

COLECCION
MATERIAL DIDACTICO

Viaje de Marta a Consumerilandia

(o la Ley del Consumidor entra en la escuela)




MINISTERIO DE SANIDAD Y CONSUMO
Instituto Nacional del Consumo



COLECCION MATERIAL DIDACTICO

- 1.^a EDICION MARZO 1985 tirada cinco mil ejemplares
- 2.^a EDICION MAYO 1986 tirada cinco mil ejemplares
- 3.^a EDICION MAYO 1988 tirada cinco mil ejemplares
- 4.^a EDICION JUNIO 1991 tirada cinco mil ejemplares



MINISTERIO DE SANIDAD Y CONSUMO
INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMO

© Propiedad Instituto Nacional del Consumo

EDITA:

Instituto Nacional del Consumo
Príncipe de Vergara, 54
28006 MADRID

MAQUETA:

Punto Gráfico

IMPRIME: A.D.S. PRINTING S.A.

N.I.P.O.: 353-91-008-7

I.S.B.N.: 84-86816-01-7

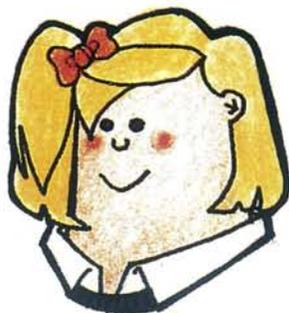
Depósito Legal: M.-21929-1988.

Este Libro está Realizado
con papel ecológico, no contamina.

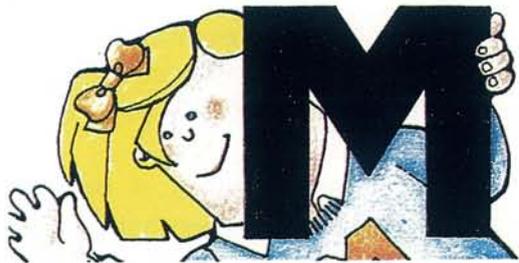
VIAJE DE MARTA A CONSUMERILANDIA

(o la Ley del Consumidor entra en la escuela)

PREMIO CONCURSO CUENTOS
DIA MUNDIAL DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR 1985



Autora: M.ª Nieves Alvarez Martín
Dibujos: Antonio Castro Jiménez



Marta se presenta

¡Hola, chicos!

¡Hola, chicas!

En primer lugar, quiero presentarme: Soy Marta, aunque mis amigos me llaman Mar; voy al colegio todos los días y me gusta mucho montar en bici, leer cuentos de Mafalda, contemplar las estrellas, hacer excursiones y jugar al escondite. ¡Ah!, y tengo un secreto que te contaré más adelante si me prometes que no se van a enterar las personas mayores, esas que gritan y están siempre serias, ¿sabes a quién me refiero?

Yo he descubierto que hay dos tipos de personas mayores: las que hablan y se ríen y las que gritan y están siempre serias. A las personas que hablan y se ríen no les hace falta que les cuente mi secreto, porque ellas lo saben descubrir. Las personas mayores que gritan y están siempre serias no deben descubrirlo, porque no entienden nada y lo estropean todo.

Pero, antes de nada, tengo que contaros por qué me hice de papel y estoy pintada en las páginas de este cuento. Escuchad: mis creadores, que están un poco chiflados, me pidieron que te contase una historia sobre el mundo del consumo, y yo, como buena chica, estoy aquí sin saber cómo empezar. ¿Quieres ayudarme? Entre los dos seguro que se nos ocurrirá algo interesante y divertido.

Oye, ¿en tu escuela habéis trabajado alguna vez un tema de consumo?, ¿nooooo? Debes decirle a tu «profe» que lo intente y verás lo bien que lo pasáis; además de aprender muchas cosas. El último trabajo que hemos hecho en mi clase ha sido sobre el chocolate, pero no pienses que hicimos los ejercicios de siempre, aburridas cuentas y largas conferencias del profesor, ni mucho menos, fue de lo más «chachi»; visitamos una fábrica, recogimos precios en varias tiendas, fuimos de compras, miramos detenidamente las etiquetas, comimos chocolate, fabricamos bombones, los vendimos en el colegio y muchas cosas más divertidas.

Todos, incluido el profesor, descubrimos algo nuevo. ¡Ah!, y además escribimos, leímos, hicimos cuentas, etc., y todo sin casi darnos cuenta. Nunca he ido al colegio tan a gusto como ahora. Bueno, es que además mi «profe» es de esas personas mayores que hablan y se ríen y, aunque nunca se lo he contado, conoce mi secreto.

Cuando en mi colegio hemos realizado estos trabajos sobre consumo, a veces nos encontrábamos con algunos problemas que no se podían resolver, porque no había una ley que nos dijera cómo. Por eso, al comenzar este curso, todos nos llevamos una gran alegría cuando el «profe» nos contó que durante el verano (el 24 de julio de 1984) se había producido un acontecimiento importante. Por fin, los consumidores tenemos nuestra ley para que nos defienda. Es la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

Para explicaros esta ley, sin que resulte un rollo, me hice de papel, y aunque mi autora quiere que os dé una conferencia, yo no pienso hacerla caso y os contaré mi secreto.

Acercaros un poco más y aseguraros de que nadie pueda escucharnos. Con mis poderes mágicos os transportaré a un país imaginario; sólo tienes que cerrar muy fuertemente los ojos y decir las palabras mágicas: «Zetas Comis, Comis Zetas, abrid vuestra caja hueca. Sansalabín, sansalabán, a Consumerilandia quiero viajar», y en unos segundos estaremos en ese país.



Viaje a Consumerilandia

Nada más llegar a Consumerilandia me encontré con Juan, un niño de mi edad que estaba muy pensativo sentado en el banco de un parque precioso, situado en el centro de un simpático pueblo de aquel país imaginario.

Juan se sobresaltó al oírme llegar así de repente, pero en un momento nos hicimos amigos y charlábamos animadamente de nuestras cosas. Lo primero que hice fue contarle mis apuros, le hablé de mi inventora y del lío en el que me había embarcado al pedirme que contase una historia sobre consumo. Juan me tranquilizó enseguida, pues me hizo reflexionar sobre el hecho de que estaba en Consumerilandia, que tenía ese nombre porque allí los temas de consumo eran muy importantes. Entonces le pedí que me contase la historia de su país, por ver si podía servirme de algo. Juan, encantado con la idea, comenzó diciendo:

—Consumerilandia era un país que estaba habitado por varias clases de personas. Había una clase de personas que se dedicaban a construir casas, fabricar vestidos, producir alimentos y todo lo necesario para vivir; todos estos productos los ponían a disposición de los ciudadanos del país. Muy al principio, no existía el dinero, y los que producían una determinada cosa se la intercambiaban a los que fabricaban otra y así transcurrían los días en el país. Pero más tarde, cuando este método resultó difícil de practicar, se inventaron los Dolis, que fue la moneda oficial de Consumerilandia. A estos fabricantes, productores, constructores, comerciantes, etc., se les conoce con el nombre de Zetas. Los Zetas, para realizar estas tareas utilizan a los Trabs, llamados así por ser los encargados de realizar los distintos trabajos a cambio de algunos Dolis al mes, que les sirven para comprar productos. Por otra parte, están los Comis; éstos son los que compran, utilizan y disfrutan de los bienes, productos y servicios fabricados por los Trabs en las fábricas de los Zetas.



Interrumpí a mi nuevo amigo para hacerle una pregunta.

—Oye, Juan, y los niños ¿a qué clase pertenecen?

—Ellos son Comis.

Satisfecha mi curiosidad, le pedí a mi amigo que terminase su relato.

—Mi país es una democracia, por eso los Dires, que es otra clase de habitantes en Consumerilandia, se eligen cada cierto tiempo por todos los ciudadanos, para que hagan las leyes y piensen qué se puede hacer para que el país pueda ir cada vez mejor. Los Dires no son siempre las mismas personas, todos podemos llegar a ser Dire si así nos eligen en las elecciones.

Durante mucho tiempo —dijo Juan—, a los Comis no les hizo caso nadie; sólo se fijaban en ellos los Zetas para intentar venderles toda clase de inventos a cambio de sus Dolis. La competencia era muy dura. Cada Zeta trataba de convencer a los Comis de que su producto era el mejor. Esto en sí no era malo, pero algunas veces los Zetas engañaban a los Comis para conseguir sus Dolis a cambio de los productos que vendían. Además, los Zetas eran muy poderosos, unidos tenían una gran fuerza. Sin embargo, los Comis estaban solos, cada uno por su lado, y sólo unos pocos, en Consumerilandia, pensábamos que unidos podríamos también nosotros ser fuertes y conseguir que nadie nos engañase. Los Dires que gobernaban en Consumerilandia hasta ahora habían hecho algunas leyes para impedir estos engaños, pero o eran insuficientes o no se cumplían, y las cosas seguían estando igual.

Una vez sucedió una gran desgracia en Consumerilandia. Por conseguir fácilmente algunos Dolis más, unos presuntos Zetas adulteraron un producto y lo vendieron muy barato, para que así lo comprasen muchos Comis. Entonces vino la catástrofe. Muchos niños, Trabs y Comis, murieron envenenados y otros muchos enfermaron. Este hecho hizo que casi todos en Consumerilandia comprendiesen que tenían razón los Comis cuando decían que era necesario unirse para estar informados y así poder defenderse mejor ante los engaños.

Poco tiempo antes de estos hechos, los que mandaban habían escrito el documento que debía inspirar la vida en Consumerilandia: se trataba de nuestra Constitución, que había sido aprobada en un referéndum por la mayoría de los ciudadanos del país. Dentro de esta Carta Magna, había un artículo importante para los Comis, el 51, en él se hacía constitucional la defensa de sus intereses.

Sin embargo, para que este artículo se pudiera utilizar, era necesario que los Dires aprobasen una ley que dijese cómo y de qué manera iba a hacerse realidad. Pasaron seis años y los Comis empezaban a pensar que los que mandaban se habían olvidado de su ley

o no querían hacerla. Por eso, cuando por fin se puso en el papel, en Consumerilandia hubo un gran revuelo entre los Comis. Por fin teníamos nuestra ley, esto había que festejarlo. Así se hizo.

El Rey de Consumerilandia publicó esta ley en el libro que se publican todas las leyes —el “BOE”— y decía: «A todos los que la presente vieren y entendieren. Sabed: Que las Cortes Generales han aprobado y Yo vengo en sancionar la siguiente ley...» y fue enumerando uno por uno todos y cada uno de los capítulos y artículos en los que se recogen los derechos que desde ese momento íbamos a tener los Comis en este país y cómo se evitarían, en lo sucesivo, los fraudes y los engaños. Al final del escrito decía el Rey: «Mando a todos los habitantes de Consumerilandia, ciudadanos particulares y autoridades Dires, que guarden y hagan guardar esta ley». El Rey y el Presidente del Gobierno de Consumerilandia firmaban el documento.

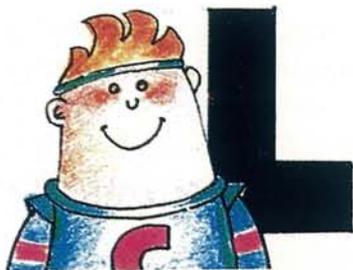
Cuando Juan terminó de contarme esta historia, no estaba muy convencido de la verdadera importancia que para los habitantes de su país tenía esta ley escrita en un papel, hasta que mi amigo me contó las cosas que estaban consiguiendo los Comis con ella. De todo lo que me contó, hubo algo que me impresionó sobremanera.

—Lo más importante de esta ley —dijo Juan— es que ya no es de papel, sino que se ha hecho persona y forma parte de la vida de cada día en el país. Esta ley es realmente nuestra defensora y amiga.

En un principio no podía creer cómo una ley podía hacerse presente. Mi amigo Juan me lo explicó:

—Hasta ahora, muchas veces los Comis estábamos indefensos, y gracias a esta ley se están solucionando muchos de nuestros problemas.

Yo le pedí que me explicase, paso a paso, todo lo que decía esa ley tan importante para ellos.



os comis y sus derechos

Mi amigo Juan había conseguido intrigarme; por eso puse un gran interés cuando empezó explicándome que la ley de los Comis está escrita para defenderles, hacer fácil y posible que éstos se unan en Asociaciones para que puedan formarse, informarse y defenderse ellos mismos, y garantizar así sus derechos. La ley habla también de cuáles son los derechos de los Comis, cuáles son las obligaciones de los Zetas y de los Dires, para que en lo sucesivo en sus leyes y actuaciones lo tengan muy en cuenta.

—En el Capítulo 1, lo más importante son dos cosas —dijo mi amigo Juan muy satisfecho—: la ley aclara quiénes son Comis y qué derechos tienen.

—Pero, ¿por qué tiene que decir la ley quiénes son los Comis? ¿Es que no se sabe claramente quiénes son? Los Comis son los que compran, está bien sencillo.

—A veces no lo está tanto. Hay personas que compran productos y no pueden ser considerados Comis sino Zetas, porque ellos no los compran para consumirlos, sino para fabricar otros productos que después a su vez venden.

—Entonces, ¿sólo son Comis los que compran productos para consumirlos ellos directamente? —pregunté satisfecha, pues empezaba a comprender lo que Juan me explicaba.

—Efectivamente, pero no sólo los que compran y consumen un producto. Según esta ley, son Comis los que adquieren, utilizan o disfrutan bienes, productos, servicios o funciones de cualquier naturaleza. Porque, no sólo consumimos alimentos, también usamos o consumimos libros, parques, juguetes, la escuela, el autobús, la bicicleta, la naturaleza, etcétera.

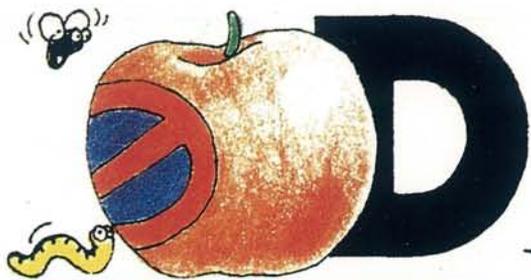
Mi amigo siguió hablando sobre los derechos de los Comis. Yo comprendí perfectamente lo que me contaba. Descubrí que según esta ley los Comis tienen varios derechos: a ser

protegidos contra los riesgos que pueden afectar su salud y su seguridad; a ser protegidos sus legítimos intereses económicos; a obtener una reparación por daños y perjuicios; a una correcta información sobre los diferentes bienes, productos y servicios que hay en el mercado; a ser educados y formados en este sentido; a participar y ser consultados en todos aquellos temas que puedan interesarle, a través de sus Asociaciones; y a ser protegidos cuando se encuentren indefensos.

Todo era tan nuevo para mí, que seguía teniendo muchas dudas. Me parecían palabras muy bonitas, pero no acertaba a entender aún cómo se estaban haciendo realidad.

—Y ¿cómo se están cumpliendo o se pueden cumplir estos derechos? —le pregunté a mi amigo.

—Tranquila, yo te explicaré todo lo que quieras saber, cada cosa a su tiempo. Antes tienes que conocer lo que está escrito en la ley para cada uno de los derechos reconocidos a los Comis.



Defender la salud

El primer derecho del que mi amigo me había hablado, era lógicamente el relacionado con la protección de la salud. Pensando en este tema y utilizando mi poder mágico, me imaginé esta ley como un escudo protector para los Comis, cómo una pócima o bebedizo secreto que al tomarlo les deja inmunizados contra cualquier riesgo de enfermedad; también imaginé un valiente guerrero, que a lomos de su blanco caballo, libraba duras batallas, para evitar a los Comis todo tipo de mal. Estaba deseando conocer el misterio, por eso rápidamente pregunté a mi amigo:

—¿Cómo protege esta ley la salud y la seguridad física de los Comis?

—Es una buena pregunta, Marta, porque es precisamente de este tema de lo que habla el Capítulo 11 de la ley.

—Eso ya lo sabía.

—¿Por qué?

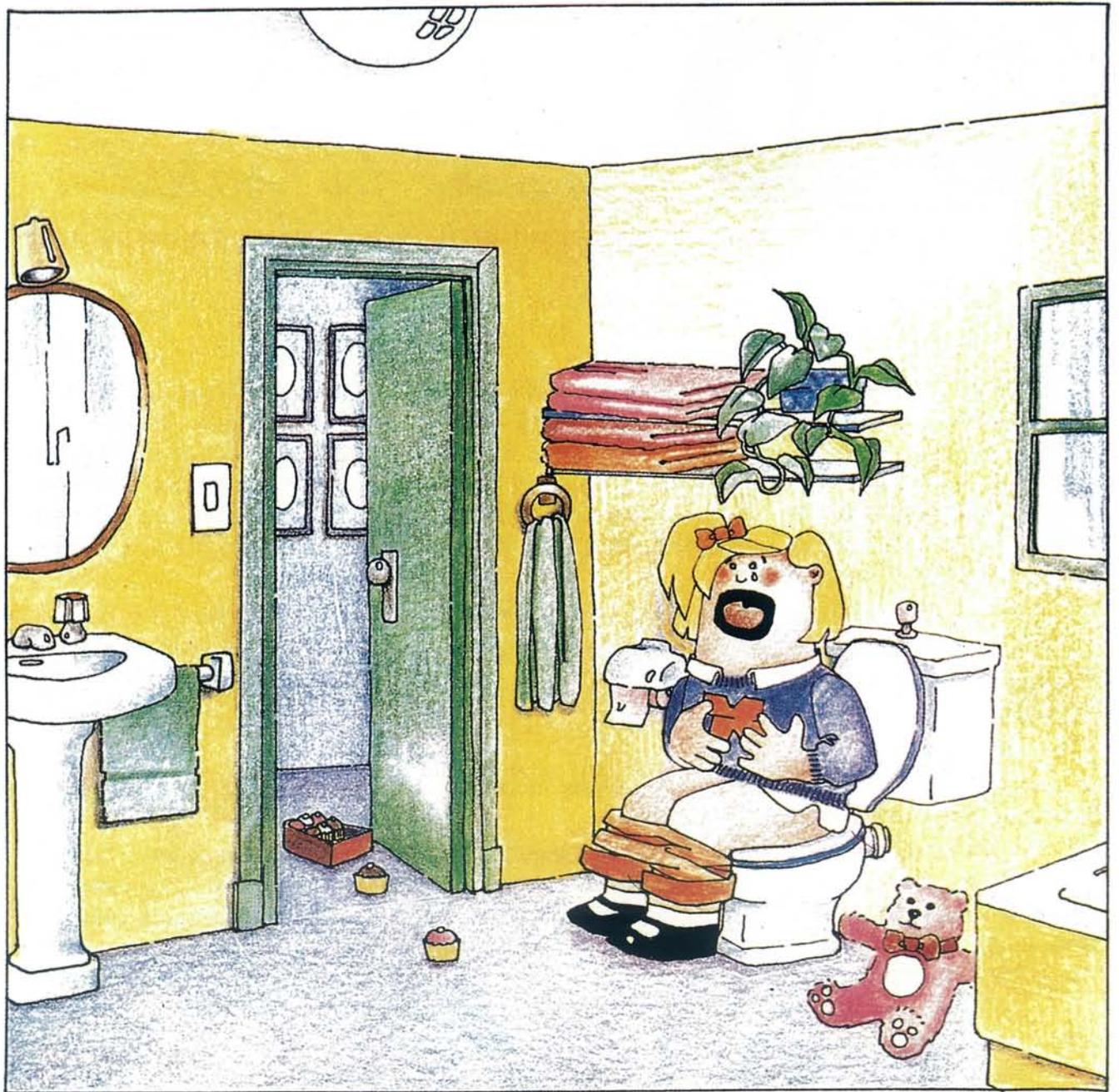
—Ya sabes, fue lo primero que me dijiste al hablarme de los derechos de los Comis... Pero empieza a contármelo de una vez.

—Pues mira, en primer lugar, la ley dice que los productos, actividades y servicios que se oferten en el mercado no deben entrañar riesgo alguno al ser utilizados correctamente, pero que sí pueden causar algún tipo de problema al ser utilizados de una forma prevista, aunque no sea la usual; esto debe figurar explicado en su etiqueta.

—No comprendo nada.

—Sí, mira, por ejemplo, los productos de limpieza que contengan sustancias tóxicas, debe quedar muy claro en su etiqueta, para evitar que alguien lo beba y pueda enfermar.

—Eso es una tontería, Juan. Nadie se bebe los productos de limpieza.



—Los niños muy pequeños a veces pueden hacerlo si estos productos están a su alcance, tienen atractivas etiquetas y no se advierte a los padres del peligro. Yo conozco un caso de envenenamiento por este motivo.

Mi amigo Juan conocía muy bien todas estas cosas, y de forma entretenida me informó de muchos datos más sobre este derecho. Así descubrí que las condiciones de elaboración, fabricación, etiquetado, almacenamiento, comercialización y venta de un producto están, según este capítulo, perfectamente estudiadas y reguladas, de forma que pueda así evitarse cualquier tipo de riesgos para la salud y seguridad de los Comis. Se regula, por ejemplo, el manejo de sustancias tóxicas, y sólo se podrán utilizar aquellos aditivos que estén autorizados. Se prohíbe la venta a domicilio de alimentos y aquellos productos envasados que no tengan registro sanitario. Se prohíbe la utilización, en la construcción de viviendas y locales públicos, de materiales que puedan suponer algún tipo de peligro. Y muchas cosas más.

—¿Cómo se va a controlar que todo esto se cumpla por los Zetas? —pregunté.

—Dentro de este capítulo se dice —contestó mi amigo— que los que mandan, y las Asociaciones de Comis, deberán realizar campañas para controlar la calidad de los bienes, productos y servicios, sobre todo de aquellos que más se consumen, hayan producido más problemas de salud a los Comis o tengan más reclamaciones. También sobre aquellos que se está investigando o puedan ser más fácilmente adulterados para engañar a los Comis o sean objeto de fraudes, se realizarán campañas informativas.

En resumen, de las explicaciones de Juan me habían quedado algunas cosas claras: las normas regulan en qué condiciones pueden venderse los productos para evitar riesgos para la salud y seguridad de los Comis y, además, que a través de campañas se controlará el cumplimiento de estas normas.

—Oye, Juan, ¿esto da resultado en Consumerilandia?

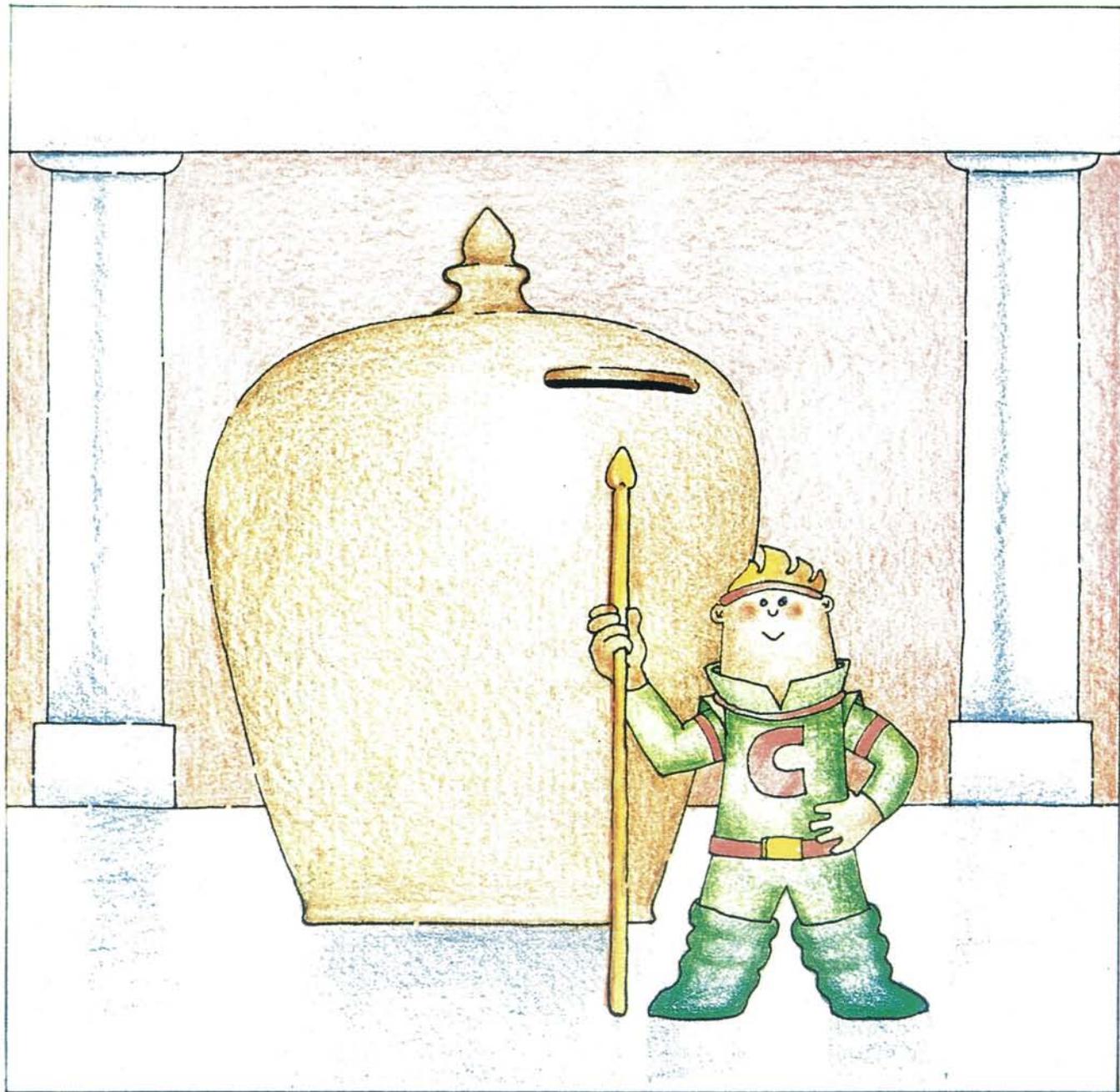
—Esto da resultado porque los consumidores nos estamos preocupando de conocer muy bien nuestros derechos y deberes, para así poder exigir su cumplimiento cuando se olvida.

—Entonces, vosotros hacéis posible que la ley se cumpla —afirmé muy convencida.

—Naturalmente, la ley es sólo un instrumento a nuestro favor, pero si nosotros no colaboramos no sirve para nada. Si tú tienes un bolígrafo, con él puedes escribir, pero si dejas el bolígrafo sobre la mesa solo, no te sirve para nada, porque él no puede escribir sin tu ayuda.

Juan tenía razón, las cosas tienen la vida que nosotros le damos.

Tal vez con las leyes pase lo mismo.





P

roteger los dolis

Todo lo que mi amigo Juan me contaba era muy importante para él, y también empezaba a serlo para mí, por eso ponía tanto interés al escuchar sus relatos. Pero a pesar de mis esfuerzos por entenderle, seguía teniendo un montón de dudas, que a veces suplía con mi imaginación, pero en otras ocasiones no podía adivinar la respuesta. ¿Cómo podía una ley proteger los intereses económicos de los Comis?

Era esa ley, tal vez, un banco o caja fuerte para guardar el dinero, para que nadie pueda quitar los Dolis a sus poseedores... Mi amigo me dio toda clase de razones.

—La oferta, promoción y publicidad de los productos puede a veces ser engañosa —comenzó diciendo Juan—. Los Comis gastamos nuestro dinero en algo que luego resulta ser un fraude. Recuerdo un año por Navidad, en la Tele anunciaron un fabuloso dragón-mágico, que era capaz de remover montañas y vencer a los más increíbles monstruos. Ese año muchos chavalés pedimos a los Reyes el fabuloso regalo. La desilusión fue grande: el dragón-mágico era un artefacto de cartón, que además no se movía, se rompía rápidamente y costa además muchos Dolis.

—Pero eso es una tontería, ¿no? Gastarse tanto dinero en algo que no sirve para nada. ¿No sería mejor que los chavales hubiéseis fabricado vuestro propio dragón de cartón?

—Tienes razón, Mar, pero es que además hay otro tema importante: cuando se hace una publicidad falsa, los Comis nos gastamos nuestros Dolis en un producto que al final resulta ser un engaño.

—Y ¿esto va a evitarlo la ley?

—Esto y muchas otras cosas más —contestó rápidamente Juan.

Mi amigo me habló de unos contratos que firman los Comis para el suministro de

energía, gas, teléfono, etc., y me dijo que, en adelante, en estos contratos no podrá haber cláusulas abusivas, es decir, que no se podrá obligar a firmar condiciones injustas para los Comis y que, además, aunque se firmen, serán declaradas nulas y como si no existiesen, Cuando un Comi adquiere un producto, éste deberá tener una garantía de que no se va a romper al día siguiente, y si resultase defectuoso, le darán otro nuevo sin pagar Dolis de más, o le devolverán los que pagó por él. También tendrán derecho los Comis a un servicio técnico que le arregle las posibles averías que surjan después de la compra en los bienes duraderos.

Juan seguía hablando y hablando; algunas cosas no lograba entenderlas del todo, pero me daba perfecta cuenta de su importancia y comencé a pensar que en Consumerilandia habían cambiado mucho las cosas para los Comis. Pero... ¿todos estaban enterados? Si no era así, ¿quién les iba a informar?



os comis se informan

Abro los ojos un instante, para interrumpir aquí nuestro viaje a Consumerilandia, porque la pelma de mi inventora quiere que te recuerde, para que estés bien informado, que tu «profe» tiene un ejemplar completo con lo que dice textualmente la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, y que además conoce divertidos juegos sobre todos los derechos de los consumidores. Una vez cumplida esta misión, cierro de nuevo los ojos para regresar a Consumerilandia. Acompáñame.

Juan está buscándome.

—¿Dónde te habías metido? Desapareciste de pronto sin despedirte.

Juan aún no conocía mi secreto; él no sabía que yo era capaz de volar con la imaginación a cualquier lugar; le informaría en otro momento, e incluso estaba pensando invitarle a viajar conmigo para mostrarle nuestro país.

—¿Es que no vas a contestarme? —preguntó Juan un poco serio.

—Perdona, estaba distraída, pero cuéntame más cosas.

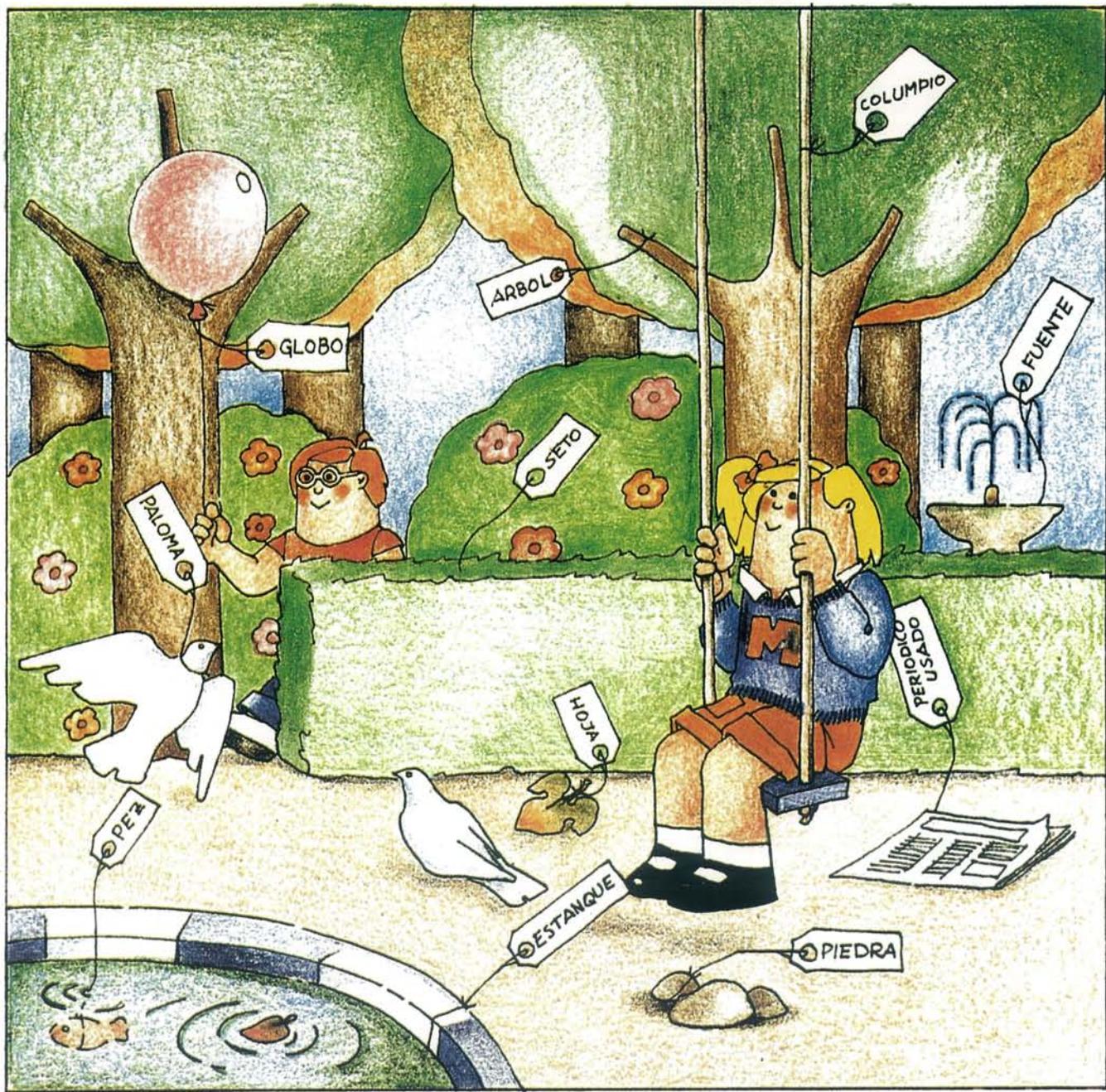
—¿No te estoy aburriendo?

—En serio que no, cuéntame algo sobre el derecho a la información.

—En el Capítulo IV de la ley, se recoge el derecho a la información que tenemos los Comis.

La chiflada de mi inventora había estado a punto de conseguir que Juan se enfadase. A veces no puede olvidar que es una persona mayor y le gusta molestar para imponer su voluntad.

Mi amigo empezó a contarme que los propios productos están obligados a llevar en su etiqueta toda la información que sea de interés para el comprador (esto está muy bien



regulado en otra ley, me informó Juan); también se regula la presentación y publicidad de estos productos. Si se trata de una casa, el Zeta-constructor tendrá que entregar al Comi-comprador un plano con todos los datos necesarios sobre la vivienda.

—¿Cómo? ¿Me estás diciendo que son los propios Zetas los encargados de informar a los Comis?

—Sí, así es, y están obligados además a dar una información veraz, eficaz y suficiente sobre sus productos. Nadie conoce mejor un producto que la persona que lo ha inventado, por eso tiene la obligación de informar a los demás. También los Dires deben informar a los Comis; por eso en muchos pueblos de Consumerilandia hay oficinas y servicios de información; en ellas se puede recibir la información necesaria y se pueden presentar quejas y reclamaciones; en ellas los Zetas y los Comis discuten sus diferencias en caso de conflicto para llegar a un acuerdo. Las Asociaciones creadas por nosotros, también informan al Comi que lo necesite. Así, como podrás ver, tenemos distintos lugares y medios de información, porque además también los medios de comunicación social, prensa, radio y televisión informan sobre consumo. Los de titularidad pública están obligados a dedicar programas y espacios a estos temas y las Asociaciones de Comis podemos tener nuestros propios programas.

—¿Tú has salido alguna vez por la tele?

—Sí, en varias ocasiones, porque yo pertenezco a una Asociación de Comis, y nosotros tenemos un programa de televisión; a veces voy con mis compañeros para informar de todas estas cosas que te estoy contando a ti.

A mí, en el fondo, también me gustaría salir en un programa de televisión, pero la antipática de mi inventora me ha creado de papel, no soy uno de esos dibujos animados que tanto te gustan. ¿Verdad, amigo? Aunque, oye, dime: ¿te parezco un poco simpático al menos?





Visita a la Escuela

Alguno de vosotros habrá pensado que soy un personaje de papel un poco mal educado, porque trato a batacazos a mi inventora, pero no es así, ella sabe que en el fondo, muy en el fondo, le tengo un gran cariño. Ella es una «profe» que no castiga a sus alumnos, habla con ellos y se ríe. ¡Ah!, además me he enterado que en su «cole» también trabaja sobre temas de consumo, como en el mío, es una copiona... En fin, vamos a dejarlo así, será mejor, no vuelva a fastidiarlo otra vez.

Cierra los ojos fuertemente para imaginarte la escuela de Consumerilandia, porque hasta aquí me ha traído mi amigo Juan, para que puedas ver cómo se ejerce el derecho a la educación y formación en materia de consumo que tienen los Comis en el país, según el Capítulo V de la ley que nos ocupa.

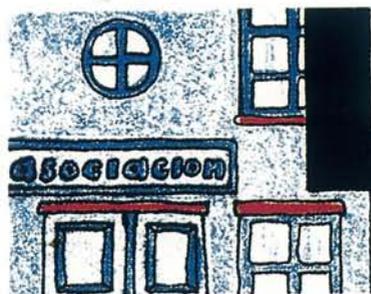
—¡Pero bueno, Juan! ¿No decías que íbamos a la escuela? Pero si esto es un supermercado.

—Tienes razón, pero es que hoy los chavales de esta clase están realizando sus trabajos en el supermercado; aquí aprenden a comprar con libertad y de forma racional; además analizan las etiquetas de los distintos productos, y así, jugando, aprenderán cuáles son sus derechos y las formas más adecuadas para ejercerlos. También desde la escuela se fomentará la prevención de riesgos y empezarán a valorar desde pequeños los recursos naturales que tenemos, para tener un consumo más racional.

Mi amigo Juan opinaba que todo aquello era maravilloso, ¡ya está bien de aprender cosas inútiles y que no sirven para nada!; aprender esto, sin embargo, es interesante y divertido. Yo así lo noté en las caras de los pequeños Comis que encontramos en el supermercado.

Juan me dijo que había algo más que debía conocer para que así el contenido del

capítulo quedase completo, y es que se había iniciado y potenciado, a raíz de esta ley, la formación en el consumo de los profesores, y en el sistema educativo se han incorporado todos estos contenidos. También se preocupan en Consumerlandia de formar continuamente a los que mandan y a los consumidores adultos, sobre todo a aquellas personas mayores que están encargadas de controlar, ordenar, inspeccionar, o informar, etc., en temas de consumo. Esto me pareció muy bien porque las personas mayores necesitan realmente mucha educación para aprender a tratar a los demás, sobre todo a aquellas que sólo saben gritar y que están siempre serias.



Las asociaciones de comis

Mi amigo Juan estaba convencido de todo lo que me contaba. Era uno de esos amigos que nunca te emborronan el cuaderno, ni te esconden la goma o la calculadora o te rompen el lapicero; Juan, muy por el contrario, estaba siempre dispuesto a ayudar, por eso tal vez le habían elegido sus compañeros como delegado de curso. Me contó que en una ocasión en que el Dire de su centro escolar consultó a todos los alumnos sobre el nuevo reglamento de régimen interno, fue, en representación de los compañeros de su clase, a defender en una reunión lo que todos habían decidido.

—Y ¿qué tenías que defender? —pregunté.

—Que se modificase un punto sobre expulsiones y castigos; a todos nos había parecido muy duro.

—Y ¿lo conseguiste?

—Sí, además estuvimos todos de acuerdo, incluido el director.

Yo pensé que ese director merecía un aplauso, era de esas personas mayores especiales, de esos que hablan y se ríen, por eso pregunté a Juan, para confirmarlo.

—¿Tu director grita y está siempre serio?

—No, ni mucho menos, es muy simpático y se puede hablar con él tranquilamente.

¿Ves?, estaba en lo cierto, no falla nunca, todas esas personas mayores que van por ahí gritando a los más pequeños y que están siempre serias, nunca podrán comprendernos, ni viajar con nosotros a estos mundos de ilusión, pero ellas se lo pierden. Lo peor de todo es que algunos niños están tristes por su culpa; me gustaría poder inventar algún producto que les convirtiese otra vez en niños por un momento. ¿Qué harían entonces? Seguro que dejarían de gritar y estar tan serias.



La voz de mi amigo Juan me sacó de esos pensamientos que a veces me entristecen, y es que a mí me gustaría que todo el mundo fuese feliz.

—¿Quieres conocer lo que dice el Capítulo VI de la ley?

—Sí, de acuerdo. ¿Por qué derecho vamos ya?

—Se trata del derecho a la representación, consulta y participación de los Comis. Como este derecho se ejerce a través de las Asociaciones, la ley aclara en primer lugar cómo deben estar constituidas y qué fines deben tener éstas, para obtener los beneficios de la ley. Las Asociaciones de Comis tienen que defender sus intereses, informar, formar y educar a éstos para poder recibir el apoyo económico de los que mandan, representar a los Comis y disfrutar de justicia gratuita, amén de otros beneficios.

—¿La justicia cuesta dinero?

—Claro, Mar, cuando hay algún problema tan grave que exige ir a los tribunales para que se haga justicia es necesario gastar muchos Dolis en pleitos, abogados, juicios, etc.; por eso, que para las Asociaciones de Comis el acceso a la justicia sea gratuita, es muy importante. Naturalmente, no se puede utilizar de cualquier manera este beneficio, porque de lo contrario se pierde.

Mi amigo me habló además de que también se consideraban Asociaciones de Comis las Cooperativas de Consumo que tengan entre sus fines la educación y formación de sus socios y dediquen una parte de sus Dolis a este fin.

—Y, si una Asociación, en lugar de informar, se dedica a hacer publicidad de los productos, ¿qué pasa? —pregunté con un tono inquisitivo.

—Pues que esa Asociación pierde todos los beneficios recogidos en la ley. Las Asociaciones de Comis no podrán recibir Dolis de los Zetas, ni realizar publicidad o dedicarse a otras actividades que no sean la defensa de los intereses de consumidores y usuarios, es decir, de los Comis.

Algo me había quedado muy claro: para que una Asociación tenga todos los beneficios de esta ley, y sea consultada a la hora de elaborar otras leyes, reglamentos, condiciones generales de contratación, etc., deberá estar decididamente al lado de los Comis, y no podrá coquetear con los Zetas, ni aceptar sus Dolis. Así se garantiza su total independencia de éstos.

También se dice en este capítulo que serán oídas las Agrupaciones de Zetas y que los que mandan fomentarán la colaboración de éstas y las Asociaciones de Comis.

Yo pensé, y así se lo dije a mi amigo, que esto último estaba bien porque los Zetas eran

como todas las personas mayores, los hay que gritan y están siempre serios; éstos a veces quieren fastidiar a los Comis, pero todos no son iguales. Además es mejor hablar siempre que sea posible. Os confieso un nuevo secreto: yo soy muy pacífica, aunque a veces parezca lo contrario.

También pensé en ese momento, que de todas maneras, cuando una persona hace daño a otra debe darle una reparación. ¿No estáis de acuerdo? Por ejemplo: En mi clase sucedió un pequeño percance hace unos días, Ana rompió un lapicero a Jorge, ¿qué crees tú que sería lo justo?... Efectivamente, en eso estamos de acuerdo. Ana se quedó con el lapicero roto y le dio a Jorge otro nuevo.

Pero no siempre ocurren así las cosas.



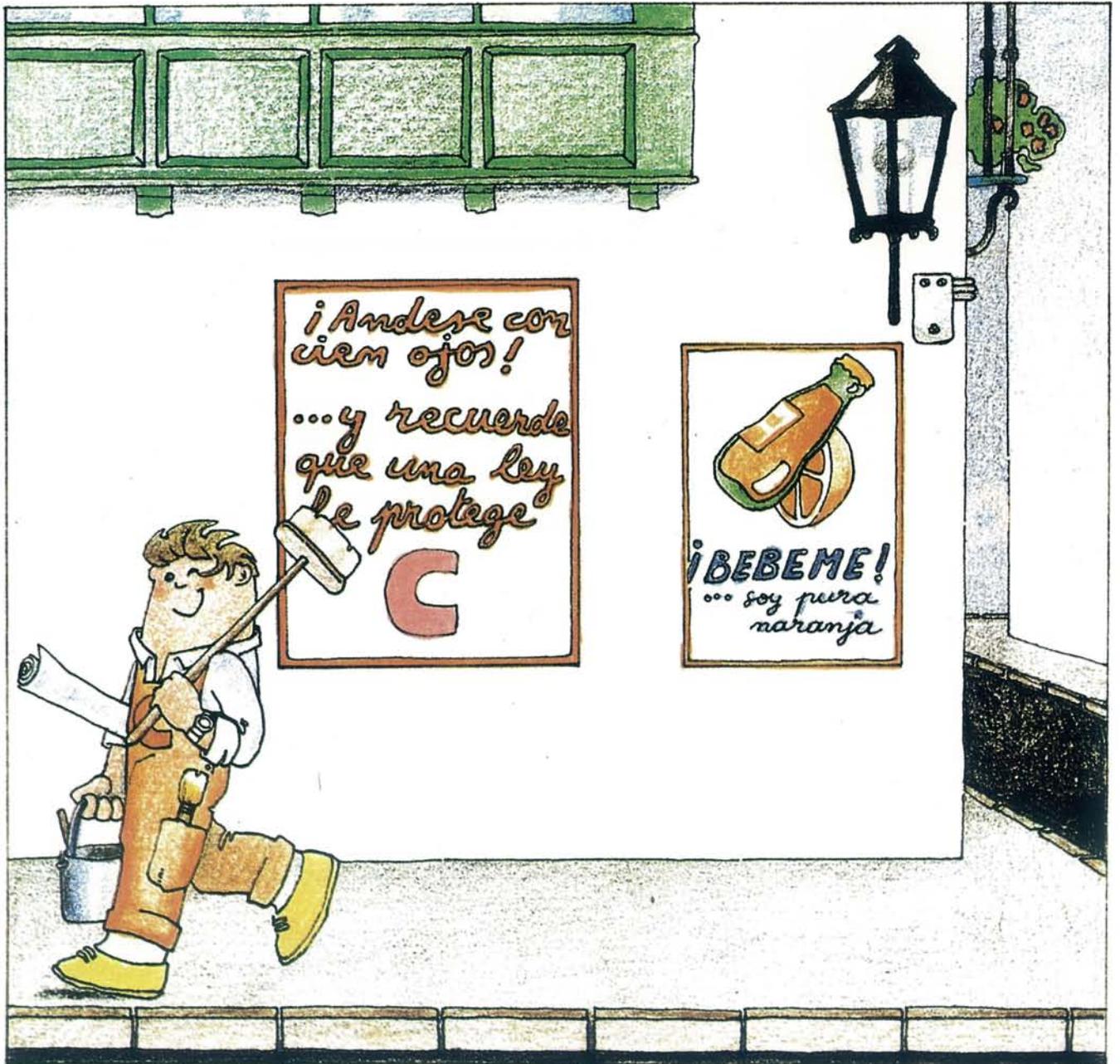
La ley no hace milagros

Me estaba dando la impresión de que en la ley que mi amigo me contaba se había pensado en casi todo. Sin embargo, los Comis en un principio estaban indefensos ante los Zetas, eso me había dicho Juan. ¿Había podido esta ley suplir de algún modo este hecho? ¿Evitaría esta ley que se volvieran a repetir problemas tan graves como el que sufrieron los Comis en Consumerilandia, no mucho tiempo antes? Todo ello me daba vueltas a la cabeza. Por eso busqué a mi amigo Juan, que estaba muy entretenido ayudando a cruzar a un ciego la carretera, y le expuse mis temores.

—Oye, Juan, ¿tiene esta ley resueltos todos los problemas?

—Mira, Mar, yo te estoy hablando de una ley, no de algo milagroso.

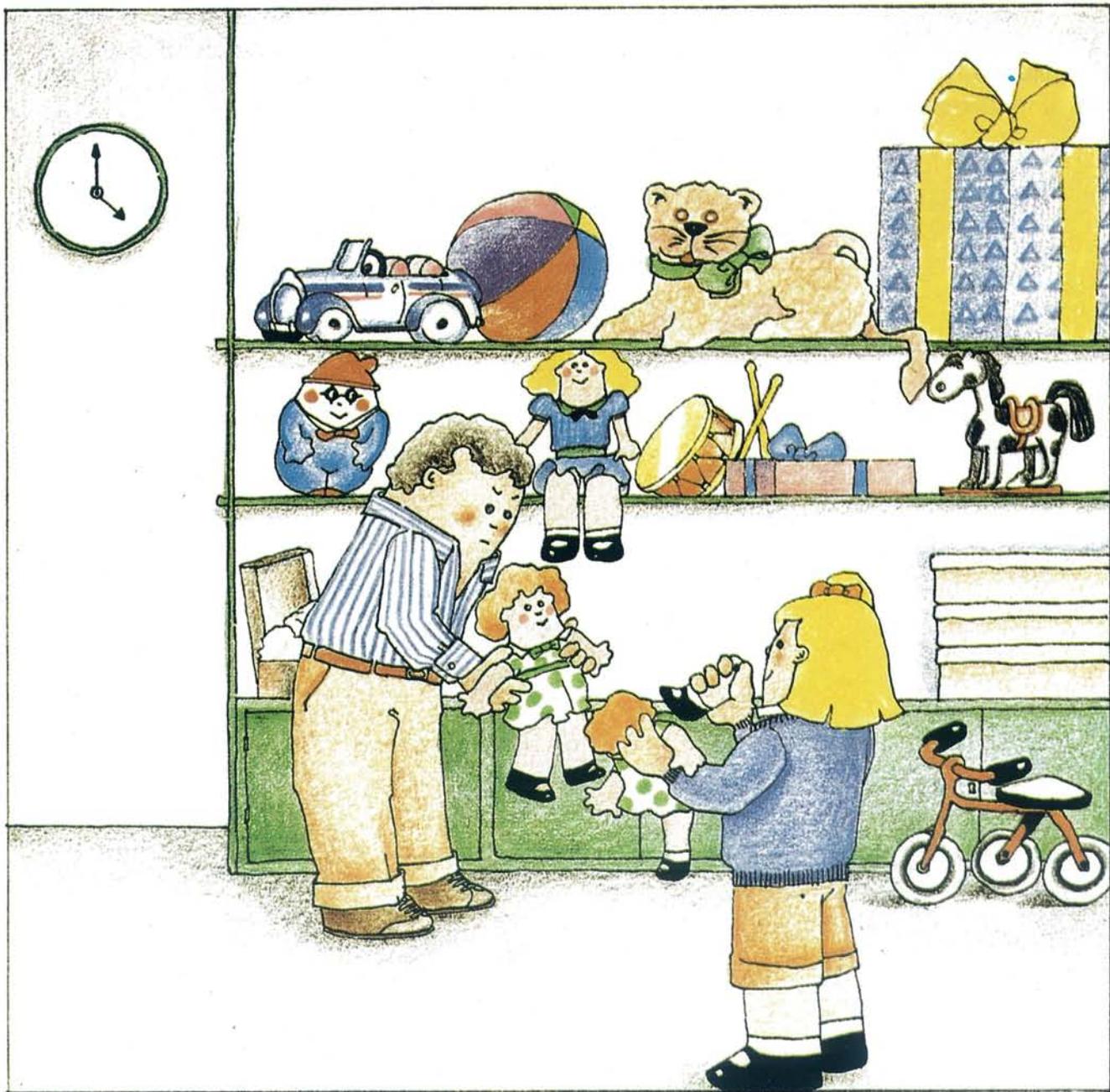
La Ley no tiene resueltos todos los problemas, y los Comis seguimos teniendo engaños, aunque ahora, como sabemos cuáles son, podemos evitarlos más que antes. La ley lo que hace es procurar disponer los recursos que los Dires han considerado necesarios para defender a los Comis. Por eso, en el Capítulo VII de esta ley, que habla de las situaciones de inferioridad, subordinación e indefensión, se dice que los que mandan deberán tomar todas las medidas que puedan servir para equilibrar la situación que existe y la que pueda producirse entre Comis y Zetas. Por eso los que mandan han abierto oficinas de información, de las que ya te he hablado un poco, y realizan campañas, análisis comparativos, estudios sobre las reclamaciones de los Comis, etc., porque quieren impedir, entre otras cosas, que los Zetas mareen a los Comis haciéndoles cumplir obligaciones, trámites o esperas innecesarias. Además, los resultados de estos estudios podrán ser hechos públicos para que todos conozcan cuáles son los Zetas que han actuado incorrectamente. También se dan premios a aquellos Zetas que se distinguen por el respeto, defensa y ayuda a los Comis.



¡Andese con
cien ojos!
...y recuerde
que una ley
le protege
C

¡BEBEME!
... soy pura
naranja

Mi amigo siguió comentándome algo más; cuando se produzca un fraude o engaño grave y generalizado a los Comis, los que mandan podrán formar una comisión especial, que garantice todos los derechos reconocidos en esta ley a los Comis, exija responsabilidades y publique resultados.





Las obligaciones de los zetas

Paseando por Consumerilandia, descubrimos a un niña muy pequeña llorando con su muñeca rota, estaba sentada junto a la puerta de una gran juguetería. Mi amigo Juan, dispuesto siempre a ayudar a todas aquellas personas que están en algún apuro, se acercó, cariñosamente a la niña.

—¿Qué te pasa? ¿Por qué lloras? —preguntó Juan.

La niña, un poco desconfiada al principio, nos miró con sus grandes ojos y contestó entre sollozos.

—Mamá me compró esta muñeca que hablaba hace una semana, el día de mi cumpleaños. Para que no se rompa sólo he jugado con ella un poquito, pero ya no habla, se ha roto. El señor de esta tienda no me la quiere arreglar y mamá se enfadará mucho conmigo y gritará si lo descubre.

Aquella niña tenía un verdadero problema; las personas mayores, siempre haciendo de las suyas, ellas son las culpables de lo que la pasa a esta niña. Porque, vamos a ver, las muñecas, ¿no son para jugar? Para contemplarlas únicamente sólo compran muñecas los mayores. Si una niña no puede jugar con su muñeca, ¿para qué la quiere?

Cuando quise darme cuenta, mi amigo Juan había consolado a la niña y se disponía a entrar en aquella tienda. Yo entré con ellos, no quería perderme el final de la historia.

Detrás de un largo mostrador, en aquella tienda de juguetes, un dependiente canturreaba y al vernos entrar murmuró:

—Otra vez la niña de la muñeca, ¡qué pesada!

Mi amigo Juan, sin hacer caso de sus palabras, que tenían un claro sonido a persona mayor de las que gritan y están siempre serias, se acercó a él y dijo:

—Buenos días, queremos que arregle la muñeca a esta niña o la dé otra nueva, ésta ya no habla.

—Lo siento, chaval, no puedo hacer nada —contestó el dependiente tratando que abandonásemos la tienda.

—Perdone usted —continuó mi amigo—, pero tal vez haya olvidado que según el Capítulo VIII de la ley de los Comis, que usted está obligado a cumplir, y que habla de garantías y responsabilidades de los Zetas, debe reparar el daño causado a esta niña, ella no tiene la culpa de que la muñeca se haya roto.

Pude darme perfectamente cuenta del cambio que experimentó el dependiente cuando mi amigo nombró la ley; fue como si hubiese apelado al mejor guerrero, al mejor abogado defensor, porque realmente obró milagros. El serio dependiente entró en el almacén y salió acompañado de otra persona mayor que sostenía en su mano una muñeca totalmente igual a la que agarraba la niña, sólo que ésta hablaba, no estaba rota.

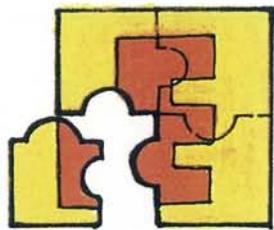
—Mira, niña, aquí tienes otra muñeca nueva igual a la tuya, ¿hacemos el cambio?

La niña salió de la tienda feliz y contenta con su muñeca. Yo le pregunté a Juan.

—¿Qué habrías hecho de no haber dado resultado?

—Habría animado a la niña a seguir con su reclamación, porque precisamente en el Capítulo VIII se aclara quiénes son los responsables en cada caso de fraude, o cuando sufre un daño el consumidor. Por otra parte, funciona lo que llamamos sistema arbitral en las oficinas de información. El árbitro es un representante de los Dires y los acuerdos que se tomen hay que cumplirlos. Por este sistema, en caso de duda se puede aclarar quién tiene razón, si los Zetas o los Comis. Pero como este sistema es voluntario, a veces una de las partes no quiere utilizarlo; por eso están previstas una serie de multas y sanciones, y también para aquellos casos de fraudes evidentes. En caso de gravedad se podrán imponer multas de hasta 500 millones de Dolis. En último término también están los tribunales de justicia.

Mi amigo Juan conocía perfectamente todos y cada uno de los recursos de la ley, y además los utilizaba siempre que era necesario. Yo había sido testigo.



El puzzle se completa

Llegados a este punto, me alejé un poco de Juan para deambular por las calles de Consumerilandia, en las que, junto a los anuncios de casas comerciales, había también anuncios dirigidos a informar a los Comis de sus derechos firmados por los Dires y por las Asociaciones de Comis.

Estaba reflexionando sobre los datos que hasta ahora me proporcionaba Juan, cuando pensé que algo no encajaba, había algo que faltaba, algo que me rondaba el pensamiento sin que pudiera descubrir de qué se trataba. Utilicé mis poderes de concentración, pero nada, la mente se me había quedado en blanco y no conseguía acordarme de esa pregunta clave que desenredase este lío mental. Pensé incluso pedir ayuda a mi loca inventora, pero para una vez que la necesitaba no estaba, había emprendido un viaje a otro planeta; ya sabes lo que ocurre con algunas personas mayores, a veces no entienden nada, o te abandonan en medio de lo más importante, y mi inventora no es en este sentido ninguna excepción.

Estoy pensando que será mejor que tú me ayudes. Me refiero a ti, que en estos momentos estás leyendo esta historia, porque te confieso que no sé cómo sigue, no sé lo que falta.

—¿Tú que crees que le falta a este puzzle para que todas las piezas encajen?

Al hacer esta pregunta en voz alta, Juan, que estaba preparándose una exquisita merienda para festejarme, pensó que le preguntaba a él y contestó.

—Falta lo que dice el Capítulo IX de la ley, que habla de infracciones y sanciones. En este capítulo se enumeran los distintos tipos de infracciones o faltas que pueden existir cuando no se respetan los derechos de los Comis, y también se dice qué tipos de sanciones o multas se pondrán a los culpables, que pueden llegar incluso al cierre por un máximo de

GRAN OFERTA

"PASADOS DE FECHA"



cinco años del negocio, instalación o servicio del Zeta causante del mal. Claro está que no se puede multar de igual modo cuando compramos bombones y nos engañan en el peso, que si nos diesen bombones adulterados, con un riesgo grave de envenenamiento para los Comis.

Mi amigo me dio todo tipo de detalles sobre este capítulo, que él consideró necesario, aunque no le parecía el más importante. Me confesó que prefería que las cosas se arreglasen sin tener que poner multas a nadie. Y es que, ya lo sabes, ¿verdad?, mi amigo es una persona pacífica, igual que yo, a él le gusta hablar y reír. Pero claro, también me dijo que no había que olvidar que existen personas mayores que sólo saben gritar y estar serias, que no entienden nada y que a veces tienen muy malas intenciones; por eso mi amigo consideraba necesarias las multas. Yo estaba de acuerdo.





E l final del viaje

Estaba llegando al final de este viaje imaginario cuando mi amigo me contó que en su país, que como me había dicho al principio era una democracia, estaban repartidas las responsabilidades y competencias en los temas de consumo. Esto resultaba más eficaz a la hora de defender los derechos de los Comis.

A los Dires que mandan en todo el país les corresponde elaborar las leyes generales; apoyar con Dolis a las Asociaciones; apoyar a los que mandan en cada pueblo o región; sancionar y adoptar cuantas medidas sean necesarias para proteger y defender a los Comis.

A los que mandan en cada una de las regiones de Consumerilandia les corresponde desarrollar la protección y defensa de los Comis, de acuerdo con sus leyes.

A los Dires que mandan en cada pueblo o ciudad les corresponde promover y desarrollar la protección y defensa de los Comis, mediante la información y educación de éstos, para eso han creado las oficinas municipales de información; la realización de inspecciones; apoyar a las Asociaciones de Comis; adoptar medidas de urgencia en caso de necesidad y sancionar si es preciso.

—Y esto es todo —dijo mi amigo satisfecho—. Esta ley es muy importante, como te he dicho mil veces, para todos nosotros, y por eso su desarrollo con nuestra participación está resultando útil y eficaz.

Merendamos juntos y me despedí de él con un poco de pena, le había cogido mucho cariño. Le prometí que volvería de nuevo a visitarle.

Consumerilandia quedaba a lo lejos cuando, entre sueños aún, escuché a mamá que empezaba a impacientarse conmigo, oía a lo lejos una voz recordándome que era hora de ir

al colegio, tuve que regresar de inmediato, dejando a mi amigo con las últimas palabras de despedida en los labios.

Salté de un brinco de la cama y recordé que en clase teníamos una fiesta, hoy íbamos a celebrar que por fin los españoles teníamos nuestra Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

Cuando llegué a la escuela, el «profe» nos empezó a contar cuál es el contenido de esa ley. De pronto, reconocí en su expresión y en sus palabras a mi amigo Juan de Consumerilandia. El «profe» me guiñó un ojo con una sonrisa cómplice y yo empecé a comprender. En realidad y gracias a esta nueva ley que hoy festejábamos, en mi país, en nuestro país, empezaría a ser Consumerilandia. Yo estaba satisfecha. Todo lo que había imaginado comenzaba a ser realidad.



Viaje de Marta a Consumerilandia

(o la Ley del Consumidor
entra en la escuela)

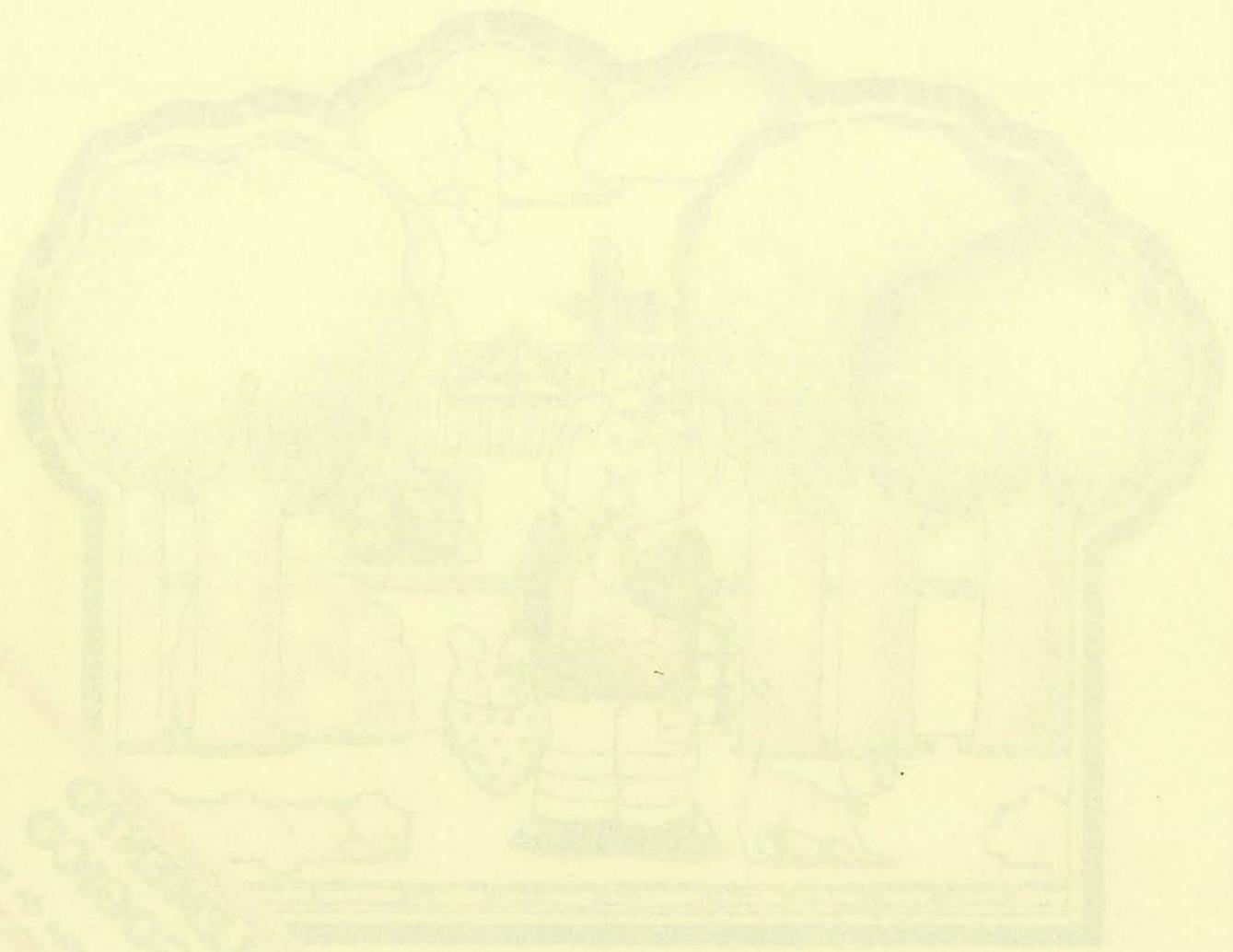


MINISTERIO DE SANIDAD Y CONSUMO
Instituto Nacional del Consumo





**SUPLEMENTO
PEDAGOGICO**
Los Juguetes: Propuestas de trabajos



**Este Libro está Realizado
con papel ecológico, no contamina.**

SUPLEMENTO PEDAGOGICO

Los Juguetes: Propuestas de trabajos



INDICE

	Páginas
Presentación	7
Algunas propuestas de trabajo	9
Bloque 1: Proyecto sobre un centro de interés: «Juegos y juguetes»	11
Bloque 2: Un taller de juguetes	15
Bloque 3: Situaciones para desarrollar, mimar, representar o expresar por medio de comics, cuentos, dibujos, poesías, etcétera	16
Cuentos ciegos	18, 19
Bibliografía especialmente recomendada	20
Revistas especializadas de consumo	21
Algunas fechas y datos de interés	22
Constitución Española de 1978 (artículo 51)	24
Ley General para la Defensa de los Consumido- res y Usuarios	25

PRESENTACION

«El viaje de Marta a Consumerilandia» pretende ser una primera aproximación de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios al mundo infantil y juvenil y la carta de presentación que va por delante de un proyecto más importante y ambicioso que viene a coincidir con el subtítulo del cuento («La Ley del Consumidor entra en la escuela»).

El cuento no tiene grandes pretensiones, pero se ha cuidado hasta el más mínimo detalle que pueda contribuir a hacer ameno y divertido un tema que inevitablemente ha de tener partes arduas, para recoger todos los capítulos de la mencionada ley, y a despertar la capacidad de imaginación, reflexión, análisis y participación, elementos necesarios en la formación de un consumidor consciente, crítico, solidario, libre e informado.

A partir de la lectura de «El viaje de Marta a Consumerilandia» se puede iniciar un debate en la clase sobre aspectos generales, concretos o puntuales de la ley; pero también debe sugerir su lectura la posibilidad de trabajar algún tema relacionado con el consumo a través del cual se puedan analizar los derechos del consumidor, reconocidos en el capítulo primero de la Ley del Consumidor, de forma más práctica.

Partiremos de la idea, a nuestro entender más acertada, de no convertir el consumo en una asignatura más, sino integrar su estudio como un centro de interés que se desarrolla de forma interdisciplinaria, utilizando para ello una metodología activa, lúdica y participativa, que haga posible la motivación permanente de los alumnos y del propio profesor-monitor.

Las salidas del aula para analizar la realidad exterior, así como la entrada en el centro de fenómenos que a veces consideramos extraños (visitas de expertos, materiales y utensilios cotidianos, etc.), imprimirá al trabajo una dinámica nueva y, al mismo tiempo, investigadora y abierta en todos los temas que se elijan.

Tanto alumnos como profesores, durante el desarrollo del proyecto que realicemos, vamos a aprender a un mismo tiempo, descubriendo, en mayor o menor medida, aspectos desconocidos, que alejen de la actividad cualquier sombra de monotonía y aburrimiento.

Para el desarrollo de esta actividad puede elegirse cualquier tema o problemática como centro de interés; el enfoque consumerista que seamos capaces de imprimir al trabajo elegido será la nota diferenciadora y, a la vez, novedosa de la programación.

La clase viva y dinámica, con actividades variadas, participativas y totalmente abiertas al medio se convertirá para sus protagonistas (profesores, alumnos, padres, etc.) en algo entroncado con la vida, creándose así las condiciones idóneas para el aprendizaje de los objetivos propuestos.

ALGUNAS PROPUESTAS DE TRABAJO

A modo orientativo y sin ánimo de ejemplificar excesivamente, he querido ofreceros algunas propuestas de trabajo, que nacen de la propia experiencia docente de la autora, así como del análisis de otras experiencias desarrolladas dentro y fuera del territorio nacional.

Estas propuestas de trabajo están agrupadas en tres bloques, en función principalmente del tiempo que se desee dedicar al tema. En cuanto al nivel que pueden ir dirigidas no se concreta nada porque parto de la idea de considerar que cualquier propuesta puede ser desarrollada en los distintos niveles o ciclos escolares, introduciendo las correspondientes adaptaciones y modificaciones o seleccionando partes concretas del proyecto.

No se trata de desarrollar íntegramente las propuestas de trabajo que más adelante se exponen, sino que éstas pueden servir de base para la programación del propio proyecto.

Todas las propuestas de trabajo giran en torno a un mismo centro de interés: «Los juegos y los juguetes»; así, de paso, podremos valorar las posibilidades que nos ofrece un solo tema, que no se agota aquí. Pensando un poco más, seguro que cada uno de nosotros encontraremos otros aspectos, igualmente importantes, a estudiar.

En estas propuestas se han enfocado fundamentalmente los relacionados con la formación del joven consumidor.

BLOQUES DE TRABAJO

Las propuestas se han agrupado, como ya se ha dicho, en lo que llamamos bloques de trabajo.

Bloque 1: El primer bloque de trabajo que se oferta es el guión del proyecto de un centro de interés sobre el tema, con descripción de objetivos, enumeración de aspectos que se pueden trabajar y propuesta de actividades varias, a través de las cuales se pretende conseguir los objetivos y posibilitan el conocimiento y utilización de la Ley del Consumidor.

Bloque 2: El segundo bloque consiste en la sugerencia de un taller de trabajo práctico sobre el tema, para ser relacionado en un tiempo y espacio concreto.

Bloque 3: El tercer bloque consiste en la enumeración de una serie de situaciones y actividades sueltas para mimar, representar o expresar por medio de comics, cuentos, dibujos, poesías, etc., que pueden intercalarse en cualquier tipo de proyecto o trabajo escolar y que de una forma más o menos directa ponen al alumno en contacto con el consumo, los derechos y deberes del consumidor y la necesidad de esta Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

Bloque 1

PROYECTO SOBRE UN CENTRO DE INTERES «JUEGOS Y JUGUETES»

1. Objetivos generales

- 1.1. Conocer mediante situaciones reales (que se presentan al trabajar en un proyecto concreto) los derechos y deberes del consumidor y las formas más adecuadas para ejercerlos.
- 1.2. Promover una mayor libertad y racionalidad en el consumo de bienes, productos, servicios, actividades y funciones, evitando el despilfarro.
- 1.3. Iniciarse en la prevención de riesgos que puedan derivarse de este consumo.
- 1.4. Iniciarse en la búsqueda, comprensión y utilización de la información concreta que se precisa para el desarrollo del proyecto.
- 1.5. Iniciarse en el conocimiento de la relación que existe entre elección, por parte del consumidor, de un determinado producto, recursos naturales, basuras, contaminación, etc., para tomar conciencia de su influencia en el medio ambiente y la ecología.
- 1.6. Posibilitar la formación de consumidores conscientes, críticos y solidarios.

2. Objetivos específicos

- 2.1. Conocer el proceso comercial de elaboración y comercialización de un determinado juguete, así como su destino final una vez desechado. Teniendo presente si es o no reciclable.
 - 2.2. Reconocer la influencia de la publicidad, a la hora de elegir un determinado juguete.
 - 2.3. Reconocer la relación existente entre los juegos y juguetes y los roles sociales (niño, niña).
 - 2.4. Saber realizar un análisis comparativo de etiquetas y presentación del juguete.
 - 2.5. Saber comparar precios y calidades de un mismo juguete de marcas distintas, o de un mismo juguete en distintas tiendas como dato previo a tener en cuenta antes de la compra.
-
-

-
-
- 2.6. Reconocer que para jugar no son imprescindibles los juguetes y descubrir los aspectos positivos de los juegos sin apenas material.
 - 2.7. Rescatar algunos juegos tradicionales olvidados.
 - 2.8. Conocer la posibilidad de construir los propios juguetes y fabricarlos prácticamente a través del reciclado de materias de desecho, o juguetes rotos.
 - 2.9. Saber identificar los materiales de que están contruidos los juguetes y conocer de qué recursos naturales proceden.
 - 2.10. Identificar los posibles riesgos que pueden ser causa de accidente en juegos y juguetes.

3. **Objetivos relacionados con los derechos del consumidor**

- 3.1. Iniciarse en el conocimiento de los posibles riesgos para la salud y seguridad física, que pueden entrañar algunos juegos o juguetes, como forma ideal para prevenir accidentes.
- 3.2. Iniciarse en el reconocimiento de la posible publicidad engañosa sobre juguetes, el análisis comparativo, la relación calidad-precio y los servicios de reparación de juguetes, cómo forma de aprender a defender sus intereses económicos.
- 3.3. Iniciarse en el conocimiento del derecho a la reparación de daños, en relación a juguetes defectuosos, que no responden a lo que dice la etiqueta, que se rompen demasiado pronto o que tienen defectos de fabricación.
- 3.4. Iniciarse en el análisis de toda la información que le llega sobre el juego y el juguete a través de la etiqueta del producto, libros, folletos, oficinas de información al consumidor, medios de comunicación, etc.
- 3.5. Iniciarse en el conocimiento de las asociaciones de consumidores, su funcionamiento, y descubrir en qué medida se les consulta o si tienen alguna representación en la elaboración de normas sobre juguetes, selección de anuncios para TV., etc.
- 3.6. Iniciarse en el conocimiento de las oficinas municipales de información al consumidor y de los distintos organismos oficiales relacionados con el tema.

4. **Técnicas metodológicas**

- 4.1. Seguir la pista.
- 4.2. Una fábrica en la escuela.

5. **Guión del proyecto**

La primera técnica metodológica elegida para el desarrollo del proyecto «Juegos y juguetes» es la de seguir la pista; consiste en analizar un producto desde la fabricación hasta el consumo.

- 5.1. Elección por parte de los alumnos del juguete concreto que se quiere estudiar.

-
-
- 5.2. Estudio de la fabricación comercial; tanto en una fábrica de proceso mecanizado que produce el juguete en serie, así como en un taller de artesanía. Para lo cual, la primera actividad a desarrollar es la búsqueda de información y localización de las distintas fábricas y talleres que existen en España y en la zona más cercana a la escuela, y elegir dentro de ellas aquella que fabrica el juguete elegido. Una vez localizadas prepararemos y realizaremos las visitas con los siguientes objetivos:
- 5.2.1. Observar el proceso de fabricación.
 - 5.2.2. Recogida de datos sobre costes de producción, personal, inversiones publicitarias y otros datos que consideremos de interés.
 - 5.2.3. Conocer los materiales que utilizan en la fabricación y el método de distribución y transporte de la mercancía. Asimismo observaremos si la fábrica visitada contamina o no y qué hace con los productos de desecho.
- 5.3. Estudio de mercado
- 5.3.1. Recogida de datos sobre las distintas tiendas del pueblo, barrio o zona que se desee analizar.
 - 5.3.2. Localización de las tiendas que venden el juguete elegido y recogida de datos.
 - 5.3.3. Análisis comparativo de precios en las distintas tiendas, y de las distintas marcas comerciales que fabrican el producto elegido.
 - 5.3.4. Análisis comparativo de etiquetas.
 - 5.3.5. Análisis sobre la seguridad de los juguetes en cuanto a posibles riesgos. Análisis detenido del elegido.
 - 5.3.6. Elección de la marca que tiene una mejor relación seguridad-calidad-precio y de la tienda más barata.
- 5.4. Estudio sobre el consumo de juguetes
- 5.4.1. Análisis de la publicidad en prensa, radio, vallas publicitarias, TV, etc. Sobre los juguetes en general y sobre el que hemos elegido en particular. Estudiando.
 - Costes.
 - Contenido, slogan, etc.
 - Influencia en el consumidor.
 - 5.4.2. Encuesta sobre el consumo de juguetes a compañeros de otros cursos, a los padres, en la calle, a las personas que entran y salen de una juguetería, etc.
 - 5.4.3. Análisis de los propios juguetes de los alumnos:
 - Cuántos tienen.
 - Estado en que se encuentran.
 - Cuando juegan con ellos.
 - Hay algunos con los que nunca juegan.
 - Qué pueden hacer con esos juguetes con los que nunca juegan.
-
-

5.5. Otras formas de jugar

- 5.5.1. Jugar sin juguetes.
- 5.5.2. Lugares donde se puede jugar.
- 5.5.3. Lugares donde es peligroso jugar.
- 5.5.4. Las ludotecas: qué son, para qué sirven; instalemos una ludoteca en el colegio con los juguetes que ya no utilizamos y con otros juguetes fabricados por nosotros.
- 5.5.5. Realizar los propios juguetes.
- 5.5.6. Los juegos tradicionales típicos del lugar.
- 5.5.7. Evolución del juego y del juguete en los últimos tiempos.
- 5.5.8. Inventar nuevos juegos y nuevos juguetes.
- 5.5.9. Evitar el despilfarro. Destino final de los juguetes que llenan nuestro cuarto.

6. La segunda técnica metodológica elegida para el desarrollo del proyecto «Juegos y juguetes» es la de: **Una fábrica en la escuela, que, como su nombre indica, consiste en la fabricación de un producto en clase para después venderlo.**

Pasos a seguir en este caso:

- 6.1. Elección del producto que se quiere fabricar (puede ser el mismo analizado anteriormente).
- 6.2. Elección del tipo de fábrica que se desea montar. Sería interesante una cooperativa de consumidores.
- 6.3. Búsqueda de materiales para la fabricación, que pueden ser todos nuevos o productos de desecho. Es interesante fabricarlos reciclando materiales de desecho.
- 6.4. Cálculo del dinero necesario para materiales y herramientas. Una parte de este dinero puede aportarlo el colegio y el resto los miembros de la cooperativa (alumnos y profesores).
- 6.5. Fabricación del juguete elegido, teniendo en cuenta las normas de seguridad.
- 6.6. Etiquetado informativo, empaquetado y presentación.
- 6.7. Campaña de lanzamiento. Exposición de todos los juguetes fabricados.
- 6.8. Campaña publicitaria para animar a los compañeros a comprarlo.
- 6.9. Poner precio a los juguetes.
- 6.10. Instalación de un quiosco de venta.
- 6.11. Análisis comercial de:
 - 6.11.1. Costes de fabricación.
 - 6.11.2. Ingresos por la venta del producto.
 - 6.11.3. Balance. Beneficios o pérdidas.

UN TALLER DE JUGUETES

1. Objetivos del taller

- 1.1. Tomar conciencia de que para jugar no necesariamente hay que poseer un juguete.
- 1.2. Aprender a construir juegos y juguetes a través de materiales de desecho (cartones, plásticos, hueveras, etc.), y a reparar juguetes deteriorados o reciclarlos y convertirlos en otros distintos.
- 1.3. Inventar nuevos juegos y juguetes.
- 1.4. Descubrir que fabricar juguetes puede ser, en sí, un juego entretenido, divertido y útil.
- 1.5. Iniciar la construcción de una ludoteca en el centro escolar.

2. Guión del taller

- 2.1. Recopilación de materiales varios: cada niño puede traer de su casa aquellos juguetes viejos o que no utiliza. Acompañados de un adulto, se puede realizar una visita a las calles de la ciudad, y con guantes apropiados (para evitar problemas higiénicos o de cortaduras) se pueden descubrir en las repletas papeleras de los barrios residenciales y en los cubos de basura verdaderos tesoros que nos van a servir para la fabricación de nuestros artefactos. Hablando con algunas tiendas, supermercados o almacenes, nos guardarán cartones, cajas o productos que no les sirven y que a nosotros pueden sernos útiles.
- 2.2. Herramientas y utensilios para el taller, siempre teniendo presente evitar el despilfarro; se debe hacer una lista, lo más completa posible, de materiales y herramientas que necesitaremos para la fabricación de nuestros juguetes: pinturas (al agua para evitar problemas), pinceles, pegamento, sierra de marquetería, tijeras, etc.
- 2.3. Inventar los juguetes: aunque hay en las librerías gran cantidad de libros que nos dicen cómo podemos fabricar juegos y juguetes, es más interesante que los alumnos desarrollen su imaginación e inventen sus juguetes; también se pueden mezclar las dos cosas. El trabajo puede realizarse de forma individual o colectiva; cada grupo diseña el artefacto que quiere fabricar y pone manos a la obra, buscando entre los materiales de desecho aquellos que pueden serles útiles para su realización práctica.
- 2.4. Exposición de juegos, juguetes, artefactos o inventos.
- 2.5. Traslado a la ludoteca de las obras para ser utilizadas por los alumnos de todo el centro.

3. Algunas ideas para la fabricación de juguetes

- 3.1. Realizar inventos mecánicos o juguetes prácticos; es decir, que tengan un cometido concreto o sirvan para resolver un problema. Son los llamados inventos científicos.
- 3.2. Instrumentos musicales. Una banda de cartón, por ejemplo.

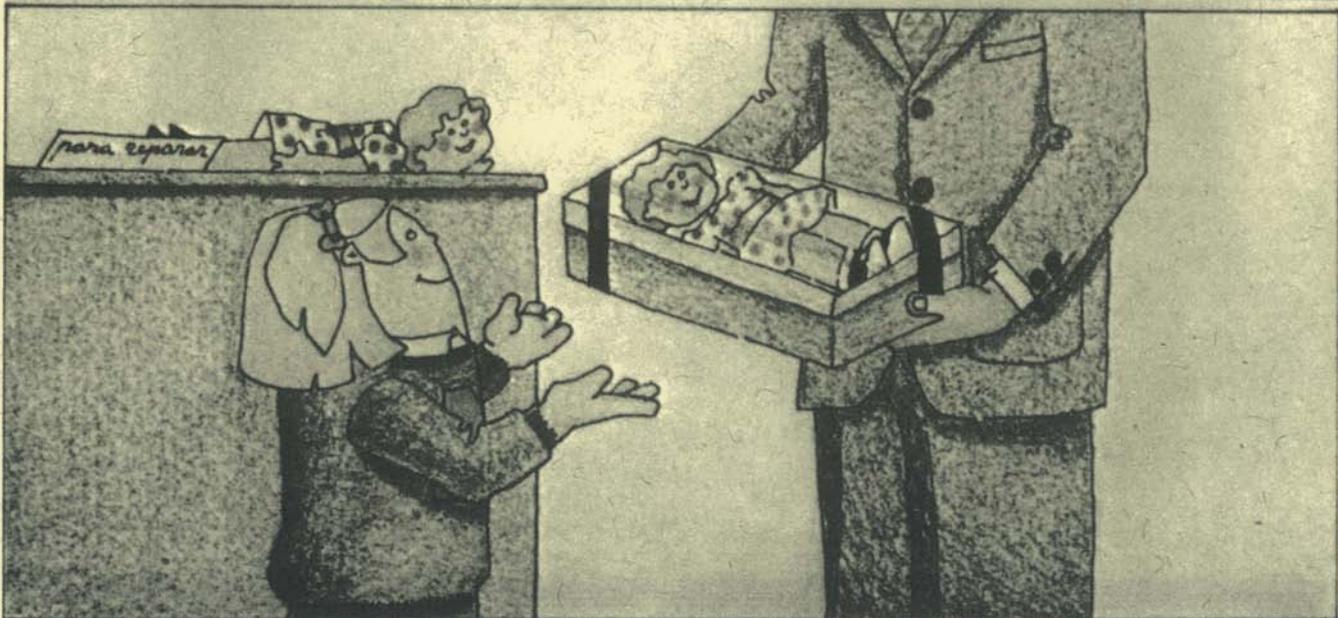
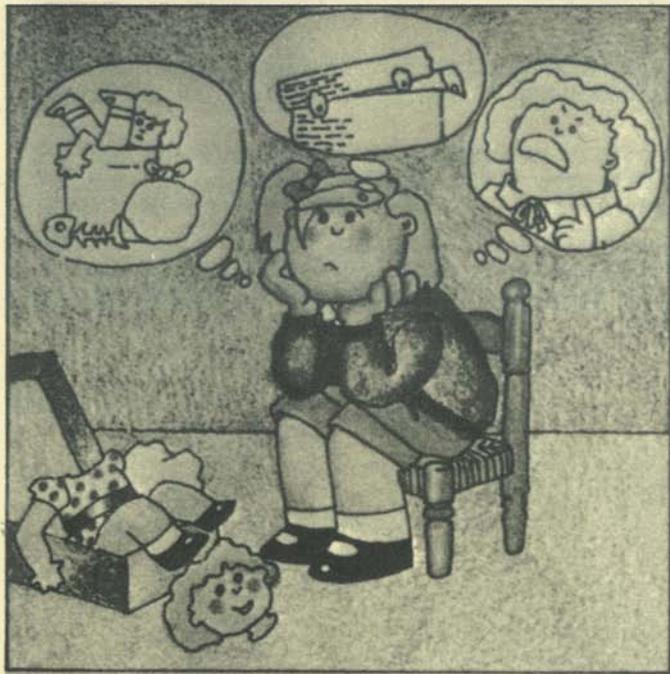
-
-
- 3.3. Disfraces, cabezudos, máscaras de papel de periódico o vendas de escayola, pelucas de lana o papel pintado, etcétera.
 - 3.4. Puzzles y rompecabezas gigantes, utilizando para ello cajas grandes de cartón.
 - 3.5. Muñecas de trapo, monstruos de cartón, trenes de madera. Un circo con cajas. Coches, camiones, autobuses y toda clase de vehículos de cartón, a los que se puede poner motor o cuerda, de algún viejo juguete, y todo un montón de ideas más que pueden surgir de los cartones, trapos, hueveras, plásticos, envases, etc., que estaban destinados a terminar en la basura.

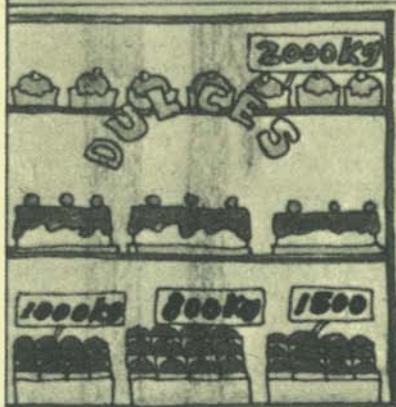
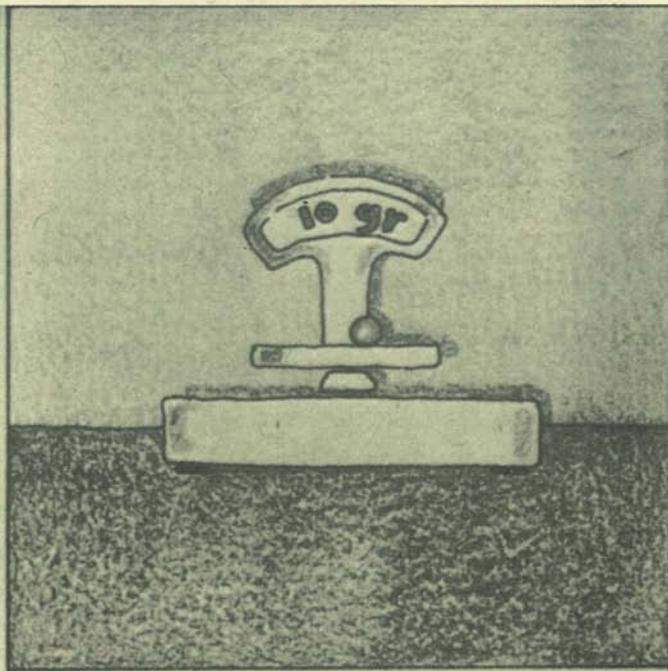
Bloque 3

SITUACIONES PARA DESARROLLAR, MIMAR, REPRESENTAR O EXPRESAR POR MEDIO DE COMICS, CUENTOS, DIBUJOS, POESIAS, ETC.

1. La historia de una muñeca abandonada en un basurero, que recuerda todas las cosas que le han pasado desde que la fabricaron hace dos años.
2. Un niño que va a una asociación de consumidores porque el juguete que compró para montar no tiene todas las piezas. Ya había ido a la tienda, pero no le han hecho caso.
3. A la muñeca de Marta se le ha desprendido un ojo que tiene de cristal, su hermana María lo encuentra en el suelo y creyendo que es un caramelo se lo traga. ¿Qué pasa? ¿Qué hace Pilón? ¿Es seguro ese juguete?
4. Un niño tiene un camión que le ha costado mucho dinero, él no tiene que hacer nada para jugar con su camión, porque lo sabe hacer todo. Otro niño, con cajas de cartón, ha fabricado su propio camión y está muy entretenido jugando. ¿Cómo imaginas una conversación entre estos dos niños?
5. Andrés ha pedido a su mamá que le compre un juguete precioso que ha visto anunciar por la TV. Cuando su mamá compra su juguete a Andrés, éste no quiere jugar con él, porque dice que no es el mismo; el de la TV hace muchas cosas. La mamá de Andrés vuelve furiosa a la tienda. Resuelve esta situación.
6. Pedro está pensativo, hay algunas cosas que le gustaría preguntar a los fabricantes de juguetes. Coge un papel y un «boli» y empieza a escribir. Haz tú también tu propia lista de preguntas.
7. A Marta le han regalado algunos cuentos; ella se da cuenta de que además de las historietas hay anuncios de juguetes. Marta piensa sobre el tema y habla con su amiga sobre ello. ¿Qué conversación mantienen estas niñas sobre la publicidad?
8. Marta nunca había visitado una ludoteca, por eso cuando vio por primera vez una le pareció una idea estupenda. Poder jugar con montones de juegos y juguetes sin tener que comprarlos. Cuando llega a su casa se lo cuenta a su mamá.
9. Pedro está aburrido, no sabe qué hacer porque está solo y nada más tiene hojas de papel. No puede escribir porque no tiene bolígrafo. De pronto, se le ocurre una gran idea. ¿Qué puede hacer Pedro con unas hojas de papel?
10. Marta no tiene en estos momentos ningún juguete a mano para jugar con su amiga Ana; pero se le ocurre jugar con las manos: hacer sombras chinescas, palmadas, mímica, etc. ¿Qué otras cosas se te ocurren a ti?

-
-
11. Marta no sabe cómo se debe hacer una reclamación y va a informarse a la oficina municipal de información. Ella quiere protestar porque ha comprado un juguete y ha descubierto que lo que pone en la caja no corresponde con lo que hay dentro en realidad.
 12. Al regresar de Consumerilandia, Marta quiere hacerse socia de una asociación de consumidores, por eso va a informarse a las asociaciones que hay en su ciudad; quiere saber cómo funcionan, qué hacen, cuánto hay que pagar, qué derecho tiene, etc. Juan, su amigo en Consumerilandia, la ha convencido: la unión hace la fuerza.
 13. El INC está llevando a cabo una campaña de información sobre la Ley del Consumidor. Con ese motivo ha enviado a los colegios el cuento titulado «Marta viaja a Consumerilandia»; en un colegio han decidido hacer un concurso de cuentos sobre los derechos del consumidor; también se podrán hacer dibujos, comics, poesías, obras de teatro, etc. ¿Te gustaría hacer lo mismo en tu colegio?





2,500 Ky.



BIBLIOGRAFIA ESPECIALMENTE RECOMENDADA

La educación del consumo en la escuela. Elaborado por EROSKI. Editado por el Ministerio de Sanidad y Consumo. INC. Junio de 1983.

Pedir a: Instituto Nacional del Consumo. Paseo del Prado, 18-20. 28071 Madrid

L'educació per al consum a l'escola. Editado por la Generalitat de Catalunya, septiembre de 1983.

Pedir a: Departament de Comerç i Turisme de la Generalitat de Catalunya. Paseo de Gracia, 105. 08008 Barcelona.

El juego del agua. Editado por la Diputación de Barcelona, septiembre de 1981.

Pedir a: Servi del Medi Ambient. Diputación de Barcelona. Carrer Urgell, 187. 08036 Barcelona.

Dossier escola i consum. Edita Consum y patrocina la Generalitat Valenciana, 1984.

Pedir a: Consum, S. Coop. Avda. Levante, 38. Beniparrell (Valencia).

Primera experiencia piloto sobre la incorporación del consumo a la escuela en Cantabria. Edita Asociación de Consumidores de Cantabria bajo el patrocinio del Gobierno regional.

Pedir a: Asociación de Consumidores de Cantabria. Vallciervo, 9, entlo. 39003 Santander (Cantabria).

Educación y Medio Ambiente. Actividades y Experiencias, el número 7 de la serie EGB de Estudios y Experiencias Educativas del MEC. 1981.

Pedir a: Vuestra Dirección Provincial del Ministerio de Educación y Ciencia.

NOTA: Algunos datos de interés:

- Pide al Instituto Nacional del Consumo el catálogo de publicaciones.
- Infórmate si en tu pueblo o ciudad hay una oficina municipal de información al consumidor, allí te podrán ofrecer publicaciones de interés.
- En todas las Comunidades Autónomas hay un departamento de consumo, tal vez tengan alguna publicación propia.

REVISTAS ESPECIALIZADAS DE CONSUMO

Organismos Oficiales

- Instituto Nacional del Consumo:
"Estudios de Consumo" (por suscripción, tres números al año, 3.000 pesetas).
"Información del Consumo" (gratuita).
"CICC" (Centro de Investigación y Control de Calidad).
Pedir a: Instituto Nacional del Consumo. Príncipe de Vergara, 54 - 28006 Madrid.
- "CONSUMO ARAGON" (Mensual).
Diputación General de Aragón. Departamento de Industria, Comercio y Turismo.
Dirección General de Comercio y Consumo. Paseo de María Agustín, 36 - 50004 Zaragoza.
- "CONSUMOGUSTO" (Mensual).
Diputación Provincial de Sevilla.
Area de Sanidad y Servicios Sociales. Departamento de Consumo.
Avda. de la Constitución, 24-4 Sevilla. Tels.: 421 76 00-421 76 03 (ext. 256).
- "CONSUMO" (Trimestral).
Consejería de Sanidad y Servicios Sociales. Agencia Regional de Consumo del Principado de Asturias.
C/. General Elorza, 35 - 33001 Oviedo. Tel.: 522 84 45.
- "EL CONSUMIDOR"
Gobierno de Canarias.
Consejería de Economía y Comercio. Dirección General de Comercio y Consumo.
C/. Murga, 33 - 1.º - 35003 Las Palmas de Gran Canaria. Tels.: 38 19 30-38 20 00.
- "CONSUMO RIOJA" (Mensual Gratuito).
Dirección General de Consumo. Villamediana, 17 - 26071 Logroño. Tel.: (941) 29 11 00. Ext.: 5066.
- "KONTSUMO" (Bimestral, gratuita).
Gobierno Vasco.
Departamento de Industria y Comercio. Dirección de Consumo.
Avda. de Santiago, 11 - 01004 Vitoria. Tels.: (945) 25 28 96-28 96 91.
- "OS CONSUMIDORES" (Trimestra).
Xunta de Galicia.
Consejería de Sanidad. Dirección General de Consumo.
Complejo Administrativo de San Caetano, Bloque 2, 2.º.
Santiago de Compostela. Tel.: 53 60 00.

Cooperativas de Consumidores

- EROSKI (Mensual Gratuita).
Barrio San Agustín, s/n. Elorrio-Vizcaya. Tel.: (94) 658 24 11.

-
-
- CONSUM (Mensual Gratuita).
Avda. Espioca, s/n. Silla (Valencia). Tel.: 197 40 17.
 - IBER-COOP (Bimestral Gratuita).
Unión Nacional de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de España.
Plaza de Navarra, 3 - 28027 Madrid. Tels.: 405 36 11-405 36 98.

Asociaciones de Consumidores

- CIUDADANO (Mensual 275 ptas. ejemplar, venta quioscos).
Unión de Consumidores de España (UCE).
C/. Príncipe de Vergara, 17 - 3.º Izqda - 28001 Madrid. Tel.: 578 28 07.
- COMPRA MAESTRA (Mensual 3.988 ptas. año).
DINERO Y DERECHOS (Trimestral 2.684 ptas. año).
Organización de Consumidores y Usuarios (OCU).
C/. Serrano, 78 - 5.º Dcha. - 28006 Madrid. Tel.: 576 19 95.
- CONSUMERISMO (Bimestral gratuita).
Confederación Estatal de Consumidores y Usuarios (CECU).
Alonso Vázquez, 1 - 4.º A - 41002 Sevilla. Tel.: (95) 438 78 52.
- HESPERIA (Mensual gratuita).
Federación Española de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios "HESPERIA".
Paseo de la Castellana, 113 - 4.º Dcha. - 28046 Madrid. Tel.: 455 58 11.
- UNAE (Boletín Informativo Gratuito).
Unión Cívica Nacional de Consumidores y Amas de Hogar de España.
C/. Villanueva, 8. Madrid.

ALGUNAS FECHAS Y DATOS DE INTERES

En el Mundo

- Un 15 de marzo, el entonces Presidente de los Estados Unidos de América, J. F. Kennedy, pronunció un discurso ante el Congreso, en el que íntegramente se habló de los consumidores y sus problemas; en él se esbozan los derechos de los consumidores. El discurso comienza con la famosa frase: «Todos somos consumidores». Desde hace unos años, el 15 de marzo se celebra el Día Mundial de los Derechos del Consumidor.
- Las asociaciones de consumidores nacen alrededor de los años cuarenta en que aparecen las primeras ligas de trabajadores, reivindicando temas de sanidad y calidad de vida. Hasta los años sesenta no adquieren verdadera importancia.
- En 1960, nace la IOCU (Organización Internacional de Uniones de Consumidores). En ella están presentes organizaciones de consumidores de todo el mundo. También España.
- En 1962, nace el BEUC (Oficina Europea de Uniones de Consumidores), que agrupa a las asociaciones de consumidores de la CEE. Dentro está el ETG (Grupo Europeo de Ensayos Comparativos).

-
-
- La CEE fija sus bases fundacionales en el Tratado de Roma, que entra en vigor en enero de 1958; en él se hace referencia a los consumidores dentro de su artículo 39 relacionado con los precios agrarios.
 - En septiembre de 1972, nace el Comité Consultorio de Consumidores de la CEE. Modificado en diciembre de 1973 y ampliado a 33 miembros en octubre de 1978. En este comité hay representantes de BEUC COFACE (Asociaciones familiares), EUROCCOP (Cooperativas de consumidores), sindicatos y personalidades particulares.
 - En marzo de 1972, la Asamblea Consultiva del Consejo de Europa aprueba la Carta de Protección al Consumidor, que es el documento básico en el que se recogen los 5 derechos del consumidor. En este documento se ha basado, en parte, la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios españoles.
 - En abril de 1975, la CEE aprueba el primer programa quinquenal de consumo, en el que se exponen una serie de recomendaciones a los gobiernos de los distintos países miembros en cuanto a los derechos de los consumidores.
 - En marzo de 1981, la CEE aprueba su segundo programa quinquenal 1981-1986 para asegurar la continuidad de las acciones emprendidas y apuntar otras nuevas.
 - La primera declaración sobre educación de los consumidores en la escuela y elaboración de programa de actuaciones de la CEE arranca de octubre de 1971 y fue aprobado por los delegados de los ministros.
 - A partir de 1975 se desarrolla toda una serie de actividades y estudios sobre consumo en la escuela, dentro de la CEE y en 1977 se organiza en Londres el congreso/coloquio sobre «La Educación de los Consumidores en la Escuela».
 - En 1978, la CEE elabora un programa de trabajo por el que se crea una red de escuelas piloto y se constituye un grupo de trabajo dedicado a la formación de enseñantes en materia de incorporación del consumo a la escuela.

En España

- En junio de 1963, se publica la ley de represión de las prácticas restrictivas de la competencia (una ley antimonopolios); según J. Garríguez, esta ley era como un traje extranjero cortado por sastres foráneos.
 - En marzo de 1965, se crea el Tribunal de Defensa de la Competencia (a que hace referencia la ley de 1963).
 - En junio de 1964, se aprueba el Estatuto de la Publicidad, que crea el Jurado Central de Publicidad.
 - En septiembre de 1967, se publica el Código Alimentario Español, que demoró siete años su entrada en vigor y que no se cumplía. A raíz del envenenamiento de la colza, el Congreso manda al Gobierno el estudio y adaptación del mismo. La CIOA (Comisión Interministerial para la Ordenación Alimentaria) trabaja intensamente durante varios meses y al fin en 1983 se completa y se publican las últimas normativas.
 - El 15 de diciembre de 1978, se aprueba en referéndum por el pueblo español la Constitución; convirtiéndose España en el primer país del mundo que reconoce constitucionalmente los derechos del consumidor.
 - El 19 de septiembre de 1984, entra definitivamente en vigor la última parte de la Ley General de Etiquetado, publicada en el «BOE» dos años antes.
 - El 24 de julio de 1984, se publica en el «BOE» la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.
 - En los nuevos programas renovados de MEC para EGB se integra como objetivo la formación del consumidor; incluyéndose en los programas escolares algunos temas que hacen relación directamente a la defensa de los consumidores y al conocimiento de sus derechos.
-
-

CONSTITUCION ESPAÑOLA DE 1978

Artículo 51

1. Los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores, protegiendo mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos.
2. Los poderes públicos promoverán la información y la educación de los consumidores y usuarios, fomentarán sus organizaciones y oirán a éstas en cuestiones que puedan afectar a aquéllos, en los términos que la ley establezca.
3. En el marco de lo dispuesto en los apartados anteriores, la ley regulará el comercio interior y el régimen de autorización de productos comerciales.

Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios.

El artículo 51 de la Constitución de 27 de diciembre de 1978 establece que los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos. Asimismo, promoverán su información y educación, fomentarán sus organizaciones y las oirán en las cuestiones que puedan afectarles.

Con el fin de dar cumplimiento al citado mandato constitucional, la presente Ley para cuya redacción se han contemplado los principios y directrices vigentes en esta materia en la Comunidad Económica Europea, aspira a dotar a los consumidores y usuarios de un instrumento legal de protección y defensa, que no excluye ni suplanta otras actuaciones y desarrollo normativos derivados de ámbitos competenciales cercanos o conexos, tales como la legislación mercantil, penal o procesal y las normas sobre seguridad industrial, higiene y salud pública, ordenación de la producción y comercio interior.

Los objetivos de la Ley se concretan en:

1. Establecer, sobre bases firmes y directas los procedimientos eficaces para la defensa de los consumidores y usuarios.
2. Disponer del marco legal adecuado para favorecer un desarrollo óptimo del movimiento asociativo en este campo.
3. Declarar los principios, criterios, obligaciones y derechos que configuran la defensa de los consumidores y usuarios y que, en el ámbito de sus competencias, habrán de ser tenidos en cuenta por los poderes públicos en las actuaciones y desarrollos normativos futuros, en el marco de la doctrina sentada por el Tribunal Constitucional.

CAPITULO I

Ambito de aplicación y derechos de los consumidores

Artículo 1.º

1. En desarrollo del artículo 51.1 y 2 de la Constitución, esta Ley tiene por objeto la defensa de los consumidores y usuarios, lo que, de acuerdo con el artículo 53.3 de la misma, tiene el carácter de principio general informador del ordenamiento jurídico.

En todo caso la defensa de los consumidores y usuarios se hará en el marco del sistema económico diseñado en los artículos 38 y 128 de la Constitución y con sujeción a lo establecido en el artículo 139.

2. A los efectos de esta Ley, son consumidores o usuarios las personas físicas o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan

como destinatarios finales, bienes muebles o inmuebles, productos, servicios, actividades o funciones, cualquiera que sea la naturaleza pública o privada, individual o colectiva de quienes los producen, facilitan, suministran o expiden.

3. No tendrán la consideración de consumidores o usuarios quienes sin constituirse en destinatarios finales, adquieran, almacenen, utilicen o consuman bienes o servicios con el fin de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros.

Artículo 2.º

1. Son derechos básicos de los consumidores y usuarios:

- a) La protección contra los riesgos que puedan afectar su salud o seguridad.
- b) La protección de sus legítimos intereses económicos y sociales.
- c) La indemnización o reparación de los daños y perjuicios sufridos.
- d) La información correcta sobre los diferentes productos o servicios y la educación y divulgación, para facilitar el conocimiento sobre su adecuado uso, consumo o disfrute.
- e) La audiencia en consulta, la participación en el procedimiento de elaboración de las disposiciones generales que les afectan directamente y la representación de sus intereses, todo ello a través de las asociaciones, agrupaciones o confederaciones de consumidores y usuarios legalmente constituidas.
- f) La protección jurídica administrativa y técnica en las situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión.

2. Los derechos de los consumidores y usuarios serán protegidos prioritariamente cuando guarden relación directa con productos o servicios de uso o consumo común, ordinario y generalizado.

3. La renuncia previa de los derechos que esta Ley reconoce a los consumidores y usuarios, en la adquisición y utilización de bienes o servicios es nula.

Asimismo son nulos los actos realizados en fraude de esta Ley, de conformidad con el artículo 6.º del Código Civil.

CAPITULO II

Protección de la salud y seguridad

Artículo 3.º

1. Los productos, actividades y servicios puestos en el mercado a disposición de los consumidores o usuarios, no implicarán riesgos para su salud o seguridad, salvo los usuales o reglamentariamente admitidos en condiciones normales y previsibles de utilización.

2. Con carácter general, los riesgos susceptibles de provenir de una utilización previsible de los bienes y servicios, habida cuenta de su naturaleza y de las personas a las que van destinados, deben ser puestos en conocimiento previo de los consumidores o usuarios por medios apropiados, conforme a lo indicado en el artículo 13.f).

Artículo 4.º

1. Los reglamentos reguladores de los diferentes productos, actividades o servicios determinarán al menos:

- a) Los conceptos, definiciones, naturaleza, características y clasificaciones.
- b) Las condiciones y requisitos de las instalaciones y del personal cualificado que deba atenderlas.
- c) Los procedimientos o tratamientos usuales de fabricación, distribución y comercialización, permitidos, sujetos a autorización previa o prohibidos.
- d) Las listas positivas de aditivos autorizadas y revisadas por el Ministerio de Sanidad y Consumo.
- e) El etiquetado, presentación y publicidad.
- f) Las condiciones y requisitos técnicos de distribución, almacenamiento, comercialización, suministro, importación y exportación, sin perjuicio de lo dispuesto en la legislación arancelaria y en la reguladora del Comercio Exterior.
- g) Los métodos oficiales de análisis, toma de muestras, control de calidad e inspección.
- h) Las garantías, responsabilidades, infracciones y sanciones.
- i) El régimen de autorización, registro y revisión.

2. Los fertilizantes, plaguicidas y todos los artículos que en su composición lleven sustancias tóxicas, cáusticas, corrosivas o abrasivas deberán ir envasados con las debidas garantías y llevar de forma visible las oportunas indicaciones que adviertan el riesgo de su manipulación.

3. Los extremos citados podrán ser objeto de codificación mediante normas comunes o generales, especialmente en materia de aditivos, productos tóxicos, material envasado, etiquetado, almacenaje, transporte y suministro, tomas de muestras, métodos de análisis, registro, inspección, responsabilidad y régimen sancionador.

Artículo 5.º

1. Para la protección de la salud y seguridad física de los consumidores y usuarios se regulará la importación, producción, transformación, almacenamiento, transporte, distribución y uso de los bienes y servicios, así como su control, vigilancia e inspección, en especial para los bienes de primera necesidad.

2. En todo caso, y como garantía de la salud y seguridad de las personas, se observará:

a) La prohibición de utilizar cualquier aditivo que no figure expresamente citado en las listas positivas autorizadas y publicadas por el Ministerio de Sanidad y Consumo, y siempre teniendo en cuenta la forma, límites y condiciones que allí se establezcan. Dichas listas serán permanentemente revisables por razones de salud pública o interés sanitario, sin que, por tanto, generen ningún tipo de derecho adquirido.

b) La prohibición de tener o almacenar productos reglamentariamente no permitidos o prohibidos, en los locales o instalaciones de producción, transformación, almacenamiento o transporte de alimentos o bebidas.

c) Las exigencias de control de los productos tóxicos o venenosos incluidos los resultantes de mezclas y otras manipulaciones industriales, de forma que pueda comprobarse con rapidez y eficacia su origen, distribución, destino y utilización.

d) La prohibición de venta a domicilio de bebidas y alimentos, sin perjuicio del reparto, distribución o suministro de los adquiridos o encargados por los consumidores en establecimientos comerciales autorizados para venta al público. Reglamentariamente, se regulará el régimen de autorización de ventas directas a domicilio que vengán siendo tradicionalmente practicadas en determinadas zonas del territorio nacional.

e) El cumplimiento de la normativa que establezcan las Corporaciones Locales o, en su caso, las Comunidades Autónomas sobre los casos, modalidades y condiciones en que podrá efectuarse la venta ambulante de bebidas y alimentos.

f) La prohibición de venta o suministro de alimentos envasados, cuando no conste en los envases, etiquetas, rótulos, cierres o precintos, el número del Registro General Sanitario de Alimentos, en la forma reglamentariamente establecida.

g) La obligación de retirar o suspender, mediante procedimientos eficaces, cualquier producto o servicio que no se ajuste a las condiciones y requisitos exigidos o que, por cualquier otra causa, suponga un riesgo previsible para la salud o seguridad de las personas.

h) La prohibición de importar artículos que no cumplan lo establecido en la presente Ley y disposiciones que la desarrollen.

i) Las exigencias de control de los productos manufacturados susceptibles de afectar a la seguridad física de las personas, prestando a este respecto la debida atención a los servicios de reparación y mantenimiento.

j) La prohibición de utilizar en la construcción de viviendas y locales de uso público materiales y demás elementos susceptibles de generar riesgos para la salud y seguridad de las personas.

k) La obligación de que las especialidades farmacéuticas se presenten envasadas y cerradas con sistemas apropiados, aportando en sus envases o prospectos información sobre composición, indicaciones y efectos adversos, modo de empleo y caducidad, de suerte que los profesionales sanitarios sean convenientemente informados y se garantice la seguridad, especialmente de la infancia, y se promueva la salud de los ciudadanos.

Artículo 6.º

Los poderes públicos, directamente o en colaboración con las organizaciones de consumidores o usuarios, organizarán en el ámbito de sus competencias, campañas o actuaciones programadas de control de calidad, especialmente en relación con los siguientes productos y servicios:

a) Los de uso o consumo común, ordinario y generalizado.

b) Los que reflejen una mayor incidencia en los estudios estadísticos o epidemiológicos.

c) Los que sean objeto de reclamaciones o quejas, de las que razonablemente se deduzcan las situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión a que se refiere el artículo 23.e).

d) Los que sean objeto de programas específicos de investigación.

e) Aquellos otros que en razón de su régimen o proceso de producción y comercialización, pueden ser más fácilmente objeto de fraude o adulteración.

CAPITULO III

Protección de los intereses económicos y sociales

Artículo 7.º

Los legítimos intereses económicos y sociales de los consumidores y usuarios deberán ser respetados en los términos establecidos en esta Ley, aplicándose además lo previsto en las normas civiles y mercantiles y en las que regulan el comercio exterior e interior y el régimen de autorización de cada producto o servicio.

Artículo 8.º

1. La oferta, promoción y publicidad de los productos, actividades o servicios, se ajustarán a su naturaleza, características, condiciones, utilidad o finalidad, sin perjuicio de lo establecido en las disposiciones sobre publicidad. Su contenido, las prestaciones propias de cada producto o servicio, y las condiciones y garantías ofrecidas, serán exigibles por más consumidores o usuarios, aun cuando no figure expresamente en el contrato celebrado o en el documento o comprobante recibido.

2. No obstante lo dispuesto en el apartado anterior, si el contrato celebrado contuviese cláusulas más beneficiosas, éstas prevalecerán sobre el contenido de la oferta, promoción o publicidad.

3. La oferta, promoción y publicidad falsa o engañosa de productos, actividades o servicios será perseguida y sancionada como fraude. Las asociaciones de consumidores y usuarios constituidas de acuerdo con lo establecido en esta Ley, estarán legitimadas para iniciar e intervenir en los procedimientos administrativos tendentes a hacerla cesar.

Artículo 9.º

La utilización de concursos, sorteos, regalos, vales premio o similares, como métodos vinculados a la oferta, promoción o venta de determinados bienes, productos o servicios, será objeto de regulación específica fijando los casos, forma, garantías y efectos correspondientes.

Artículo 10

1. Las cláusulas, condiciones, estipulaciones que, con carácter general, se apliquen a la oferta, promoción y venta de productos o servicios, incluidos los que faciliten las Administraciones Públicas y las Entidades y Empresas de ellas dependientes, deberán cumplir los siguientes requisitos:

a) Concreción, claridad y sencillez en la redacción con posibilidad de comprensión directa, sin reenvíos de textos o documentos que no se faciliten previa o simultáneamente a la conclusión del contrato, y a los que, en todo caso, deberá hacerse referencia expresa en el documento contractual.

b) Entrega, salvo renuncia del interesado, de recibo justificante, copia o documento acreditativo de la operación, o, en su caso, de presupuesto, debidamente explicado.

c) Buena fe y justo equilibrio de las contraprestaciones lo que, entre otras cosas, excluye:

1.º La omisión, en casos de pago diferido en contratos de compra-venta, de la cantidad aplazada, tipo de interés anual sobre saldos pendientes de amortización y las cláusulas que, de cualquier forma, faculten al vendedor a incrementar el precio aplazado del bien durante la vigencia del contrato.

2.º Las cláusulas que otorguen a una de las partes la facultad de resolver discrecionalmente el contrato, excepto, en su caso, las reconocidas al comprador en las modalidades de venta por correo, a domicilio y por muestrario.

3.º Las cláusulas abusivas, entendiéndose por tales las que perjudiquen de manera desproporcionada o no equitativa al consumidor, o comporten en el contrato una posición de desequilibrio entre los derechos y las obligaciones de las partes en perjuicio de los consumidores o usuarios.

4.º Condiciones abusivas de crédito.

5.º Los incrementos de precio por servicios accesorios, financiación, aplazamientos, recargos, indemnizaciones o penalizaciones que no correspondan a prestaciones adicionales, susceptibles de ser aceptados o rechazados en cada caso y expresados con la debida claridad y separación.

6.º Las limitaciones absolutas de responsabilidad frente al consumidor o usuario y las relativas a utilidad o finalidad esencial del producto o servicio.

7.º La repercusión sobre el consumidor o usuario de fallos, defectos o errores administrativos, bancarios o de domiciliación

de pagos, que no le sean directamente imputables, así como el coste de los servicios que en su día y por un tiempo determinado se ofrecieron gratuitamente.

8.º La inversión de la carga de la prueba en perjuicio del consumidor o usuario.

9.º La negativa expresa al cumplimiento de las obligaciones o prestaciones propias del productor o suministrador, con reenvío automático a procedimientos administrativos o judiciales de reclamación.

10.º La imposición de renunciaciones a los derechos del consumidor y usuarios reconocidos en esta Ley.

11.º En la primera venta de viviendas, la estipulación de que el comprador ha de cargar con los gastos derivados de la preparación de la titulación, que por su naturaleza correspondan al vendedor (obra nueva, propiedad horizontal, hipotecas para financiar construcción o su división y cancelación).

12.º La obligada adquisición de bienes o mercancías complementarias o accesorios no solicitados.

2. A los efectos de esta Ley se entiende por cláusulas condiciones o estipulaciones de carácter general, el conjunto de las redactadas previa y unilateralmente por una empresa o grupo de empresas para aplicarlas a todos los contratos que aquélla o éste celebren, y cuya aplicación no puede evitar el consumidor o usuario, siempre que quiera obtener el bien o servicio de que se trate.

Las dudas en la interpretación se resolverán en contra de quien las haya redactado, prevaleciendo las cláusulas particulares sobre las condiciones generales, siempre que aquéllas sean más beneficiosas que éstas.

3. Las cláusulas, condiciones o estipulaciones que con carácter general utilicen las empresas públicas o concesionarias de servicios públicos en régimen de monopolios estarán sometidas a la aprobación y a la vigilancia y control de las Administraciones públicas competentes, con independencia de la consulta prevista en el artículo 22 de esta Ley. Todo ello, sin perjuicio de su sometimiento a las Disposiciones generales de esta Ley.

4. Serán nulas de pleno derecho y se tendrán por no puestas las cláusulas, condiciones o estipulaciones que incumplan los anteriores requisitos.

No obstante, cuando las cláusulas subsistentes determinen una situación no equitativa de las posiciones de las partes en la relación contractual, será ineficaz el contrato mismo.

5. Los poderes públicos velarán por la exactitud en el peso y medida de los bienes y productos, la transparencia de los precios y las condiciones de los servicios por venta de los bienes duraderos.

Artículo 11

1. El régimen de comprobación, reclamación, garantía y posibilidad de renuncia o devolución que se establezca en los contratos, deberá permitir que el consumidor o usuario se asegure de la

naturaleza, características, condiciones y utilidad o finalidad del producto o servicio; pueda reclamar con eficacia en caso de error, defecto o deterioro; pueda hacer efectivas las garantías de calidad o nivel de prestación, y obtener la devolución equitativa del precio de mercado del producto o servicio, total o parcialmente, en caso de incumplimiento.

2. En relación con los bienes de naturaleza duradera, el productor o suministrador deberá entregar una garantía que, formalizada por escrito, expresará necesariamente:

- a) El objeto sobre el que recaiga la garantía.
- b) El garante.
- c) El titular de la garantía.
- d) Los derechos del titular de la garantía.
- e) El plazo de duración de la garantía.

3. Durante el período de vigencia de la garantía, el titular de la misma tendrá derecho como mínimo a:

a) La reparación totalmente gratuita de los vicios o defectos originarios y de los daños y perjuicios por ellos ocasionados.

b) En los supuestos en que la reparación efectuada no fuera satisfactoria y el objeto no revistiese las condiciones óptimas para cumplir el uso a que estuviese destinado, el titular de la garantía tendrá derecho a la sustitución del objeto adquirido por otro de idénticas características o a la devolución del precio pagado.

4. Queda prohibido incrementar los precios de los repuestos al aplicarlos en las reparaciones y cargar por mano de obra, traslado o visita cantidades superiores a los costes medios estimados en cada sector, debiendo diferenciarse en la factura los distintos conceptos. La lista de precios de los repuestos deberá estar a disposición del público.

5. En los bienes de naturaleza duradera el consumidor o usuario tendrá derecho a un adecuado servicio técnico, y a la existencia de repuestos durante un plazo determinado.

Artículo 12

No se podrá hacer obligatoria la comparecencia personal del consumidor o usuario para realizar cobros, pagos o trámites similares.

CAPITULO IV

Derecho a la información

Artículo 13

1. Los bienes, productos y, en su caso, los servicios puestos a disposición de los consumidores y usuarios deberán incorporar, llevar consigo o permitir de forma cierta y objetiva una informa-

ción veraz, eficaz y suficiente sobre sus características esenciales, y al menos sobre las siguientes:

- a) Origen, naturaleza, composición y finalidad.
- b) Aditivos autorizados que, en su caso, lleven incorporados.
- c) Calidad, cantidad, categoría o denominación usual o comercial si la tienen.
- d) Precio completo o presupuesto, en su caso, y condiciones jurídicas y económicas de adquisición o utilización, indicando con claridad y de manera diferenciada el precio del producto o servicio y el importe de los incrementos o descuentos, en su caso, y de los costes adicionales por servicios, accesorios, financiación, aplazamiento o similares.
- e) Fecha de producción o suministro, plazo recomendado para el uso o consumo o fecha de caducidad.
- f) Instrucciones o indicaciones para su correcto uso o consumo, advertencias y riesgos previsibles.

2. Las exigencias concretas en esta materia se determinarán en los Reglamentos de etiquetado, presentación y publicidad de los productos o servicios, en las reglamentaciones o normativas especiales aplicables en cada caso, para garantizar siempre el derecho de los consumidores y usuarios a una información cierta, eficaz, veraz y objetiva. En el caso de viviendas cuya primera transmisión se efectúe después de la entrada en vigor de esta Ley, se facilitará además al comprador una documentación completa suscrita por el vendedor en la que se define en planta a escala, la vivienda y el trazado de todas sus instalaciones, así como los materiales empleados en su construcción, en especial aquellos a los que el usuario no tenga acceso directo.

Artículo 14

1. Las oficinas y servicios de información al consumidor o usuario tendrán las siguientes funciones:

- a) La información, ayuda y orientación a los consumidores y usuarios para el adecuado ejercicio de sus derechos.
- b) La indicación de las direcciones y principales funciones de otros centros, públicos o privados, de interés para el consumidor o usuario.
- c) La recepción, registro y acuse de recibo de quejas y reclamaciones de los consumidores o usuarios y su remisión a las entidades u organismos correspondientes.
- d) En general, la atención, defensa y protección de los consumidores y usuarios, de acuerdo con lo establecido en esta Ley y disposiciones que la desarrollen.

2. Las oficinas de información de titularidad pública, sin perjuicio de las que verifiquen las organizaciones de consumidores y usuarios, podrán realizar tareas de educación y formación en materia de consumo y apoyar y servir de sede al sistema arbitral previsto en el artículo 31.

3. Queda prohibida toda forma de publicidad expresa o encubierta en las oficinas de información.

Artículo 15

De acuerdo con su ámbito y su carácter general o especializado, las oficinas de información al consumidor o usuario de titularidad pública podrán recabar información directamente de los organismos públicos.

Tendrán obligación de facilitar a los consumidores y usuarios, como mínimo, los siguientes datos:

1. Referencia sobre la autorización y registro de productos o servicios.
2. Productos o servicios que se encuentran suspendidos, retirados o prohibidos expresamente, por su riesgo o peligrosidad para la salud o seguridad de las personas.
3. Sanciones firmes, impuestas por infracciones relacionadas con los derechos de los consumidores y usuarios. Esta información se facilitará en los casos, forma y plazos que reglamentariamente se establezcan.
4. Regulación de precios y condiciones de los productos y servicios de uso o consumo común, ordinario y generalizado.

Artículo 16

1. Las oficinas de información al consumidor o usuario de titularidad pública podrán facilitar los resultados de los estudios, ensayos, análisis o controles de calidad realizados, conforme a las normas que reglamentariamente se determinen, en centros públicos o privados oficialmente reconocidos, y dichos resultados podrán ser reproducidos en los medios de comunicación, en los siguientes casos:

- a) Cuando, previa iniciativa de la Administración, exista conformidad expresa de la persona, empresa o entidad que suministra los correspondientes productos o servicios.
- b) Cuando dichos resultados hayan servido de base a los supuestos 2 y 3 del artículo 15.
- c) Cuando reflejen defectos o excesos que superen los índices o márgenes de tolerancia reglamentaria establecidos y se haya facilitado su comprobación como garantía para los interesados o éstos hayan renunciado a la misma.
- d) Cuando reflejen datos sobre composición, calidad, presentación, etcétera, dentro de los índices o márgenes de tolerancia reglamentariamente establecidos.
- e) Cuando se trate de campañas o actuaciones programadas de control de calidad y se hagan constar sus condiciones de amplitud, extensión, precisión, comprobación y objetividad.

2. En los supuestos a que se refieren las letras a), c) y d) del apartado anterior, la Administración titular de la oficina de infor-

mación al consumidor oirá, antes de autorizar la publicación de los resultados de los estudios, ensayos, análisis o controles de calidad, y por plazo de diez días, a los fabricantes o productores implicados.

Artículo 17

Los medios de comunicación social de titularidad pública dedicarán espacios y programas, no publicitarios, a la información y educación de los consumidores o usuarios. 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 y demás grupos o sectores interesados, en la forma que reglamentariamente se determine por los poderes públicos competentes en la materia.

CAPITULO V

Derecho a la educación y formación en materia de consumo

Artículo 18

1. La educación y formación de los consumidores y usuarios tendrá como objetivos:

- a) Promover la mayor libertad y racionalidad en el consumo de bienes y la utilización de servicios.
- b) Facilitar la comprensión y utilización de la información a que se refiere el Capítulo IV.
- c) Difundir el conocimiento de los derechos y deberes del consumidor o usuario y las formas más adecuadas para ejercerlos.
- d) Fomentar la prevención de riesgos que puedan derivarse del consumo de productos o de la utilización de servicios.
- e) Adecuar las pautas de consumo a una utilización racional de los recursos naturales.
- f) Iniciar y potenciar la formación de los educadores en este campo.

2. Para la consecución de los objetivos previstos en el número anterior, el sistema educativo incorporará los contenidos en materia de consumo adecuados a la formación de los alumnos.

Artículo 19

Se fomentará la formación continuada del personal de los organismos, corporaciones y entidades, públicos y privados, relacionados con la aplicación de esta Ley, especialmente de quienes desarrollen funciones de ordenación, inspección, control de calidad e información.

CAPITULO VI

Derecho de representación, consulta y participación

Artículo 20

1. Las asociaciones de consumidores y usuarios se constituirán con arreglo a la Ley de Asociaciones y tendrán como finalidad la defensa de los intereses, incluyendo la información y educación de los consumidores y usuarios, bien sea con carácter general, bien en relación con productos o servicios determinados; podrán ser declaradas de utilidad pública, integrarse en agrupaciones y federaciones de idénticos fines, percibir ayudas y subvenciones, representar a sus asociados y ejercer las correspondientes acciones en defensa de los mismos, de la asociación o de los intereses generales de los consumidores y usuarios, y disfrutarán del beneficio de justicia gratuita en los casos a que se refiere el artículo 2.º, 2. Su organización y funcionamiento serán democráticos.

2. También se considerarán asociaciones de consumidores y usuarios las entidades constituidas por consumidores con arreglo a la legislación cooperativa, entre cuyos fines figure, necesariamente, la educación y formación de sus socios y estén obligados a constituir un fondo con tal objeto, según su legislación específica.

3. Para poder gozar de cualquier beneficio que les otorgue la presente Ley y disposiciones reglamentarias y concordantes, deberán figurar inscritas en un libro registro que se llevará en el Ministerio de Sanidad y Consumo, y reunir las condiciones y requisitos que reglamentariamente se establezcan para cada tipo de beneficio.

En la determinación reglamentaria de las condiciones y requisitos se tendrán en cuenta, entre otros, criterios de implantación territorial, número de asociados y programas de actividades a desarrollar.

Artículo 21

No podrán disfrutar de los beneficios reconocidos en esta Ley las asociaciones en que concurra alguna de las siguientes circunstancias:

- Incluir como asociados a personas jurídicas con ánimo de lucro.
- Percibir ayudas o subvenciones de las empresas o agrupaciones de empresas que suministran bienes, productos o servicios.
- Realizar publicidad o no meramente informativa de bienes, productos o servicios.
- Dedicarse a actividades distintas de la defensa de los intereses de los consumidores o usuarios, salvo lo previsto en el segundo párrafo del artículo anterior.
- Actuar con manifiesta temeridad, judicialmente apreciada.

Artículo 22

1. Las asociaciones de consumidores y usuarios serán oídas, en consulta, en el procedimiento de elaboración de las disposiciones de carácter general relativas a materias que afecten directamente a los consumidores o usuarios.

2. Será preceptiva su audiencia en los siguientes casos:

- Reglamentos de aplicación de esta Ley.
- Reglamentaciones sobre productos o servicios de uso y consumo.
- Ordenación del mercado interior y disciplina del mercado.
- Precios y tarifas de servicios, en cuanto afecten directamente a los consumidores o usuarios, y se encuentren legalmente sujetos a control de las Administraciones públicas.
- Condiciones generales de los contratos de empresas que prestan servicios públicos en régimen de monopolio.
- En los casos en que una Ley así lo establezca.

3. Las asociaciones empresariales serán oídas en consulta en el procedimiento de elaboración de las disposiciones de carácter general relativas a materias que les afecten directamente.

Será preceptiva su audiencia en los supuestos contenidos en los apartados a), b), c) y f) del apartado anterior.

4. Se entenderá cumplido dicho trámite preceptivo de audiencia cuando las asociaciones citadas se encuentren representadas en los órganos colegiados que participen en la elaboración de la disposición. En los demás casos, la notificación o comunicación se dirigirá a la federación o agrupación empresarial correspondiente, y al Consejo a que se refiere el número siguiente.

5. Como órgano de representación y consulta a nivel nacional, el Gobierno determinará la composición y funciones de un consejo, integrado por representantes de las asociaciones a que se refiere el artículo 20.

6. La Administración fomentará la colaboración entre organizaciones de consumidores y empresarios.

CAPITULO VII

Situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión

Artículo 23

Los poderes públicos y concretamente los órganos y servicios de las Administraciones públicas competentes en materia de consumo, adoptarán o promoverán las medidas adecuadas para suplir o equilibrar las situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión en que pueda encontrarse, individual o colectivamente.

te, el consumidor o usuario. Sin perjuicio de las que en cada caso procedan, se promoverán las siguientes:

- a) Organización y funcionamiento de las oficinas y servicios de información a que se refiere el artículo 14.
- b) Campañas de orientación del consumo, generales o selectivas, dirigidas a las zonas geográficas o grupos sociales más afectados.
- c) Campañas o actuaciones programadas de control de calidad, con mención expresa de las personas, empresas o entidades que, previa y voluntariamente, se hayan incorporado.
- d) Análisis comparativo de los términos, condiciones, garantías, repuestos y servicios de mantenimiento o reparación de los bienes o servicios de consumo duradero, todo ello de acuerdo con la regulación correspondiente sobre práctica de tales análisis que garantice los derechos de las partes afectadas.
- e) Análisis de las reclamaciones o quejas y, en general, de todas aquellas actuaciones de personas o entidades, públicas o privadas, que impliquen:

1.º Obligaciones innecesarias o abusivas de cumplimentar impresos, verificar cálculos y aportar datos en beneficio exclusivo de la entidad correspondiente.

2.º Trámites, documentos o mediaciones sin utilidad para el consumidor o usuario o a costes desproporcionados.

3.º Esperas, permanencias excesivas o circunstancias lesivas para la dignidad de las personas.

4.º Limitaciones abusivas de controles, garantías, repuestos o reparaciones.

5.º Dudas razonables sobre la calidad o idoneidad del producto o servicio.

6.º Otros supuestos similares.

Los resultados de estos estudios o análisis podrán ser hechos públicos, conforme a lo establecido en el Capítulo IV.

f) Otorgamiento de premios, menciones o recompensas a las personas, empresas o entidades que se distingan en el respeto, defensa y ayuda al consumidor, faciliten los controles de calidad y eviten obligaciones, trámites y costes innecesarios.

Artículo 24

En los supuestos más graves de ignorancia, negligencia o fraude que determinen una agresión indiscriminada a los consumidores o usuarios, el Gobierno podrá constituir un órgano excepcional que, con participación de representantes de las Comunidades Autónomas afectadas, asumirá, con carácter temporal, los poderes administrativos que se le encomienden para garantizar la salud y seguridad de las personas, sus intereses económicos, sociales y humanos, la reparación de los daños sufridos, la exigencia de responsabilidades y la publicación de los resultados.

CAPITULO VIII

Garantías y responsabilidades

Artículo 25

El consumidor y el usuario tienen derecho a ser indemnizados por los daños y perjuicios demostrados que el consumo de bienes o la utilización de productos o servicios les irroguen, salvo que aquellos daños y perjuicios estén causados por su culpa exclusiva o por la de las personas de las que deba responder civilmente.

Artículo 26

Las acciones u omisiones de quienes producen, importan, suministran o facilitan productos o servicios a los consumidores o usuarios, determinantes de daños o perjuicios a los mismos, darán lugar a la responsabilidad de aquéllos, a menos que conste o se acredite que se han cumplido debidamente las exigencias y requisitos reglamentariamente establecidos y los demás cuidados y diligencias que exige la naturaleza del producto, servicio o actividad.

Artículo 27

1. Con carácter general, y sin perjuicio de lo que resulte más favorable al consumidor o usuario, en virtud de otras disposiciones o acuerdos convencionales, regirán los siguientes criterios en materia de responsabilidad:

a) El fabricante, importador, vendedor o suministrador de productos o servicios a los consumidores o usuarios responde del origen, identidad e idoneidad de los mismos, de acuerdo con su naturaleza y finalidad y con las normas que los regulan.

b) En el caso de productos a granel responde el tenedor de los mismos, sin perjuicio de que se pueda identificar y probar la responsabilidad del anterior tenedor o proveedor.

c) En el supuesto de productos envasados, etiquetados y cerrados con cierre íntegro, responde la firma o razón social que figure en su etiqueta, presentación o publicidad. Podrá eximirse de esa responsabilidad probando su falsificación o incorrecta manipulación por terceros, que serán los responsables.

2. Si a la producción de daños concurren varias personas, responderán solidariamente ante los perjudicados. El que pague al perjudicado tendrá derecho a repetir de los otros responsables, según su participación en la causación de los daños.

Artículo 28

1. No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, se responderá de los daños originados en el correcto uso y consumo de bienes y servicios, cuando por su propia naturaleza o estar así reglamentariamente establecido, incluyan necesariamente la garantía de niveles determinados de pureza, eficacia o seguridad, en condiciones objetivas de determinación y supongan controles técnicos, profesionales o sistemáticos de calidad, hasta llegar en debidas condiciones al consumidor o usuario.

2. En todo caso, se consideran sometidos a este régimen de responsabilidad los productos alimenticios, los de higiene y limpieza, cosméticos, especialidades y productos farmacéuticos, servicios sanitarios, de gas y electricidad, electrodomésticos y ascensores, medios de transporte, vehículos de motor y juguetes y productos dirigidos a los niños.

3. Sin perjuicio de lo establecido en otras disposiciones legales, las responsabilidades derivadas de este artículo tendrán como límite la cuantía de quinientos millones de pesetas. Esta cantidad deberá ser revisada y actualizada periódicamente por el Gobierno, teniendo en cuenta la variación de los índices de precios al consumo.

Artículo 29

1. El consumidor o usuario tiene derecho a una compensación sobre la cuantía de la indemnización, por los daños contractuales y extracontractuales, durante el tiempo que transcurra desde la declaración judicial de responsabilidad hasta su pago efectivo.

2. Dicha compensación se determinará según lo establecido en la Ley de Enjuiciamiento Civil.

Artículo 30

El Gobierno, previa audiencia de los sectores interesados y de las asociaciones de consumidores y usuarios, adoptará las medidas o iniciativas necesarias para establecer un sistema obligatorio de seguro y fondo de garantía que cubran, para sectores determinados, los riesgos de intoxicación, lesión o muerte derivados del mal estado de los productos, servicios o actividades a que se refiere el artículo 28.

Artículo 31

1. Previa audiencia de los sectores interesados y de las asociaciones de consumidores y usuarios, el Gobierno establecerá un sistema arbitral que, sin formalidades especiales, atienda y resuel-

va con carácter vinculante y ejecutivo para ambas partes, las quejas o reclamaciones de los consumidores o usuarios, siempre que no concurra intoxicación, lesión o muerte ni existan indicios racionales de delito, todo ello sin perjuicio de la protección administrativa y de la judicial de acuerdo con lo establecido en el artículo 24 de la Constitución.

2. El sometimiento de las partes al sistema arbitral será voluntario y deberá constar expresamente por escrito.

3. Los órganos de arbitraje estarán integrados por representantes de los sectores interesados, de las organizaciones de consumidores y usuarios y de las Administraciones públicas dentro del ámbito de sus competencias.

CAPITULO IX

Infracciones y sanciones

Artículo 32

1. Las infracciones en materia de consumo serán objeto de las sanciones administrativas correspondientes, previa instrucción del oportuno expediente, sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales o de otro orden que puedan concurrir.

2. La instrucción de causa penal ante los Tribunales de Justicia suspenderá la tramitación del expediente administrativo sancionador que hubiera sido incoado por los mismos hechos, y, en su caso, la eficacia de los actos administrativos de imposición de sanción. Las medidas administrativas que hubieran sido adoptadas para salvaguardar la salud y seguridad de las personas se mantendrán en tanto la Autoridad Judicial se pronuncie sobre las mismas.

Artículo 33

En ningún caso se producirá una doble sanción por los mismos hechos y en función de los mismos intereses públicos protegidos, si bien deberán exigirse las demás responsabilidades que se deduzcan de otros hechos o infracciones concurrentes.

Artículo 34

Se consideran infracciones en materia de defensa de los consumidores y usuarios:

1. El incumplimiento de los requisitos, condiciones, obligaciones o prohibiciones de naturaleza sanitaria.

2. Las acciones u omisiones que produzcan riesgos o daños efectivos para la salud de los consumidores o usuarios, ya sea en

forma consciente o deliberada, ya por abandono de la diligencia y precauciones exigibles en la actividad, servicio o instalación de que se trate.

3. El incumplimiento o transgresión de los requerimientos previos que concretamente formulen las autoridades sanitarias para situaciones específicas, al objeto de evitar contaminaciones o circunstancias nocivas de tipo que puedan resultar gravemente perjudiciales para la salud pública.

4. La alteración, adulteración o fraude en bienes y servicios susceptibles de consumo por adición o sustracción de cualquier sustancia o elemento; alteración de su composición o calidad, incumplimiento de las condiciones que correspondan a su naturaleza o la garantía, arreglo o reparación de bienes duraderos y en general cualquier situación que induzca a engaño o confusión o que impida reconocer la verdadera naturaleza del producto o servicio.

5. El incumplimiento de las normas reguladoras de precios, la imposición injustificada de condiciones sobre prestaciones no solicitadas o cantidades mínimas o cualquier otro tipo de intervención o actuación ilícita que suponga un incremento de los precios o márgenes comerciales.

6. El incumplimiento de las normas relativas a registro, normalización o tipificación, etiquetado, envasado y publicidad de bienes y servicios.

7. El incumplimiento de las disposiciones sobre seguridad en cuanto afecten o puedan suponer un riesgo para el usuario o consumidor.

8. La obstrucción o negativa a suministrar datos o a facilitar las funciones de información, vigilancia o inspección.

9. En general, el incumplimiento de los requisitos, obligaciones o prohibiciones establecidas en esta Ley y disposiciones que la desarrollen.

Artículo 35

Las infracciones se calificarán como leves, graves y muy graves, atendiendo a los criterios de riesgo para la salud, posición en el mercado del infractor, cuantía del beneficio obtenido, grado de intencionalidad, gravedad de la alteración social producida, generalización de la infracción y la reincidencia.

Artículo 36

1. Las infracciones en materia de defensa de los consumidores y usuarios serán sancionadas con multas de acuerdo con la siguiente graduación:

- Infracciones leves, hasta 500.000 pesetas.
- Infracciones graves, hasta 2.500.000 pesetas, pudiendo rebasar dicha cantidad hasta alcanzar el quíntuplo del valor de los productos o servicios objeto de la infracción.

— Infracciones muy graves, hasta 100.000.000 de pesetas, pudiendo rebasar dicha cantidad hasta alcanzar el quíntuplo del valor de los productos o servicios objeto de la infracción.

2. En los supuestos de infracciones muy graves, el Consejo de Ministros podrá acordar el cierre temporal del establecimiento, instalación o servicios por un plazo máximo de cinco años. En tal caso, será de aplicación lo prevenido en el artículo 57.4 de la Ley 8/1980, de 10 de marzo, por la que se aprueba el Estatuto de los Trabajadores.

3. Las cuantías señaladas anteriormente deberán ser revisadas y actualizadas periódicamente por el Gobierno, teniendo en cuenta la variación de los índices de precios al consumo.

Artículo 37

No tendrán carácter de sanción, la clausura o cierre de establecimientos, instalaciones o servicios que no cuenten con las autorizaciones o registros sanitarios preceptivos, o la suspensión de su funcionamiento hasta tanto se rectifiquen los defectos o se cumplan los requisitos exigidos por razones de sanidad, higiene o seguridad, ni la retirada del mercado precautoria o definitiva de productos o servicios por las mismas razones.

Artículo 38

La autoridad a que corresponda resolver el expediente podrá acordar, como sanción accesoría, el decomiso de la mercancía adulterada, deteriorada, falsificada, fraudulenta, no identificada o que pueda entrañar riesgo para el consumidor.

Los gastos de transporte, distribución, destrucción, etcétera, de la mercancía señalada en el párrafo anterior, serán por cuenta del infractor.

CAPITULO X

Competencias

Artículo 39

Corresponderá a la Administración del Estado promover y desarrollar la protección y defensa de los consumidores y usuarios, especialmente en los siguientes aspectos:

1. Elaborar y aprobar el Reglamento General de esta Ley, las Reglamentaciones Técnico-Sanitarias, los reglamentos sobre etiquetado, presentación y publicidad, la ordenación sobre aditivos y las demás disposiciones de general aplicación en todo el territorio español. Asimismo, la aprobación o propuesta, en su caso, de las disposiciones que regulen los productos a que se refiere el artículo 5.º, 1.

El Reglamento General de la Ley determinará, en todo caso, los productos o servicios a que se refieren los artículos 2.º, 2 y 5.º, 1, de esta Ley, los casos, plazos y formas de publicidad de las sanciones, en régimen sancionador, los supuestos de concurrencia de dos o más Administraciones públicas y la colaboración y coordinación entre las mismas.

Lo dispuesto en este número se entiende sin perjuicio de las potestades normativas que corresponden a las Comunidades Autónomas de acuerdo con sus respectivos Estatutos.

2. Apoyar y, en su caso, subvencionar las Asociaciones de Consumidores y Usuarios.

3. Apoyar la actuación de las autoridades y Corporaciones locales y de las Comunidades Autónomas, especialmente en los casos a que se refieren los apartados 3 y 5 del artículo 41.

4. Promover la actuación de las demás Administraciones públicas y, en caso de necesidad o urgencia, adoptar cuantas medidas sean convenientes para proteger y defender los derechos de los consumidores o usuarios, especialmente en lo que hace referencia a su salud y seguridad.

5. Ejercer la potestad sancionadora con el alcance que se determine en sus normas reguladoras.

6. En general, adoptar en el ámbito de sus competencias cuantas medidas sean necesarias para el debido cumplimiento de lo establecido en esta Ley.

Artículo 40

Corresponderá a las Comunidades Autónomas promover y desarrollar la protección y defensa de los consumidores o usuarios, de acuerdo con lo establecido en sus respectivos Estatutos y, en su caso, en las correspondientes Leyes Orgánicas complementarias de transferencia de competencias.

Artículo 41

Corresponderá a las autoridades y Corporaciones locales promover y desarrollar la protección y defensa de los consumidores y usuarios en el ámbito de sus competencias y de acuerdo con la legislación estatal y, en su caso, de las Comunidades Autónomas, y especialmente en los siguientes aspectos:

1. La información y educación de los consumidores y usuarios, estableciendo las oficinas y servicios correspondientes, de acuerdo con las necesidades de cada localidad.

2. La inspección de los productos y servicios a que se refiere el artículo 2.º, 2, para comprobar su origen e identidad, el cumplimiento de la normativa vigente en materia de precios, etiquetado, presentación y publicidad y los demás requisitos o signos externos que hacen referencia a sus condiciones de higiene, sanidad y seguridad.

3. La realización directa de la inspección técnica o técnico-sanitaria y de los correspondientes controles y análisis, en la medida en que cuenten con medios para su realización, o promo-

viendo, colaborando o facilitando su realización por otras entidades y organismos.

4. Apoyar y fomentar las asociaciones de consumidores y usuarios.

5. Adoptar las medidas urgentes y requerir las colaboraciones precisas en los supuestos de crisis o emergencias que afecten a la salud o seguridad de los consumidores o usuarios.

6. Ejercer la potestad sancionadora con el alcance que se determine en sus normas reguladoras.

DISPOSICIONES FINALES

Primera

Dentro de los seis meses siguientes a la entrada en vigor de esta Ley, el Ministerio de Sanidad y Consumo promoverá, en colaboración con las Comunidades Autónomas, un plan para el tratamiento informático del Registro General Sanitario de Alimentos y de los demás registros sanitarios y datos de interés general para la defensa del consumidor o usuario.

Segunda

A efectos de lo establecido en el Capítulo IX, será de aplicación el Real Decreto 1945/1983, de 22 de junio, sin perjuicio de sus posteriores modificaciones o adaptaciones por el Gobierno.

Tercera

Dentro del año siguiente a la entrada en vigor de esta Ley, el Gobierno adaptará la estructura organizativa y las competencias del Instituto Nacional del Consumo y de los restantes órganos de la Administración del Estado con competencia en la materia, al contenido de la misma.

Cuarta

El Gobierno, en el plazo de un año a partir de la entrada en vigor de esta Ley, aprobará el reglamento o reglamentos necesarios para su aplicación y desarrollo.

DISPOSICION DEROGATORIA

Quedan derogadas todas las disposiciones que se opongan a lo dispuesto en esta Ley.

