

# TodoConsumo <sup>71</sup>

Marzo 2022

Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios - AVACU

De interés

## Sondeo sobre entidades bancarias

Alimentación

## Comer de temporada

Actualidad

## Día Mundial de los Derechos de las Personas Consumidoras

Especial AVACU

Encuesta

## Hábitos de Consumo 2021

**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:** Julián Tío, Carol López, 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

## Final de invierno intenso...

... con la pandemia en modo *off* pero sin terminar de marcharse, la invasión de Ucrania por decisión de un loco, el parón del transporte, la situación del sector primario... y, por supuesto, la situación de las familias, de quien parece pocos se acuerdan. Y es que las subidas de precios están haciendo estragos en los hogares y seguimos día tras día perdiendo poder adquisitivo sin que nuestros gobernantes parece que tengan prisa en solucionarlo, o quizás lo que no tienen es idea de cómo hacerlo.

Por eso espero que tantas ayudas que dicen a comercios, empresas, etc., también podamos notarlas las familias y que nuestra factura energética, alimenticia... se pueda contener e ir reduciendo. Desde luego, no estaría de más reducir el IRPF de manera ostensible y tocar el IVA y otros impuestos de manera excepcional mientras dure esta grave situación.

Mientras, debemos seguir siendo responsables, racionales, sostenibles, en la medida que la situación nos deje, pues lo ideal sería no dar marcha atrás en los retos que hemos ido consiguiendo los últimos años. Para todo esto es imprescindible que la Generalitat y los Ayuntamientos multipliquen sus ayudas (en algunos casos, la verdad es que algo más, pues multiplicar por 0 no sería de gran ayuda... ya que algunas administraciones han hecho más bien poco) para que continuemos las Asociaciones de Consumidores en nuestra labor de formación e información para modificar ciertos hábitos todavía poco sostenibles.

Pero, a pesar de todas estas situaciones, desde AVACU seguimos al pie del cañón, multiplicando nuestro trabajo (resulta curioso que cada vez haya menos ayudas y más problemas con las Administraciones y, sin embargo, más trabajo y efectividad con las personas consumidoras y usuarias), con mayores dosis de formación e información, y presionando a nuestros gobernantes. Seguimos necesitando el apoyo decidido de la sociedad valenciana y eso significa acudir a nuestras oficinas y fortalecernos con su presencia.

Las soluciones a los problemas llegarán cuando la sociedad se vuelque con nosotros.

Fernando Móner Romero  
Presidente de AVACU

## Sumario TC71

### 4. Entrevistamos a...

Arturo León, Presidente del CES CV

### 6. Actualidad

Telecomunicaciones, de nuevo principal foco de problemas para los valencianos. Webinar AVACU sobre la Digitalización de la sociedad. Estudio "Valoración de los hábitos de reciclaje en hoteles, restaurantes y cafeterías". Cómo hacer un uso responsable del agua. Día Mundial de los Derechos de las Personas Consumidoras. Estuvimos en. CECU informa: El Día del Consumidor 2022 reclama Finanzas Digitales Justas

### 14. Especial AVACU

Encuesta sobre Hábitos de Consumo 2021

### 16. Alimentación y Salud

Comer de temporada  
Decisiones de compra y nuevas tendencias

### 18. De interés

Sondeo AVACU sobre entidades bancarias  
Pagos con Bizum

### 22. Energía y Medioambiente

Los usuarios RECICLOS de la Comunidad Valenciana ya han colaborado con 13 proyectos sociales y ambientales

### 24. Nuestros derechos

AVACU responde  
Por una participación ciudadana activa y responsable

### 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...

## Arturo León

Presidente del Comité Econòmic i Social de la Comunitat Valenciana

**“Tenemos que reforzar nuestras empresas, el empleo, el sistema educativo y orientarnos a una sociedad más justa e inclusiva”**

En primer lugar, felicitarle por su nombramiento el pasado mes de octubre como presidente del Comité. Asume el cargo en una época "complicada" para la economía y la sociedad en general, como consecuencia de la pandemia que seguimos arrastrando. ¿Cómo se afronta, desde el CESCv, esta etapa?

Muchas gracias. Más allá del impacto en salud y la pérdida de vidas humanas, la **pandemia ha sido un gran reto para la economía y la sociedad**. Las administraciones públicas y la Unión Europea han adoptado decisiones y han dispuesto recursos para salir reforzados de esta crisis. El CES CV que integra a la sociedad civil organizada, en un diálogo social permanente, trabaja en la misma dirección dictaminando los anteproyectos de ley, presentando informes, etc y, en definitiva, aportando a la construcción de una sociedad mejor.



Las administraciones públicas y la Unión Europea han adoptado decisiones para salir reforzados de esta crisis. El CES CV trabaja en la misma dirección

Los efectos de la reforma del mercado de trabajo contribuirán a reducir la temporalidad y la precariedad laboral

El Comité Econòmic i Social de la Comunitat Valenciana se creó por medio de la Ley 1/1993, de 7 de julio, como el órgano consultivo del Consell y, en general, de las instituciones públicas de la Comunitat Valenciana, en materias económicas, sociolaborales y de empleo.

Son funciones del CESCv, entre otras, elaborar, por propia iniciativa o a petición del Consell, de Les Corts o de las instituciones públicas valencianas, estudios o informes en el marco de las atribuciones que le son propias; emitir dictamen con carácter previo, preceptivo y no vinculante, sobre anteproyectos de leyes que regulen materias económicas, sociolaborales y de empleo que sean competencia de la comunidad autónoma, así como planes y programas que el Consell pueda considerar de especial trascendencia en la regulación de las indicadas materias; elaborar y elevar anualmente al Consell y a Les Corts, dentro de los cinco primeros meses de cada año, una memoria en la que se expongan sus consideraciones sobre la situación socioeconómica y laboral valenciana...

¿Cuáles están siendo los principales problemas, a nivel económico, a los que se debe hacer frente con más urgencia en nuestra Comunidad? ¿Y a nivel social?

La Comunidad Valenciana tiene un gran patrimonio natural y cultural, con capacidad de emprender proyectos innovadores, con una economía dinámica y exportadora de la que sentirnos orgullosos. Sin embargo, **debemos trabajar en mejorar nuestro modelo económico y productivo** apostando por la innovación, e incorporando la digitalización y la sostenibilidad medioambiental como guía que oriente las decisiones. Tenemos que reforzar nuestras empresas, el empleo, el sistema educativo y orientarnos a una sociedad más justa e inclusiva. Para ello es fundamental disponer de inversiones y un sistema de financiación autonómica que no discrimine a nuestro territorio.

Los últimos resultados de la EPA (publicados la última semana de enero) muestran unos datos muy positivos en cuanto al empleo en nuestra Comunidad, especialmente tras la crisis provocada por la Covid-19.

Los ERTE han sostenido el tejido productivo y han evitado la destrucción de cientos de miles de puestos de trabajo. Además, la respuesta eficaz de la ciencia para combatir la pandemia, la decisión de aumentar el gasto y la inversión, en una situación de grandes dificultades, sumado al compromiso de los sectores económicos y sociales ha surtido efecto y **se está reactivando la economía**, lo que incide en la creación de empleo.

Las asociaciones de consumidores como AVACU contribuyen a hacer que las personas estén bien informadas, se organicen y dispongan de instrumentos para defender sus derechos como consumidores

¿Cuáles han sido las mejoras en el mercado laboral valenciano que han permitido seguir fortaleciendo nuestra economía? ¿En qué se debe seguir trabajando para modernizarla?

Estamos en un ciclo expansivo de la economía, con importantes estímulos orientados al crecimiento, lo que influye en la creación de nuevos puestos de trabajo. Será fundamental aprovechar los fondos europeos de acuerdo con sus objetivos, es decir **transformar nuestro sistema productivo haciéndolo más resiliente y apostar por la digitalización y la sostenibilidad medioambiental** mediante la transición ecológica y energética. Así mismo, los efectos de la reforma del mercado de trabajo, recientemente acordada por CCOO, UGT, CEOE Y CEPYME contribuirán a reducir la temporalidad y la precariedad laboral, así como a reforzar la negociación colectiva.

¿De qué manera cree que entidades como AVACU, como asociación de consumidores que vela por la defensa de los derechos de las personas consumidoras en sectores como las telecomunicaciones, las entidades bancarias, la vivienda, los viajes..., pueden ayudar a fortalecer y modernizar nuestra economía?

Las asociaciones de consumidores como AVACU, contribuyen a hacer que las personas estén bien informadas, se organicen y dispongan de instrumentos para defender sus derechos como consumidores, ante empresas y administraciones públicas. Además, **hacen que la ciudadanía sea más consciente y sensible** a los necesarios cambios en los hábitos de consumo y en las formas de producción, lo cual contribuye a modernizar el sistema económico. Todo ello redundará en la mejora de nuestra democracia y nos orienta a una sociedad más avanzada.



## Telecomunicaciones, de nuevo principal foco de problemas para los valencianos

**D**urante el año 2021, AVACU ha recibido un total de 17.057 consultas y reclamaciones, unas 1.700 más que en 2020, un año marcado por la pandemia de la covid-19 y que supuso cambios en cuanto a los principales sectores que más problemas generaron a los consumidores valencianos. La situación parece haberse estabilizado y se ha vuelto a datos similares a los anteriores a la pandemia en cuanto a sectores más reclamados.

En primer lugar nos encontramos con el sector de las telecomunicaciones, que vuelve a convertirse en el que más consultas y reclamaciones ha recibido. La mayoría de ellas se centran en las subidas unilaterales de las tarifas de algunas compañías, los problemas a la hora de darse de baja o solicitar la portabilidad, los incumplimientos por parte de las compañías de lo establecido en los contratos ofertados...

Le sigue, en segundo lugar, el sector de bancos y financieras el cual, tras alcanzar la mayor cifra en el año 2017 debido a las reclamaciones relativas a gastos hipotecarios y cláusulas suelo, se mantiene en datos similares a estos dos últimos años y consultas relativas a nuevas comisiones bancarias, modificaciones en las condiciones de las tarjetas y de otros productos financieros, cierre de oficinas...

En tercer lugar se sitúa el sector de vehículos, que ha visto incrementadas sus cifras este pasado año debido, fundamentalmente, a las reclamaciones relativas al cártel de coches creado por varias empresas automovilísticas y que habría supuesto un sobrecoste a los compradores de vehículos entre los años 2006 y 2013.

Del total de consultas y reclamaciones atendidas en este sector, un 85% han sido relativas a esta problemática, pero también se han atendido consultas relativas a problemas por el incumplimiento de la garantía de los vehículos averiados así como los derivados del incumplimiento de contratos o alquiler de vehículos.

El sector de viajes, tras haber sido el más reclamado durante el año 2020 a causa de las cancelaciones de viajes como consecuencia de la pandemia, recupera también cifras similares a años anteriores, aunque siguen atendándose consultas y reclamaciones debido a reservas de viajes y vuelos que no han podido realizarse, devolución de los importes de los billetes adquiridos...

Por último encontramos el sector de electricidad, que ha vuelto a incrementar sus consultas y reclamaciones, principalmente por el nuevo modelo de factura eléctrica que entró en vigor el pasado 1 de junio y que ocasionó que las consultas se multiplicaran en nuestras oficinas en el segundo semestre del año en este sector.

**Un hecho que sí que observamos, sin embargo, es que, durante el pasado año, los cuatro principales sectores que más quejas han acaparado se mueven en cifras muy similares, con una diferencia de apenas 200 quejas entre el primero y el cuarto (en años anteriores, esta cifra ha llegado a ser superior a 1.000).**

## Webinar AVACU sobre la Digitalización de la sociedad

**A**VACU organizó el pasado mes de febrero un webinar sobre la **Digitalización de la sociedad**, en el que participaron expertos que abordaron cuestiones relativas a esta realidad y cómo nos afecta en nuestro día a día, y que estuvo moderada por Fernando Móner, presidente de AVACU, el cual agradeció la participación de los ponentes y destacó la importancia de este tipo de charlas que acercan a la ciudadanía realidades y situaciones actuales y que nos afectan a todos.

La jornada fue inaugurada por la Directora General de Consumo del Ministerio de Consumo, Bibiana Medialdea, quien insistió en que no hay que olvidar los enormes aspectos positivos y posibilidades que nos ofrece la digitalización. Pero también hay que tener presentes sus riesgos potenciales. "La clave para tener cuidado con la digitalización es no olvidar que los seres humanos somos ecodependientes (nuestro entorno natural nos impone unas restricciones) e interdependientes (dependemos todos, en mayor o menor medida, unos de otros). Y la digitalización puede generarnos la ilusión o la ficción de que esas dos dependencias no son tales y dirigirnos hacia un individualismo autónomo".

Tras ella, el Director del Instituto del Instituto de Telecomunicaciones y Aplicaciones Multimedia de la Universidad Politécnica de Valencia (iTeam) y catedrático de la misma, Narcís Cardona, nos introdujo en los cambios tecnológicos que está viviendo nuestro país. Para Cardona, la digitalización es sostenible y acerca a las personas, "y es importante hacer un buen uso de la digitalización y dirigirla hacia el progreso". La digitalización nos va a llevar del "todos conectados" al "todo conectado" para "mejorar procesos industriales, logísticos, de movilidad, eficiencia y seguridad en muchos ámbitos...".

A continuación, el Director de Empleabilidad e Innovación Educativa de la Fundación Telefónica, Luis Miguel Olivas, abordó la formación en competencias digitales, especialmente en los cambios sufridos a partir de la pandemia de 2020. El COVID ha acelerado los procesos de digitalización y ha unido la vida analógica y la vida digital en todos los sectores. Las competencias digitales son básicas y necesarias pero digitalizar no consiste en repartir una tablet, hace falta mucho más. En este sentido, hizo hincapié en que todo el mundo ha de tener unas competencias digitales mínimas.

Para terminar, Ismael Quintanilla, licenciado en filosofía y doctor en psicología, que ha sido Director de la Unidad de Investigación de Psicología Económica y del Consumidor de la Universidad de Valencia y es actualmente Profesor Honorario de la Universidad de Valencia, profundizó en el uso ético, seguro y responsable de las tecnologías y se mostró "rotundamente a favor de la digitalización pero también en igual medida de la humanización, y nuestra sociedad está perdiendo buena parte de lo segundo". Para él, hay que "ser capaces de desaprender lo que no nos sirve para aprender lo que sí nos va a servir". El "homo digitalis" propio de este siglo ha de hacer un esfuerzo psicológico para aprender a utilizar los servicios que nos brinda la sociedad, porque la sociedad siempre evoluciona.

Los tres coincidieron en que la digitalización va a ofrecer (ya está ofreciendo) muchas ventajas y muchas cosas positivas, va a traer muchas oportunidades en nuestro país, pero hace falta que esa digitalización sea homogénea (que llegue a todas partes y a todos) y racional (usar esas ventajas en positivo y hacer un uso racional, ético y responsable de esa digitalización).

La jornada completa está disponible en el canal de YouTube de AVACU



## Valoración de los hábitos de reciclaje en hoteles, restaurantes y cafeterías

# El 85% de los valencianos considera importante que los establecimientos de hostelería realicen una gestión sostenible



La gestión sostenible de los recursos está entre los aspectos que más valoran los valencianos a la hora de escoger un establecimiento de hostelería. Así lo ha reflejado el estudio 'Valoración de los hábitos de reciclaje en hoteles, restaurantes y cafeterías', realizado por Ecovidrio, la entidad sin ánimo de lucro encargada de la gestión del reciclado de envases de vidrio en España, y AVACU, la Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios.

En concreto, a la hora de elegir un establecimiento de hostelería, el 85% de los ciudadanos de la Comunidad Valenciana considera importante o muy importante la gestión sostenible. En esa misma línea, los encuestados han señalado que los aspectos más relevantes para que un local sea responsable con el medioambiente son el uso sostenible de recursos como el agua o la energía (72,4%), el reciclaje de residuos (65%) o la compra de productos a proveedores cercanos (60,2%).

Casi la mitad de los consumidores estaría dispuesta a pagar más por los productos de un local sostenible

Al ser preguntados por temas ajenos a la sostenibilidad, los encuestados destacan el precio (67,5%), el servicio (64,7%), la oferta gastronómica (57%) y el ambiente (44,5%).

A la hora de elegir, el 82% de los valencianos encuestados asegura que, entre dos establecimientos y a igualdad de condiciones, preferiría el local más comprometido con la sostenibilidad. Sin embargo, solo la mitad de los encuestados (49,1%) estaría dispuesto a pagar un incremento en el precio de los productos de un establecimiento de hostelería comprometido con el medioambiente.

En cuanto a posibles soluciones para mejorar los resultados de recogida de residuos, el 79,3% de los encuestados estaría de acuerdo en incluir, en las ordenanzas municipales, la obligatoriedad de separar los residuos generados en los locales HORECA y los mecanismos para verificar su cumplimiento. Entre las palancas para incrementar los volúmenes de recogida selectiva de envases de vidrio, no existen grandes diferencias entre los encuestados. De hecho, los jóvenes (de 18 a 35 años) se decantan más por una legislación más restrictiva (37%), mientras que los mayores de 65 años abogan por una mayor implicación por parte de los consumidores (39%).

### Cambio climático y reciclaje

El estudio también demuestra que los valencianos están muy concienciados con los retos asociados al cambio climático y con la economía circular. Así, el 91,8% considera que el cambio climático es un problema importante o muy importante, siendo las mujeres y los mayores de 51 años los que demuestran un mayor nivel de concienciación.

Además, el 96,8% opina que el reciclaje es un proceso beneficioso para el medioambiente; un dato refrendado por el hecho de que el 84,1% asegura reciclar siempre o la mayoría de las veces. Una vez más, las personas mayores son las que demuestran un mayor nivel de compromiso. En concreto, el 63% de las personas mayores de 65 años asegura reciclar siempre, por solo el 31,3% de los jóvenes de entre 18 y 35 años.



### El reciclaje de envases de vidrio en la Comunidad Valenciana

En 2020, los ciudadanos de la Comunidad Valenciana reciclaron hasta 84.043 toneladas de residuos de envases de vidrio, lo que supone 16,6 Kg/habitante. Con más de 25.993 contenedores, en la región ya hay un iglú por cada 195 habitantes

El 82% de los encuestados escogería un establecimiento comprometido con la sostenibilidad

### Sobre el estudio

Este estudio ha sido desarrollado por Ecovidrio y por AVACU a partir de 503 encuestas realizadas en la Comunidad Valenciana a lo largo del tercer trimestre de 2021. Del total de encuestados, el 44,6% son hombres, mientras que el 55,4% son mujeres. Asimismo, el 10,14% se encuentra en la franja de edad comprendida entre los 18 y los 35 años; el 26,04% entre los 36 y los 50 años; el 40,16% entre los 51 y los 65 años; y el 23,66% tienen más de 65 años.

ecovidrio

Con la colaboración técnica de ENTIDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO

22 de marzo  
**DÍA MUNDIAL DEL AGUA**

# ¿Cómo hacer un uso responsable del agua?



Este Día Mundial del Agua queremos concienciar a los usuarios de la **importancia de los pequeños gestos** del día a día garantizar la sostenibilidad del agua en nuestra vida y en el medioambiente.

Consejos para hacer un uso responsable del agua:

- ◆ **Cerrar el grifo** mientras te lavas: ahorro de 10 litros semanales.
- ◆ **Ducharte** en lugar de bañarte: 40 litros al día.
- ◆ **No echar sustancias contaminantes** por los desagües.
- ◆ **Reparar rápidamente** las fugas en grifos y cisternas.
- ◆ **Utilizar los electrodomésticos** cuando estén llenos.
- ◆ **Regar las plantas al oscurecer**: reduce 10% pérdidas evaporación.
- ◆ **No usar el váter como papelera**.
- ◆ **Utilizar grifos monomando** con apertura en dos fases: permite reducir el consumo en más de un 50%.
- ◆ **Instalar aireadores** en los grifos con el objetivo de aumentar del volumen del chorro y de la superficie de contacto con el agua para ahorrar el 40% respecto a los grifos tradicionales.
- ◆ **Reutilización del agua** para limpiar las excreciones de nuestras mascotas en la calle, ahorrar una descarga de la cisterna o regar las plantas (si no lleva jabón).
- ◆ **Limitar la descarga de las cisternas**: utilizando inodoros con sistema de doble descarga o bien reduciendo la capacidad introduciendo botellas llenas de agua.

Sólo **juntos conseguiremos un futuro mejor**, más sostenible y garantizaremos a las futuras generaciones este recurso tan preciado.

**“Tomar agua nos da vida, pero tomar conciencia nos dará agua”**

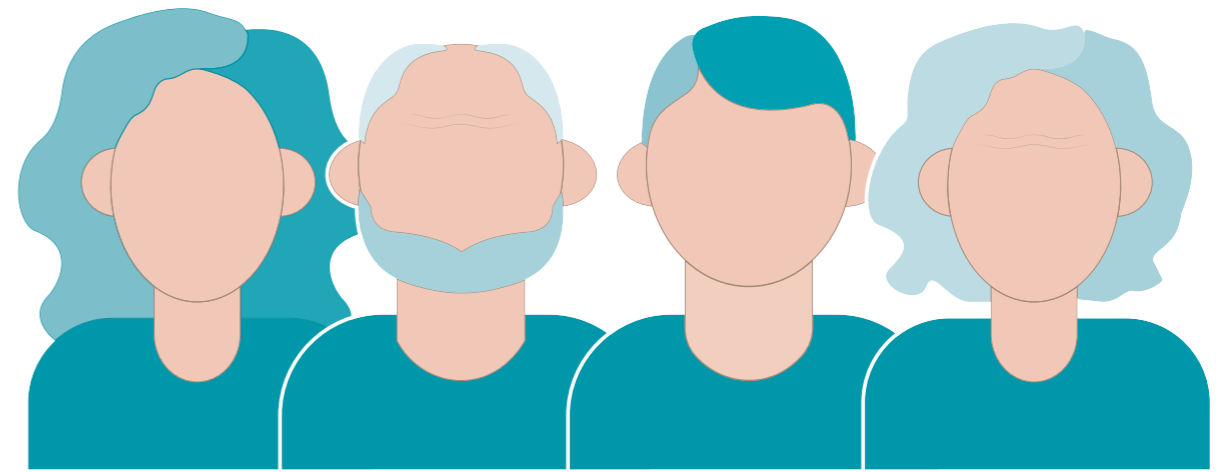
**E**l agua es un **recurso natural limitado** además de un bien público fundamental para la vida, el medio ambiente y la salud. Además, tiene un papel muy importante a nivel social e histórico. Sin embargo, debido al cambio climático estamos sufriendo una importante reducción de nuestras reservas de agua.

En Global Omnium somos conscientes de nuestra responsabilidad como gestores del agua y por ello invertimos en la mejora continua de nuestras instalaciones, aplicando las últimas tecnologías al servicio del usuario.



Con la colaboración técnica de **global omnium**

Actualidad



## Día Mundial de los Derechos de las Personas Consumidoras

**E**l pasado 15 de marzo, AVACU se sumó a los actos de celebración del Día Mundial de los Derechos de las Personas Consumidoras, organizados por la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo y el Ayuntamiento de Valencia, junto a las asociaciones de consumidores de la Comunidad Valenciana.

Durante varios días, se visitaron diferentes mercados municipales de la ciudad de Valencia para ofrecer información acerca de la labor que se realiza desde las asociaciones de consumidores y dar a conocer los derechos de las personas consumidoras.

En la clausura, que se celebró en el Mercado Central de Valencia, que este año, además, cumple 94 años de historia, estuvieron presentes, junto a representantes de las asociaciones, la Directora General de Comercio, Artesanía y Consumo, Rosa Ana Seguí, y el concejal de Salud y Consumo, Emiliano García.



Actualidad

AVACU 11

# Estuvimos en

8  
feb

**Jornada del Comité Económico i Social CV.** El Consejo Económico y Social de España presentó en Castellón el Informe "Un medio rural vivo y sostenible", en un acto organizado por el Comité Económico y Social de la Comunidad Valenciana al que acudió Fernando Móner. La inauguración contó con la presencia del Presidente del CES-CV, Arturo León, el Presidente de la Generalitat Valenciana, Ximo Puig, y el Presidente del CES de España, Antón Costas.

21  
ene

**Día Europeo de la Mediación.** Con motivo de este día, AVACU participó en la jornada organizada por la sección valenciana del Grupo Europeo de Magistrados por la Mediación de España y el Punto Neutro de Mediación de nuestra Comunidad, que se celebró en la Ciudad de la Justicia y fue inaugurada por el vicepresidente de GEMME España, el magistrado D. Juan Francisco Mejías. Cristina Gómez, abogada mediadora de AVACU, moderó la mesa *¿Es posible mediar con la Administración? El caso del tramo 9 del antiguo cauce del Río Turia.*

24  
feb

**Encuentros SER Radio Valencia.** Fernando Móner asistió al Encuentro SER con Diana Morant, ministra de Ciencia e Innovación, en un acto presentado por Bernardo Guzmán, Director de Cadena SER Comunidad Valenciana.

7  
mar

**Plan BonProfit.** Jesús Mora acudió a la presentación del Plan contra el desperdicio alimentario en la Comunidad Valenciana, BonProfit: Avances en la agenda de trabajos de la dirección General de Política Agraria Común, dentro de la agenda de trabajos del Plan contra el desperdicio alimentario de la Consejería de Agricultura.

2  
mar

**Charla sobre consumo.** Julián Tío, responsable del Gabinete de Información, impartió una charla sobre consumo organizada por la Asociación Valenciana de Agricultores Mayores (AVAM), en la sede de la Asociación Valenciana de Agricultores.

21  
ene

**Ana Móner, medalla al Mérito Profesional.** La Comisión de Distinciones de la Escuela Española de Mediación y Resolución de Conflictos ha querido reconocer a instituciones públicas, privadas y profesionales por su aportación y compromiso en fomentar el diálogo, las prácticas restaurativas y la búsqueda adecuada en la solución de conflictos y ha otorgado a nuestra coordinadora jurídica y miembro de la Junta Directiva de AVACU-CECU, Ana Móner, la medalla al Mérito Profesional.

21  
feb

**Convenio AVACU-CODiNuCoVa.** AVACU y el Colegio Oficial de Dietistas-Nutricionistas de la CV han firmado un convenio de colaboración para promover la transmisión de información y asesoramiento y mejorar el conocimiento de aspectos relacionados con la alimentación. Luis Cabañas, presidente del CODiNuCoVa, y Fernando Móner estrechan así la relación entre ambas entidades, con el foco puesto en la salud, la nutrición y los hábitos saludables en la alimentación.

## El Día Del Consumidor 2022 reclama Finanzas Digitales Justas

*Como cada año, el 15 de marzo celebramos el Día Mundial de los Derechos de la Persona Consumidora. Este 2022 se ha centrado en los servicios financieros digitales, es decir, trámites que se realizan con tecnologías digitales por parte del consumidor, como pagos y transferencias, gestión de ahorros, inversiones o petición de créditos.*

Tanto el sector financiero como las tecnologías a nuestro alcance cambian rápidamente y por eso necesitamos que las empresas, las agencias reguladoras y las organizaciones de protección de los consumidores trabajen juntas para que **se garanticen los derechos**, combinando innovación con protección y la capacitación de todas las personas consumidoras.

Con este fin, la Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU) ha participado en el **primer Foro de Finanzas Digitales Justas organizado por Consumers International**, la primera conversación mundial sobre el futuro de este sector centrado en la perspectiva del consumidor. En este encuentro público en línea se reunió una variada selección de académicos, expertos en tecnología financiera, representantes gubernamentales, profesionales, sociedad civil y el movimiento de defensa de las personas consumidoras de todo el mundo para **sentar las bases de las finanzas digitales** de ahora en adelante y buscar soluciones para los desafíos más apremiantes a día de hoy.

La vicepresidenta de CECU, Ana Etchenique, participó en un panel del Foro titulado "Proteger y Empoderar a los Consumidores Vulnerables en las Plataformas de Finanzas Digitales", junto a, entre otros, un representante de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). En esta sesión exploraron los **principales retos a los que se enfrentan los consumidores más vulnerables**, como las personas mayores, al usar servicios de finanzas digitales y se discutió qué deberían hacer los organismos reguladores y las empresas proveedoras para asegurar que los consumidores vulnerables se ven protegidos y empoderados en este entorno.

Desde CECU y Consumers International se pide que las Finanzas Digitales sean justas, inclusivas, seguras, con datos personales protegidos y privados, y sostenibles. En la práctica, esto significa **que todos los consumidores tengan acceso a estos servicios** y a la infraestructura necesaria para utilizarlos, que estén protegidos de posibles estafas y prácticas abusivas por mecanismos de protección del consumidor y prácticas empresariales responsables. También se trata de que los datos de todos los consumidores se traten de forma limpia y transparente y de que la primera opción ofrecida sea la más sostenible y responsable.

**Se pide que las Finanzas Digitales sean justas, inclusivas, seguras, con datos personales protegidos y privados y sostenibles.**



CONSUMERS INTERNATIONAL  
DIA MUNDIAL DE LOS  
DERECHOS DE LA PERSONA  
CONSUMIDORA 2022

FINANZAS DIGITALES JUSTAS



Según las conclusiones de la Encuesta Sobre Hábitos de Consumo 2021

## Más del 90% de los valencianos se interesa por los alimentos sostenibles

La Mesa de Participación ha presentado los datos relativos a la VI encuesta sobre Hábitos de Consumo 2021 de la Comunidad Valenciana, entre los que destacan que casi el 89% de los encuestados considera que el desperdicio alimentario es un problema importante e intenta evitarlo y que más de la mitad estaría dispuesto a pagar más por productos alimentarios sostenibles.

La sostenibilidad de los alimentos preocupa a un 92% de los consumidores valencianos encuestados (88% en el cómputo global) y demandan de forma rotunda un etiquetado que muestre si el alimento es sostenible (92% vs 86%). También son conscientes (94%) de la relación directamente proporcional entre los hábitos alimentarios y el medio ambiente. A un 73% le resulta difícil hacer una compra sostenible y más de la mitad (55%) estaría dispuesto a pagar algo más por este tipo de productos. Estos son algunos de los datos que se desprenden de las conclusiones de la **Encuesta Sobre Hábitos de Consumo 2021 de la Mesa de Participación Asociaciones de Consumidores (MPAC)**, realizada con la colaboración y apoyo de las asociaciones de consumidores de la Comunidad Valenciana.

### La figura del consumidor vulnerable

A la pregunta de si se considera o se ha considerado 'consumidor vulnerable', es decir, indefenso o desprotegido en sus relaciones de consumo, la población encuestada en la Comunidad Valenciana se muestra tajante; casi el 81% no se siente así, frente al 58% de

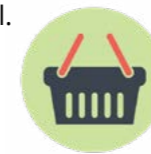


la media del país. Un 10% desconoce el significado de esta figura y apenas un 6% reconoce esta situación debido a su falta de formación en nuevas tecnologías. Además, los consumidores valencianos encuestados aseguran -muy por encima de la media- no haberse sentido influidos a la hora de comprar o consumir un producto de alimentación por la existencia de información positiva o negativa en Internet o redes sociales; 38% frente al 23%.

Por otro lado, en 2021, tras el Estado de Alerta sanitaria por la pandemia de la COVID-19, la mitad de los consumidores valencianos encuestados asegura **no haber cambiado sus hábitos de compra de productos de alimentación y gran consumo**, lo que supone 17 puntos por encima de la media del país. Los que sí los han modificado apuntan, por este orden, que se fijan más en las medidas higiénico-sanitarias del establecimiento, planifican más sus compras, han reducido la frecuencia de las mismas y cocinan más en casa.

De acuerdo con los datos de este estudio, los valencianos coinciden en muchos puntos con el resto de la población española, pero llama la atención que el 81% de los encuestados considera que **la alimentación influye de forma determinante en su estado de salud**, 13 puntos más que la media del país. En la misma línea, el 78,5% de los consumidores de la Comunidad Valenciana considera que sus hábitos alimenticios son saludables (9 puntos más).

Con respecto a las **alegaciones nutricionales** de los alimentos (bajo en sal, light, zero, etc.), el consumidor valenciano se muestra crítico al valorarlos negativamente casi un 31%, frente al 18% de la media nacional, y considerar que no son informaciones veraces. Por contra, un 34% los adquiere para completar su dieta, dos puntos menos sobre el porcentaje global.



### Socialmente responsables en su compra

El fenómeno del **desperdicio alimentario** se mantiene a lo largo de los años como una preocupación constante de la población. Casi el 89% de los encuestados lo considera un problema importante e intenta evitarlo, mientras que un 6% le da relevancia, pero no actúa en consecuencia, este último porcentaje se sitúa dos puntos por debajo de la media del país. En el primer caso, la mayoría de los valencianos (47%) opta por aprovechar mejor los alimentos, el 28% asegura planificar mejor sus compras y un 19% ajusta la cantidad de las raciones para no tirar comida. Además, casi el 35% de los consumidores valencianos encuestados se siente directamente responsable de este fenómeno, frente al 27% de la media global.

Los valencianos también toman medidas para reducir la **contaminación medioambiental** derivada de sus actos de compra. Las preferidas son separar los residuos orgánicos de los de plástico y vidrio (85%); reutilizar las bolsas de plástico (69%); utilizar bolsas multiusos (61%) y discriminar la compra de productos por exceso de embalaje plástico o por el tipo de material (19%). Todos estos porcentajes se sitúan por encima de la media del país.



### Etiquetas sí, pero solo de vez en cuando

El consumidor valenciano asegura que su **principal fuente de información es la etiqueta del producto** (62% frente al 50% nacional), seguida de Internet, RRSS y aplicaciones específicas. Sin embargo, más de la mitad (56%) confiesa que solo la lee de vez en cuando. Además, ven la necesidad de mejorar su diseño y contenido porque casi un 30% (21% en el caso de la media del país) opina que sus datos son poco visibles y confusos (17% vs 22%). Solo un 34% los considera útiles, 8 puntos menos que en la encuesta global. En cuanto a las indicaciones que les parecen más importantes en los productos alimenticios, al 69% le interesa la composición/ingredientes frente al 59% del cómputo nacional; la fecha de caducidad le importa al 64%. Cabe destacar que el consumidor de la Comunidad Valenciana le otorga mucha más importancia a la información nutricional (39% frente al 25% nacional).

Los consumidores valencianos eligen los supermercados como establecimientos preferidos para hacer la compra

Más de la mitad confiesa que solo lee las etiquetas de los productos de vez en cuando. Un 30% opina que sus datos son confusos y poco visibles



### Fecha de caducidad vs fecha de consumo preferente

El estudio de la MPAC 2021 en la Comunidad Valenciana refleja que el 88% de la población encuestada conoce la **diferencia entre fecha de caducidad y fecha de consumo preferente**: 10 puntos por encima de la media nacional. En la misma línea, al ser preguntados por el consumo de productos una vez superada su fecha de caducidad, un 57% confiesa hacerlo lo que supone 2 puntos menos con respecto al cómputo del país. El margen se amplía mucho más entre los que niegan realizar esta práctica; un 41% entre los valencianos frente a un 38%.



### Prefieren los supermercados

Los valencianos **eligen los supermercados como sus establecimientos preferidos para hacer la compra** (85% frente al 64% nacional), seguido del pequeño comercio y los mercados municipales con un 5% respectivamente. Además, priman la cercanía por encima de cualquier otro factor a la hora de decantarse por uno u otro establecimiento, con el 64% frente al 53% de la media nacional; seguido por la calidad (58%) y el precio con un 44%.

A la hora de elegir un producto de alimentación y gran consumo, el factor predominante para los valencianos es la **calidad** (57%), seguido de las preferencias personales (26%), y el precio (12%). Para recibir información del establecimiento, promociones, ofertas, etc. eligen en mayor medida el teléfono móvil con un 32% frente al 18% de la media del país. Después optan por la propia tienda (25%) y el correo electrónico (13%).

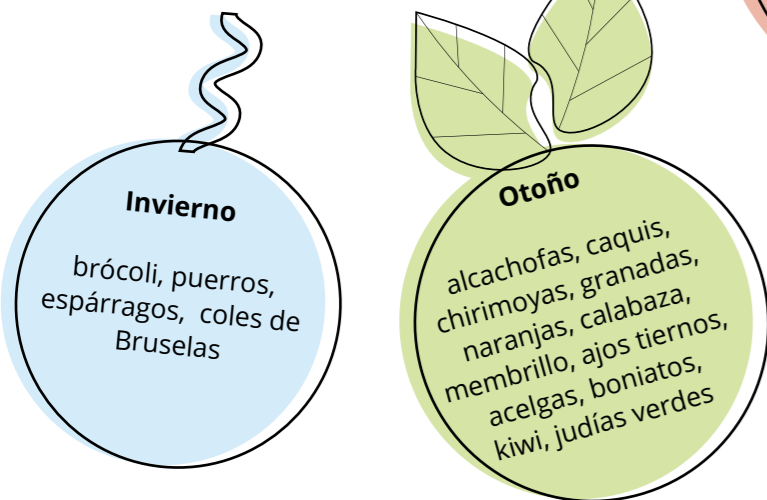
## Comer de temporada

### Beneficios para la salud, la economía y el medioambiente

**H**oy en día tenemos muchos alimentos a nuestra disposición que podemos encontrar durante todo el año fuera de su temporada natural. Pero, ¿qué significa que un alimento sea de temporada? Básicamente es que el alimento se ha producido en la época óptima y natural para su cultivo. Estos alimentos mantienen todo su sabor, olor y textura y nos aportan todas sus propiedades nutricionales en su momento óptimo.

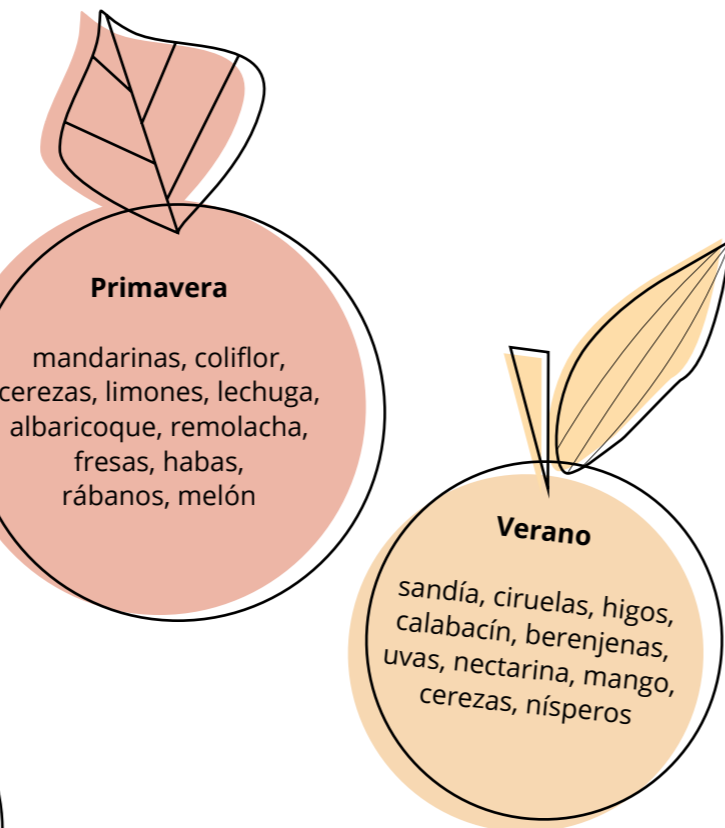
Las frutas y verduras de temporada son, además:

- **más económicas**, porque hay más producción de ellas y, al haber más cantidad y mayor oferta y disponibilidad en nuestros mercados, su precio será más bajo
- **más ecológicas**, porque respetamos el ciclo natural de la siembra de los campos, fomentando la rotación de cultivos y empobreciendo menos los suelos
- **más sostenibles**, ya que con su compra y consumo estamos apoyando la producción local, cuyos transporte y distribución serán menos agresivos



**Consumir productos de temporada nos proporciona alimentos cuya cercanía y frescura garantizan que se encuentran en sus mejores condiciones**

Algunas de las frutas y verduras que puedes encontrar, según la estación, son...



No lo olvides: Comer de temporada es, en definitiva...

- ☀ BUENO PARA TU SALUD
- ☀ BUENO PARA TU BOLSILLO
- ☀ BUENO PARA EL MEDIO AMBIENTE

# Decisiones de compra y nuevas tendencias

Víctor Yuste Jordán - Director General  
Con la colaboración técnica de **Foro Interalimentario**

*Las decisiones que tomemos a partir de ahora pueden afectar a nuestro mundo y su estructura mucho más de lo que imaginamos. Todas ellas apuntan a cambios en las relaciones personales, en la sociedad y en las maneras de consumir. Las personas también han comprendido el impacto que tienen nuestras acciones sobre el planeta y están empezando a aceptar que no pueden seguir actuando de espaldas a la naturaleza. El tema dominante en las tendencias de este año es la necesidad de responder a cambios en muchos aspectos, pero se resume en un consumidor preocupado por su salud y el precio, un consumidor multi-canal, sostenible y además de proximidad. Los consumidores retoman las rutinas previas a la pandemia, con un incremento del consumo online, sostenible y local, y lo harán también desde casa por la instauración del teletrabajo.*

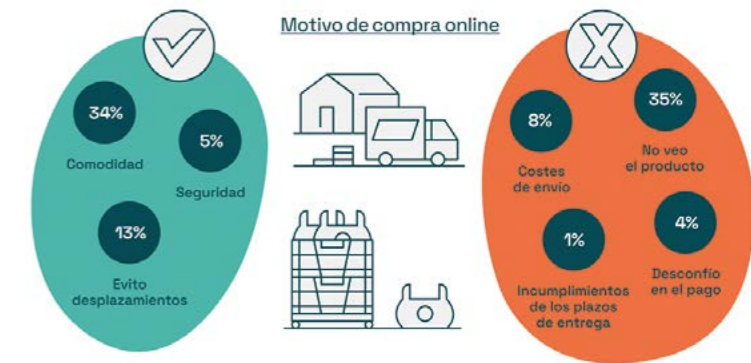
**S**egún la Encuesta de Hábitos de Compra y Consumo de 2021 publicada recientemente por la Mesa de Participación (MPAC) se afirma que el orden de los factores preferidos por los consumidores encuestados a la hora de elegir un establecimiento de compra no se ha alterado en este 2021, manteniendo el orden de calidad (58%), cercanía (54%) y precio (47%).

La calidad sigue siendo la reina a la hora de elegir un producto seguida de las preferencias personales y el precio. Esa preferencia por la calidad viene derivada por preocupación del consumidor por su nutrición y su salud. La cercanía se consolida como segundo factor tanto por comodidad, como se venía viendo en los últimos años, como por seguridad, derivado de hábitos adquiridos durante la pandemia. El precio es siempre un factor que se presenta como importante, ya que el consumidor cada vez tiene más información y es más exigente queriendo la mejor calidad posible, al precio más ajustado, y cerca de su casa.

### Elección establecimiento de compra



Por otro lado, entre los más jóvenes, la compra por internet en alimentación y gran consumo mejora su percepción y gana adeptos, un 70% de los encuestados la valora positivamente. Los consumidores cada día demandan más un producto personalizado, aquí no podemos olvidar el gran trabajo que está llevando a cabo todo el sector agroalimentario, innovando tanto en productos como en procesos para llevar a sus lineales las mejores opciones, como la introducción en el gran consumo nacional las primeras botellas que sustituyen el film de plástico por un adhesivo para su agrupación, permitiendo el ahorro de más de 30 toneladas de plástico anuales, sin necesidad de sustituir el film por cartón u otros materiales.



El futuro se presenta complicado de predecir, pero estamos convencidos que ofrece excelentes oportunidades para diseñar nuevos sistemas y nuevas oportunidades para los consumidores, los cuales también debemos ser conscientes de nuestra manera de consumir, irá en beneficio de la sociedad y de las futuras generaciones.

### Motivo de compra de producto



# De interés



Sondeo AVACU sobre entidades bancarias

## Dificultad para contactar con su entidad bancaria principal problema que señalan los usuarios

*La Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios ha realizado durante las últimas semanas un sondeo para conocer la valoración que los usuarios tienen de las entidades bancarias y cuáles son los problemas más habituales que se encuentran al acudir a ellas.*

**E**l sector bancario ha sido, desde hace ya varios años, uno de los principales sectores en el que más consultas y reclamaciones hemos recibido en nuestras oficinas. Y, desde hace unos meses, las quejas sobre diferentes cuestiones en torno a él se han multiplicado, debido, en gran parte, a los cambios que ha sufrido el sector y a las fusiones que se han producido entre diferentes entidades.

Por ello, desde AVACU hemos realizado un sondeo para conocer la valoración que los usuarios tienen de las entidades bancarias y cuáles son los problemas más habituales que se encuentran al acudir a ellas.

Desde AVACU nos hemos dirigido en varias ocasiones al Ministerio de Consumo, al Banco de España y al Consejo de Consumidores y Usuarios, poniendo en su conocimiento diversas situaciones, como la eliminación de libretas, el cobro de diferentes comisiones, exclusión bancaria de determinados colectivos... e instándoles a que se adopten las medidas oportunas para que ningún ciudadano se vea limitado a la hora de obtener su dinero en efectivo o poder realizar las gestiones que necesite en su entidad bancaria.

Si bien es cierto que algunas entidades bancarias ya han anunciado algunas propuestas para mejorar la atención a mayores y otros colectivos vulnerables, en palabras de Fernando Móner, presidente de AVACU, "el sector financiero español debería revisar su nivel de responsabilidad y de ética para con sus clientes y de una vez por todas diferenciarse en la atención durante el tiempo que estemos como clientes y no sólo para atraernos a sus productos".

Estos son algunos de los resultados más relevantes obtenidos del sondeo realizado por AVACU a más de medio millar de usuarios de la Comunidad Valenciana durante el primer trimestre de 2022, un sondeo para conocer la valoración que hacen de la atención recibida por parte de sus entidades bancarias y los principales problemas que han tenido con ellas.

**47,70 %**

suspende a su entidad bancaria en relación a la atención que les prestan. Si diferenciamos por edades, este porcentaje aumenta hasta un 49,42% en los mayores de 65 años.



**40,77 %**

ha contactado con su banco sin problemas, un 37,27% lo ha podido hacer pero después de muchos intentos y de insistir por diferentes vías y un 6,46% ha necesitado contactar pero no ha podido hacerlo.



**73,92 %**

reconoce que su entidad ha sufrido cambios en el último año, de los cuales un 52,98% indican cambios en la forma de contactar con ellos (cita previa, atención solo telefónica...), un 42,20% han sido trasladados a otra oficina, para un 23,17% han cerrado su oficina y un 20,87% señalan un cambio en el horario.



**76,02 %**

de los mayores de 65 años afirma que la gestión que más realizan en sus entidades es la retirada de dinero en efectivo. A nivel general, las gestiones que más se suelen realizar son la retirada de dinero en efectivo (un 67,90%), las transferencias o envíos de dinero (un 64,39%) y el pago de recibos (un 62,36%).



**48,15 %**

ha tenido algún problema con su entidad en los últimos seis meses, habiéndose resuelto solo en el caso de un 24,18%. Para un 42,99% todavía queda pendiente alguno de los problemas que ha tenido con su banco. Los tres principales problemas que señalan los usuarios son, en este orden, la dificultad para contactar con la entidad o su gestor personal, la modificación en las condiciones de su tarjeta, cuenta, etc. y el cobro de comisiones.



**41,51 %**

acude a su oficina bancaria de manera esporádica y tan solo un 6,64% afirma acudir mínimo una vez a la semana. El 32,29% reconoce no acudir normalmente y realizar sus gestiones a través de internet. En los mayores de 65 años, el porcentaje de los que no suelen acudir a sus oficinas bancarias y que realizan sus gestiones por internet baja a un 21,76% frente al 55,56% de los de edades comprendidas entre los 18 y los 30 años.





# Pagos con Bizum

## ¿Qué debemos tener en cuenta?

No hay duda de que las nuevas formas de compra y de pago se han instalado en nuestra sociedad, especialmente a partir de la pandemia de 2020. Las compras a través de internet y los diferentes medios de pago que se ofrecen desde ellas, a través de pasarelas de pago y proveedores de servicios de pago, han crecido en los últimos dos años, dando paso, en consecuencia, a un crecimiento en las consultas y quejas de los usuarios en este ámbito. Aunque no es uno de los sectores más problemáticos, desde AVACU hemos percibido un incremento en este sector con respecto a años anteriores.

Según datos de la propia compañía, hoy en día cuentan con más de 19 millones de usuarios activos. Desde que se creara en 2016, Bizum ha ido incrementando el número de personas que lo utilizan habitualmente como método de pago, "universal, integral e inmediato".

Cada vez son más los consumidores que optan por las compras online; además, el sector ha sufrido un importante auge, debido al estado de alarma que provocó el cierre de comercios y limitaciones horarias para poder realizar las compras de manera presencial. Tras ello, son muchos los consumidores que se han habituado a este medio de compra y lo han seguido manteniendo. En este punto cabe destacar el importante crecimiento que ha experimentado el servicio de Bizum para pagos, principalmente entre particulares, pero también al realizar sus compras en algunos establecimientos y en la contratación de algunos servicios.

Desde AVACU hemos observado que, en los últimos tiempos, debido fundamentalmente al incremento de usuarios de la aplicación, también se ha incrementado el número de consultas y quejas relativas a intentos de fraude y otros problemas. Por ello, queremos insistir en algunos aspectos que debemos tener en cuenta a la hora de utilizar este servicio:

### Si has realizado una venta entre particulares y van a enviarte el dinero a través de Bizum...

... tú no tienes que realizar ninguna acción. Tu entidad bancaria te notificará mediante mensaje la recepción del dinero. Uno de los problemas que se dan en este sentido es que el usuario que vende un producto recibe un mensaje del supuesto comprador solicitándole el envío de dinero. El vendedor, sin darse cuenta, acepta esa solicitud pensando que está aceptando el pago, cuando en realidad lo que está haciendo es pagar a ese supuesto comprador. Por ello, si recibes una solicitud de envío de dinero de la que no tienes conocimiento y no sabes la procedencia, no la aceptes.



De interés

### Si eres tú quien va a enviar dinero, revisa bien los datos del destinatario y la cantidad a enviar...

... y asegúrate de realizar correctamente la operación. Muchas veces los problemas vienen dados por falta de conocimiento o por despistes, que aprovechan los estafadores. Además, accede a través de la aplicación de tu entidad bancaria, nunca mediante enlaces que puedas haber recibido, especialmente si son de desconocidos o "supuestas" administraciones públicas y otras entidades.

### Si vas a realizar una compra-venta entre particulares...

... es importante recordar que los productos excesivamente baratos o con precio de venta muy inferior al precio de mercado pueden suponer una estafa. Desconfía de ellos.

### Si te has equivocado al enviar un Bizum...

... lo primero que puedes probar a hacer es solicitar la devolución del dinero al contacto al que se lo hayas enviado. Además, puedes contactar con tu entidad bancaria para ver qué posibilidades nos pueden ofrecer, pero como suelen tratarse de transferencias inmediatas, la cancelación será bastante complicada.

### Si quieres devolver un producto que has comprado en una tienda y has pagado a través de Bizum...

... recuerda que la devolución de un producto es una política comercial de cada establecimiento, por eso te aconsejamos que te informes previamente a la compra de esta posibilidad y la forma de realizarla.

Desde AVACU, además, queremos recordar la importancia de instalar en nuestro móvil un antivirus y mantener el sistema actualizado, así como evitar las redes públicas y abiertas de wifi y siempre cerrar la aplicación de nuestro banco o plataforma después de su uso.



## Los usuarios RECICLOS de la Comunidad Valenciana ya han colaborado con 13 proyectos sociales y ambientales

Los más de 32.000 usuarios de este Sistema de Devolución y Recompensa (SDR) en la Comunidad Valenciana han donado 629.000 puntos obtenidos al reciclar sus latas y botellas de plástico de bebidas, que han permitido apoyar la labor del Banco de Alimentos o la mejora de espacios naturales, entre otros proyectos.

Cuidar del medioambiente y, a la vez, contribuir a mejorar el entorno más cercano a través del reciclaje es ya una realidad para los más de 32.600 valencianos y valencianas que utilizan RECICLOS, el Sistema de Devolución y Recompensa (SDR) desarrollado por Ecoembes que premia el compromiso ciudadano con el reciclaje a través de incentivos sostenibles y sociales.

Este SDR está ya presente en más de 5.800 contenedores amarillos de la calle de municipios de la Comunidad Valenciana, a los que se les ha incorporado tecnología para que el usuario pueda recibir las recompensas cuando vaya a reciclar, y con 39 máquinas para facilitar el reciclaje fuera del hogar, como en polideportivos, centros comerciales, mercados y edificios municipales o la Ciudad de las Artes y las Ciencias.

Así, gracias a que los usuarios y usuarias de RECICLOS de esos municipios o máquinas han donado 629.000 puntos obtenidos al reciclar sus latas y botellas de plástico de bebidas ya se han apoyado 13 proyectos de carácter social o ambiental, tales como donaciones al Banco de Alimentos, a ONGs locales o la mejora de espacios naturales.

El sistema RECICLOS está ya presente en más de 5.800 contenedores amarillos en municipios de la Comunidad Valenciana.

De esta forma, cada vez que los ciudadanos valencianos usan RECICLOS -ya sea a través del contenedor o de las máquinas- para reciclar sus latas y botellas de plástico de bebidas pueden contribuir a ayudar a sus vecinos que más lo necesiten o a su propio municipio, además de fomentar la circularidad de estos envases o, lo que es lo mismo, darles una segunda vida a través del reciclaje. Además, RECICLOS quiere fomentar un consumo responsable y racional de latas y botellas de plástico de bebidas, estableciendo un límite semanal de puntos por los que conseguir las recompensas.



“Nos sentimos enormemente orgullosos de cómo los ciudadanos y ciudadanas valencianos se comprometen con causas sociales y ambientales a través de sus puntos RECICLOS. Ya no se trata únicamente de la acogida que este SDR, es algo que va mucho más allá: el reciclaje se está convirtiendo en una forma de cuidar del medioambiente, pero también de quienes más lo necesitan, y estos más de 32.000 usuarios así nos lo están demostrando”, ha señalado Xavier Balagué, gerente de Ecoembes en la Comunidad Valenciana.

La consellera de Transición Ecológica, Mireia Mollà, ha valorado que el sistema “suma nuevos municipios en la estrategia de incentivo para quien lo hace bien y motivación para atraer a quien hasta ahora no lo ha hecho. Un mecanismo que separa los buenos comportamientos de los malos mediante una fórmula de bonificación, ya que está más que demostrado que es un factor que hace impulsar de manera decidida y rápida las cifras de recogida”.

En marzo de 2021, Valencia se convertía en la primera ciudad española en implantar de manera global este sistema de reciclaje al incorporar la tecnología de RECICLOS a los contenedores amarillos situados en la vía pública y, además, a la vez, instalar máquinas de reciclaje en los mercados Central, Russafa, Jerusalem y Cabanyal.

### Así funciona el reciclaje con recompensa de RECICLOS

Para hacer uso de RECICLOS, los valencianos solo tienen que conectarse a la webapp, escanear con su teléfono móvil el código de barras de la lata o botellas de bebidas que quieran reciclar y depositarlo en uno de los contenedores amarillos disponibles en la vía pública o en las máquinas de reciclaje instaladas en los mercados municipales. Al hacerlo, obtendrán puntos, denominados RECICLOS, que podrán cambiar por distintas recompensas con las que contribuirán a mejorar su entorno más cercano. Estos puntos tendrán un límite semanal con el fin de que los ciudadanos no solo reciclen más y mejor sus envases, sino que consuman de forma responsable.

De este modo, se fomenta el reciclaje de las latas y botellas de plástico de bebidas, tanto dentro como fuera de los hogares, facilitando la circularidad de estos residuos, es decir, contribuyendo a darles una nueva vida. Al hacerlo, los valencianos y valencianas reciben incentivos sostenibles que contribuyan a mejorar su entorno, tales como contribuciones a Cruz Roja para la protección de la biodiversidad y la prevención de incendios en la Devesa de la Albufera.



Con la colaboración técnica de  **ecoembes**  
El poder de la colaboración

# Nuestros derechos

**Hemos comprado una casa antigua y, a los tres meses, el arquitecto que hemos contratado para la reforma nos informa de la existencia de aluminosis. Al comprarla, teníamos un informe de un arquitecto contratado por el vendedor que indicaba que la casa estaba en buen estado. ¿Podemos reclamar a la inmobiliaria o al vendedor el elevado coste que supone eliminar la aluminosis? Gracias**

## AVACU responde

Les aconsejamos que informen tanto a la inmobiliaria como a la parte vendedora, ya que podemos entender que desconocían la existencia de la aluminosis al tratarse de un vicio oculto, y que intenten llegar a un acuerdo entre las partes, aportando el informe realizado por su arquitecto para acreditar el vicio oculto existente y, de esa manera, que el comprador pueda solicitar al vendedor que asuma el coste de la eliminación de la aluminosis.

**Puse a la venta una propiedad, a través de varias inmobiliarias y uno de los visitantes repitió visita por dos agencias distintas. Ahora está interesado en la compra. ¿Puedo hacer la venta indistintamente por cualquiera de las dos inmobiliarias? ¿O es preceptivo hacer la transacción por la que trajo al cliente primero? ¿Qué consecuencias puede tener?**

## AVACU responde

En este caso, debemos indicarle que se estará a lo estipulado en el contrato, pues son relaciones privadas que se rigen por el clausulado establecido y aceptado, teniendo especial importancia en el caso de establecerse exclusividad y penalizaciones.

**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.**

**En mi finca hemos de cambiar el ascensor porque ya no pasa las inspecciones. La empresa puede hacer un arreglo provisional, pero nos estamos planteando cambiarlo todo, lo que supone bajar la entrada del patio y un coste más elevado. ¿Qué mayoría se necesita para aprobar el cambio del ascensor? Gracias.**

## AVACU responde

Según el artículo 17.2 de la Ley de Propiedad Horizontal, "2. Sin perjuicio de lo establecido en el artículo 10.1 b), la realización de obras o el establecimiento de nuevos servicios comunes que tengan por finalidad la supresión de barreras arquitectónicas que dificulten el acceso o movilidad de personas con discapacidad y, en todo caso, el establecimiento de los servicios de ascensor, incluso cuando impliquen la modificación del título constitutivo, o de los estatutos, requerirá el voto favorable de la mayoría de los propietarios, que, a su vez, representen la mayoría de las cuotas de participación", es decir, que se necesitaría la mayoría simple de las cuotas de participación de quienes acudan a la junta de propietarios.

**¿Cuándo puedo solicitar la no renovación de un seguro o darme de baja del mismo?**

La no renovación de un seguro ha de solicitarse, como mínimo, con 30 días de antelación a la fecha de vencimiento que aparezca en la póliza. Podríamos darnos de baja cuando haya una modificación unilateral de las condiciones por parte de la compañía en los plazos establecidos o en los supuestos contemplados en las condiciones de la póliza.

## Dos meses de retraso en una devolución online

En Navidad, uno de nuestros asociados compró a través de la página web de un establecimiento un pedido de un suéter y un pantalón para regalar a un familiar, comprobando previamente que el establecimiento admitía devoluciones y que el plazo se extendía hasta el 31 de enero. Tras ser entregado el pedido como regalo y comprobar que las tallas elegidas no eran las correctas, procedió a solicitar la devolución del pedido y el reembolso del dinero, facilitándoles para realizar la entrega del pedido que había que devolver la dirección del destinatario del regalo. Pero, tras dicha solicitud, pasaron las semanas y ningún repartidor acudía al domicilio a recoger los artículos, a pesar de las comunicaciones por email realizadas por nuestro asociado. Finalmente, y tras casi dos meses desde que se realizó la petición de devolución, se puso en contacto con AVACU, desde donde procedimos a realizar online la pertinente reclamación, consiguiendo que a las 24 horas de la recepción de dicha reclamación un mensajero acudiera a recoger el paquete y se procediera a reembolsar de manera automática en la tarjeta de nuestro asociado el importe abonado por el mismo.

## Más de seis meses para devolver el dinero de viaje cancelado

En septiembre del pasado año, nuestros asociados se pusieron en contacto con nosotros para informarnos del retraso en la devolución del dinero que habían entregado como reserva de un viaje de inmersión en Inglaterra de una de sus hijas que habían contratado a través de una academia de idiomas y que tuvo que cancelarse como consecuencia de la Covid-19. Una semana después de la fecha prevista del viaje, desde la academia les informan de que van a proceder a la devolución del dinero, para lo que le necesitan que les envíen toda la documentación relativa a dicho viaje. Hecho esto, desde la academia les indican que deben ponerse en contacto con la plataforma a través de la cual se contrató el se-

guro, la cual vuelve a solicitar toda la documentación. A mediados de septiembre, ante la falta de noticias y sin haber recibido el dinero, vuelven a ponerse en contacto con ellos, quienes les responden que están estudiando el reembolso de la reserva. En octubre acuden a AVACU, desde donde iniciamos la correspondiente reclamación, tanto a la plataforma digital como a la aseguradora directamente. Desde la plataforma se responde, días más tarde que dicha reclamación debe hacerse directamente a la aseguradora. En noviembre, sin el reembolso del dinero realizado todavía, desde la academia se les informa que, ante dicho retraso, ellos procederán a devolver las cantidades entregadas como reserva

en un plazo de 45 días. Pasado ese tiempo, y tras haber recibido respuesta de la aseguradora indicando que la reclamación debe hacerse a través de la academia, nuestros asociados nos informan de que no han recibido aún el reembolso, por lo que se procede a enviar una nueva reclamación, esta vez a la academia. Finalmente, tras más de seis meses de retraso y los escritos de reclamación enviados desde AVACU tanto a la academia como a la aseguradora y a la plataforma, a principios de febrero nuestros asociados nos informan que les han realizado el reembolso correspondiente, dando por cerrado el expediente.



# POR UNA PARTICIPACIÓN CIUDADANA ACTIVA Y RESPONSABLE

#tuparticipaciónsuma

Porque, con tu participación...

... ayudas al desarrollo y al cambio social



... ayudas a conocer tus necesidades



Participa con AVACU, porque contigo somos más fuertes.

PAR  
TICIPACIÓN

... defiendes tus derechos



... facilitas la comunicación con las administraciones públicas y fomentas su transparencia.



GENERALITAT VALENCIANA  
Conselleria de Participació, Transparència, Cooperació i Qualitat Democràtica

lagruaestudio.com

## AVACU en los medios

/13 de enero/ La Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios (Avacu) tachó de "inadmisible" que las farmacias de la provincia de Valencia puedan cobrar a los usuarios

EL PAÍS



/19 de enero/ La mediación es otra forma diferente de poder solucionar las controversias

radio intereconomía

/7 de febrero/ El 85% de los valencianos ve importante que los locales de hostelería realicen una gestión sostenible

valenciaplaza

/10 de marzo/ Fernando Móner: "Los usuarios con una tarifa fija deben tener en cuenta que la revisión será al alza"

ONDA CERO

/17 de enero/ Las reclamaciones y consultas de consumo suben un 11 % en pandemia

Levante

/16 de marzo/ AVACU pide una profunda reforma de la tarifa eléctrica

CADENA SER

/4 de febrero/ Avacu considera que "no es el moment" d'engegar la 'taxa turística'

20 minutos

/10 de marzo/ AVACU denuncia varias irregularidades en los puestos de venta de Buñuelos

EL PERIÓDICO De aquí

/25 de febrero/ Más de 8.000 personas y 250 tractores salen a la calle por el campo valenciano

LAS PROVINCIAS

/16 de febrero/ Así es la atención que los mayores reclaman a los bancos

laSexta

/15 de marzo/ ¡Ojo con los bulos!

rne



/7 de marzo/ Advertixen de l'escalada de preus que generarà el rebut de la llum

à



## ¿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](mailto: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](http://www.avacu.es)



AVACU



@AVACUconsumo



avacuconsumo

**AVACU**

ASOCIACIÓN VALENCIANA DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

