ahorrar más de un millón de botellas de plástico.

En el ámbito doméstico ha contribuido a la reducción de más de 730.000 botellas.

Para contagiar a toda la sociedad de una **nueva manera de beber agua**, Tuawa ha desarrollado un universo de soluciones encaminadas a reducir el plástico en todas las facetas de nuestra vida, desde filtros para el hogar, hasta proyectos para la restauración y los espacios de trabajo, parques y jardines, colegios, residencias y otras instalaciones.

Algo está cambiando en la sociedad, hay un movimiento que promueve otra manera de beber agua, **sostenible y respetuosa con el medio ambiente**.

En memoria de Jesús López Girón

El pasado 18 de noviembre fallecía Jesús López Girón, una persona histórica en nuestra asociación, que estuvo colaborando desinteresadamente con nosotros desde principios de 1980. Asociado de AVACU, pasó a formar parte de la Junta Directiva en el año 1986, hasta dejar su cargo de tesorero en 1999, pero continuando como vocal hasta 2014.

Desde entonces, semana tras semana, se pasaba por nuestras oficinas, encargándose del correo (era un gran aficionado y coleccionista de sellos) durante mucho tiempo, hasta que, por motivos personales, tuvo que reducir el tiempo que le dedicaba a esta asociación. En 2005, en la celebración de los II Premios AVACU, quisimos distinguirlo haciéndole entrega de un reconocimiento por esa dedicación y todo el tiempo invertido en poner su granito de arena, con tanta ilusión, en la labor que realizaba.



Todos los compañeros de AVACU y la gente que tuvimos la suerte de conocer recordaremos con gran cariño a nuestro "cartero real".

Descanse en paz.



Visita a la Casa Ronald McDonald

La Casa Ronald McDonald de Valencia es una residencia donde las familias que han de desplazarse lejos de sus casas para que su hijo reciba tratamiento médico pueden alojarse durante el tiempo que sea necesario.

Las familias son derivadas por las trabajadoras sociales y el equipo médico del hospital donde el niño ha de recibir su tratamiento. La estancia, gratuita, está destinada a pacientes pediátricos hasta los 21 años, que necesitan recibir tratamientos médicos de larga duración, junto con sus familias.

El pasado mes, nuestras compañeras María Gisbert e Inma Galdón visitaron la casa, que lleva en funcionamiento en nuestra ciudad desde 2013 y que aloja a unas 200 familias al año, para conocer de primera mano la gran labor que desde ella están realizando y ofrecerles nuestra colaboración. Desde aquí, animamos a conocer esta entidad, con la que se puede colaborar a través de diferentes vías (<https://fundacionronald.org/casa-valencia/>).



I FERIA CONSUMO RESPONSABLE

La Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios participó en la I Feria de Consumo Responsable, organizada por la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, a través de la Dirección General de Comercio, Artesanía y Consumo, que se celebró en la Plaza del Ayuntamiento de Valencia los días 20 y 21 de noviembre y que contó con la presencia de diversas entidades, organizaciones y empresas de diferentes áreas relacionadas con el consumo responsable y sostenible.

Entre las diferentes actividades y talleres programados, por parte de AVACU se organizó una charla informativa, a cargo de Ana Ethenique, vicepresidenta de CECU, sobre el Manual de Supervivencia. Consumo Conciencia, una guía realizada por la Confederación, en colaboración con otras doce organizaciones, sobre la crisis climática y el impacto de nuestros actos de consumo cotidiano y que tiene como objetivo concienciar a los consumidores y formular propuestas ante el cambio climático.

Durante el fin de semana, centenares de personas se acercaron a visitarnos para conocer algunos de nuestros últimos materiales divulgativos sobre diferentes temas en materia de consumo responsable y sostenible.



LA FACTURA DE LA LUZ

¿CÓMO ENTENDERLA?

El pasado 1 de junio entró en vigor un nuevo modelo de factura de la electricidad, que incluye importantes novedades que han afectado directamente a los usuarios. Entender esta nueva factura y saber cómo interpretarla nos puede ayudar a reducir su coste. Te explicamos en qué consiste y resolvemos algunas de las dudas más frecuentes.

La nueva factura de la luz, que entró en vigor el 1 de junio, ha incorporado una serie de cambios respecto a la anterior. Es importante que los usuarios tengamos en cuenta esas modificaciones y sepamos cómo interpretarlas para, de esta forma, poder **adaptar nuestro consumo y nuestras necesidades a esta nueva facturación**, de manera que podamos realizar un consumo más eficiente y, al mismo tiempo, ahorrar en nuestra factura.

¿A quién afecta este nuevo modelo de facturación?

La nueva factura de la luz solo afecta, de manera directa, a los usuarios que se encuentran en el **mercado regulado**, es decir, a aquellos que estén acogidos al Precio Voluntario al Pequeño Consumidor (PVPC). Los consumidores que estén en el mercado libre podrían sufrir algunos cambios en sus facturas por parte de las compañías, para adaptar los precios a los nuevos períodos y potencia establecidos.

El nuevo modelo de facturación del PVPC incorpora la nueva tarifa 2.0 TD, que sustituye a las tres que existían anteriormente. Esta tarifa realiza una **discriminación horaria que divide en tres tramos**, cada uno de los cuales tendrá unos peajes y cargos diferentes. De esta forma se establecen tres franjas horarias:

el periodo punta: en el cual el precio de los peajes y cargos son los más elevados y que va desde las 10 h a las 14 h y de las 18 h a las 22 h

el periodo llano: en el que la luz tendrá un coste intermedio y que se fija de 8 h a 1 0h, de 14 h a 18 h y de 22 h a 24 h

el periodo valle: en el que se sitúa el precio más barato, desde las 0 h a 8 h y durante todo el día en fines de semana y festivos

Según datos de Red Eléctrica Española, en la actualidad existen en España cerca de 29 millones de consumidores domésticos (el 94% del total de los contratos de suministro eléctrico), de los cuales cerca de 11 millones están acogidos al PVPC.

¿Qué potencias voy a poder contratar?

Los consumidores van a poder contratar dos potencias diferentes en su factura, una para los tramos punta y llano y otra específica para el tramo valle, dependiendo de sus necesidades de potencia según el horario.

¿Qué incluye la nueva factura?

La nueva factura incluye los mismos apartados que la anterior, con pequeños cambios en el formato. Pero, en líneas generales, seguirá manteniendo:

- **el término fijo:** hace referencia a la potencia que tenemos contratada, es decir, el consumo máximo que podemos hacer sin que salte el ICP (interruptor de control de potencia); este término se aplica siempre por igual, haya consumo o no

- **el término variable:** relativo a la facturación del consumo horario, o lo que es lo mismo: cuánto y cuándo se consume

- los impuestos correspondientes

Además, se incorpora un **código QR** mediante el cual el usuario va a poder acceder al comparador de energía de la CNMC, para poder valorar y elegir las opciones que más se adapten a sus hábitos y necesidades.



La factura se divide en los siguientes apartados:

- **energía consumida**
- **peajes** (establecidos por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, destinados a pagar la redistribución de las redes eléctricas)

- **cargos** (establecidos por el Ministerio de Transición Ecológica y que tienen como objetivo financiar otros costes del sistema)
- **alquiler de contador** (cuota fija)
- **impuestos** (de electricidad, un 5,1% e IVA, 21%)

- Según el caso:
 - **compensación** por excedentes de autoconsumo
 - **descuento** por bono social, en caso de ser beneficiario

LOGOTIPO (a) COMERCIALIZADORA

DATOS DE LA FACTURA DE ELECTRICIDAD (b)

IMPORTE FACTURA: XX,XX €

Nº factura: XXXXXXXX emitida el xx de (mes) de xxxx

Periodo de consumo: xx de (mes) de xxxx a xx de (mes) de xxxx

Fecha de cargo/fecha límite de pago: xx de (mes) de XXXX

RESUMEN DE LA FACTURA (c)

Por potencia contratada	xx,xx €
Por energía consumida	xx,xx €
Compensación de excedentes	-xx,xx €
Impuesto electricidad	xx,xx €
Alquiler del contador	xx,xx €
Impuesto aplicado (XX %)	xx,xx €
TOTAL IMPORTE FACTURA	XX,XX €

DATOS DEL CONTRATO (e)

Titular: Dña./D. NIF/NIE.....

Dirección del suministro:

Código unificado de punto de suministro CUPS:

Tipo de contrato: **PVPC – MERCADO REGULADO**

Peaje de transporte y distribución: 2.0 TD

Potencia contratada en punta: ... kW

Potencia contratada en valle: ... kW

Referencia del contrato de suministro (nombre empresa COR): xxxxxx

Referencia del contrato de acceso (nombre empresa distribuidora): xxxxxx

Fecha final contrato: xx de (mes) de xxxx (renovación anual automática)

Nº de contador: xxxxxx

INFORMACIÓN DE CONSUMO ELÉCTRICO (f)

Su consumo en el periodo facturado ha sido xx,xx kWh.

Puede consultar su consumo horario en el portal web de su distribuidora (introducir dirección www.correspondiente).

DESTINO DEL IMPORTE DE LA FACTURA (g)

El importe total de su factura tiene este destino:

ENERGÍA	50%
PEAJES DE TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN	20%
IMPUESTO CONSUMO	10%
CARGOS	10%
RENTAS	10%

La energía incluye, entre otros, el coste de la energía en el mercado, los pagos por capacidad y la retribución al Operador del Sistema (RS) y al Operador de Mercado (OM). Los peajes retribuyen las redes de transporte y distribución. Los cargos incluyen fundamentalmente la retribución a las renovables, cogeneración y residuos (RECORE), las anualidades del déficit y el sobrecoste de generación en TNP (territorios no peninsulares).

INFORMACIÓN SOBRE RECLAMACIONES (h)

Atención al cliente (nombre empresa COR): 900.000.000 (gratuito)

Avarías y Urgencias (nombre empresa distribuidora): 900.000.000 (gratuito)

Dirección de la página web con información sobre reclamaciones:

(nombre empresa COR) está adherida a una entidad de resolución alternativa de litigios de consumo a la que puede acudir si no está de acuerdo con la resolución de su reclamación. Para mayor información sobre el arbitraje y su procedimiento: 900.000.000 (gratuito) www.....

Reclamaciones (nombre COR): 900.000.000 clientes@xxxxxxxx.es

Dirección postal reclamaciones (nombre COR): xxxxx

Esta es tu comercializadora

Esta es tu distribuidora

Esta es tu tarifa

2 potencias distintas: -horario diurno (lunes a viernes) -noches, fines de semana y festivos

Aquí tienes la información necesaria en caso de reclamación

Aquí tienes el enlace a la web de tu compañía distribuidora donde puedes ver la información de tu contador digital, es decir cual es tu consumo

Aquí aparecerá la potencia máxima que has utilizado, de modo que sabrás si tienes contratada la potencia adecuada sin entrar ni siquiera en la web

Estuvimos en

7 oct **I Congreso Seguridad Industrial.** Fernando Móner participó en la mesa sobre "Seguridad industrial en la sociedad del bienestar" de este congreso, organizado por la Conselleria de Economía y la Federación Empresarial Metalúrgica Valenciana, un punto de encuentro de empresas y profesionales de diferentes sectores, en el que se abordaron los grandes retos de la seguridad industrial para los próximos años.

11 nov **Contra el desperdicio alimentario.** El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, presidió, en el Centro Mundial para la Alimentación Urbana Sostenible (CEMAS) de Valencia, el primer foro participativo de los consumidores y ONG sobre el Proyecto de ley y de prevención pérdidas y desperdicio alimentario para mejorar la futura ley contra el desperdicio alimentario, en un acto en el que estuvo presente Fernando Móner.

29 sep **Jornada final del Proyecto LIFE.** El proyecto LIFE LIBERNITRATE, en el que participa la Diputación de Valencia, tiene como objetivo principal la reducción de la concentración de nitratos en el ciclo integral del agua. Con motivo del cierre del mismo, se realizó un encuentro final bajo el título: "Proyecto LIFE LIBERNITRATE: Agua y nitratos, propuestas y acciones políticas y sociales de presente y futuro". Jesús Mora participó, en representación de AVACU, en la mesa de debate político y social: "Nitratos en el ciclo integral del agua: propuestas y acciones de futuro".

23 oct **III Mostra de Turisme.** El presidente de AVACU, Fernando Móner, estuvo presente en la inauguración de la III Mostra de Turisme de la Comunitat Valenciana, la cual tuvo lugar en L'Hemisfèric de la Ciutat de les Arts i les Ciències, convertido durante el fin de semana en el centro de la propuesta turística de la Comunitat y que supuso una oportunidad para conocer toda la oferta turística y gastronómica de nuestra Comunidad. La inauguración estuvo presidida por el President de la Generalitat, Ximo Puig.

14 oct **Primer corte de la naranja valenciana.** El acto del "Primer corte de la naranja valenciana" es una iniciativa organizada por el Consejo Regulador de la IGP "Cítricos Valencianos" que tiene como objetivo otorgar a las naranjas y mandarinas valencianas la visibilidad e importancia que sin duda merecen. El acto, al que asistieron Julián Tío e Inma Galdón en representación de AVACU, contó con la presencia del President de la Generalitat, Ximo Puig, y la Consellera de Agricultura, Mireia Mollà que fueron los encargados de realizar este primer corte de la campaña.

19 oct **Campaña Respect.** Los hosteleros valencianos y Controla Club presentaron la campaña "Respect", que tiene como objetivo concienciar a la sociedad y luchar contra el botellón, especialmente dirigida a los jóvenes a través de las diferentes redes sociales. Julián Tío estuvo en el acto de presentación de esta campaña, apoyando esta iniciativa del sector hostelero.

Consumo ConCIENCIA. Manual de Supervivencia

CECU ha invitado a diferentes organizaciones y entidades a unirse en la realización de esta guía, la cual aborda, a través de diferentes temas y desde diferentes puntos de vista, la situación actual de nuestro planeta y las posibles soluciones que nosotros, como personas consumidoras y en nuestro día a día, podemos poner en práctica para paliar los efectos del cambio climático.

Desde la Confederación de Consumidores y Usuarios se ha coordinado la elaboración de este Manual de Supervivencia, un proyecto que tiene como objetivo **concienciar y presentar fórmulas y soluciones** para que la sociedad pueda enfrentarse al mayor reto universal, el cambio climático, y todas las consecuencias que este está generando en nuestro entorno y nuestro planeta.

Este manual nos va a ayudar a entender mejor las **implicaciones sociales, ecológicas y éticas de nuestras acciones como consumidores** en nuestro día a día. La sostenibilidad, o insostenibilidad, de nuestro desarrollo, nuestra salud y la de nuestro planeta viene determinada por cuánto, cómo y qué consumimos. De nosotros depende el futuro que les dejemos a nuestros hijos y a las futuras generaciones venideras.

A través de este Manual, CECU y las organizaciones amigas, grandes conocedoras en diferentes ámbitos, plantean su visión de la situación actual y nos dan **pautas para paliar y revertir**, como personas consumidoras, la tendencia vigente en la cual todo parece indicar que nos lleva al colapso.

Las doce organizaciones, de ámbito social, civil y medioambiental (WWF, Fundación Global Nature, Justicia Alimentaria, Ongawa, Forest Stewardship Council, Fundación COPADE, Green Building Council España, Plataforma por un Nuevo Modelo Energético, Amigos de la Tierra, Carro de Combate, ECOoo y CECU), quieren, con esta publicación, **lanzar un mensaje común con un mismo objetivo desde diferentes enfoques:** agricultura, ganadería, alimentación saludable y ética, comercio justo, transporte, economía, transición energética... todos ellos englobados dentro de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible** de la Agenda 2030 de la Organización de las Naciones Unidas para eliminar la pobreza y proteger el planeta, combinando las cuestiones sociales y ecológicas.

Este manual nace con vocación de ser un material de divulgación formativo e informativo claro y fiable acerca de la **crisis climática y el impacto de nuestros actos de consumo cotidiano**, con la finalidad de concienciar a los consumidores sobre las consecuencias ambientales, sociales, económicas y de salud derivadas del modelo productivo y de consumo vigente. Por ello, apelamos al **Consumo ConCIENCIA**, con un modelo de consumo basado en la evidencia científica y la conciencia, como seres humanos que compartimos un espacio finito con millones de especies.



La guía se puede descargar en www.ceu.es



VI encuesta Hábitos de Consumo

La Mesa de Participación ha presentado los resultados de la VI encuesta sobre Hábitos de Consumo, para conocer, siguiendo la línea de años anteriores, la evolución de los hábitos de compra y consumo en nuestro país, qué factores influyen en las decisiones de compra, el conocimiento del etiquetado de los productos, etc.



Averiguar el grado de conocimiento, compromiso e implicación de los consumidores españoles en materia de sostenibilidad ha sido el nuevo interrogante que este año la MPAC ha planteado a los consumidores encuestados y las respuestas recabadas resultan bastante elocuentes: **sostenibilidad sí pero no a cualquier precio**. El perfil mayoritario, un 93%, es consciente de que sus hábitos alimentarios tienen un mayor o menor impacto ambiental según sean estos más o menos respetuosos con el medio ambiente; a un 88% le preocupa la sostenibilidad y al 86% le gustaría contar con un etiquetado donde viera si el producto lo es realmente. Sin embargo, a un 61% le resulta difícil, hoy por hoy, hacer una compra de alimentos sostenibles y menos de la mitad estaría dispuesto a pagar más por productos de estas características, según las conclusiones de la **Encuesta Sobre Hábitos de Compra y Consumo 2021 de la Mesa de Participación Asociaciones de Consumidores**.

De acuerdo con dicho estudio, en el que han participado 3.500 familias de las 17 comunidades autónomas y de las 2 ciudades autónomas durante el primer semestre de 2021, **la conciencia ambiental está firme-**

mente implantada en la población española como demuestra su evolución positiva en materia de reciclaje y separación de residuos o su preocupación y actitud combativa contra el desperdicio alimentario; un 88% lo considera un problema e intenta evitarlo. En este sentido, cabe destacar que, en la encuesta de este año, aunque sigue siendo alta, el consumidor reduce su responsabilidad directa sobre este fenómeno y lo achaca en mayor medida a la sociedad en su conjunto y a todos los agentes implicados en la cadena agroalimentaria.

El etiquetado: la asignatura pendiente

Si bien la mitad de la población consultada responde que **su principal fuente de información sobre un alimento es la etiqueta**, los seis años de experiencia acumulados en este estudio revelan un progresivo desinterés por ella y un aumento de los encuestados que aseguran no buscar información por este canal. Internet como segunda fuente se mantiene en torno a un 20% desde 2019. De hecho, el etiquetado actual resulta mejorable para más del 50% de los consumidores, bien porque sus datos son poco visibles, confusos o irrelevantes. Cabe destacar que un 24% reclama la opción de disponer de esta información en formato digital, sobre todo entre los encuestados de menor edad. Se impone el concepto de omnicanalidad para buscar información sobre los productos.

Los seis años de experiencia acumulados en este estudio revelan un progresivo desinterés por la etiqueta como principal fuente de información de los alimentos,

En cuanto los **conceptos más importantes de la etiqueta** para el consumidor, un 60% se fija en la fecha de caducidad, el 59% en los ingredientes y al 34% le interesa el lugar de origen del alimento. Sobre la información nutricional, nos importan los azúcares (64%) y las grasas (61%). También cabe destacar, el aumento del interés por el contenido proteico del alimento.

La fecha de caducidad... se mira, pero no se acata

El estudio desvela una paradoja con respecto a la fecha de caducidad. En el epígrafe anterior se apuntaba a que es el dato de la etiqueta que más interesa al consumidor y, a la pregunta de si conoce la **diferencia entre fecha de caducidad y fecha de consumo preferente**, casi el 80% responde que sí. Sin embargo, **un 59% también confiesa que consume productos alimentarios una vez superada su fecha de caducidad**, ya sea porque *"por unos días no pasa nada"* o porque *"lo importante es el aspecto del producto en sí, su textura, olor y sabor"*. En esta cuestión, además, los porcentajes apenas han variado en los últimos tres años.

A pesar de esto, el consumidor medio en España, **más del 95%, es consciente de la importancia de la alimentación para su salud**, tanto de manera aislada como en sinergia con otras cuestiones. Aunque, de nuevo, una quinta parte de la población cuestionada se muestra insegura a la hora de calificar sus hábitos alimentarios como saludables y un 11% admite abiertamente que no lo son. En contrapartida, los que declaran mantener hábitos saludables aumentan ligeramente con respecto a los tres últimos años.

Aumenta la confianza en el comercio online

Según se recoge en esta encuesta, se establece en un 6% el uso del comercio *online* entre la población después de que experimentara un incremento durante el periodo de pandemia hasta el 8,9%. **Aunque la compra de alimentación online todavía no está consolidada, se aprecia una valoración positiva** por parte de los encuestados, concretamente de un 67% si bien solo la mitad lo ha usado alguna vez, sobre todo por la comodidad. El 35% todavía es reticente al no poder ver el producto que adquiere. Aparece el concepto de cercanía 2.0 que no la proporciona la ubicación geográfica, sino la conectividad, lo que permite hacer la compra en "un clic".

Seis de cada diez encuestados no se considera un consumidor vulnerable, es decir, aquel que por sus-

Un 93% de los encuestados es consciente de que sus hábitos alimentarios tienen un mayor o menor impacto ambiental según sean estos más o menos respetuosos con el medio ambiente,

características, necesidades o circunstancias personales se encuentra en una especial situación de subordinación, indefensión o desprotección que le impide ejercer sus derechos como consumidor en condiciones de igualdad.

El 33% que afirma sentirse vulnerable lo hace por su nivel de renta (17%), un porcentaje que es mayor cuanto menor es su formación. Se aprecia también una mayor vulnerabilidad en unidades familiares unipersonales y de más de cinco miembros y más en entornos rurales que urbanos (60% frente al 45%). **Los mayores de 65 años son los que más desconocimiento presentan ante esta figura** (21%) y los que más vulnerables se consideran por el desconocimiento, fundamentalmente, de las nuevas tecnologías.

Consumidor exigente que prima la calidad

El consumidor medio en España otorga una **gran importancia a la calidad del establecimiento** en el que hace la compra (58%) por encima de la cercanía con un 54% y del precio (47%). Se ha constatado un aumento con respecto a otros años en los tres factores que se consolidan como los más importantes para los ciudadanos, incluso en los meses de confinamiento por la COVID-19. Lo mismo ocurre a la hora de adquirir un producto donde la calidad prima para la mitad de los encuestados seguido de lejos por las preferencias personales (23%) y el precio (19%). El supermercado se sigue manteniendo como el lugar de compra preferido para el 64% de los encuestados, igual que en 2020, seguido de lejos por los hipermercados (16%) y el pequeño comercio de proximidad con el 14%, ambos con porcentajes similares en los últimos años analizados.

Por otra parte, se constata que **los consumidores diversifican la compra en diferentes establecimientos** dependiendo de si se trata de comprar productos perecederos o no perecederos. Así, los productos frescos se adquieren mayoritariamente en los pequeños comercios y mercados municipales (46% en el caso de la carne, 45% en el pescado y el 52% de frutas y verduras). Esta preferencia puede deberse a que se vincula a productos de temporada con círculos más cortos de distribución y comercialización, y por tanto, tender a considerarlos como más frescos.

Alimentación y salud



Las fake news nos afectan a todos y debemos dotar a la ciudadanía de herramientas para poder combatir las

AVACU organizó el pasado 25 de octubre la jornada **Alimentación y fake news**, en la que, de la mano de expertos en la materia, se acercó al público la realidad de las noticias falsas, cómo nos afectan y de qué manera podemos detectarlas



La Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios celebró la jornada **Alimentación y fake news**, para analizar el impacto que las noticias falsas y los bulos de la red tienen sobre las personas consumidoras, más en concreto durante este último año y medio de pandemia que estamos viviendo, y más especialmente en los sectores de la salud y la alimentación.

Bernardo Guzmán, director regional de la Cadena Ser, profundizó en la **visión de los medios de comunicación**, apuntando que *"las Fake News afectan al conjunto de la ciudadanía. ¿Qué podemos hacer? Reclamar, exigir una comunicación fiable y de garantías. A la hora de transmitir noticias, la ciudadanía debería tener presente un sello de garantía, de confianza"*.

Desde la Universidad de Castilla-La Mancha en Albacete, el Doctor en Neurociencias y profesor de radiología y medicina física, **Alberto Nájera**, nos acercó a los **bulos sobre radiación y salud**, añadido en los últimos meses al 5G y al coronavirus, algo totalmente desmentido por la OMS, pero que, en palabras del profesor Nájera, *"calan en mucha gente"*.

Por su parte, la doctora y catedrática de Nutrición y Ciencia de los alimentos de la Universidad Complutense de Madrid, **Montaña Cámara**, junto a su compañera **Patricia Morales**, doctora y profesora del mismo departamento, abordaron la **incidencia de las fake news en la alimentación**, destacando el creciente interés en medicina, salud, alimentación y consumo y explicando que *"las fake news se basan en medias verdades, hay una veracidad pero parten de premisas erróneas. ¿Cuál es la problemática? Damos una excesiva confianza a nuestro entorno"*.

En la jornada contamos, además, con la visión de **Marc Amorós**, periodista y autor de dos libros sobre el fenómeno de las *fake news*, quien, a través de un vídeo, nos acercó a la realidad actual de las noticias falsas, insistiendo en que *"la información es clave a la hora de tomar decisiones"*. Amorós destacó cómo *"las fake news explotan nuestros prejuicios. Cuando algo confirma un prejuicio es muy difícil admitir que esa información no sea real"*.

También contamos con el apoyo del Conseller de Economía, **Rafael Climent**, quien quiso hacernos llegar el mensaje de colaboración y cooperación para **trabajar y reflexionar juntos desde las administraciones públicas, las empresas, los medios de comunicación, la sociedad civil y las asociaciones de consumidores**, ya que *"una ciudadanía crítica formada e informada es la mejor arma para desmontar las noticias falsas"*.

Para terminar, representantes de la **Mesa de Participación MPAC** mostraron su preocupación por este tema y, por ello, destacaron que *"queremos dotar a la ciudadanía de herramientas de formación e información para saber cómo combatir estas informaciones, porque somos conscientes de que afectan en nuestros hábitos de compra y consumo"*.

El etiquetado y los consumidores

Víctor Yuste Jordán - Director General
Con la colaboración técnica de



Según la Encuesta de Hábitos de Consumo 2020 llevada a cabo por las federaciones y asociaciones de consumidores y usuarios CECU, FUCI, UNAE y CAUCE junto con Mercadona, que surge de un interés común, el consumidor refleja los siguientes datos: **la etiqueta del producto es la principal fuente de información para los consumidores** (el 53% en 2020). El consumidor quiere saber más acerca de los productos que adquiere, es más activo y exigente, pero la confianza en la información que recibe no supera el 60%.

El etiquetado nos permite conocer el alimento, su origen, su modo de conservación, los ingredientes que lo componen o los nutrientes que aportan a nuestra dieta. La información nutricional de un alimento se refiere a su valor energético y sus nutrientes: grasas, grasas saturadas, hidratos de carbono, azúcares, proteínas y sal. Por eso es muy importante que haya una regulación.

La publicidad no es suficiente para conocer un producto. La publicidad presenta los productos de manera impactante, es importante aprender a diferenciar la información objetiva de lo que es la publicidad, dentro de un anuncio. **Se debe formar e informar al consumidor para leer las etiquetas de los alimentos envasados** y tener la información adecuada y ser más libres a la hora de elegir.

En este sentido el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha lanzado recientemente una campaña para destacar el origen como palanca para poner en valor los productos locales y así **promover el consumo responsable**, bajo el lema "En la etiqueta encuentras la diferencia", una iniciativa que se encuentra dentro de la campaña "El país más rico del mundo".

Debemos poner en valor la **riqueza de los productos que se elaboran en España**, el trabajo de los agricultores, ganaderos, pesqueros de la industria y la distribución que trabajan conjuntamente y día a día al servicio de los consumidores, de la sociedad.

La publicidad no es suficiente para conocer un producto. Se debe formar al consumidor para leer las etiquetas de los alimentos envasados



De
interés

Afectados por EL CÁRTEL DE COCHES

Si compraste un coche entre los años 2006 y 2013, te contamos cómo puedes reclamar en base a las últimas sentencias que avalan la resolución de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, la cual establecía que diversos concesionarios y fabricantes de coches pactaron sus precios durante esas fechas.

El Tribunal Supremo ha avalado lo establecido en la resolución del año 2015 de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), según la cual se había procedido a un **pacto de precios por parte de ciertas marcas automovilísticas entre los años 2006 y 2013**. En base a esta resolución, la mayoría de las empresas automovilísticas de nuestro país habrían creado un **cártel a través del cual intercambiaban información** secreta y estratégica y habría supuesto unos sobrecostes a los compradores de los vehículos durante esos años.

En este sentido, se calcula que **unos diez millones de consumidores compraron un coche entre 2006 y 2013**, dentro de ese supuesto, y podrían reclamar entre el 10% y el 12% del valor de compra de su vehículo a los concesionarios y fabricantes.

Puede enviarnos su consulta y la documentación especificada a avacu@avacu.es



Por ello, desde la Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios se está procediendo a estudiar la **viabilidad de llevar a cabo un procedimiento de reclamación**, analizando la situación de cada caso, con la documentación que nos están haciendo llegar los afectados.

Si usted se encuentra en este supuesto, es decir, que adquirió un vehículo entre los años 2006 y 2013 y es una de las marcas afectadas por la sentencia, y desea que estudiemos su caso, puede **remitirnos la factura, el contrato de compra y la documentación técnica del vehículo** para que, desde AVACU, se proceda a analizarla y realizar la mediación correspondiente.

Anulación del impuesto de la PLUSVALÍA MUNICIPAL

El Tribunal Constitucional dictó el pasado 26 de octubre una sentencia en la que declara la **inconstitucionalidad y nulidad del Impuesto sobre el Incremento de Valor sobre los Terrenos de Naturaleza Urbana**, más conocido como la Plusvalía Municipal, que es el impuesto que paga el transmitente cuando vende un inmueble urbano y el heredero o el donatario que adquiere un inmueble urbano.

En este sentido, el Tribunal constitucional anula los artículos relativos al método de determinación de la base imponible del impuesto y, por ello, de momento este impuesto no se puede liquidar ni existe obligación de pagar, y **las personas que lo tengan recurrido podrán ver estimadas sus reclamaciones con la devolución del dinero pagado**. Por ello, desde AVACU queremos informar a la ciudadanía a este respecto y aclarar las posibles dudas que han podido surgir tras la noticia.

En primer lugar hay que señalar que la sentencia considera que **el método de cálculo del impuesto no es el correcto**, porque presume que siempre hay ganancias en la transmisión de inmuebles, aunque se pierda dinero. Asimismo, en la sentencia se declara que la anulación del cálculo de este impuesto **se puede aplicar a las liquidaciones que no son firmes por estar pendientes de liquidar o de pagar, en las que estén en plazo para recurrirlas o las que tengan pendiente de resolver el recurso**.

De momento este impuesto no se puede liquidar ni existe obligación de pagar,



Como siempre, AVACU queda a disposición de los consumidores para la aclaración de cualquier liquidación que hayan realizado de este impuesto y, como las opciones pueden ser varias, les aconsejamos que revisen los pagos realizados por Plusvalía Municipal y comprueben si es posible su recuperación o es firme.

En cualquier caso, pueden ponerse en contacto con nosotros para cualquier duda o consulta que tengan al respecto en avacu@avacu.es y en los teléfonos 963 516 644 y 963 526 865.

AVACU visita las instalaciones de MANANTIALES DEL PORTELL



No hay duda de que son muchos los consumidores que a diario beben agua mineral natural, aquella que no recibe ningún tratamiento y es pura en origen, siendo envasada bajo unos estrictos controles de seguridad para su correcta conservación. Os contamos nuestra visita a una de las plantas embotelladoras de nuestra Comunidad.

Más de 6.300 millones de litros de agua mineral se consumieron en nuestro país en el año 2019. En nuestro trabajo de velar por la seguridad de los consumidores, desde la Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios hemos visitado la empresa Manantiales del Portell S.A., la cual se engloba dentro de la **Asociación de Envasadores de Agua y Refrescos de la Comunidad Valenciana (AEARCV)**, y que embotella Agua de Chóvar, situada en un enclave natural de especial interés y belleza como es la Sierra de Espadán, en la provincia de Castellón.

En nuestra visita a la planta embotelladora pudimos ver, de primera mano, cómo se trabaja para hacer llegar al consumidor un **producto seguro** y que satisfaga sus necesidades, además de ser **cada vez más respetuoso con el entorno y el medioambiente**.

En cuanto a la **seguridad del producto**, el agua se extrae de un pozo y se conduce hasta unos depósitos. Posteriormente, se bombea hasta las llenadoras, donde se llenan y se tapan los envases. El agua no se trata y se embotella tal y como se recoge, con una composición constante y pura en origen. Únicamente pasa por unos filtros para evitar posibles pequeñas partículas físicas. Así, **el agua mineral mantiene todas sus propiedades desde su origen**, siendo controlada diariamente mediante análisis y supervisada exigentemente por la Conselleria de Sanitat, tal y como marca la normativa vigente.

De interés

Desde el sector se apuesta firmemente por la generación de empleo y crecimiento económico en zonas del interior de nuestra Comunidad, impulsando nuevas oportunidades en la denominada *España vaciada*

Por lo que respecta a los envases, gracias a los cuales el consumidor puede acceder fácilmente a toda la **información sobre la procedencia del agua y su composición en minerales** y que son necesarios para la seguridad y conservación del producto, en Manantiales del Portell disponen de dos líneas de fabricación: en botellas de 0.33, 0.5, 1, 1.5 y 2 litros y en garrafas de 5 y 8 litros. Desde Agua de Chóvar han ido reduciendo, en los últimos años, el plástico de sus diferentes botellas y garrafas, pasando, por ejemplo, en este año de los 100 g de PET a 92 g en la garrafa de 8 litros, lo que supone 58 toneladas de plástico al año, reduciendo, asimismo, el diámetro de los envases, por lo que los tapones y asas que incorporan han pasado a tener un peso menor. En la **continua búsqueda de un mayor respeto medioambiental**, también se emplea el denominado rPET (plástico reciclado) en diferentes formatos de los envases.

A estos datos hay que sumar el hecho de que casi el 100% de los clientes de la empresa se encuentran en la Comunidad Valenciana, evitando, de esta forma, el coste medioambiental de transportar los productos a mayor distancia.

AVACU, en su compromiso por la seguridad, la salud y el medioambiente, seguirá realizando visitas a este tipo de industrias, así como animando a potenciar el I+D+i en la búsqueda de envases cada día más respetuosos con el medioambiente, a lo que debemos unir un **cambio en nuestros hábitos** para reducir no solo la producción y el consumo de plásticos sino también un perfecto tratamiento en el reciclado de los mismos.



De interés



Ecodiseño

aplicado a envases para reducir el plástico



El 46% de las medidas de ecodiseño aplicadas a los envases por las empresas de nuestra Comunidad reduce o elimina el plástico y otros materiales. En los últimos tres años, las empresas valencianas que forman parte de Ecoembes han puesto en marcha más de 1.300 medidas para hacer más sostenibles sus envases.

A nivel estatal, gracias a todas estas medidas, durante estos tres años se ha conseguido reducir 104.556 toneladas de materias primas utilizadas en la fabricación de envases, ahorrando 11.229.202 MWh de energía y de 124.422.812 m³ de agua.

El compromiso de las empresas por hacer que los envases que ponen en el mercado sean diseñados -fase donde se determina el 80% de su impacto ambiental- en base a **criterios de sostenibilidad** es algo que lleva más de dos décadas instaurado en el conjunto estatal.

En esta línea, su apuesta por el ecodiseño, que busca hacer los envases más sostenibles y con una **huella ambiental lo más reducida posible**, cobra aún más protagonismo como herramienta con la que avanzar hacia un modelo de **economía circular**.



Prueba de ello es que, según el VII Plan Empresarial de Prevención (2018-2020) de Ecoembes, en los últimos tres años 352 empresas valencianas (el 62% de ellas pymes) han aplicado hasta **1.387 medidas de ecodiseño para minimizar el impacto ambiental de sus envases**. De entre todas ellas, un 46% se han destinado a reducir o eliminar el uso de plástico y otros materiales empleados en su fabricación.

Otras de las medidas que cada vez son más adoptadas por las empresas valencianas son las relacionadas con **fomentar la circularidad de los envases**, bien haciéndolos más fácilmente reciclables o bien reintroduciendo material previamente reciclado en los mismos. Las empresas valencianas también han aplicado otras medidas de ecodiseño enfocadas al rediseño de los envases, a la reducción de su impacto ambiental o al fomento de la reutilización, un concepto que va a cobrar protagonismo en la economía circular. Por sectores, de las 1.387 medidas del VII Plan, el 82% han sido desarrolladas en el de la alimentación, el 12% en el del cuidado personal y del hogar, un 3% en equipamiento del hogar, un 2% en motor y ocio y, el 1% restante, en textil y piel.

Ecodiseño, un compromiso extendido entre las empresas

Son muchas las empresas que llevan años mostrando su compromiso con el estudio y aplicación de medidas de ecodiseño. De hecho, desde 1999, se han implantado más de 54.500 medidas que van desde la eliminación de material innecesario hasta la reincorporación de plástico reciclado, entre otras, haciendo posible que una botella de agua pese un 18,4% menos que hace 20 años y un bote de yogur sea un 21% más ligero.

La innovación, aliada para seguir avanzando

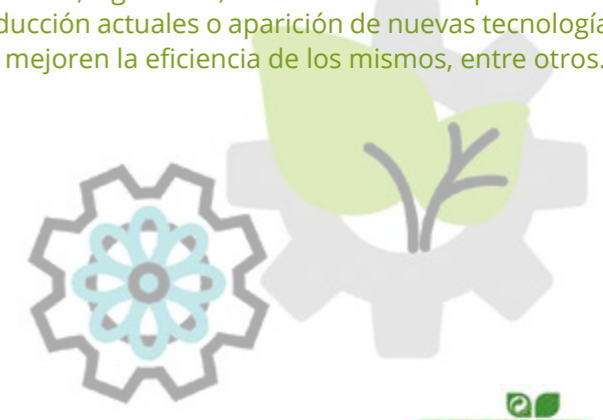
En este compromiso de las empresas por avanzar hacia un modelo circular, la innovación se presenta como un aliado clave para conseguir envases más sostenibles, ofreciendo metodologías novedosas para disminuir su impacto ambiental, mejorar su reciclabilidad o buscar nuevos materiales sostenibles para emplear en su fabricación.

Para contribuir a ello, Ecoembes creó en 2017 TheCircularLab, el primer centro de innovación sobre economía circular de Europa, en el que se investiga y trabajan las mejores líneas de innovación en el ámbito de los envases y su posterior reciclado desde diferentes áreas, siendo el ecodiseño una de ellas.

En este sentido, en TheCircularLab se ha desarrollado una metodología única -PackCD- que permite a las empresas evaluar el nivel de sostenibilidad de sus envases a través de una webapp en la que las propias empresas pueden realizar sus análisis y obtener directamente la evaluación.

El laboratorio también está trabajando en I+D+i para impulsar nuevos materiales de envasado. Uno de estos desarrollos es un material bio-bio, es decir, biobasado -que se obtiene a partir de fuentes renovables, como restos vegetales, o material procedente de la fracción orgánica de residuo sólido urbano (Forsu)- y compostable, pudiendo gestionarse en el contenedor de materia orgánica y, en las condiciones de operación adecuadas, convertirse en compost y formar parte de abono para nuevas aplicaciones agrícolas.

TheCircularLab también cuenta con el Observatorio del envase del futuro, una plataforma de conocimiento sobre el envase que recoge y analiza las noticias y tendencias aparecidas a nivel mundial en materia de ecodiseño, legislación, modificación de los procesos de producción actuales o aparición de nuevas tecnologías que mejoren la eficiencia de los mismos, entre otros.



Con la colaboración técnica de



Nuestros derechos

Buenos días. El 20 de septiembre fuimos a la sucursal del banco donde mi madre tenía sus cuentas, con toda la documentación solicitada para la cancelación de las mismas, ya que falleció el mes de febrero. A día de hoy no han cancelado las cuentas y el 18 de octubre nos cargan 20,00 euros de comisión de mantenimiento. Igualmente, nos informan que, para traspasar el saldo de las cuentas a mi cuenta y a la de mi hermanos, nos van a cobrar gastos de transferencia, cuando ambas cuentas también son del mismo banco aunque de sucursales distintas. Quería saber si todo esto es legal, ya he reclamado la retrocesión de los 20,00 euros de comisión y me dicen que eso no es posible. Tampoco entiendo que nos quieran cobrar gastos de transferencia cuando traspasen el saldo, siendo cuentas de la misma entidad. Agradecería su respuesta para saber los derechos que tengo. Muchas gracias.

AVACU responde

En relación con su consulta podemos indicarle que el Banco de España establece que las entidades deben ofrecer un medio gratuito de disposición de los fondos de la herencia, sin que los herederos puedan imponer qué medio quieren utilizar para disponer de estos gratuitamente mediante cheque y los herederos piden que se haga por transferencia -rechazando el cheque-, entonces la entidad podrá cobrar por este servicio de transferencia, pues es distinto del ofrecido por la entidad como gratuito. Sobre la comisión de mantenimiento de la cuenta, si la misma consta en el propio contrato, sí que resulta procedente hasta la cancelación de la cuenta.

Puedes realizarnos tu consulta sobre cualquier tema de consumo en nuestras oficinas de Valencia, Castellón y Alicante, en los teléfonos 96 351 66 44 y 96 352 68 65 (de lunes a viernes, de 10h a 14h) o en el correo electrónico avacu@avacu.es.

Hola, buenas tardes. Me pongo en contacto con ustedes para ver si me pueden informar sobre el derecho de desistimiento de una póliza de coche. Mi hijo contrató una póliza el 29/10/21 y yo me puse en contacto con la compañía el 04/12/21, que es cuando me pasan el recibo, para anularla, ya que el vehículo que se aseguró ya tiene una póliza en vigor. Me dicen que no tengo derecho de desistimiento porque es un contrato directo. ¿Es así? Porque si yo no lo hubiera contratado no estaría intentando que me devolvieran el dinero. Quedo a la espera de su contestación. Gracias.

AVACU responde

Con respecto a su consulta podemos indicarle que, en el caso de seguros contratados a distancia, se reconoce el derecho al tomador del seguro de desistir del contrato sin indicación del motivo ni penalización, siempre y cuando se comunique la voluntad de ejercer el desistimiento por escrito a la compañía aseguradora y en un plazo de 14 días a contar desde que se le notifique la celebración del contrato o desde la recepción de la información contractual, si esta recepción es posterior. Si, habiendo cumplido estos requisitos la aseguradora no le reconoce dicho desistimiento, puede interponer una reclamación por escrito ante el Servicio de Atención al Asegurado de la Compañía.

Vivo en un piso de alquiler en el que se ha estropeado el calentador de agua. El técnico nos ha comunicado que se trata de un problema que no se puede reparar y es necesario cambiar el calentador. ¿A quién le correspondería pagar el nuevo? Gracias.

Si el calentador formaba parte de los elementos de la vivienda en el momento del alquiler, el cambio del mismo le corresponderá al propietario del piso, excepto en el caso de que el inquilino hubiera hecho un mal uso de él.

Retrasos en la factura de luz

Tras pasar 6 meses un asociado desde que su compañía de luz le pasara a cobro factura alguna del consumo realizado desde el mes de junio, se puso en contacto con nosotros para que procediéramos a presentar la correspondiente reclamación contra su compañía comercializadora, obteniendo como respuesta que habían tenido un problema técnico y asumiendo que el problema había sido exclusivamente de ellos. Por esta razón, desde la compañía se respondió que iban a permitir el pago aplazado del importe de las facturas objeto de reclamación, hecho que nuestro asociado realizó cuando en el mes de noviembre le remitieron las mismas.

Incidencia en los productos enviados por correo

Una de nuestras asociadas realizó un pedido a través de la web de una empresa que vende productos de salud y belleza. Al recibir el pedido, comprobó que dos de los artículos adquiridos (dos bolsas de semillas de chía) estaban esparcidos en el interior de la caja, ya que las bolsas de los productos estaban completamente rotas. Nuestra asociada contactó con la empresa para comunicarles la incidencia y solicitarles que le enviaran de nuevo los artículos dañados. Sin embargo, la empresa le ofreció como solución a su problema la recogida de dichos artículos y el abono del importe de los mismos, no estando conforme nuestra asociada con dicha opción, pues su pretensión era que le enviaran de nuevo, sin coste adicional, los productos dañados (ya que si los volvía a pedir, no llegaría al importe mínimo de portes, con lo cual le saldría más caro). Por tanto, desde AVACU presentamos la pertinente reclamación haciendo hincapié en la pretensión de nuestra asociada (nuevo envío de los productos dañados, sin coste), siéndonos confirmado días después por parte de nuestra asociada que la empresa le había enviado los artículos, sin ningún coste adicional.

Crucero cancelado por Covid-19

Nuestros asociados reservaron el pasado mes de julio un crucero para estas navidades para ellos y su familia, abonando por ello una reserva inicial de 1.500€. El pasado mes de septiembre, recibieron un correo electrónico de la agencia en el que se les informaba de que el crucero había sido cancelado por motivos de la Covid-19, siéndoles facilitado en ese mismo correo de cancelación un bono por el importe abonado para que pudieran utilizarlo en la reserva de un nuevo viaje con ellos. Como nuestros asociados no deseaban esta opción del bono, el cual no habían solicitado, se pusieron en contacto con nosotros para presentar una reclamación, hecho que realizamos, solicitando a la agencia el reembolso del importe de la reserva cancelada, siendo esta pretensión aceptada y abonada en la misma forma que se pagó días más tarde.



LA CIUDAD TAMBIEN ES TU CASA, CUÍDALA

No tires ni dejes basura en la calle, parque o jardines. Usa las papeleras y los contenedores.



No tires chicles al suelo, cuestan muchísimo de quitar.

Si tienes perro, llévalo siempre atado y recoge y limpia sus pipis y cacas.



Cuida el mobiliario urbano: no hagas grafitis ni pegues carteles sin permiso.

Cuida las plantas y jardines de la vía pública.



Usa de manera responsable las instalaciones deportivas.



Consume en tu comercio de barrio.



Respetar el descanso del vecindario especialmente por la noche.



AVACU en los medios



/9 de diciembre/ Diferencias de hasta 90 euros en un mismo juguete en distintos establecimientos



/27 de octubre/ Detectan cientos de estafas a los clientes de Bankia que pasan a CaixaBank



/15 de septiembre/ La Asociación Valenciana de Consumidores califica de 'semi parches' las medidas del Gobierno para la rebaja de la factura de la luz



/26 de noviembre/ La fuerza del consumidor está en poder elegir. Si no existe competencia ni capacidad de elección, no tenemos nada



/9 de diciembre/ Avacu alerta de diferencias de 90 euros en el mismo juguete según el comercio



/7 de octubre/ AVACU solicita al Gobierno ampliar las horas en el tramo valle ante un posible incremento en la factura de la luz tras el cambio de hora Valencia



/1 de octubre/ Avacu pide "responsabilidad" a los maquinistas de Renfe y que "no se pisoteen los derechos de los usuarios" en la huelga



/2 de noviembre/ Mucha gente se está dirigiendo a nosotros para ver cómo actuar y si pueden reclamar



/26 de noviembre/ Van a intentar captar nuestra atención con grandes ofertas y descuentos



/19 de octubre/ El ocio y la hostelería lanzan una campaña en Valencia contra el botellón





¿Quieres recibir nuestra revista de forma online?

En AVACU nos preocupamos por el medioambiente y el cuidado de nuestro planeta. Por eso, si quieres dejar de recibir nuestra revista en papel y consultarla a través de internet, envíanos un correo a avacu@avacu.es indicando en el asunto Baja Envío Postal Revista. Cada trimestre recibirás por correo electrónico el enlace para poder leerla y descargarla vía online.

Alicante

c/ Juan Bautista Lafora 3 entrepl.

Valencia

c/ Dr. Sumsi 28 bajo

Castellón

c/ Sanahuja 68 entresuelo A

www.avacu.es



AVACU



@AVACUconsumo



avacuconsumo

AVACU

ASOCIACIÓN VALENCIANA DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

