

LEGISLACIÓN SOBRE CONSUMO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

M^a del Pilar Martínez Agut

Universitat de València

I. Resumen:

El consumo tiene muchos aspectos vinculados: educativos, de salud, legales, de derechos... el ciudadano ha de ser consciente de sus derechos y deberes en este tema. Las administraciones educativas de la Comunidad Valenciana han legislado diversas disposiciones que se analizan en este trabajo, con la finalidad de informar a los ciudadanos y a los profesionales del ámbito socioeducativo.

Palabras clave:

consumo, ciudadanía, educación para la salud

I Abstract:

The consumer has many aspects related: education, health, legal, citizen rights ... must be aware of their rights and duties in this matter. The education authorities of the Valencian Community have enacted various provisions discussed in this paper, in order to inform citizens and socio-educational professionals.

Keywords:

consumption, citizenship, health education

II. Bases legales

La Unión Europea ha dictado un gran número de normas de protección del consumidor regulando nuevos sectores y estableciendo nuevos mecanismos y técnicas jurídicas de tutela. La legislación sobre consumo en la Comunidad Valenciana parte de los cambios en relación con el principio rector de la política social y económica de defensa de los consumidores y usuarios cuya garantía impone a los poderes públicos:

- . el artículo 51.1 y 2 de la Constitución Española
- . los artículos 9 y 49.1.35.^a del Estatut d'Autonomia
- . la reforma del Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana, con la Ley Orgánica 1/2006, de 10 de abril, donde refleja la Generalitat la defensa de los consumidores y usuarios

Hace más de veinte años se promulga la Ley 2/1987, de 9 de abril, de la Generalitat, de Estatuto de los Consumidores y Usuarios de la Comunitat Valenciana. Actualmente se contempla la protección de los derechos e intereses de los consumidores de un modo

Legislación sobre consumo en la Comunidad Valenciana

Copyleft: M^a del Pilar Martínez Agut

distinto. Esta Ley siguió en esencia el esquema normativo que diseñó la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, con una visión fundamentalmente estática de las relaciones de consumo y centrada, prioritariamente, en el reconocimiento público de la tutela dispensada y en la inequívoca exigencia de dotarla de un tratamiento común y generalizado¹. Fue necesaria para el reconocimiento del derecho de consumo como categoría jurídica, pero insuficiente para abordar con eficacia la rápida evolución que presentan las relaciones de consumo.

El Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, aprobó el Texto Refundido de la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, y otras leyes complementarias para incorporar en derecho interno el derecho derivado europeo, modificado tanto por la Ley 25/2009, de 22 de diciembre, de modificación de diversas leyes para su adaptación a la Ley sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio, como por la Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios. El texto refundido incluye preceptos que tienen carácter básico y preceptos que se dictan al amparo de competencias exclusivas del Estado y que, por lo tanto, jurídicamente, se deben tener en cuenta a la hora de establecer una nueva regulación de la protección, defensa y promoción de los derechos e intereses de los consumidores y usuarios de la Comunitat Valenciana.

En la actualidad, las relaciones de consumo presentan un carácter profundamente dinámico que, con los cambios económicos y su incidencia en la organización de los mercados, configuran las relaciones de consumo desde una perspectiva cada vez más complejas. Se tiende a la diversificación de productos y servicios y a la progresiva especialización según las características de sus destinatarios, así como a la automatización y tecnificación de dichas relaciones.

En el plano deontológico, cobra especial interés una serie de valores que es necesario reforzar en la sociedad, fomentando nuevos hábitos y aptitudes, como son la utilización racional de los recursos, la adopción de criterios ecológicos en las decisiones individuales de compra, uso y disfrute de los productos y servicios de consumo, así como la eliminación de los residuos que éstos generen, la corresponsabilidad y participación del consumidor en la conservación del medio ambiente, en la consecución del desarrollo sostenible y en la protección de la dignidad y de los derechos de la persona en los procedimientos de fabricación y distribución de los bienes y productos, y la prevención del sobreendeudamiento.

La normativa de defensa del consumidor debe aunar el reconocimiento y protección de los derechos de los consumidores y usuarios y la capacitación de éstos para exigir criterios de calidad en las prestaciones de consumo. Estamos ante nuevas exigencias en las relaciones de consumo que requieren también nuevas respuestas.

¹ Consultado en la LEY 1/2011, de 22 de marzo, de la Generalitat, por la que se aprueba el Estatuto de los Consumidores y Usuarios de la Comunitat Valenciana

II. Normativa básica en la Comunidad Valenciana: Ley 1/2001

La Ley 1/2011, de 22 de marzo, de la Generalitat, por la que se aprueba el Estatuto de los Consumidores y Usuarios de la Comunitat Valenciana (DOCV núm. 6487 de 24.03.2011), identifica y protege los intereses estratégicos y los nuevos parámetros en la defensa y promoción de los derechos de los consumidores y usuarios en el inicio del siglo XXI. De este modo, este modelo de protección de los consumidores pretende mejorar la eficacia y eficiencia de los instrumentos y de las políticas de actuación en materia de consumo.

La ley se articula en ochenta artículos, que se estructuran en cinco títulos, una disposición adicional, una transitoria, una derogatoria y tres disposiciones finales.

El título I establece las disposiciones generales de la ley y se divide en dos capítulos. En el primero se define su objeto, los fines que sirven de principios informadores al modelo de protección y defensa de los consumidores en la Comunitat, el concepto de consumidor y usuario, los colectivos de consumidores necesitados de una especial protección, los derechos básicos de los consumidores y usuarios y sus derechos lingüísticos. En el segundo capítulo se recoge el catálogo de agentes del sistema de protección y defensa de los consumidores en el ámbito territorial de la Comunitat Valenciana, en el que destaca la creación del Consejo de Consumidores y Usuarios de la Comunitat Valenciana, así como la labor que desempeñan, de vertebración territorial y social y de proximidad al ciudadano, las oficinas municipales de información al consumidor y las asociaciones de consumidores y usuarios.

En el título II se recogen los derechos básicos de los consumidores y usuarios estableciendo el ámbito de actuación de las administraciones públicas y se divide en seis capítulos. En el capítulo I se regula el derecho a la protección de la salud y seguridad, fomentándose la acción preventiva. En el capítulo II se recoge el derecho a la protección de los legítimos intereses económicos y sociales en el marco de la legislación que resulta aplicable. En el capítulo III se reconoce el derecho a la indemnización de los daños y a la reparación de los perjuicios sufridos y se establece el fomento de los mecanismos para hacer efectivo dicho derecho. En el capítulo IV se regula el derecho a una información correcta y suficiente sobre los bienes y servicios y a la información, ayuda y orientación al consumidor para el adecuado ejercicio de sus derechos. El capítulo V se centra en el derecho a la educación y formación en materia de consumo como instrumentos básicos y de carácter horizontal para el logro de los fines de la ley. Y en el capítulo VI se regula el derecho de representación, audiencia y participación, con especial atención a las asociaciones de consumidores y usuarios en la protección y defensa de los ciudadanos valencianos, regulando la nueva realidad del asociacionismo.

El título III viene dedicado a los mecanismos de protección administrativa de los derechos de los consumidores y se divide en cuatro capítulos. En el I se tratan disposiciones generales de dichos mecanismos. En el capítulo II se realiza una regulación de las labores de inspección de consumo, siendo necesario subrayar su carácter integral y su proyección a todas las fases del proceso de comercialización, estableciéndose las facultades de los inspectores y las obligaciones de los inspeccionados, así como los requisitos de las tomas de muestras. En el capítulo III se regula la posibilidad de utilización de medidas provisionales cuando las circunstancias

así lo aconsejen conscientes de su importancia como pieza básica en el entramado de protección administrativa de los consumidores, garantizando en todo momento el derecho de defensa de los afectados y el principio de proporcionalidad de las medidas. Y en el último capítulo se hace mención necesaria a las hojas de reclamaciones y se prevé su tramitación telemática sujeta a desarrollo reglamentario.

El título IV se refiere a la potestad sancionadora y se divide en cinco capítulos, en los que se trata, respectivamente, las disposiciones generales, las infracciones, las sanciones, el procedimiento y los plazos de prescripción. Con una enumeración de tipos infractores amplia.

Finalmente el título V se fomenta de modo expreso la solución de los conflictos en materia de consumo a través de fórmulas de resolución extrajudiciales y en especial a través de la mediación y arbitraje en materia de consumo.

La norma se cierra con una disposición adicional que introduce una modificación de la Ley 8/2004, de 20 de octubre, de la Generalitat, de la Vivienda de la Comunitat Valenciana, en relación con los pagos de cantidades anticipadas del precio de la vivienda; una disposición transitoria que aclara el régimen y procedimiento aplicable en materia sancionadora; una disposición derogatoria que, con el fin de dar máxima seguridad jurídica, deroga expresamente la Ley 2/1987, de 9 abril, de la Generalitat, de Estatuto de Consumidores y Usuarios, y el Decreto 188/1987, de 23 de noviembre, del Consell, por el que se creó y regula el Consejo Valenciano de Consumo; y tres disposiciones finales, en la que destaca la que establece la aplicación, en lo no previsto por esta ley, del Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre² (tabla 1).

<i>Esta disposición afecta a:</i>
Deroga a:
- Ley de la Generalitat Valenciana 2/1987, de 9 de abril, de Estatuto de Consumidores y Usuarios de la Comunidad Valenciana.
- Decreto 188/1987, de 23 de noviembre, del Consell de la Generalitat Valenciana, por el que se crea y regula el Consejo Valenciano de Consumo.
Modifica a:
LEY 8/2004, de 20 de octubre, de la Generalitat, de la Vivienda de la Comunidad Valenciana
Esta disposición está afectada por:
Desarrollada o complementada por:
DECRETO 76/2012, de 18 de mayo, del Consell, por el que se regula el Consejo de Consumidores y Usuarios de la Comunitat Valenciana. (DOCV 21 5 2012)
Modificada por:
LEY 9/2011, de 26 de diciembre, de Medidas Fiscales, de Gestión Administrativa y Financiera, y de Organización de la Generalitat (DOCV 28 12 11)

Tabla 1: Análisis legal de la Ley 1/2011.

² Consultado en la LEY 1/2011, de 22 de marzo, de la Generalitat, por la que se aprueba el Estatuto de los Consumidores y Usuarios de la Comunitat Valenciana

III. Análisis de la Ley 1/2011

Esta Ley tiene por objeto la protección, defensa y promoción de los derechos y legítimos intereses de los consumidores y usuarios en el territorio de la Comunitat Valenciana, en cumplimiento del mandato del artículo 51, apartados 1 y 2, de la Constitución Española, y en el ejercicio de las competencias que a la Generalitat le atribuyen los artículos 9.5 y 49.1.35.^a del Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana (art. 1, Título I, Capítulo 1)

Se entiende por consumidores y usuarios las personas físicas o jurídicas que actúan en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional (art. 2.1, Título I, Capítulo 1)

El conjunto de valores y principios que configuran el modelo de protección y defensa de los consumidores en la Comunitat Valenciana informará la actuación de la Generalitat en todos los ámbitos de su política (tabla 2).

<i>Fines del modelo de protección y defensa de los consumidores de la Comunitat Valenciana</i>

- | |
|--|
| <p>a) Alcanzar un elevado nivel de protección de los derechos e intereses legítimos de los consumidores, especialmente en el ámbito de su salud y seguridad.</p> <p>b) Conseguir, a través de la información, formación y educación, un consumo responsable y respetuoso con el medio ambiente que se fundamente no sólo en criterios estrictamente económicos, sino también en criterios de racionalidad, sostenibilidad y responsabilidad social.</p> <p>c) Potenciar que los consumidores dispongan de una información suficiente sobre los bienes y servicios, que les capacite ante los nuevos retos y la complejidad creciente de la sociedad de consumo, permitiéndoles realizar una elección libre y adecuada y una utilización satisfactoria y segura.</p> <p>d) Mejorar la confianza del consumidor en el mercado, garantizando su libertad de acceso a los bienes y servicios en condiciones de equilibrio e igualdad, especialmente cuando se trate de bienes y servicios de uso o consumo común, ordinario y generalizado, o cuando el empresario tenga una posición de dominio en el mercado o cuando se trate de servicios ofertados o prestados a través de medios telemáticos, telefónicos, informáticos o electrónicos.</p> <p>e) Lograr el mayor grado de eficacia de los procedimientos de protección de los derechos e intereses legítimos de los consumidores para garantizar que su aplicación sea real y efectiva.</p> <p>f) Fomentar la resolución extrajudicial de conflictos.</p> <p>g) Actuar de acuerdo con los principios de coordinación, cooperación y colaboración en las relaciones entre las diferentes administraciones públicas con competencia en consumo y entre las consellerías cuya actuación incida en el ámbito de protección y defensa de los consumidores.</p> |
|--|

Tabla 2: Fines del modelo (art. 3.2)

Los consumidores tienen los siguientes derechos (tabla 3):

<i>Derechos básicos de los consumidores</i>
--

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. La protección contra los riesgos que puedan afectar su salud o seguridad. 2. La protección de sus legítimos intereses económicos y sociales; en particular, frente a las prácticas comerciales desleales y la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos. 3. La indemnización de los daños y la reparación de los perjuicios sufridos. 4. La información correcta y suficiente sobre los bienes y servicios y la información |
|--|

ayuda y orientación para el adecuado ejercicio de sus derechos.

5. La educación y formación en materia de consumo.

6. La representación de sus intereses, a través de las asociaciones, federaciones o confederaciones de consumidores y usuarios legalmente constituidas, así como la participación y la audiencia en las materias que les afecten.

7. Disponer de procedimientos eficaces de protección de sus derechos, en especial ante aquellas situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión en que puedan encontrarse individual o colectivamente.

Tabla 3: derechos básicos de los consumidores (art. 4)

Se establecen los colectivos de especial protección que se encuentran en situación de inferioridad, subordinación, indefensión o desprotección más acusada por razón de su edad, origen o condición (art. 6.1), y se señala especialmente a) Los niños y los adolescentes; b) Las personas con discapacidad; c) Las personas mayores; d) Los inmigrantes; e) Las personas que se encuentren desplazadas temporalmente de su residencia habitual.

Serán objeto de atención, vigilancia y control prioritario por parte de las administraciones públicas de la Comunitat Valenciana los productos o servicios de uso o consumo común, ordinario y generalizado, y, en especial, los bienes y productos de primera necesidad y los servicios esenciales o de interés general. La protección se extremará cuando se trate de productos o servicios utilizados habitualmente por los colectivos establecidos en el artículo 6 (tabla 4).

Actuaciones de protección prioritarias

a) La seguridad de los juguetes y artículos destinados a la infancia.

b) La idoneidad y composición de los productos infantiles, su etiquetado y la información que sobre ellos se ofrece.

c) La supervisión de la publicidad dirigida al público infantil y adolescente.

d) La accesibilidad de las personas con discapacidad.

e) La veracidad de los mensajes publicitarios sobre los productos dietéticos, nutricionales, ecológicos y funcionales para que no conduzcan a error ni sean utilizados para generar una información falsa, tendenciosa o insuficiente.

f) La eficacia y agilidad en la resolución de controversias cuando las estancias que realicen los consumidores o los empresarios en la Comunitat Valenciana sean temporales.

Tabla 4: Protección a productos o servicios de colectivos de especial protección (art. 7)

Los consumidores tienen derecho a utilizar cualquiera de las lenguas oficiales de la Comunitat Valenciana. La Generalitat fomentará el uso del valenciano en las relaciones de empresas y profesionales con los consumidores. Con este fin adoptará medidas para que las condiciones generales de los contratos y las ofertas comerciales se faciliten también en valenciano, especialmente las relativas a servicios básicos (art. 8).

Los agentes del sistema de protección y defensa de los consumidores (Capítulo II, art. 9):

. ajustarán su actuación a los principios de colaboración y cooperación, propiciándose el establecimiento de acuerdos entre las diferentes administraciones públicas competentes

que permitan rentabilizar los recursos humanos y materiales de que disponen y hacer efectivo y eficaz el control del cumplimiento de la normativa vigente aplicable en materia de protección de los consumidores.

. promoverán la colaboración y el diálogo con las cámaras de comercio, industria y navegación a través de su Consejo, con las asociaciones empresariales y con cualquier otra entidad o institución para la consecución de los fines del modelo de protección y defensa de los consumidores establecidos en el artículo 3.2 (tabla 5)

<i>Agentes del sistema de protección y defensa de los consumidores</i>

- | |
|--|
| <p>a) La Generalitat, y en particular el Consell y la administración de la Generalitat a través de las consellerías con competencia específica o concurrente en materia de consumo (Art. 10)</p> <p>b) El Consejo de Consumidores y Usuarios de la Comunitat Valenciana. (Art. 11). (Normativa: DECRETO 76/2012, de 18 de mayo, del Consell, por el que se regula el Consejo de Consumidores y Usuarios de la Comunitat Valenciana)</p> <p>c) Las juntas arbitrales de consumo (art. 12)</p> <p>d) Las entidades locales con sede en dicho territorio, especialmente a través de las oficinas de información al consumidor (Art. 13)</p> <p>e) Las asociaciones de consumidores y usuarios (Art. 14)</p> <p>f) Todos aquellos que legalmente tengan asignadas, o se les asignen expresamente, funciones de defensa de los consumidores y usuarios.</p> |
|--|

Tabla 5: Agentes de protección y defensa

Los derechos de los consumidores y usuarios (Título II), son los siguientes:

- Derecho a la protección de la salud y seguridad (Cap. I, art. 16-17)
- Derecho a la protección de los legítimos intereses económicos y sociales (Cap. II, art. 18-19)
- Derecho a la indemnización de los daños y a la reparación de los perjuicios sufridos (Cap. III, art. 20-22)
- Derecho a la información (Cap. IV, art. 23-24)
- Derecho a la educación y formación en materia de consumo (Cap. V, art. 25-27)
- Derecho de representación, audiencia y participación (Cap. VI, art. 28-33)

Vamos a especificar:

. El derecho a la información, con los siguientes fines (tabla 6) y actuaciones (tabla 7):

<i>Fines del derecho de información</i>
--

- | |
|--|
| <p>a) Que la oferta, promoción y publicidad dirigida a los consumidores no contenga elementos falsos o engañosos, ni silencie datos sustanciales que puedan generar, según la normativa aplicable, una práctica comercial desleal.</p> <p>b) Que el etiquetado y marcado de los productos incluya toda la información legalmente establecida y de manera comprensible para su adecuado uso y consumo.</p> <p>c) Que se cumplan las obligaciones de información de los prestadores de servicios legalmente exigidas.</p> <p>d) Que los precios y tarifas de los bienes y servicios, así como la información sobre medios y forma de pago, se expongan y faciliten de conformidad con la normativa aplicable.</p> <p>e) Que se facilite la información precontractual y contractual con el contenido y en la</p> |
|--|

forma legalmente establecida, especialmente en los servicios esenciales o de interés general.

f) Que existan y se utilicen distintivos que permitan a los consumidores identificar bienes y servicios caracterizados por incorporar un elevado nivel de calidad o que hayan sido elaborados o fabricados en la Comunitat Valenciana.

g) Que exista información adecuada que permita a los consumidores identificar bienes y servicios, cuyos procesos de producción, comercialización y adquisición respeten los principios de consumo responsable.

Tabla 6: Fines del derecho de información (art. 24. 1)

Actuaciones de la Comunidad Valenciana para garantizar que los consumidores reciben información sobre sus derechos y asesoramiento sobre el adecuado ejercicio de los mismos

a) La realización de campañas informativas y de divulgación sobre las normas que regulan las características y la comercialización de bienes y servicios, encaminadas a un mejor conocimiento de las mismas por parte de los consumidores.

b) La difusión de estudios sobre la calidad de productos y servicios, las formas de producción y comercialización y los hábitos de consumo.

c) La existencia de espacios y programas, no publicitarios, dedicados a la información y educación de los consumidores en los medios de comunicación social de titularidad pública, y su fomento en los medios de comunicación social de titularidad privada. En tales espacios y programas, de acuerdo con su contenido y finalidad, se facilitará el acceso o participación de las asociaciones de consumidores y usuarios legalmente constituidas, así como de grupos o sectores interesados.

Tabla 7: Actuaciones (art. 24.2)

- Derecho a la educación y formación en materia de consumo

Los consumidores y usuarios tienen derecho a recibir la educación y formación adecuada en materia de consumo que les permita conocer sus derechos y obligaciones y la manera de ejercerlos con responsabilidad (art. 25.1). La educación en materia de consumo se considera parte de la formación del individuo, fomentando la incorporación de valores medioambientales, sociales y éticos a los hábitos de compra, uso y disfrute de bienes y servicios, así como en la fase de eliminación de los productos (art. 25.2)

- Se establecen objetivos (tabla 8)

Objetivos principales de la educación y formación del consumidor

a) Facilitar el desarrollo de la capacidad para elegir con libertad y responsabilidad los bienes y servicios que se ofertan en el mercado, promoviendo formas más adecuadas para su uso y disfrute.

b) Favorecer el desarrollo de pautas de consumo que lleven a la utilización más racional de los recursos naturales, a la conservación del medio ambiente, a prevenir el sobreendeudamiento, a la consecución del desarrollo sostenible y a la solidaridad con el resto de consumidores.

c) Promover la divulgación del conocimiento básico y elemental del funcionamiento del mercado, así como de los medios e instrumentos para ejercitar y satisfacer los derechos e intereses legítimos de los consumidores.

d) Impulsar la divulgación de conocimientos sobre medidas de prevención de riesgos y daños que puedan derivarse del consumo de bienes o de la utilización de bienes y servicios.

Tabla 8: Objetivos (art. 25.3)

Con el objetivo de hacer efectivo el derecho a la educación de los consumidores, las administraciones públicas de la Comunitat Valenciana, en el ámbito de sus respectivas competencias y teniendo en cuenta el principio de colaboración previsto en el artículo 9, adoptarán las medidas oportunas para:

Actuación de las administraciones públicas en materia de educación en consumo

1. Fomentar el desarrollo de la educación del consumidor en el currículo de todos los ciclos y niveles educativos en la forma que mejor se ajuste a la finalidad pedagógica de cada uno de ellos.
2. Promover la formación especializada de educadores en materia de consumo y la formación permanente en dicha materia del personal docente, así como de las asociaciones de padres y madres de alumnos y de otros miembros de la comunidad educativa.
3. Elaborar y publicar materiales didácticos y de estudio para la educación en materia de consumo, propiciando su máxima difusión.
4. Promover el empleo de las nuevas tecnologías de la información al servicio de la educación sobre consumo.
5. Fomentar y educar en valores para el consumo responsable.

Tabla 9: Actuación en educación (art. 26)

Con el objetivo de hacer efectivo el derecho a la formación de los consumidores, las administraciones públicas de la Comunitat Valenciana, en el ámbito de sus respectivas competencias y teniendo en cuenta el principio de colaboración previsto en el artículo 9, adoptarán las medidas oportunas para:

Actuación de las administraciones públicas en materia de formación en consumo

1. Promover la formación permanente de los consumidores, en particular de los colectivos de especial protección.
2. Garantizar la formación continua en materia de consumo del personal de las administraciones públicas que ejerza funciones de ordenación, inspección, control de calidad, información, o cualquier otra responsabilidad en el ámbito de la presente ley.
3. Impulsar y garantizar la formación en materia de consumo del personal de las asociaciones de consumidores y usuarios y de las organizaciones empresariales.
4. Fomentar que los agentes económicos que ponen en el mercado bienes y servicios conozcan los requisitos de su actividad relacionados con los derechos y obligaciones de los consumidores.
5. Impulsar y garantizar la formación de los árbitros de consumo.
6. Elaborar y publicar materiales didácticos y de estudio para la formación de los consumidores, propiciando su máxima difusión.
7. Promover el empleo de las nuevas tecnologías de la información al servicio de la formación en materia de consumo.
8. Difundir y divulgar suficientemente el contenido de la presente ley, así como de cualesquiera otras que tuvieran incidencia sobre los derechos e intereses de los consumidores y usuarios.
9. Impulsar la investigación y los estudios avanzados en materia de consumo.

Tabla 10: Actuación en formación (art. 27)

- Derecho de representación, audiencia y participación (Cap. VI, art. 28-33)

Los consumidores y usuarios tienen derecho a constituir o a integrarse en asociaciones y demás organizaciones para la defensa de sus derechos y legítimos intereses y, en particular, para el ejercicio de sus derechos de representación, audiencia y participación. Las administraciones públicas de la Comunitat Valenciana fomentarán el asociacionismo de los consumidores de la Comunitat Valenciana (art. 28).

En las tablas 11, 12 y 13 se especifican funciones y derecho; deberes y obligaciones y límites de las asociaciones de consumidores y usuarios.

Funciones y derechos de las asociaciones de consumidores y usuarios de la Comunitat Valenciana, en los términos que reglamentariamente se determinen

1. Informar, formar y educar a los consumidores y usuarios sobre sus derechos y obligaciones favoreciendo una protección jurídica eficaz de los derechos que tienen reconocidos en la adquisición, uso o disfrute de bienes y servicios.
2. Tener presencia en los órganos de consulta y participación en los que se conozcan asuntos que afecten directamente a los derechos e intereses de los consumidores, de conformidad con las reglamentaciones establecidas de los órganos de consulta.
3. Promover como interesadas procedimientos administrativos para la defensa de los intereses de los consumidores en todo el ámbito territorial de la Comunitat Valenciana.
4. Ejercer las correspondientes acciones judiciales o extrajudiciales en defensa de sus socios, de la asociación o de los intereses generales, colectivos o difusos, de los consumidores, de conformidad con la legislación aplicable, y, en particular, el ejercicio de las acciones de cesación.
5. Propiciar y participar en la resolución extrajudicial de conflictos entre consumidores y empresarios, en especial mediante la mediación y la propuesta de árbitros de consumo para su acreditación por las juntas arbitrales de consumo.
6. Formular peticiones y ejercer iniciativas, en el marco de la legislación vigente, acerca del funcionamiento de los servicios públicos, y particularmente de los prestados por las empresas públicas autonómicas.
7. Ser consultadas en audiencia, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 33, en el procedimiento de elaboración de disposiciones generales que puedan afectar a los intereses que representan.
8. Solicitar las ayudas y subvenciones que convoquen las administraciones públicas de la Comunitat Valenciana.
9. Solicitar y poder ser declaradas de utilidad pública y de interés público para la Comunitat Valenciana y disfrutar de las exenciones y bonificaciones fiscales establecidas legalmente.
10. Acceder a lo establecido en la legislación específica sobre el voluntariado, pudiendo constituir la protección del consumidor una de sus áreas de intervención.
11. Solicitar y poder disfrutar del derecho de asistencia jurídica gratuita en la forma legalmente prevista.
12. Integrarse en uniones, federaciones o confederaciones que tengan idénticos fines y ámbito territorial más amplio.
13. Participar en sociedades mercantiles siempre que reúnan los siguientes requisitos:
 - a) Tener como objeto social exclusivo el desarrollo de actividades instrumentales concretamente delimitadas que sirvan a los fines de información, formación y defensa de los consumidores.

b) Tener su capital social suscrito íntegramente por asociaciones de consumidores que reúnan los requisitos exigidos por la legislación que les resulte de aplicación, y que los beneficios sólo se repartan entre las asociaciones de consumidores que participen en el capital social.

Tabla 11: Funciones y derechos de las asociaciones (art. 30)

Deberes y obligaciones de las asociaciones de consumidores y usuarios de la Comunitat Valenciana:

a) Actuar para el cumplimiento de sus fines con independencia frente a los operadores del mercado y a los poderes públicos, sin que la obtención de subvenciones u otros recursos públicos concedidos con base en criterios objetivos puedan mermar tal independencia.

b) Ajustar sus actuaciones a los principios de buena fe, lealtad y diligencia, no pudiendo divulgar datos que no se encuentren respaldados por acreditaciones, resultados analíticos o controles de calidad suficientemente contrastados.

c) Rectificar públicamente o cesar actividades temerarias cuando haya sentencia judicial firme.

d) Aplicar las ayudas y colaboraciones que reciban con esta finalidad, exclusivamente a la defensa de los consumidores o a la obtención de los medios instrumentales y personales para conseguir dichas finalidades.

e) Colaborar con las administraciones públicas de la Comunitat Valenciana en la consecución conjunta de los fines de esta ley.

f) Cumplir las obligaciones de transparencia previstas en este capítulo y cualquier otra obligación impuesta, legal o reglamentariamente.

Tabla 12: deberes y obligaciones de las asociaciones (art. 31.1)

En cumplimiento del deber de independencia, las asociaciones de consumidores no podrán:

a) Incluir como asociadas a personas jurídicas con ánimo de lucro.

b) Percibir ayudas o subvenciones de empresas o grupos de empresas suministradoras de bienes o servicios a los consumidores o de las organizaciones que las representen. No tendrán la consideración de ayudas económicas las aportaciones que se realicen en las condiciones de transparencia establecidas en esta ley y normas reglamentarias que la desarrollen, que no mermen la independencia de la asociación y tengan su origen en los convenios o acuerdos de colaboración a que se refiere el artículo siguiente.

c) Realizar comunicaciones comerciales de bienes y servicios. A estos efectos, se entiende por comunicación comercial todo acto, conducta o manifestación no meramente informativa, incluida la publicidad, que se relacione directamente con la promoción o venta de bienes y servicios.

d) Autorizar el uso de su denominación, imagen o cualquier otro signo representativo en la publicidad comercial realizada por los operadores del mercado, o no realizar las actuaciones tendentes a impedir dicha utilización, a partir del momento en que se tenga conocimiento de esta conducta. A estos efectos, no se considerarán operadores de mercado las sociedades mercantiles en las que participen las asociaciones de consumidores en los términos contemplados en el apartado 13 del artículo 30 de esta ley.

e) Actuar la Asociación o sus representantes legales con manifiesta temeridad, judicialmente apreciada.

f) Dedicarse a actividades distintas de la defensa de los intereses de los consumidores.

Tabla 13: Límites de las asociaciones (art. 31.2)

IV. Valoración

La educación para el consumo es un aspecto muy importante en nuestra sociedad. La educación tiene un papel muy importante junto con todos los agentes educativos. Los profesionales de la educación han de tener en consideración estas normativas para incorporar a su trabajo los principios de la educación para el consumo.

La educación para el consumo ha de partir de unos parámetros basados en la toma de decisiones basadas en la responsabilidad y en la educación en valores. Conocer la legislación supone un primer paso en estos aspectos.

V. Referencias

Bibliográficas

Berenguer, G.; Mollá, A.; Pérez Alonso-Geta, P. M^a; Cánovas Leonhardt, P. (2001). “Los adolescentes como consumidores: La familia como agente de socialización” *Estudios sobre consumo*, nº 58, pp. 35-46. Madrid: Ministerio de Sanidad y Consumo. Instituto Nacional de Consumo.

Brée, J. (1995). *Los niños, el consumo y el marketing*. Barcelona: Paidós Comunicación.
Compés, R. (2002). “Atributos de confianza, normas y certificación: comparación de estándares para hortalizas”. *Economía agraria y recursos naturales*, 1, pp.115-130.

Fernández, J. (2002). *El consumidor adolescent. televisió, marques i publicitat* Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Jaume I, Universitat Pompeu Fabra, Universitat de València.

Lipovetsky, G. (1997): *La troisième femme. Permanence et révolution du féminin*. París: Editions Gallimard. Trad. esp. (2002): *La tercera mujer. Permanencia y revolución de lo femenino*. Barcelona: Anagrama, pp. 210-211

Molla, A., Berenguer, G., Gómez, M.A., Quintanilla, I. (2006) *Comportamiento del consumidor*. Barcelona: Editorial UOC.

Péres, J.M., Tropea, F., Sanagustín, P. (1992). *La seducción de la opulencia. publicidad, moda y consumo*. Barcelona: Paidós Contextos.

Pérez Alonso-Geta, P.M^a. y otros (1995). *Niños y Publicidad*. Valencia: INCIE. - y otros (2007). *Estudio para determinar los estilos educativos y pautas de interacción familiar en los diferentes tipo familia (nucleares, monoparentales, reconstituidas, etc. en el seguimiento de 6 a 14 años)*. Valencia: INCIE. CICYT.

Pérez-Díaz, V., Fernández, J.J. (2003). *Hábitos de compra familiar, consumo alimentario y clases sociales*. Idelco, Gestión 2000.

Schor, J.B. (2006). *Nacidos para comprar. Los nuevos consumidores infantiles*. Barcelona : Paidós Controversias.

Sennett, R. (2006): *The Culture of the Next Capitalism*. Yale University, New Haven. Trad. esp (2006): *La cultura del nuevo capitalismo*, Barcelona: Anagrama, pp.128 y 133
Sveriges Riksbank Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel 2001. Information to Public. Disponible en:

http://nobelprize.org/nobel_prizes/economics/laureates/2001/index.html

Underhill, P. (2000). *Por qué compramos. la ciencia del shopping*. Barcelona: Gestión 2000.

Veblen (2004). *Teoría de la clase ociosa*. Madrid: Alianza.

Legales

DECLARACIÓN UNIVERSAL DE LOS DERECHOS HUMANOS (1948, 10 de diciembre), Naciones Unidas.

DECLARACIÓN DE LOS DERECHOS DEL NIÑO (1959, 20 de noviembre), Naciones Unidas.

Convención sobre los Derechos del Niño adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas, en Nueva York el 20/11/89.

DERECHOS HUMANOS Y DISCAPACIDAD: DOCUMENTO DE LAS NACIONES UNIDAS Naciones Unidas, Nueva York y Ginebra, 2002

CARTA DE LOS DERECHOS FUNDAMENTALES DE LA UNIÓN EUROPEA (2000) Niza el 7 de diciembre de 2000

CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA (1978, 6 de diciembre de 1978). Madrid. (BOE 29 de diciembre de 1978)

LEY 5/1982, Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana (En su artículo 53 dispone que es de competencia exclusiva de la Generalitat la regulación y administración de la enseñanza en toda su extensión, niveles y grados, modalidades y especialidades)

LEY ORGÁNICA 1/2006, de 10 de abril, de Reforma de la Ley Orgánica 5/1982, de 1 de julio, de Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana.

Ley de la Generalitat Valenciana 2/1987, de 9 de abril, de Estatuto de Consumidores y Usuarios de la Comunidad Valenciana

[Decreto 188/1987, de 23 de noviembre, del Consell de la Generalitat Valenciana, por el que se crea y regula el Consejo Valenciano de Consumo.](#)

LEY 8/2004, de 20 de octubre, de la Generalitat, de la Vivienda de la Comunidad Valenciana

LEY 1/2011, de 22 de marzo, de la Generalitat, por la que se aprueba el Estatuto de los Consumidores y Usuarios de la Comunitat Valenciana (DOCV núm. 6487 de 24.03.2011)

[DECRETO 76/2012, de 18 de mayo, del Consell, por el que se regula el Consejo de Consumidores y Usuarios de la Comunitat Valenciana.](#) (DOCV 21 5 2012)

[LEY 9/2011, de 26 de diciembre, de Medidas Fiscales, de Gestión Administrativa y Financiera, y de Organización de la Generalitat](#) (DOCV 28 12 11)

COMO CITAR ESTE ARTÍCULO: Martínez Agut, Pilar; (2012); Legislación sobre consumo en la Comunidad Valenciana ; en <http://quadernsanimacio.net>; nº 16, julio de 2012; ISSN: 1698-4404