

# Todo Consumo

AVACU ASOCIACIÓN VALENCIANA DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

Nº78  
dic 2023

ESPECIAL AVACU

45  
AÑOS

ENTREVISTAMOS A  
Carlos Mazón,  
President de  
la Generalitat

ALIMENTACIÓN  
Encuesta MPAC

MEDIOAMBIENTE  
¿Cómo saber  
si un envase es  
reciclable?



## EDITORIAL



**Fernando Móner**  
Presidente de AVACU

Se supone que estamos inmersos en una época de buenos deseos, amor, familia... y, sin embargo, no estamos realmente felices, o por lo menos no lo estamos del todo o como otras veces. Posiblemente no se deba a un problema puntual de salud o económico; posiblemente se deba a factores externos en los que poco podemos hacer, como por ejemplo los conflictos que nos pillan más cerca (Ucrania, Israel), o la incertidumbre económica por el entorno inflacionista sin saber bien si vamos a más o a menos, o a la situación interna en clave política de nuestro país. Pero aún sin esa alegría completa debemos seguir siendo optimistas para contagiar optimismo, debemos seguir trabajando duro para contagiar actividad y debemos seguir felicitando a todas las personas que nos rodean para que tengan una Feliz Navidad y un mejor año 2024.

Este próximo año no va a ser fácil, tenemos que curar heridas que nos causaron decisiones políticas previas (o la falta de decisiones), debemos apostar por incrementar nuestro trabajo porque este entorno de precios altos está generando estropicios en miles de familias, debemos profundizar en las tecnologías y mirar con detalle todo lo relacionado con la inteligencia artificial. Y todo esto no es fácil.

Pero AVACU se crece en los momentos difíciles, se crece cuando los consumidores y usuarios están acechados por decenas de problemas, se crece cuando vislumbra nubarrones en el horizonte para preparar la llegada de la tormenta (y no me refiero a tormenta de agua que sería bienvenida). Por todo esto, necesitamos más que nunca vuestro apoyo, que no solo es fundamental para nuestro trabajo, sino que es el objetivo fundamental que responde a por qué hace 45 años se creó esta organización.

*DISFRUTAD CADA SEGUNDO... QUE LUEGO SE HACE TARDE*



## TODOCONSUMO

Nº 78 Diciembre de 2023

**Presidente:** Fernando Móner

**Directora:** Inma Galdón

**Colaboradores:** María del Puig Gisbert, Anna Laveda,

Beatriz Pérez, Marta Micó, Julián Tío, Ana Móner

**Diseño y Maquetación:** Inma Galdón, Nina Havryshshyn

**Impresión:** DONIMPRESOR

**e-mail:** [avacu@avacu.es](mailto:avacu@avacu.es)  
**http://**[www.avacu.es](http://www.avacu.es)

### 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



# Sumario

## 4

### ENTREVISTAMOS A...

- CARLOS MAZÓN, PRESIDENT DE LA GENERALITAT

## 7, 18

### ACTUALIDAD

- ESTUVIMOS EN CECU INFORMA
- III FIRA DEL CONSUM RESPONSABLE
- LA RESPONSABILIDAD DE SER RESPONSABLE
- BUENAS PRÁCTICAS EN LA GESTIÓN DE RESIDUOS

## 10

### ESPECIAL AVACU

- JORNADA AVACU «ALIMENTACIÓN, SOSTENIBILIDAD Y ALGO MÁS»
- GALA 45 ANIVERSARIO

## 22

### ENERGÍA Y MEDIOAMBIENTE

- ¿CÓMO SABER SI UN ENVASE ES RECICLABLE?

## 24

### NUESTROS DERECHOS

- AVACU RESPONDE: CONSULTAS Y CASOS RESUELTOS

## 20

### ALIMENTACIÓN Y SALUD

- ENCUESTA MPAC 2023 «EL 83% DE LOS CONSUMIDORES HA MODIFICADO SUS HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO POR LA INFLACIÓN»

## 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.

Con la subvención de



## ENTREVISTAMOS A...

# Carlos Mazón

### President de la Generalitat Valenciana

Desde julio de 2023 ocupa el cargo de Molt Honorable President de la Generalitat Valenciana, tras toda una vida compaginando política y ámbito privado. Licenciado en Derecho por la Universidad de Alicante, ha sido, entre otros, presidente de la Diputación de Alicante, concejal del Ayuntamiento de Alicante, director general de Comercio y Consumo de la Generalitat Valenciana, director gerente de la Cámara de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Alicante y director general del Instituto Valenciano de la Juventud. En esta entrevista repasamos con él sus primeros meses al frente de nuestra Comunidad y los retos a los que nos enfrentamos los valencianos.



## «HEMOS INICIADO UN CAMBIO PARA DEVOLVER A LA COMUNITAT AL LUGAR QUE LE CORRESPONDE»

**Tras más de 100 días en la presidencia de la Generalitat, ¿cuál es su valoración general? ¿Cómo se encuentra nuestra Comunitat en comparación con otras autonomías de España?**

Nos encontramos a pleno rendimiento para impulsar el cambio que merece la Comunitat Valenciana tras estos años. En tan solo 100 días de gobierno hemos eliminado el Impuesto de Sucesiones y Donaciones e iniciado una reforma fiscal que supondrá más de 199 millones de euros de ahorro para los contribuyentes y que incluye deducciones sociales en el IRPF para las rentas más bajas y rebajas de tipos por la compra de vivienda para menores de 35 años y colectivos más vulnerables.

Además de suprimir el impuesto al turismo, reducir 10% de todas las tasas públicas de la Generalitat, la congelación de las tasas universitarias para el curso 23/24, hemos prorrogado la gratuidad del transporte público para jóvenes y la reducción del 50% de los bonos de transporte. Sin olvidar tampoco la aprobación del decreto ley para la ampliación del aplazamiento del pago del canon del agua

para todos los consumidores y bonificaciones del 30 y 50% para personas vulnerables, arreglando el desastre que dejó el anterior gobierno.

Igualmente, hemos adelgazado la grasa política heredada del anterior Consell, que supondrá un ahorro de 20 millones de euros en esta legislatura, y hemos dado solución al problema de decenas de miles de personas beneficiarias de la Renta Valenciana de Inclusión que no tenían cobertura presupuestaria y ampliado las ayudas a la dependencia.

«HEMOS PRORROGADO LA GRATUIDAD DEL TRANSPORTE PÚBLICO PARA JÓVENES Y LA REDUCCIÓN DEL 50% DE LOS BONOS DE TRANSPORTE»

También hemos devuelto la libertad educativa a los padres y hemos priorizado las políticas sanitarias con la creación de la primera Dirección General de Atención Primaria con presupuesto propio, poniendo el foco en las listas de espera y dando protagonismo a la salud mental, entre otras muchas medidas que posibiliten un sistema sanitario eficiente.

Hemos iniciado un cambio para devolver a la Comunitat al lugar que le corresponde.

**¿Cuál es la principal prioridad de su gobierno en estos momentos?**

Nuestra prioridad es la sanidad, junto con la educación y los servicios sociales. Así lo hemos puesto de manifiesto en los presupuestos para 2024 con incrementos en las partidas presupuestarias de estos departamentos. También bajar los impuestos, especialmente a las rentas más bajas para ayudar a que puedan llegar a fin de mes, sin olvidar nuestro objetivo de que ser una tierra competitiva y atractiva para atraer inversión y crecimiento.

«NUESTRA PRIORIDAD ES LA SANIDAD, JUNTO CON LA EDUCACIÓN Y LOS SERVICIOS SOCIALES»



Trabajamos para los más de cinco millones de valencianos, alicantinos y castellanenses que, tras verse ninguneados durante estos años, están viendo como Pedro Sánchez perjudica, una vez más, a nuestra Comunitat para mantenerse en el gobierno. Ante esta situación, vamos a seguir reclamando, desde el respeto al estado de derecho y la igualdad de trato frente a otras autonomías porque no somos ciudadanos de segunda ni moneda de cambio de nadie.

«HOY ESTAMOS MÁS PREPARADOS QUE NUNCA PARA DEFENDER A NUESTRA TIERRA»

**¿Cuáles cree que son los principales problemas a los que la sociedad valenciana va a tener que hacer frente en los próximos años?**

Además de a una inflación disparada que encarece la cesta de compra, a unos intereses por las nubes y a la falta de políticas para las personas, con el pacto de Pedro Sánchez con los independentistas nos enfrentamos a una España de varias velocidades, de desigualdades y a una quiebra de los valores constitucionales.

La sociedad valenciana lleva muchos años sufriendo sin la financiación que nos corresponde para tener una sanidad y unos servicios que nos merecemos, sin inversiones, sin el apoyo a nuestros sectores productivos o sin el agua que necesitan nuestros agricultores. Agravios que no hacen más que hipotecar el futuro de la Comunitat Valenciana y el de sus ciudadanos.

Pero hoy estamos más preparados que nunca para defender a nuestra tierra. Y así lo estamos haciendo y seguiremos estando al lado de las personas, reivindicando lo que es justo y lo que nos corresponde.

«SOY UN FÉRREO DEFENSOR DE LA COLABORACIÓN ENTRE LA ADMINISTRACIÓN Y LAS ASOCIACIONES QUE REALIZAN UNA LABOR EXTRAORDINARIA EN LA DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES COMO AVACU»

**Cada vez se ven más turistas en nuestra Comunitat, y no solo en época estival o durante otras vacaciones, o al menos da esa impresión. ¿Qué imagen se tiene de la Comunitat fuera de nuestras fronteras? ¿Cuál es nuestro punto fuerte en materia de turismo y en qué debemos seguir trabajando?**

*Después de muchos años, la Comunitat Valenciana da la bienvenida de nuevo a los turistas.*

*Tenemos mucho que ofrecer. Nuestro clima envidiable, nuestras playas y paisajes de interior, nuestra gastronomía, junto con la cultura y nuestras tradiciones hacen que seamos una de las regiones más atractivas.*

*Era inaceptable que se quisiera imponer un impuesto a quienes quisiesen visitarnos. Por ello, hemos suprimido la tasa turística, para trasladar que la Comunitat Valenciana es una tierra hospitalaria y abierta, donde los turistas no molestan, y así, de esta forma, poder impulsar uno de los principales motores económicos.*

**Y en materia de consumo, ¿en qué podemos trabajar conjuntamente las asociaciones de consumidores como AVACU y la Administración?**

*Soy un férreo defensor de la colaboración entre la Administración y las asociaciones que realizan una labor extraordinaria en la defensa de los consumidores como AVACU, una colaboración que debe ir encaminada a mejorar la calidad de vida de la ciudadanía y a defender sus derechos. Hay que seguir explicando a los consumidores cuáles son sus derechos para ejercerlos con responsabilidad.*

*AVACU es ejemplo de liderazgo en la protección de los consumidores, y uno de los principales órganos de participación constituidos por la Generalitat. Por todo ello, desde la Generalitat, seguiremos potenciando esta línea de trabajo colaborativo con AVACU.*

**«VAMOS A SEGUIR RECLAMANDO, PORQUE NO SOMOS CIUDADANOS DE SEGUNDA NI MONEDA DE CAMBIO DE NADIE»**

**Para terminar, nuestra pregunta obligada: ¿Cómo se define como consumidor?**

*Responsable, que valora la calidad del producto, su artesanía, su proximidad y la forma en que está elaborado, teniendo en cuenta que los procesos sean sostenibles y respetuosos con el medio ambiente.*

*Soy un enamorado de los maravillosos productos que ofrece nuestra tierra en cada uno de sus sectores productivos y acostumbro a comprar en el comercio local, por las inmejorables condiciones de los productos y por la relación de confianza que se establece con los tenderos.*

**«ACOSTUMBRO A COMPRAR EN EL COMERCIO LOCAL, POR LAS INMEJORABLES CONDICIONES DE LOS PRODUCTOS Y POR LA RELACIÓN DE CONFIANZA QUE SE ESTABLECE CON LOS TENDEROS»**



## ESTUVIMOS EN

**25**  
octubre

**Jornada sobre seguridad alimentaria**

Julián Tío participó en el evento sobre el «Impacto del *packaging* en desperdicio y seguridad alimentaria», de la Asociación Española para la Calidad y su Comité AEC Agrolimentario, celebrado en Paterna, donde se dieron cita instituciones y empresas del sector.

**7**  
noviembre

**XIV Premios Periodísticos CV**

Nuestra Responsable de Comunicación, Inma Galdón, acudió a esta entrega que el CSIF organiza para reconocer la labor de periodistas de nuestra Comunitat, en el hotel Valencia Palace, a la que acudieron numerosos representantes de diferentes medios de comunicación valencianos.

**13**  
diciembre

**125 aniversario del ICOMV**

El Ilustre Colegio Oficial de Médicos de Valencia ha celebrado sus 125 años en un acto en el que han reconocido, entre otros, la labor de AVACU en nuestra Comunitat durante los 45 años de existencia. A esta celebración acudieron varios representantes de la asociación, encabezados por nuestro presidente, Fernando Móner.

**20**  
noviembre

**Jornada Alimentos sostenibles a precios razonables**

Jesús Mora asistió en Madrid a esta jornada de Agrifood Comunicación, donde se dió a conocer la realidad actual del sector y la necesidad de trabajar conjuntamente todos los eslabones de la cadena.

**17**  
octubre

**Jornada Fake&Business**

La Universidad de Alicante nos invitó a participar en la jornada «Ciencia y comunicación contra la desinformación en alimentación y gran consumo», Julián Tío compartió mesa con académicos y profesionales del mundo de la alimentación, la medicina y la empresa para reflexionar sobre la problemática de la desinformación y sobre su impacto global en la sociedad.

**22**  
noviembre

**Comunica que alimenta**

La Sociedad Española de Agricultura Ecológica organizó un *ecodesayuno* dirigido a periodistas, junto con el CEMAS, para presentar las últimas iniciativas en producción y alimentación ecológicas, al que acudió la responsable del Gabinete de Comunicación, Inma Galdón.

**9**  
noviembre

**Primer corte de los cítricos valencianos**

El sello de calidad IGP Cítricos Valencianos celebró un año más el acto simbólico del Primer Corte, donde se da cita el sector para anunciar que mandarinas, naranjas y limones de nuestra Comunitat, comercializadas con este sello, comienzan a llegar a los diferentes puntos de venta. Fernando Móner y Jesús Mora no quisieron perderse este acto celebrado en la finca El Realengo de Rafelguaraf.

**7 / 8**  
noviembre

**I Forum Socioeconómico CES CV**

El Comité Económico i Social de la CV celebró el I Fórum Socioeconómico de la Comunitat Valenciana en la Universitat Jaume I de Castelló, al que asistieron Fernando Móner y Jesús Mora.

**30**  
noviembre

**Conferencia Interautonómica**

El presidente de AVACU acudió a la XIII Conferencia Interautonómica de Participación Ciudadana, en el Palacio de las Comunicaciones de Valencia, en un acto presidido por el President de la Generalitat, Carlos Mazón.





## ¿QUÉ VA A PASAR A PARTIR DEL 1 DE ENERO CON EL BONO SOCIAL?

### Una aclaración, un análisis y una propuesta de renovación

#### La aclaración

En las últimas semanas, desde diversos medios se está insistiendo en que el 31 de diciembre de 2023 se acaban las ayudas del bono social a las facturas de gas y electricidad. La realidad es que no se acaba el bono social, sino todas las medidas de refuerzo del escudo social que se han ido aprobando desde la pandemia.

El fin del escudo social, en un contexto en el que no se ha conseguido contener la inflación y los precios de los bienes y suministros básicos siguen desorbitados, es una mala noticia. Pese a que el coste de la vida es cada vez más elevado y son cada vez más los hogares españoles en situación de vulnerabilidad energética, el fin de estas ayudas reducirá aún más el número de potenciales beneficiarios.

Por una parte, supondrá la vuelta a los umbrales de renta establecidos en 2017, que no cubren ni por asomo a todas las personas que deberían contar con una protección por parte del Estado. En el caso de una familia con dos personas adultas y dos menores a cargo, por ejemplo, se pasa de un umbral de 26.040 euros a 23.520 euros de renta anual de la unidad familiar. Por otra parte, se regresa también a los porcentajes de descuento en la factura anteriores a la pandemia. En concreto, se pasa del 65% al 25% para las personas consumidoras vulnerables y de 80% a 40% en el caso de las personas vulnerables severas.

Conviene recordar, además, que, para poder acogerse a el bono social eléctrico, las personas consumidoras vulnerables tienen que contratar la luz con una comercializadora regulada. Pero, más allá de lamentar el fin de estas ayudas, es una buena ocasión para revisar qué ha funcionado y qué no y mejorar así la protección de las personas consumidoras vulnerables.

#### El análisis

Según los datos disponibles, el bono social eléctrico es insuficiente para dar cobertura a todos los hogares vulnerables energéticamente. A pesar de la extensión que ha supuesto el escudo social, apenas el 8,3% de los hogares está acogido al bono social eléctrico; frente al 14,3% que señala tener dificultades para mantener su vivienda a una temperatura adecuada, de acuerdo con datos de Eurostat y de la encuesta elaborada por CECU sobre acceso a la eficiencia energética de las personas consumidoras en España.

*Este artículo se ha redactado el 23 de noviembre de 2023, sin que se conozcan por el momento los planes del nuevo gobierno de coalición en cuanto a la renovación o no de las ayudas extraordinarias.*

A pesar de ello, el impacto de las medidas ha sido redistributivo. Según datos del último informe publicado por el Observatorio de la Transición Energética y la Acción Climática (OTEA), las medidas extraordinarias redujeron la factura un 4,9% para el 1% de hogares más vulnerables, mientras que para el 1% más rico, esa reducción fue tan solo del 0,1%.

Sin embargo, este impacto redistributivo no equivale necesariamente a un uso eficaz del gasto público. Mientras que el 1% más vulnerable recibe unos 314 € por hogar, el 1% más rico recibe de media 488€. Ello se debe a la coexistencia de criterios de renta con otros, como el de ser familia numerosa. Al no incluir ningún criterio de renta para las familias numerosas, se da la paradoja de que se están beneficiando del bono social eléctrico un 4% de hogares dentro del 2% más rico. El hecho de que más del 50% de familias numerosas de rentas altas y medias altas tengan concedido el bono social, mucho más que las familias numerosas de menores rentas, hace pensar que existen más barreras, además de las meramente legales, para acceder al bono social. La complejidad administrativa, la falta de un canal único de información, o la dificultad para entender los requisitos de contratación se suman a los límites meramente jurídicos.

#### La propuesta de renovación

Por todo ello, desde CECU apostamos por utilizar esta oportunidad para reformar el bono social de manera que sea más eficaz y cubra a una proporción mayor de hogares en situación de vulnerabilidad energética. La renovación de las ayudas es una oportunidad para la reforma encaminada a:

- Facilitar el procedimiento de solicitud y concesión del bono social eléctrico, de manera que esta sea automática al menos para los hogares más vulnerables.
- Mantener el refuerzo de los criterios de renta. En un contexto de inflación mantenida y generalizada como el que vivimos actualmente, no mantener este refuerzo equivale de hecho a restringir aún más el acceso al bono social eléctrico para hogares y familias que de hecho estén en situación de vulnerabilidad energética.
- Revisar los criterios de concesión del bono social, de manera que en todos los casos se incluya un criterio de renta, aunque este pueda modularse en función de la composición del hogar.
- Mantener de forma permanente la prohibición de cortes de suministro a las personas consumidoras vulnerables y vulnerables severas.

# III FIRA DEL CONSUMO RESPONSABLE



La Conselleria de Innovación, Industria, Comercio y Turismo organizó una nueva edición de la Fira del Consum Responsable, este año bajo el lema «Consum responsable, vida saludable», en la que asociaciones, instituciones, empresas... de la Comunitat Valenciana se dieron cita para compartir ideas, actuaciones, materiales comprometidos con la sostenibilidad y con métodos de producción y consumo respetuosos con el medioambiente, en un espacio lúdico y repleto de actividades para toda la familia.

AVACU estuvo presente un año más en este encuentro, que fue inaugurado por la directora general de Comercio, Artesanía y Consumo, Maribel Sáez, quien visitó nuestro stand para conocer las nuevas guías sobre Economía Sostenible, Consumo Responsable, Gestión de residuos... y muchos otros materiales, así como el taller infantil que ofrecimos sobre *Hábitos y alimentación saludables*, que fue todo un éxito entre los más pequeños.



# ESPECIAL AVACU

## JORNADA AVACU

# ALIMENTACIÓN, SOSTENIBILIDAD Y ALGO MÁS

La Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios organizó el pasado 5 de octubre, y dentro de los actos conmemorativos del 45 aniversario, una jornada que, bajo el título «*Alimentación, Sostenibilidad y algo más*», reunió a expertos en la materia que abordaron aspectos relacionados con la alimentación y la sostenibilidad desde diferentes ámbitos y perspectivas.

La jornada, que se celebró en el Colegio de Médicos de Valencia, fue **inaugurada** por su presidenta, la Dra. Mercedes Hurtado, la directora general de Salud Pública, Ruth Usó, el presidente del Comité Económico y Social de la CV, Arturo León, acompañados del presidente de AVACU, Fernando Móner.



**En la primera mesa, centrada en los precios de los alimentos** y moderada por la periodista Merche Carneiro, Víctor Yuste, director general del Foro Interalimentario, Cristóbal Aguado, presidente de AVA-ASAJA, y Juan Moreno, presidente de la Unión de Consumidores de Andalucía UCA/UCE, profundizaron en cómo están afectando los incrementos de precios de los productos de alimentación que se han venido dando en los últimos meses en las familias, qué ha pasado para llegar a esa situación, la relación costes-precios en agricultura y ganadería, ofreciendo la visión tanto de agricultores, productores, empresas y los propios consumidores.

La segunda mesa, que abordó el tema de la **alimentación sostenible**, contó con la participación de José Pío Beltrán, presidente de la Fundación Triptolemos, Ignacio García Magarzo, director general de ASEDAS, Begoña de Benito, directora de Relaciones Externas y ESG de Ecoembes, y Ángeles Hernández, directora de marketing, comunicación,

relaciones externas y RSE de Mercavalència, junto a Manuel Martín, secretario general de UNAE y representante de la MPAC, como moderador. Todos ellos definieron la sostenibilidad en la alimentación desde sus diferentes ámbitos, aportaron ejemplos de prácticas sostenibles, explicaron el nuevo entorno legal en cuanto a sostenibilidad se refiere...



**Para terminar, la última mesa Y mañana... ¿qué?** se centró en el futuro de la alimentación sostenible. En ella participaron Roberto Ortuño, responsable de Seguridad Alimentaria de AINIA, Pedro Reig, director de ASUCOVA, Carlos Baixauli, director del Centro de Experiencias de Cajamar, y Vicente

Domingo, director del CEMAS. Moderados por Clara Medina, coordinadora de la MPAC, nos hablaron sobre la seguridad alimentaria en los próximos años, la digitalización en el proceso de compra y los desarrollos tecnológicos en el entorno rural.



La **clausura** corrió a cargo de Gustavo Samayoa, presidente de FUCI, y Fernando Móner, que, tras agradecer la participación de todos los ponentes y asistieron, hicieron una reflexión final de las ideas aportadas y los diferentes temas que, desde todos los eslabones de la cadena agroalimentaria, se habían abordado durante la mañana.

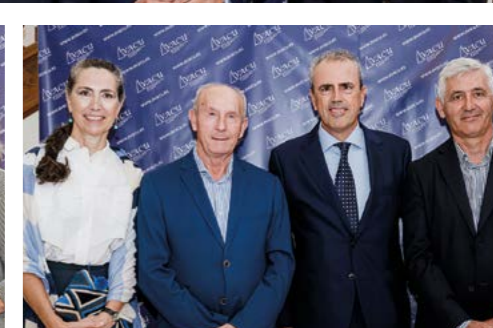
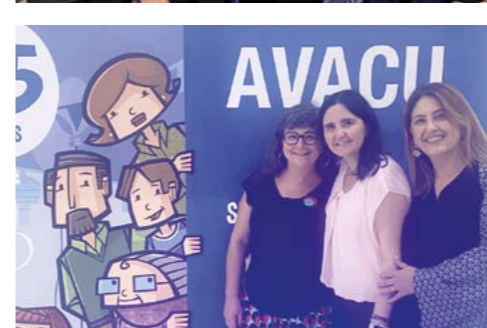
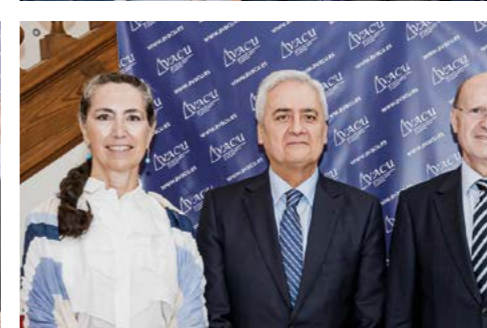


# AVACU celebra su 45 aniversario



El pasado 6 de julio cumplimos 45 años. Y una fecha tan importante merecía una celebración a la altura. El 5 de octubre quisimos compartir y celebrar con representantes de la sociedad valenciana nuestro 45 aniversario, en una gala en el Edificio del Reloj del Puerto de Valencia que reunió a amigos y compañeros de organizaciones, empresas y otras entidades de nuestra Comunitat y del resto del país.

Durante la gala, conducida por Bernardo Guzmán, quisimos reconocer a algunas entidades y personas que han estado a nuestro lado y que nos han apoyado, desde sus diferentes ámbitos, en la defensa de las personas consumidoras. Así, entregamos un reconocimiento a Ecoembes, por liderar un cambio con transparencia hacia la sostenibilidad; al Colegio de Médicos de Valencia, por caminar a nuestro lado cuidando de la salud de las personas; a la Fundación Triptolemos, por reunir eslabones alrededor del hecho alimentario; a Lourdes Bernal, por creer en la protección de las personas consumidoras; y a M<sup>a</sup> Emilia Gómez, por haber dado tanto al movimiento de las personas consumidoras.





Muchas han sido las personalidades que nos han felicitado por estos 45 años, representantes de organizaciones, entidades, empresas... no solo de nuestra Comunitat, sino también de ámbito nacional, europeo e incluso internacional. Recopilamos aquí una pequeña muestra de algunas, agradeciendo a todos y cada uno de ellos sus palabras y seguir confiando en nosotros y en nuestra labor.

*Nuestras más sinceras felicitaciones al equipo de AVACU en su 45 aniversario. Cuando nuestro mundo necesita soluciones que funcionen para y con las personas. Cuando necesitamos un cambio en materias como la sostenibilidad, la alimentación, la energía y los derechos digitales. Cuando necesitamos ayudar a la sociedad a superar la crisis de los costes de vida... AVACU ha sido un líder y un faro para las personas consumidoras y defensor incansable de sus derechos. En Consumers International conocemos el arduo trabajo y el esfuerzo de cada miembro del equipo que hace que esto suceda. Celebramos vuestro éxito a través de estos 45 años y estamos listos para construir muchos más éxitos junto a vosotros en los próximos años*

Helena Leurent, directora general de Consumers International



*Como Presidente del Consejo Económico y Social de España (CES) es para mí un placer poder felicitar a la Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios por su 45 Aniversario. Un largo periodo de tiempo, que la acredita como la Asociación más antigua de la Comunidad Valenciana y a su vez una de las primeras en España, en el que ha estado al servicio de las personas consumidoras, quienes -al fin y al cabo- son la base de la economía, el empleo y el bienestar social. Representar, proteger y velar por los intereses de los consumidores es lo que desde el año 2017 ha estado haciendo Avacu en el CES representada por su Presidente, Fernando Moner, a quien me gustaría en esta ocasión dar las gracias por la labor que viene desempeñando en nuestra Institución. En estas líneas de felicitación quiero agradeceros vuestra defensa y promoción de los intereses individuales, colectivos y generales de las personas consumidoras y usuarias; y, asimismo, aprovechar para desearos muchos años más de vida trabajando por y para estos fines. ENHORABUENA*

Antón Costas, presidente Consejo Económico y Social de España



*Queridas amigas y amigos de AVACU, en el 45 aniversario de vuestra asociación quiero felicitaros por una trayectoria constante de perseverancia y éxitos en la protección de las personas consumidoras. El camino que se nos presenta para conseguir un aparato de protección y un funcionamiento razonable del mercado, que respete los derechos e intereses de las personas consumidoras, es todavía largo. La necesidad que el Estado social y democrático haga efectivos sus compromisos constitucionales proconsumeristas requiere todavía organizaciones fuertes que lo demanden. Con AVACU me uno a la justa celebración de 45 años de compromiso. Espero y deseo que ese compromiso se mantenga y progrese durante nuestro próximo futuro. ¡Felicidades y enhorabuena con un fuerte abrazo!*

Carlos Ballugera, presidente Consejo de Consumidores y Usuarios



*Quiero enviarles un saludo, de parte del ministro y de todo el equipo del Ministerio de Consumo, en este día de celebración tan importante para AVACU, en particular, y para todo el movimiento asociativo, en general. En estos 45 años que celebramos hoy AVACU se ha convertido en un referente para la defensa de los derechos de las personas consumidoras y usuarias en la Comunidad Valenciana, y junto a CECU, en todo el Estado. Desde el Ministerio de Consumo los animamos a seguir en esta línea de garantía de derechos. Felicidades por tanto a AVACU por su 45º aniversario y esperemos que sean muchos más los que se celebren en el futuro.*

Un cordial saludo

Rafael Escudero. Secretario General de Consumo y Juego

*Quiero aprovechar la ocasión para felicitaros sinceramente por vuestra larga y fructífera trayectoria en defensa de las personas consumidoras, y al frente de la cual llevas tantos años. También quiero, en esta ocasión, reivindicar un movimiento consumerista fuerte y unido en nuestro país, donde la colaboración entre las distintas asociaciones sea la norma general y no la excepción, empeño en el que AVACU siempre ha destacado, y que se ha plasmado en numerosas ocasiones tanto con UNAE como con otras asociaciones presentes en este acto. Finalmente, os deseo muchos éxitos en los próximos 45 años.*

Un fuerte abrazo.

José Ramón Lozano Petit  
Presidente Federación UNAE

# La responsabilidad de ser responsable



El Observatorio de Responsabilidad Corporativa define «La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es una forma de dirigir las empresas basado en la gestión de los impactos que su actividad genera sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales y sobre la sociedad en general».

Pero la sociedad del bienestar no es sólo responsabilidad de empresas e instituciones; **como persona consumidora, tú tienes el poder de elegir**. Ser responsable en el ámbito del consumo supone integrar en nuestras decisiones de compra y en nuestros hábitos del día a día nuestra preocupación por el medioambiente y las causas sociales.

Todo esto nos lleva a la conclusión de que la responsabilidad social de las empresas y el consumo responsables están íntimamente relacionados. Es, por tanto, una RESPONSABILIDAD COMPARTIDA.

### ¿Cómo y cuándo puedo ser responsable?

- Cuida la ciudad, también es tu casa
- Sólo tenemos un planeta, cuidalo
- Elige alimentos saludables y sostenibles y haz ejercicio todos los días
- Haz un uso responsable del agua, ¡mójate!
- Ahorra energía
- Siempre que puedas, reduce los residuos y recicla
- Di NO a las falsificaciones



Guía AVACU Y tú, ¿reciclas?



# BUENAS PRÁCTICAS EN LA GESTIÓN DE RESIDUOS

Una gestión adecuada de los residuos implica tomar conciencia de nuestros hábitos de consumo. Esto nos lleva a reducir el consumo excesivo y adoptar una postura más consciente y responsable hacia nuestras compras. **¿Sabías que con pequeños gestos en nuestro día a día podemos contribuir al cuidado del medioambiente?** ¿Quieres saber cómo? Descubre más a través del siguiente QR.



Con la subvención de



## Encuesta MPAC 2023 «El 83% de los consumidores ha modificado sus hábitos de compra y consumo por la inflación»



«EL CONSUMIDOR ES EXIGENTE CON LO QUE COMPRA Y DEMANDA MÁS INFORMACIÓN DE LA QUE APARECE EN EL ETIQUETADO»

Una de las consecuencias de la coyuntura económica en el comportamiento de los consumidores en 2023 ha sido el hecho de que **los encuestados aseguren primar el factor precio frente al factor calidad en la elección de compra**, algo que no sucedía en ejercicios precedentes. De esta manera, y aunque la cercanía sigue siendo el factor principal a la hora de elegir un establecimiento de compra (53%), el precio ha adelantado a la calidad (48% frente al 46% del año pasado) y esta última se descuelga muchísimo, con un 38% frente al 51% de 2022. También cabe destacar que la posibilidad de hacer la compra por Internet crece 10 puntos porcentuales (del 5% al 15%). En la misma línea, el precio se impone claramente como el motivo más extendido para elegir uno u otro producto alimentario y pasa del 24% en 2022 al 38% este año, en detrimento de la calidad, que pasa del 42% al 29%.

Aunque decrece dos puntos, **el supermercado se mantiene como el formato comercial preferido por las personas consumidoras para realizar sus compras de alimentación y gran consumo** (62%). También baja, y en mayor proporción, la asistencia al hipermercado como lugar preferente de compra, pasando del 18% en 2022 al 12% en 2023. Se mantiene estable la posición de los mercados municipales (6%), aumenta la compra habitual en los pequeños comercios y tiendas especializadas y, sobre todo, la elección de la compra online, que gana 6 puntos y se sitúa en el 7%.

Según la encuesta de la **Mesa de Participación Asociaciones de Consumidores (MPAC)**, que analiza anualmente el comportamiento de los consumidores, la sociedad española ha cambiado durante 2023 sus costumbres de compra como consecuencia del contexto económico, consolidando así la tendencia iniciada hace tres años. De esta manera, y de acuerdo con los resultados obtenidos a través del estudio realizado, en el que han participado 3.500 familias de las 17 comunidades autónomas y de las 2 ciudades autónomas durante el primer semestre de 2023, **el 83% de los encuestados asegura haber modificado sus hábitos de compra para adaptarse a este contexto de inflación**, una cifra nueve puntos por encima de los datos del año pasado. De ellos, un 42% lo hace buscando más ofertas (más del doble en relación a 2022) y un 8% ha cambiado el tipo de productos que consume, un porcentaje sensiblemente inferior al 21% que se registró en la anterior encuesta.



De acuerdo con este estudio, **el 33% de los encuestados afirma sentirse vulnerable**, bien porque su nivel de renta es bajo (19%), bien por acusar el impacto de alguna variable psicosocial (4%), por el desconocimiento de las nuevas tecnologías (6%) o por su nivel de formación (4%). La vulnerabilidad por renta afecta principalmente a las franjas de entre los 51 y 65 años y a los de más de 65. Se ratifica el problema del entorno rural, donde es mayor el desconocimiento del concepto y la sensación de vulnerabilidad, del 65% frente al 27% del entorno urbano. Cabe destacar, igualmente, que en términos generales los hombres se sienten más vulnerables que las mujeres.

Cada año **la compra online de productos de alimentación gana adeptos y genera más confianza** entre los consumidores. En 2023, de hecho, el 68% de los encuestados la valora positivamente, aunque, por el momento, solo un 40% indica que la utiliza o utilizará. De hecho, los datos reflejan que este año muchos de los consumidores que la veían bien pero no la usaban indican que ya lo hacen. También es destacable que solo un 12% desconfía de la compra *online*, cinco puntos menos que en 2022.

Por otro lado, la mitad de los encuestados de este año asegura haberse sentido influida directamente a la hora de comprar o consumir un producto de alimentación y gran consumo por la **información en Internet o redes sociales** (el 50% frente al 43% de 2022). Por el contrario, solo una quinta parte, pese a haberlas recibido, ha seguido comprando igual.

El estudio realizado por la MPAC en 2023 confirma la tendencia del año pasado, en la que el consumidor exige más información sobre los productos que adquiere. Así, la encuesta revela que **los elementos que más se valoran en el etiquetado** son: la fecha de caducidad (66%); la composición (50%); los precios y las ofertas (35%) y, en menor medida, la información nutricional (25%). En este contexto, y a pesar de que esta información les parece la más relevante, se mantiene el número de usuarios que admiten consumir productos una vez pasada la fecha de caducidad (66% frente al 67% en 2022).

*La Mesa de Participación (MPAC) es un foro de debate y grupo de trabajo formado por las Confederaciones y Federaciones de asociaciones de consumidores y usuarios AVACU, FUCI, UNAE y UCAUCE junto con Mercadona. Fundada en 2014, la MPAC se reúne periódicamente con el fin de debatir sobre temas de actualidad, nuevas tendencias y hábitos de consumo y con el objetivo de proponer soluciones conjuntas en el ámbito del consumo y de establecer lazos de unión entre la administración, los consumidores y el ámbito empresarial.*

Este año se observa un considerable aumento de aquellos que aseguran **leer siempre las etiquetas de los productos de alimentación**, 16 puntos más con respecto a 2022, llegando al 50%. Paralelamente, se reduce el número de los que dicen leerlas de vez en cuando y crece hasta el 14% los que confiesan no leerlas nunca. Además, se constata, año tras año, que el consumidor es exigente con lo que compra y **demanda más información** de la que aparece en el etiquetado. Se muestran a favor de que se haga uso de las nuevas tecnologías y se incluya un código QR que aporte información adicional sobre nutrición (45%), procedencia (36%), conservación del producto (36%) y calidad y certificación de la misma (21%).

Estos son algunos de los datos más destacables de la encuesta de 2023:

- **El precio (48%) desplaza a la calidad (38%)** y se convierte en el segundo factor decisivo a la hora de comprar, siendo la cercanía el factor principal a la hora de elegir un establecimiento de compra (53%).
- **El 33% de consumidores encuestados se ha sentido vulnerable**, la mayoría debido a un bajo nivel de renta, lo que ha provocado que el 34% de los encuestados piense que la inflación le dificulta adquirir alimentos que considera saludables.
- **Crece la compra online**, mientras que la información de los productos difundida a través de Internet o las redes sociales influye en la decisión de compra de la mitad de la población.
- Fecha de caducidad (66%), composición (50%), precio (35%) e información nutricional (25%) son los **cuatro elementos informativos más valorados en las etiquetas** por los usuarios.
- **Aumenta levemente la población que considera que sus hábitos son saludables** (68%), porcentaje que contrasta con el hecho de que casi el 66% de la población encuestada indica que alguna vez consume productos pasados de fecha de caducidad y un 48% asegura que no hay ningún riesgo en ello para la salud.

## ¿Cómo saber si un envase es reciclable?

Seguramente conozcas la respuesta a esta pregunta y te estarás cuestionando que, a estas alturas, ¿quién no conoce la etiqueta universal de reciclaje de tres flechas que se persiguen unas a otras formando un triángulo? ¡Sí!, la conocemos todos, pero ¿cómo saber si un envase es reciclable?

Porque, a veces, también nos encontramos con otros símbolos que quizá no sean tan conocidos... Veámoslo.

### Cómo entender los símbolos del reciclaje que hay en los envases

En el caso del símbolo del reciclaje, cada flecha que compone el círculo representa un paso de la cadena del proceso de reciclaje, desde la recogida de los materiales para aprovecharlos y su reciclaje hasta la compra de estos productos regenerados. Es un bucle continuo que representa su continuidad una y otra vez.

Pero, otras veces, estos símbolos nos ofrecen información acerca del tipo de material con el que están fabricados los envases y con ello saber en qué contenedor se han de depositar.



### Principales símbolos del reciclaje

Gracias a este tipo de símbolos la población puede crear hábito de esta práctica tan importante y ayudar al proceso de recogida de desechos y ahorro de materias primas y consumo energético.

Algunos de los principales símbolos que representan este concepto son:

- **Punto verde:** significa que la empresa que etiqueta sus productos con este símbolo cumple con la Ley de residuos, garantiza que el envase se reciclará y se le dará valor. Algunos de los envases que pueden llevar esta etiqueta son productos o envases de plástico, de vidrio y de cartón y papel.



- **Símbolo de tidyman:** consta de una figura de una persona arrojando un residuo en un cubo de basura y hace un llamamiento al consumidor para que se responsabilice de sus residuos desecharlos en el lugar oportuno.



- **Anillo de Möbius:** tiene dos formas de aparecer en los envases, por un lado, puede aparecer simplemente el anillo y significa que el envase está fabricado con materiales que se pueden reciclar; por otro lado, si el anillo está a su vez rodeado por un círculo quiere mostrar que parte de los materiales del envase ya se han reciclado. Además puede aparecer, propio de los envases de cartón, la cantidad del porcentaje del producto que se ha reciclado.



- **Marcado del envase:** desde hace unos años, existen tres etiquetas (azul, amarillo y verde) que indican en qué contenedor se debe depositar ese envase.



### El plástico y sus símbolos

Existen hasta 7 tipos de plástico reciclables diferentes:



- **Etiqueta del plástico PET o PETE:** es propio de los envases de alimentos, las flechas del símbolo son más estrechas y posee un número para identificar el tipo de material. En este caso es un 1.

- **Etiqueta del plástico HDPE:** se utiliza en envases de limpieza gracias a su resistencia química. Su dibujo es el mismo que el de todos los demás plásticos pero con el número 2.

- **Etiqueta del plástico V o PVC:** es un plástico muy duro y también es utilizado para productos fuertes y agresivos. Su símbolo representa el número 3.

- **Etiqueta del plástico LDPE:** propio de algunas bolsas y botellas debido a su transparencia y flexibilidad. Su etiqueta de flechas tiene el número 4.

- **Etiqueta del plástico PP:** permite una gran fusión por lo que se utiliza para envasar alimentos calientes. Su número en la etiqueta es el 5.

- **Etiqueta del plástico PS:** se utiliza para la fabricación de todos los utensilios de plástico de usar y tirar con los que comemos o para las cajas de medicamentos. Su etiqueta contiene el número 6.

- El resto de plásticos, que no están dentro de los grupos anteriores entrarían dentro del apartado «Otros» con un número 7 en la etiqueta de reciclaje.

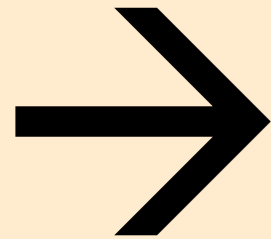
Un ejemplo de envases que están hechos con algún plástico que no hemos mencionado serían las gafas de sol y algunas botellas de agua, entre otros.

Ahora que ya conoces más sobre cómo poder identificar de una manera rápida si un envase es reciclable o no, esperamos haberte motivado a que, si no lo hacías, comiences esta práctica. Lee bien y hazlo bien, ¡es un gesto que significa mucho!

Con la colaboración técnica de



# **NUESTROS DERECHOS**

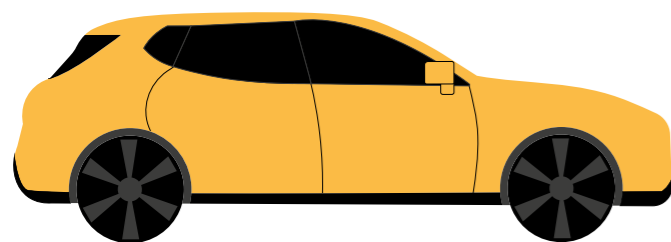


Puedes realizarnos tu consulta sobre cualquier tema de consumo en nuestras oficinas de Valencia, Castellón y Alicante, en el teléfono **96 351 66 44** (de lunes a viernes, de 10h a 14h), en el correo electrónico **avacu@avacu.es** o rellenando el formulario en nuestra página web **www.avacu.es**

**iBuenos días! El pasado 8 de octubre tuve un incidente con el coche. Otro conductor se puso un stop, por no golpearle lo esquivé y golpeé el bordillo. Ambos hicimos el parte dado que tuve que poner rueda de recambio, al estropearse la llanta. Hasta aquí todo bien, es decir, nos dimos los datos y luego entregamos el parte amistoso. Pero parece ser que las compañías no están con la idea de asumir el parte, argumentando que no hay un golpe entre coches. ¿Esto es correcto? Actualmente voy sin rueda de repuesto, con el riesgo que ello implica, ¿puedo reparar el coche y luego reclamarlo a la compañía aseguradora? ¿Cómo he de proceder? Muchas gracias.**

## **AVACU RESPONDE**

Buenas tardes. En relación con la consulta que nos plantea, y al no haber colisión, es posible que las aseguradoras interpreten que no hay cobertura de terceros, por lo que habría que estar a la posibilidad de que la póliza cubra daños propios. En su caso, al aportarnos únicamente las condiciones particulares no podemos concretar si su seguro dispone de dicha cobertura, pero si aparece contratada la asistencia jurídica, por lo que puede contactar con la compañía con el fin de que, en virtud de dicha cláusula, le reclamen en su nombre a la otra parte, pudiendo adelantarle o abonarle el importe correspondiente a la reparación de la rueda.



**Buenos días. Mi consulta es relacionada a unas entradas que compré para el concierto de Camela el día 29 octubre en Benidorm. Resulta que dos días antes se anula el concierto y donde compramos las entradas me dicen por correo que el dinero se devolverá a partir del 15 de este mes, y cual es mi sorpresa que ahora voy a que me devuelvan el dinero y no contestan al correo ni dan señales de vida.**

## **AVACU RESPONDE**

En relación con su consulta debemos indicarle que lo habitual para solicitar la devolución del importe de un espectáculo por la cancelación del mismo, lo primero es seguir las instrucciones proporcionadas por el promotor para el procedimiento de devolución. En el caso de haber cumplido con los plazos y trámites, y una vez expirada la fecha de abono no se ha procedido al mismo, puede interponer una reclamación oficial ante el organismo de consumo que le corresponda por domicilio, es decir, la Oficina de Atención al Consumidor de su Ayuntamiento, el Servicio Territorial de Consumo o una Asociación de Consumidores en el caso de que ostente la condición de asociado.

**El arrendador del piso en el que estábamos alquilados, al rescindir el contrato se ha negado a devolvernos la fianza, alegando que existen daños en la vivienda pero sin justificar los mismos, ni aportar pruebas documentales. En este caso, el propietario debe acreditar de manera fehaciente la causa por la que no devuelve la fianza y dicha justificación debe incluir fotos e informe de técnico/empresa de reparación que acredite los daños imputados al arrendatario.**

## **DERECHO DE DESISTIMIENTO TRAS COMPRA DE CAFETERA**

Nuestro asociado compró una cafetera a una empresa a través de su página web. Una vez le fue entregada la misma, y al utilizarla, comprobó que no atendía a las características que él deseaba por lo que, en tiempo y forma establecido por la propia empresa, ejerció su derecho de desistimiento. El problema surgió cuando la empresa no le remitió ningún acuse de recepción de dicha solicitud ni de aceptación de ese desistimiento, que nuestro asociado había realizado siguiendo las indicaciones de la propia empresa, por lo que ante este silencio y con el fin de asegurar que su derecho era respetado por parte de la empresa, nuestro asociado se puso en contacto con AVACU, desde donde, tras remitirnos toda la documentación, procedimos a presentar la pertinente reclamación, acreditando que nuestro asociado había cumplido con las exigencias por ellos establecidas. A los tres días, desde la empresa se pusieron en contacto con nuestro asociado para acordar una hora para recoger la cafetera, procediéndose al reembolso del importe abonado, una vez la misma fue devuelta a la empresa.

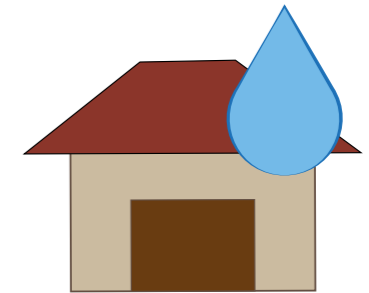
## **RETRASO EN LA ENTREGA DEL EQUIPAJE AL LLEGAR AL LUGAR DE VACACIONES**

Nuestros asociados fueron de viaje a Egipto, contratando un seguro de viajes en donde se incluía un importe de indemnización en caso de retraso o pérdida del equipaje facturado. Al llegar al aeropuerto, se encontraron con que su maleta facturada no había llegado, no siéndoles entregada la misma hasta pasados 5 días de su estancia vacacional, lo que les originó la necesidad de adquirir ropa y enseres de higiene. A su regreso acudieron a nuestra oficina, donde presentamos sendos escritos de reclamación, tanto a la compañía aérea como a la compañía de seguros, siendo asumido por la compañía el importe de todos los gastos que habían tenido nuestros asociados, más un importe de compensación, y por parte de la compañía aseguradora se les indemnizó, conforme a lo establecido en las condiciones, con 50€ por día sin equipaje.



## **COBRO POR CONTADOR DE AGUA EN PROPIEDAD**

Una de nuestras asociadas acudió a nuestra oficina ya que su compañía de agua le había cobrado en las dos últimas facturas emitidas un importe por el alquiler del contador, cuando ella lo tiene en propiedad, y el importe que debían facturarle era por otro concepto que implicaba una cantidad menor. Como desde la compañía de aguas no le habían solucionado esta incidencia, desde AVACU procedimos a presentar el escrito de reclamación, obteniendo a las pocas semanas una respuesta de disculpa y la emisión de manera correcta de las facturas objeto de reclamación, reembolsándole el importe reclamado.



## **ENTRADAS PARA PARTIDO DE FÚTBOL CON MUY Poca VISIBILIDAD**

Una asociada adquirió, a través de la web oficial del Valencia CF, 4 entradas para ver un partido del Valencia que se celebraba en el campo del Mestalla. Sin embargo, al acceder a los asientos correspondientes a las entradas adquiridas, nuestra asociada y sus acompañantes se percataron de que la visibilidad era muy limitada como consecuencia de diferentes elementos que obstaculizaban poder ver el terreno de juego, haciendo imposible seguir el desarrollo normal del partido y sin poder disfrutar del espectáculo contratado. Ante tal situación, nuestra asociada se presentó en las taquillas de Mestalla para cumplimentar la hoja de reclamaciones, recibiendo posteriormente una vaga respuesta por parte del Club, pues únicamente alegaron que «las vallas son medidas reglamentarias por seguridad, generalmente no dan problemas pero cuando se vende todo...es posible que reclamen». Ante la disconformidad de nuestra asociada con la citada respuesta, desde AVACU se presentó la correspondiente reclamación, obteniendo como respuesta del VCF que, como compensación, la invitaban, junto con tres acompañantes, al próximo partido del Valencia que se disputaba en el campo del Mestalla.



# AVACU: 45 AÑOS A TU LADO

GRACIAS POR VUESTRA CONFIANZA



1982



1989

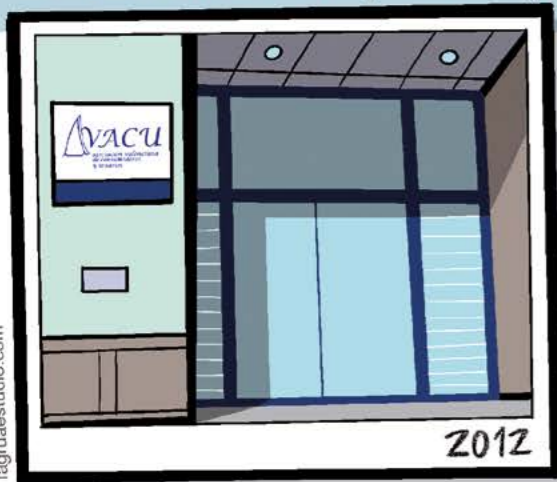


2000



2007

Más de 2.540 talleres impartidos sobre temas de consumo responsable y sostenible



2012

45  
1978 - 2023

Más de 375.000 consultas y reclamaciones tramitadas en estos 45 años

78 números de la revista TodoConsumo editada desde 2004

Más de 10.000 intervenciones en medios de comunicación

TU PARTICIPACIÓN SUMA... JUNTOS SOMOS MÁS FUERTES ¡ASÓCIATE!



## AVACU EN LOS MEDIOS

24 de octubre

Avacu advierte de la venta de disfraces para Halloween que "ponen en riesgo la seguridad de los consumidores"

europapress.es

8 de septiembre

Avacu reclama a la Generalitat soluciones para paliar el incremento del recibo del agua que van a tener que asumir las familias valencianas

CADENA SER

11 de octubre

Guía para afectados por el ciberataque a Air Europa: ¿se puede reclamar? y ¿cuáles son los derechos de los usuarios?

elEconomista.es

6 de octubre

Avacu celebra sus 45 años de lucha en defensa de los consumidores

Levante



7 de noviembre

AVACU participa en el programa Cadena de Valor para hablar sobre las modificaciones en la normativa sobre sucesiones y donaciones



21 de noviembre

AVACU resuelve las principales dudas ante el Black Friday: cambios, devoluciones y garantías



29 de noviembre

Fernando Móner: 'El futuro depende de una cadena sostenible al precio más razonable posible'

qcom.es

31 de octubre

Nuevos horarios para el aparcamiento zona azul en Valencia

99.9 plazaradio

12 de septiembre

Entrevistamos a Fernando Moner, Presidente de AVACU, por el precio del aceite

Valencia capitalradio

26 de octubre

El 83% de los consumidores ha modificado sus hábitos de compra por la inflación y el 33% se siente "vulnerable"

LA VANGUARDIA

16 de octubre

Llevamos cerca de 20 meses subidas progresivas del precio de la cesta de la compra

RADIO SAN VICENTE 95.2m



25 de octubre

Consejos de AVACU para Halloween



5 de octubre

Fernando Móner: «En estos 45 años de Avacu, el consumidor ha aprendido mucho sobre sus derechos»

## LAS PROVINCIAS



18 de noviembre

Entrevista sobre la participación de AVACU en III edición de la Fira del Consum Responsable

rne

20 de noviembre

La Asociación Valenciana de Consumidores AVACU matiza que los consumidores tienen que saber sus derechos y garantías de devolución



# ¿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.



¡Síguenos en nuestras redes sociales!



AVACU



@AVACUconsumo



@avacuconsumo

[www.avacu.es](http://www.avacu.es)



Alicante  
C/Juan Bautista Lafora 3 entrepl.

Valencia  
C/Dr. Sumi 28 bajo

Castellón  
C/Sanahuja 68 entresuelo A