

# LA ECONOMÍA CIRCULAR Y LOS CONSUMIDORES



Finanzas verdes y sostenibles (Pág. 4)

Energía como derecho: pobreza energética cero (Pág. 11)

Consumo responsable, crítico y solidario (Pág. 15)

ADICAE se opone frontalmente al sistema actual de generación y explotación de recursos y apuesta por la Economía circular como alternativa hacia una nueva forma de consumir en la que la colaboración, la sostenibilidad y la circularidad tomen protagonismo como guía de actuación colectiva.

# ÍNDICE

Presentación	2
Finanzas verdes y productos financieros sostenibles	4
Hipotecas y préstamos verdes	6
ADICAE a la vanguardia de la organización de los consumidores	8
La energía como derecho	11
Toda la información para la sostenibilidad	13
Consumidores y movilidad sostenible	14
Consumo responsable, crítico, solidario y sostenible	15
¿Cómo reclamar mis derechos como	20
El horizonte europeo en materia de consumo sostenible	22

Colaboran: Cristina López, Laia Margallo, Mercedes Herranz, Antonio Dionis, Susana Montserrat, Carolina Saiz y Daniel Crespo.

Edita: **ADICAE, Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros.**

Con la colaboración del Ministerio de Consumo.

Depósito Legal: Z 1883-2021

# PRESENTACIÓN

**La Economía Circular** se ha situado ya en el centro de la sociedad española tanto a nivel individual como colectivo. Además de ser un tema central en nuestras vidas es transversal, es decir, incide en todos los ámbitos de la sociedad moderna.

Por eso en ADICAE hemos ampliado los temas propios de consumo sobre los que tradicionalmente hemos trabajado en nuestra asociación, teniendo en cuenta el enfoque global y la necesaria transformación que fundamentará el sistema económico de las próximas generaciones.

ADICAE, organización ampliamente conocida a nivel nacional, continental e internacional por su defensa de los derechos de consumidores y usuarios, lleva años realizando una labor de concienciación y divulgación en materia de economía circular, especialmente en los aspectos que afectan de manera más directa a los consumidores; conscientes de los **retos que conlleva el actual cambio económico y social.**

Dentro de la realización del proyecto 'Consumidores con derechos, consumidores circulares' ADICAE ha querido desarrollar esta perspectiva transversal de la economía circular a través de la realización de diferentes iniciativas y actividades que trasladasen a los ciudadanos sus propios retos y los beneficios del cumplimiento de los mismos desde las vías más adecuadas.

Fruto de ello es este **boletín informativo que analiza las novedades para los consumidores de la economía circular en diferentes ámbitos como las finanzas, los grandes temas del consumo y, especialmente, la energía.** En un año en el que el aumento

del precio de la electricidad se ha situado como una de las principales preocupaciones para las familias, desde ADICAE hemos querido aportar propuestas, medidas y acciones concretas para reducir su impacto.



El lector encontrará información relevante y novedosa sobre temas de interés como la proliferación de **préstamos y productos financieros bajo la etiqueta de “verdes” o “sostenibles”**; los recientes cambios normativos en materia de sostenibilidad y energía que afectan **desde el etiquetado energético hasta la obsolescencia programada**, o cuáles son las herramientas de los consumidores para hacer valer sus **derechos ante los abusos de las grandes empresas energéticas**, especialmente en un contexto de aumento de malas prácticas como los errores o retrasos en la facturación y la proliferación de ofertas engañosas para la captación de clientes al mercado libre.

**Desde ADICAE seguimos reivindicando el papel decisivo de los consumidores para proteger el medio ambiente y ser protagonistas del cambio de modelo económico y social.**

Un cambio de conciencia que pasa fundamentalmente por la transformación del perfil consumista en un sujeto consumista activo con pensamiento crítico, responsabilidad social y solidaridad con el resto de ciudadanos.

Una de las lecciones que hemos extraído de la pandemia es que **nuestro modelo productivo y de consumo era falible y está necesitado de un profundo cambio de paradigma.**

Este cambio no es otro que es la economía circular, que lleva tiempo abriéndose paso entre la sociedad y el terreno productivo.

**En los últimos años se ha convertido en una verdadera necesidad para promover un mundo más justo y respetuoso con el medio ambiente y en el que los derechos y necesidades de los consumidores deben estar en el centro del debate.**

ADICAE ha demostrado su compromiso con la defensa de los postulados de la economía circular acercándolos a los consumidores con contenidos, herramientas y acciones a través de sesiones, grupos de trabajo, materiales y publicaciones.

Un background que ha convertido a la asociación en un referente tanto en la divulgación de la economía circular como en su aplicación a los temas de consumo y la defensa de los consumidores.

**La economía circular es, además, una oportunidad para el empoderamiento de las personas consumidoras.** Frente a un modelo consumista y de “usar y tirar”, los consumidores debemos ser partícipes de una reflexión crítica sobre la actividad de las empresas y las instituciones, con el objetivo de jugar un papel esencial en el establecimiento de nuevos hábitos y relaciones económicas.

El objetivo es activar nuestra capacidad de presión para que estos cambios **traspasen la esfera doméstica e individual y tomen posición en las dinámicas del mercado a gran escala y sus cadenas de producción.**

ADICAE siempre ha defendido que no debemos poner el foco ni el peso principal de esta realidad en el comportamiento de los consumidores individuales. Debemos ocuparnos fundamentalmente del ámbito colectivo y reivindicativo, de cara a influir en la legislación por parte de administraciones e instituciones y exigir un adecuado control y fiscalización del sector empresarial y de sus prácticas productivas, presionando entre todos para que su compromiso con el cambio sea real y no puramente estético.

Esperamos, en definitiva, que este boletín sea una herramienta útil para seguir formando a consumidores críticos, responsables, solidarios y comprometidos con el medio ambiente y el desarrollo sostenible.



**Manuel Pardos**  
Presidente de ADICAE

# FINANZAS VERDES Y PRODUCTOS FINANCIEROS SOSTENIBLES



Como pequeños ahorradores e inversores, cuando nos planteamos nuestro ahorro e inversión buscamos obtener unos rendimientos. En la búsqueda de rentabilidad de nuestro ahorro, **un porcentaje cada vez mayor de consumidores buscamos que nuestra inversión sea socialmente responsable y un instrumento que impulse el desarrollo social, económico** y, en definitiva, el cambio hacia un modelo más sostenible.

Para canalizar estas inversiones tenemos fondos de inversión y los llamados bonos verdes, que son un instrumento de renta fija destinado a financiar o re-financiar vencimientos de deuda de proyectos verdes. Tanto los fondos de inversión verdes como los bonos verdes fomentan las energías renovables, la eficiencia energética, la prevención y control de la contaminación, gestión sostenible de los

recursos naturales, biodiversidad, transporte limpio o cambio climático.

El problema de estos objetivos es que no está cuantificado o determinado un estándar que deben cumplir esos productos para que sean calificados como verdes. Pongamos algunos ejemplos: en Francia se considera como energía verde la energía nuclear, pero, ¿es la energía nuclear una energía verde?

Por otro lado, una empresa que emita bonos verdes para el cambio de su maquinaria por otra más eficiente que haga un mejor uso de los recursos también podría clasificarse como una inversión verde, aunque dicha eficiencia en el uso de los recursos se debe únicamente a la evolución tecnológica y no a un compromiso social.

“**Desde ADICAE trabajamos para que se establezcan tanto a nivel europeo como nacional unos criterios claros que eviten el uso comercial del término inversión verde y se plasme en un compromiso real y sostenible**”

Hay muchos interrogantes motivados por la ausencia de unos criterios establecidos que nos permitan definir qué es una inversión verde.

Desde ADICAE trabajamos para que se establezcan

tanto a nivel europeo como nacional unos criterios claros que eviten el uso comercial del término inversión verde y se plasme en un compromiso real y sostenible.

Decididos a apostar por una inversión verde, desde ADICAE recomendamos ser especialmente cuidadosos. La decisión de invertir ha de ser una decisión socialmente responsable. Debemos analizar el destino de nuestra inversión, pero no quedarnos ahí e ir más allá viendo cómo se va a llevar a cabo, exigiendo un compromiso compartido tanto a la entidad gestora como a la depositaria de nuestra inversión, sin perder de vista que estamos ante una inversión con un riesgo.

---

## Los bonos verdes son un instrumento de renta fija destinado a financiar o re-financiar vencimientos de deuda de proyectos verdes

---

Para ello debemos plantearnos algunas preguntas más: ¿la entidad financiera ha aceptado el arbitraje de consumo en sus conflictos con los consumidores? **Es especialmente llamativo que incluso las entidades que se llaman banca ética no acepten este mecanismo ágil de resolución extrajudicial en sus conflictos con los particulares.**

Un sistema rápido, económico y que resuelve en equidad las reclamaciones abocando a los consumidores a un procedimiento largo, penoso y que tras múltiples obstáculos y reclamaciones acaba en un procedimiento judicial.

---

## Un porcentaje cada vez mayor de consumidores buscamos que nuestra inversión sea socialmente responsable

---

Como consumidores responsables estamos dispuestos incluso a obtener una menor rentabilidad con mi inversión verde, pero ¿es un producto adecuado a mi perfil como pequeño inversor?

En no pocas ocasiones nos encontramos con que al consumidor se le da una gran cantidad de información, incomprendible para un consumidor medio, acompañada de unos test de conveniencia e idoneidad mal hechos y que generan desinformación sobre el producto que se va a contratar.

Estamos ante una inversión verde y socialmente responsable, pero dentro de la amplia oferta debemos elegir aquel producto que sea adecuado a nuestro perfil como inversor, huyendo de riesgos impredecibles y conociendo el producto que realmente contratamos.

Desde ADICAE queremos poner a disposición nuestra **plataforma gratuita de formación <https://formacion.adicae.net/cursos-online/>**. En ella podréis adquirir conocimientos de una manera crítica conociendo los diferentes productos y no sólo con las explicaciones que nos dan las entidades.

Desde ADICAE no solo explicamos las bondades de un determinado producto, también tratamos esos otros aspectos que no nos explican adecuadamente en las oficinas bancarias y que debemos analizar, muchas veces en letra pequeña. No queremos terminar sin animaros a que os unáis a nuestros grupos de economía circular y ahorro inversión.

“**Aunque sean inversiones verdes, debemos elegir el producto que sea adecuado a nuestro perfil como inversor huyendo de riesgos innecesarios**”





# HIPOTECAS Y PRÉSTAMOS VERDES ¿COMPROMISO SOCIAL O GREENWASHING?

Las hipotecas verdes son un tipo de préstamo hipotecario que se ofrece teóricamente en mejores condiciones que los préstamos hipotecarios ordinarios cuando el destino del préstamo sea la compra o construcción de una vivienda sostenible o la rehabilitación de una vivienda antigua para mejorar su eficiencia energética, y forman parte del objetivo de la «Iniciativa de Hipotecas de Eficiencia Energética» (Energy Efficiency Mortgage Initiative, EEMI), financiada por el programa Horizonte 2020 de la Comisión Europea y coordinada por la Federación Hipotecaria Europea.

La «Iniciativa de Hipotecas de Eficiencia Energética» es un proyecto cuya misión es movilizar los mercados de capitales e implementar las mejores prácticas en el sector financiero para apoyar los objetivos de la Ola de Renovación y el Pacto Verde de la UE.

A su vez, el proyecto de Horizonte 2020 (EeMAP) tuvo como objetivo la definición de una hipoteca de eficiencia energética estandarizada, mediante la que se incentiva a los propietarios a mejorar la eficiencia energética de sus edificios o adquirir una propiedad ya energéticamente eficiente mediante condiciones de financiación preferenciales vinculadas a la hipoteca.

***No obstante actualmente no existe ninguna normativa que regule las hipotecas verdes, por lo que las características de estas quedan al arbitrio de las entidades financieras***

De hecho, aún es posible encontrar préstamos tradicionales con mejores condiciones que los de las llamadas “hipotecas verdes”, que aún son objeto además de una oferta limitada.

## ¿Hay diferencias con los préstamos convencionales?

A priori no se diferencian en nada. Es decir, dado que no tienen regulación normativa autónoma, a nivel legal se consideran hipotecas normales.

Por tanto, añadir el adjetivo “verdes” no deja de ser una forma de denominar a un tipo de préstamo hipotecario.

Distinto es el hecho de que para potenciar la adquisición de viviendas energéticamente eficientes, se ofrezcan estos productos con la denominación

de “hipotecas verdes” que tienen, como ya se ha dicho, unas mejores condiciones.

Así, puede ser que el tipo de interés sea más bajo, que se exijan menos vinculaciones o que no se cobre comisión de apertura a la hora de formalizar uno de estos préstamos. En suma, resultan unas hipotecas ordinarias que se comercializan con el nombre de “hipotecas verdes” y que las entidades financieras ofrecen teóricamente en unas mejores condiciones crediticias, aunque al no haber regulación al respecto esto no siempre es así.

## ¿Qué ventajas/inconvenientes tiene para los consumidores los préstamos de hipotecas verdes?

La ventaja principal es que el consumidor se encuentra con unos **créditos hipotecarios con mejores condiciones**, por lo que la adquisición de vivienda le resultará más económica.

La desventaja, por llamarla de alguna forma, es que el **valor de la vivienda será más alto**, dado que una vivienda que incorpore los materiales necesarios para conseguir una certificación energética con el nivel exigido para ser susceptible de ser financiada mediante hipotecas verdes es mucho más cara que una vivienda normal.

No obstante esto no tiene que ser una desventaja como tal. Aquellos consumidores que estén concienciados con adquirir una vivienda energéticamente

eficiente y se puedan permitir su coste, se van a encontrar que desde el punto de vista de la financiación, les va a salir más económico al tener la hipoteca, mejores condiciones.

---

### *Las hipotecas verdes también pueden destinarse a la rehabilitación de viviendas antiguas*

---

A lo anterior hay que sumar las ayudas que, para la adquisición de viviendas sostenibles, ofrecen las administraciones como es el caso del **Plan Estatal de Vivienda 2018-2021, que será renovado con el nuevo plan 2022-2025**. Y por último los ahorros que en suministros energéticos se generarán, precisamente por la mayor eficiencia de la vivienda a este respecto.

No olvidemos que las hipotecas verdes también pueden destinarse para la **rehabilitación de inmuebles antiguos**. Por tanto, sí un consumidor quiere renovar su vivienda, mejorando su eficiencia con acciones tales como el cambio de ventanas, sustitución de caldera, aislamiento térmico, instalación de paneles solares, etc., puede acudir a este tipo de préstamos en unas mejores condiciones, sin perjuicio de las posibles subvenciones que pueda solicitar al respecto, resultando sin duda una buena inversión, tanto para su economía familiar, que verá reducirse el consumo energético y, por tanto, su gasto en energía y, por otro lado,

habrá reducido directa o indirectamente al volumen de contaminación producido.

No obstante, al no haber regulación, se debe acudir a cada una de las entidades financieras que actualmente ofrecen este tipo de productos para ver cuales son sus condiciones y sí realmente estas son más beneficiosas que las de las hipotecas normales.

Una **posible desventaja** para el cliente-consumidor es la posibilidad de **acabar contratando con una entidad que**, lejos de querer ofrecer una hipoteca verde para los fines que se han relatado, **realmente esté realizando greenwashing**.

---

### *Uno de los peligros de las hipotecas verdes es que en realidad la entidad esté haciendo greenwashing*

---

El lavado verde o *greenwashing* es un término que significa que una empresa realiza actos de propaganda en la que se realiza **marketing verde de manera engañosa para promover la percepción de que los productos, objetivos o políticas de una organización son respetuosos con el medio ambiente** y así, mejorar su imagen de cara al público y aumentar sus beneficios

La existencia de estas prácticas es posible, dado que, como se ha indicado, todavía **no hay regulación al respecto** y, por tanto, no hay un control sobre este tipo de hipotecas.

# ADICAE A LA VANGUARDIA DE LA ORGANIZACIÓN DE LOS CONSUMIDORES

**ADICAE lleva más de 30 años defendiendo los derechos de los consumidores bajo la construcción de consumidores críticos responsables y solidarios**



Si el año 2020 ha estado marcado por la crisis sanitaria, social y económica fruto de la pandemia de COVID 19, el año 2021, o al menos su segunda mitad, lo ha estado por la crisis energética. **El encarecimiento en los mercados internacionales del gas y de emisiones de CO2 ha provocado una escalada sin precedentes del precio de la electricidad en el mercado mayorista en nuestro país.** Ante esta situación, ADICAE ha actuado con diligencia y prontitud para, ante un problema de enorme magnitud para los consumidores españoles, poder defender de manera fehaciente sus intereses por todas las vías posibles y necesarias.

ADICAE ha concentrado su postura frente al problema eléctrico en tres ideas fundamen-

tales: **acabar con la pobreza energética** en España; apostar por un **consumo de energía más sostenible y fomentar el ahorro entre las familias**; y conseguir un **precio de la electricidad justo y razonable** para todos los consumidores. Esta postura ha sido defendida por ADICAE en tres niveles con el objetivo de extender su área de influencia lo máximo posible: en las instituciones, en las calles y en las aulas.

## La defensa de los consumidores en las instituciones

En el mes de octubre, con el precio del megavatio hora marcando récord histórico día tras día, ADICAE trasladó al Ministerio de Transición Ecológica su postura sobre el problema

energético y la defensa del modelo del mercado regulado, en proceso de revisión por parte del Ejecutivo, por su conveniencia a los consumidores.

El presidente de ADICAE, Manuel Pardos, defendió que el denominado PVPC "ha sido muy positivo para los consumidores" y "aunque ahora presente problemas" la asociación solo defenderá una modificación "siempre y cuando implique un modelo mejorado y estable para los consumidores". Frente a las presiones del sector energético para limitar el mercado regulado a únicamente los denominados consumidores vulnerables, **desde ADICAE se ha seguido defendiendo que es un modelo que, a pesar de las últimas oscilaciones del mercado, resulta más beneficioso para los intereses de los consumidores.**



Una de las principales ventajas de este modelo regulado es que es condición indispensable para poder tramitar el bono social eléctrico. Para ADICAE el verdadero desafío es hacer llegar este **bono social a los 4 millones de consumidores que objetivamente podrían beneficiarse de él**. Esta situación, denunciada de manera insistente por la asociación, hace que actualmente solo 1,2 millones de consumidores sean receptores de una rebaja que, tras la última modificación legislativa, puede subvencionar hasta el 70% de la factura eléctrica.

## La movilización ciudadana, un elemento clave para ADICAE

La acción reivindicativa y la movilización ciudadana siempre han sido señas de actuación de ADICAE a lo largo de su dilatada historia. En las calles de toda España, la asociación ha defendido los intereses de los consumidores y ha encabezado sus luchas en procesos como Fórum, Cláusulas suelo o Banco Popular.

Durante los meses de noviembre y diciembre ADICAE ha organizado **movilizaciones ciudadanas en más de una veintena de ciudades** españolas para denunciar el problema de la subida del precio de la electricidad. A través de performances reivindicativas los ciudadanos han expresado su descontento por una factura cada vez más cara y han pedido un precio de la luz justo y razonable.



## Consumidores críticos, responsables y solidarios

La tercera pata de la campaña de ADICAE por un modelo energético que garantice el derecho de los consumidores se basa en la formación. El compromiso de la asociación con el fomento de la cultura entre los usuarios, principalmente en materia financiera, ha sido también una de las tradicionales señas de identidad. Por todo el territorio y de manera prolongada en el tiempo ADICAE ha implantado charlas, talleres, conferencias de la temática más diversa posible.

En este caso, ADICAE se ha marcado como objetivo concienciar y formar a los consumidores en un tema que, en ocasiones, puede ser excesivamente complejo como es el sistema eléctrico. Para ello, ha organizado una **campaña de sesiones formativas por más de 40 provincias** en la que se han analizado el aumento del importe de la factura de la luz en plena crisis económica, su impacto en el índice de precios al consumo, y el funcionamiento de un sistema extremadamente complejo pero que afecta al día a día de todas las personas consumidoras.

## Economía Circular y los consumidores, en el centro del debate de la Jornada organizada por ADICAE

El pasado 30 de noviembre ADICAE celebró la Jornada 'La Economía Circular y los consumidores', un encuentro con expertos de diferentes ámbitos con una preocupación común: el cambio de modelo para conservar el planeta. "En ADICAE nos consideramos consumidores verdes, digitales y sociales", anunció el presidente de la asociación, Manuel Pardos, para dar comienzo a una serie de ponencias que vincularon las finanzas, la movilidad, la energía o el consumo a los principios en los que se fundamenta la economía circular.

En este sentido, Pardos señaló que el nuevo modelo económico que sustituya el actual sistema de consumo debe fundamentarse en la sostenibilidad; el cambio de concepción a la hora de consumir y producir; la digitalización y la igualdad. "Con esta Jornada,

ADICAE ha consagrado su compromiso con la Economía Circular", destacó el presidente, a la vez que recordaba el liderazgo de la asociación, no solo en materia de defensa de los usuarios financieros, sino "participando en todos los temas de consumo", principalmente a través de la acción colectiva.

Los asistentes a la Jornada pudieron escuchar y debatir sobre inversión socialmente responsable y la realidad de los productos financieros con etiqueta "sostenible"; la obsolescencia programada y su relación con el consumo; los objetivos de la Unión Europea en materia de protección del consumidor y los retos de la movilidad y la energía para cumplir los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

“**La sostenibilidad y el cambio de modelo resultan imprescindibles, aunque no exentos de retos, en los que el papel de los consumidores será un aspecto clave**”





# LA ENERGÍA COMO DERECHO

## POBREZA ENERGÉTICA CERO

### La energía, bien básico clave en el camino hacia los ODS

En la actualidad no podemos concebir nuestro modo de vida sin hacer uso de modelos y procesos que lleven consigo el uso de sistemas energéticos. Estos sistemas posibilitan el desarrollo de todos los sectores y de esta forma impulsan sociedades más justas, equitativas y con mayores índices de bienestar y derechos.

Ante la crisis sanitaria, económica y social del COVID-19 es fundamental impulsar sistemas

energéticos para la contención y lucha de la enfermedad. La salubridad de algunos métodos y necesidades como el buen funcionamiento de centros sanitarios, el acceso a agua sanitaria o las comunicaciones, se pueden conseguir con procesos que necesitan energía y más concretamente electricidad.

Actualmente el **Objetivo de Desarrollo Sostenible número 7** tiene como clave garantizar el

acceso a una energía sostenible, asequible, fiable y moderna para todos los consumidores. Aunque desde el punto de vista eurocentrista se tenga una concepción a priori de superación en lo que asegurar las condiciones y derechos energéticos se refiere, cabe destacar que no es así. Si se pone el foco en datos globales, el 13% de la población mundial aún no tiene acceso a servicios modernos de electricidad, lo que supone una dificult-

tad que suma y es parte de los diferentes condicionantes y contextos de pobreza que viven.

---

## *El 13% de la población mundial aún no tiene acceso a servicios modernos de electricidad*

---

Debemos considerar como un eje fundamental los derechos energéticos y el planteamiento global de los sistemas energéticos. Todo conduce inevitablemente a replantearse el actual modelo de sistemas energéticos que aparta a una parte de la población, y **optar por un modelo circular, igualitario y sostenible**. No se debe centrar únicamente un cambio en su extensión, sino también en su fondo. Los consumidores que día a día disfrutan de derechos energéticos lo hacen con el respaldo de procesos de combustión contaminantes e insostenibles que utilizan combustibles fósiles como el petróleo, el gas o el carbón lo que produce grandes cantidades de gases de efecto invernadero, muy perjudiciales para el planeta y que agravan la crisis climática. **La clave y los factores de cambio en el modelo energético y en este objetivo ODS no es únicamente la extensión, sino su extensión sostenible** que cuida los factores ambientales biológicos y físicos y que perdure la vida tal y como la conocemos, y para ello son necesarios cambios circulares estructurales.

Algunos de esos cambios se deben producir fundamentalmente en los procesos de producción donde se aspire a la producción energética 100% renovable que conserve el medio ambiente y tenga tasas de reposición positivas y no contaminantes.

---

## *Debemos aspirar a la producción energética 100% renovable que conserve el medio ambiente y tenga tasas de reposición positiva*

---

También se puede apuntar en la necesidad de apostar de forma global por sistemas de distribución globales y sostenibles en los que la pérdida energética en el transporte sea mínima y se fortalezcan las economías locales impulsando el empleo verde y la economía circular.

Por último, se puede concluir señalando críticamente el último eslabón de la cadena energética: la comercialización y consumo. Para ello es fundamental el **cambio hacia modelos sostenibles de aquellos consumidores que tienen acceso a bienes energéticos y consumir de forma eficiente, crítica y solidaria** fomentando formas, ideas y reivindicaciones que hagan el modelo circular y para todos.

## **Novedades normativas en el consumo energético y sostenibilidad**

Tras la pandemia del Covid-19 y con la intención de reducir la huella ecológica y responder a las principales necesidades de los consumidores, la Comisión Europea introduce nuevas medidas de protección en cinco ámbitos clave: los sectores de la cadena alimentaria, la energía, los transportes, los servicios digitales y los servicios financieros.

Con este paquete de medidas, la Unión Europea promueve una economía inteligente, sostenible e integradora, que dote a los consumidores de herramientas y derechos que les permitan desempeñar un papel activo en la transición ecológica y digital.

De esta manera, son muchas las novedades normativas en consumo energético y de sostenibilidad con mayor impacto.



# LAS MIL Y UNA VERTIENTES DE LA ECONOMÍA CIRCULAR

## ADICAE desgrana en una serie de análisis los aspectos fundamentales de la economía circular para los consumidores

La asociación ha recopilado en una colección de informes de formato sintético, disponibles en la web de ADICAE, las principales y más novedosas cuestiones que tienen que ver con la influencia de los principales temas del consumo en la economía circular y en la situación de los consumidores en España.

Como cuestión más pegada a la actualidad y mayor foco de conflicto, el mercado eléctrico y energético ocupa buena parte de los ejemplares de esta colección. Así estos trabajos abordan una comparación entre el mercado libre y el mercado regulado de la electricidad, una aproximación a la realidad del coste de la factura de la luz, y diversos análisis que recopilan las estrategias de comercialización de las eléctricas y las dificultades de los consumidores para hacer valer sus derechos, entre otros.

En relación con esta cuestión, la colección también trata el abusivo y oligopólico mercado del petróleo, los carburantes y su relación con la movilidad sostenible y circular, en combinación directa con la necesidad imperiosa de una vuelta completa al urbanismo y la construcción de vivienda para que entre en parámetros de equilibrio

medioambiental. Los conceptos de huella de carbono y ecológica, así como la gestión del principal recurso del planeta, el agua, centran también algunas de estas publicaciones.

La producción y comercialización alimentaria y el problema del desperdicio, la gestión de residuos, el reciclaje y la recuperación de materias primas son otros de los aspectos que, junto con la obsolescencia programada como reto de futuro en el comercio textil y de productos electrónicos, y la publicidad como herramienta dirigida al fomento de la sostenibilidad son objeto de atención.

---

***Como cuestión más pegada a la actualidad, y mayor foco de conflicto, el mercado eléctrico y energético***

---

Por supuesto, también se ha guardado un espacio para las cuestiones financieras, abordando un análisis sobre el ahorro y crédito "verdes", los instrumentos y productos financieros con voca-

ción supuestamente ambiental que pueden servir para mover un cambio en el modelo de producción o, simplemente, dar amparo a nuevos abusos.

---

***Más de una veintena de publicaciones que tratan diversos temas de actualidad***

---

En total, más de una veintena de publicaciones que tratan diversos temas de plena actualidad con los que los consumidores encontrarán un guía de máximo interés para interiorizar de manera consciente cuál es la economía circular de los consumidores, que podemos y debemos hacer para incidir en un consumo responsable con parámetros de sostenibilidad y, sobre todo, que debemos exigir y reivindicar para que las instituciones públicas y las empresas cuiden nuestro planeta y nuestros derechos como es debido.

Pídelos en tu sede de ADICAE o descárgalos en la **[web otrosconsumoposible.es](http://web.otrosconsumoposible.es)**

# RETOS Y OPORTUNIDADES DE LOS CONSUMIDORES PARA UNA MOVILIDAD SOSTENIBLE

Más del 70% de los españoles apuestan por alternativas de movilidad sostenibles en su día a día. Esta es una de las principales conclusiones extraídas de la encuesta elaborada por el observatorio Cetelem y que refuerza la idea de que **los consumidores españoles, no solo cada vez son más verdes, responsables y críticos; sino que reclaman un modelo que coincida con estas preferencias:** el 82% de los encuestados reclama inversión en transportes ecológicos y el 77% unas ciudades que apuesten por medios de transporte más sostenibles.

Avanzar hacia un modelo en el que las formas de desplazarnos no dependan en su mayoría de combustibles fósiles, con su consecuente impacto para el medio ambiente es, de hecho, uno de los objetivos transversales de la Agenda 2030. Sin embargo, la realidad es que partimos de una situación socioeconómica que dificulta que esta transición ecológica en materia de movilidad se vaya a dar, no ya en los próximos años, sino en las próximas décadas de manera fehaciente.

Atendiendo a los datos de 2021, **el consumo medio de combustibles como gasolina y gasóleo se ha incrementado en nuestro país en un 30% con respecto al año anterior.** En un contexto en el que los precios de los carburantes han crecido tanto que se ha considerado la principal causa del aumento del IPC hasta la cifra récord de 5,6%. Los consumidores españoles siguen dependien-

do del carburantes, en parte, por un parque móvil envejecido y por el salto económico existente entre las alternativas ecológicas, como coches eléctricos o híbridos, y los de motor de combustión. De hecho, aunque un 40% de los consumidores españoles se ha planteado cambiar de vehículo en el próximo año, aquellos que optan por el coche eléctrico son el 11%.

**“La apuesta por la sostenibilidad no puede recaer de manera aislada en los hombros de los consumidores”**

Que el cambio ha comenzado es un hecho; que lo hace a un ritmo lento, también. Los últimos datos publicados por la Asociación española de fabricantes de automóviles y camiones (ANFAC) muestra un positivo aumento en el número de matriculaciones de vehículos eléctricos, híbridos y de gas en el último año. **Uno de cada diez coches que se han vendido en España en noviembre de 2021 es electrificado**, una cifra que supera las 28.000 unidades. En enero de este mismo año, este dato sólo alcanzaba las 12.500, de las cuales, 11,912 eran turismos.

El verdadero reto, sin embargo, es exterior e interior. Exterior porque aunque los datos de electrifi-

cación del mercado de transportes es positivo, la comparación con el resto del continente europeo refleja que España sigue en los últimos puestos del ranking comunitario de electromovilidad. E interior porque la apuesta por una verdadera transición hacia un modelo de movilidad más sostenible pasa indispensablemente por cambios a nivel estructural. En este sentido, la inversión decidida en infraestructura de carga o la reconversión del sector y la consecuente pérdida de empleos en ámbitos como la fabricación de componentes -más de medio millón antes de 2025- serán elementos a tratar por parte de gobernantes e instituciones en el futuro inmediato.



ADICAE siempre ha reivindicado que el peso del cambio de modelo y **la apuesta por la sostenibilidad no puede recaer de manera aislada en los hombros de los consumidores y sus decisiones individuales.** El reto hacia una España en la que la forma de desplazarnos a corta, media y larga distancia sea manera respetuosa con el medio ambiente y en cumplimiento con los objetivos comunitarios que nos hemos marcado para 2030 y 2050, solo puede venir a través de una respuesta coordinada entre instituciones, empresas y consumidores.



# CONSUMO

## RESPONSABLE, CRÍTICO, SOLIDARIO Y

# SOSTENIBLE

## El rol de consumidores y empresas ante la Economía Circular

Es cierto que hablar de economía circular y sostenibilidad es un escenario que muchas marcas quieren protagonizar, pero el camino no es fácil. Además, es necesario tener en cuenta que **la actividad del consumidor está interconectada con el progreso de las empresas** que entregan los productos y servicios que se consumen ya que somos los consumidores los que compramos sus productos y/o utilizamos sus servicios.

Así pues, ¿cómo podemos reparar el desequilibrio generado por el consumismo desmesurado y aportar un legado positivo en el futuro? Los modelos empresariales

que adoptan un sistema basado solamente en el consumo han quedado obsoletos.

Es fundamental pasar de una **economía del “yo”** centrada en la producción a una **economía del “nosotros”** basada en la responsabilidad compartida. Esto conlleva involucrar al Estado, las empresas, las comunidades y los ciudadanos, y, haciendo llamamientos hacia una sociedad más inclusiva, debemos afrontar que solamente el hecho de tener más no es una vía sostenible para lograr un futuro mejor. Cuando los políticos dicen que nuestro “deber” es ir de compras para mantener la economía en marcha, estamos en nuestro derecho

de hacernos la siguiente pregunta: ¿Es el consumo el único motivo de nuestra existencia?

Por fortuna, se empieza a apreciar un ligero cambio de mentalidad, una tendencia hacia un modelo más transparente, sostenible y, lo que es más importante, lleno de significado en el que la gente se plantea activamente la manera de alcanzar la buena vida. Por tanto, no es de extrañar que en la actualidad se pida a las empresas que demuestren su interés en estos aspectos y que se exija que se fomenten en todos los ámbitos, desde las políticas públicas hasta los productos y servicios.

Es por eso que **los consumidores debemos estar más atentos que nunca para evitar que las marcas caigan en el greenwashing**. Práctica que, como ya avanzábamos en el informe “¿Es ecológico realmente o es solo marketing?” publicado por ADICAE en 2020, consiste en un lavado de imagen por el que “se magnifica, se encubre, se distorsiona o se manipula la información” para obtener “mayores beneficios” a costa de vender de forma falsa los productos como “ecológicos y sostenibles”.

Nunca debemos olvidar que **el cumplimiento medioambiental es una obligación, no un compromiso de las empresas** y que un producto llevará “la etiqueta ecológica de la Unión Europea” siempre que sea respetuoso con el medioambiente.

Afortunadamente, está surgiendo un nuevo modelo social orientado hacia la sostenibilidad y está llegando a todos los rincones del mundo. Hasta ahora, las acciones para impulsar el desarrollo de la economía circular se han centrado en la producción, logrando que las industrias introduzcan modelos de negocio circulares. Hoy en día ya se dan mejores condiciones para que nosotros, los consumidores, tomemos decisiones de compra sostenibles en nuestra vida diaria y realicemos un consumo responsable.

## Consejos para aplicar el consumo sostenible en los hogares

Hasta ahora hemos usado un sistema lineal de consumo que ya ha quedado sobradamente demostrado que **no funciona y que no es sostenible** en el tiempo. Estamos destruyendo el planeta y nuestra salud y futuro se están muriendo con él. Ya no es una teoría ni un mensaje apocalíptico de unos pocos. Es una realidad palpable que nos está llamando a la puerta desde hace años y no podemos seguir ignorándola.

**Tu hogar es la base de la pirámide** y tiene el poder de mover montañas; y desde ahí puedes hacer grandes cosas para cambiar este consumismo desmesurado que nos está llevando a una vida infortunada. Comprar, usar, tirar. Este ha sido nuestro sistema de consumo hasta ahora. Pero no funciona y no nos beneficia en nada.

Existe un sistema diferente del que seguramente has oído hablar o leído algo. Se llama el sistema de las **4 ERRES** y cuyas bases se sostienen en Reducir, Reparar, Reutilizar y Reciclar. Y aunque a priori pueda parecer difícil, no lo es en absoluto. Sólo se trata de hacer **pequeños cambios en nuestra manera de consumir**. Porque es importante que tengas claro que la acumulación de pequeños cambios es la que produce grandes transformaciones. Es hora de que uses tu gran poder para cambiar este modelo.

### REDUCIR

- Compra solamente lo que te proporciona un valor importante a tu vida. Y en la despensa, compra sólo lo que ya se ha terminado.
- Compra y vende en segunda mano: para que tú ahorres dinero y ganes más vendiendo las cosas que no quieres. Así también das un uso inteligente a las cosas que ya no quieres y otras personas sí utilizarán.
- Si vas a comprar, intenta adquirir productos respetuosos, de Km 0 y de proximidad. Ayudarás mucho a la sostenibilidad de los recursos.
- Reduce tu gasto energético adquiriendo pequeños hábitos que marcarán un ahorro en tus facturas.

### REPARAR

- Acondicionar nuestra ropa en caso de variación de peso o cambio de moda es muy sencillo y divertido.
- Gran parte del calzado se puede reparar para durar una temporada más.
- Los electrodomésticos y productos tecnológicos muchas veces se pueden restaurar o vender para piezas en comercios especializados.
- Los muebles anticuados y/o estropeados se pueden transformar creando verdadero arte.



## REUTILIZAR

- Uno de los mayores problemas que tenemos hoy en día viene dado por los productos de un solo uso (botellas, envases, bolsas de plástico, mascarillas, cápsulas de café, toallitas, etc) Es necesario optar por sus versiones reutilizables para reducir su impacto.
- Otro producto que tiene muchos usos es la tela, de prendas que ya no queremos y que pueden formar parte de originales diseños en tus cojines, fundas y colchas.
- Los envases tienen un potencial increíble para ayudarnos a organizar el orden de nuestros muebles, armarios y gavetas. Cualquier simple caja de zapatos es tu gran aliada para almacenamiento en tus armarios o despensas.

## RECICLAR

Ya todos debemos saber cómo separar correctamente nuestra basura y depositarla en el contenedor correcto. Sin olvidar que existen muchos productos que se deben llevar a los puntos limpios, los cuales tienen unidades móviles que es sencillo ubicar por medio de nuestro ayuntamiento.

Como vemos, el cambio es posible y su éxito depende del grado de implicación que tengamos cada uno de nosotros. Cada pequeño gesto te anima y facilita a ir a por el segundo y finalmente se convierte en un hábito tan satisfactorio que cuando lo instauras en tu vida, no concibes vivir de otra manera dada la gran felicidad y plenitud que te aporta. ¿Contamos contigo?

alimentos producidos se tiran a la basura y, además, en el proceso se genera en torno al 6% de las emisiones generadas en el territorio. **España no es una excepción, pues cada persona tiró una media de 31 Kilos/litros de comida solo en el 2020.**

“**ADICAE evidencia que no podemos seguir consumiendo y produciendo como si tuviéramos recursos infinitos en un mundo con recursos limitados**”

## El sistema de producción actual contribuye al calentamiento global, la desigualdad y las pérdidas económicas

Los datos sobre el desperdicio de alimentos son más que preocupantes; 1.300 millones de toneladas anuales de alimentos –un tercio de la producción mundial– se tiran a la basura antes de llegar al plato. Mientras tanto, más de 800 millones de personas en el mundo pasan hambre y otros 1.600 millones padecen malnutrición.

Este desperdicio alimenticio se traduce tanto en una gran pérdida tanto económica como de recursos, pues no solo es el producto final lo que se desaprovecha, sino también toda la

energía y costes invertidos en su elaboración, envasado, transporte y comercialización. Si a esto le añadimos que solo el derroche de alimentos causa el 8% de los gases de efecto invernadero, parece evidente que estamos frente a un modelo de producción insostenible a largo plazo, que causa pérdidas económicas, desequilibrio social y propulsa el calentamiento global. De hecho, **si el desperdicio de alimentos fuera un país, sería el tercer emisor más grande del mundo.**

En Europa el escenario es una calcomanía, pues el 20% de los

En este sentido, el Parlamento Europeo ha instado a los estados miembros a reducir el despilfarro de alimentos en un 25% para 2025 y un 50% en 2030. En consecuencia, el Gobierno español impulsa la primera ley para combatir esta crisis alimentaria, social y medioambiental con la intención de que entre en vigor en enero de 2030.

No obstante, **ADICAE advierte que el anteproyecto de ley no especifica la metodología a seguir en la recogida de datos ni define quien va a realizar dicha tarea**, a pesar de ser un aspecto fundamental en la lucha contra el desperdicio alimentario. Asimismo no incluye incentivos al consumo responsable aún cuando los motivos más importantes del desperdi-

cio giran en torno a tres hábitos de consumo erróneos:

- **No diferenciar entre la fecha de consumo preferente y la fecha caducidad.** En esta dirección, el anteproyecto contempla que los alimentos a punto de caducar se redirijan a organizaciones benéficas y, si no son aptos para el consumo humano, se suministren al ganado, reduciendo así la producción de pienso.
- **Desechar la fruta y verdura por tener una apariencia "fea".**
- **Servir raciones excesivamente grandes.** A partir de 2023 los establecimientos tendrán la obligación de poner a disposición de las personas consumidoras lo que sobre en los platos, sin que el cliente tenga que pedirlo y sin cobrar nada extra por los envases.



## Innovación y sostenibilidad frente al estrés hídrico

Los efectos que está produciendo el cambio climático son diversos y afectan a la población en diferentes ámbitos de la vida, pero el espacio que más nos influye es el del agua, vital para nuestra existencia. **Según la ONU: "Todo ser humano tiene derecho a entre 50 y 100 litros de agua segura y asequible por persona y día."** En los últimos años, España ha sido uno de los países de la Unión Europea que más agua consume por habitante y día. En el año 2016 el INE estimó que el consumo medio por habitante y día es de 154 litros.

El cambio climático está ocasionando que las reservas de agua estén en el año 2021 casi 15 puntos por debajo de la media. El plan del Gobierno de España "España 2050: Fundamentos y Propuestas para una Estrategia Nacional de Largo Plazo" calcula que **27 millones de españoles vivirán en zonas de estrés hídrico.**

Este fenómeno obliga a replantearse cambiar la forma de explotación, sobre todo por parte

de los Estados. El agua es esencial para que podamos vivir y no le estamos dando la importancia que se merece, únicamente aumentamos el desgaste de la misma sin importar que ocurrirá mañana, lo único que nos incumbe es que siempre nos salga agua cuando abrimos el grifo, y ese es el problema, creer que este recurso nunca se acabará.

En la actualidad, más del 75% del territorio español está en riesgo de desertificación y el 70% de las demarcaciones hidrográficas tienen alto nivel de estrés hídrico.

Para que la sequía y el estrés hídrico no vaya en aumento con el paso de los años hay que utilizar nuevas herramientas. **La tecnología y el uso de la Inteligencia Artificial están realizando cambios para que sectores como la agricultura no se vean afectados** y puedan continuar su labor.

Diferentes fundaciones están recogiendo iniciativas para aplicar la Inteligencia Artificial en la gestión del agua para alcanzar una mayor sostenibilidad. Los

cambios que se quieren llevar a cabo van desde el sistema de redes hasta realizar cálculos de humedad para que el riego de cultivos sea más eficiente.

Un estudio realizado por profesores de la Universidad de Valencia y de la Universidad de California dictaminó que la distribución de los recursos hídrico en España presenta una asimetría muy marcada entre la zona norte y el resto del territorio peninsular, por lo que se genera un estrés hídrico significativo en gran parte del sudeste peninsular, que hace llegar a altos niveles de sobreexplotación en algunas regiones que ponen en duda su sostenibilidad a largo plazo.

El cambio tiene que venir tanto de las organizaciones gubernamentales como de la población en general, porque **la transformación se debe de hacer de una manera efectiva y buscar la manera de llegar a una sostenibilidad y equilibrio que ayude a reducir el estrés hídrico.**

# Tecnología, digitalización y el e-commerce: retos de los “consumidores circulares”

Cada vez se hace más patente la necesidad de cambiar nuestra forma de vida hacia una que sea más sostenible. Nos estamos empezando a dar cuenta de que el ritmo que llevamos no es viable ni para el medioambiente ni para nuestra salud. Empezamos a ser conscientes de que hace falta un cambio, hacer clic en nuestras rutinas y realizar pequeñas modificaciones para causar el menor perjuicio posible.

**El ecommerce o comercio electrónico se ha convertido en parte de nuestra forma de consumir**, o mejor dicho, ha ocupado un hueco enorme en nuestra manera de adquirir todo tipo de productos, llegando a cambiar el modelo de consumo tradicional. Es un mercado en el que hay una amplia oferta, con muchos precios, que nos traen lo que compramos al lugar que digamos, incluso a veces de forma gratuita. ¿Cuál es la pega?, el alto coste que tiene para el medioambiente y como consecuencia, para nosotros mismos.

***Un mercado con amplia oferta y facilidades de compra conlleva también un alto coste para el medio ambiente***

Que tengamos todo tipo de productos a una tecla de distancia no quiere decir que tengamos la obligación de comprarlos, antes de adquirir un producto hay que preguntarse si lo necesitamos realmente. Hay que comparar. En un mercado con muchas opciones tenemos que saber utilizarlo a nuestro favor y coger la opción que más se adecúe a nuestro presupuesto, a nuestra exigencia y que más nos convenga.

***Estamos en la era de la digitalización y la globalización, pero también en la del cambio climático y la contaminación.***

¿Es compatible la digitalización con los postulados de la Economía Circular? Internet acompaña a todos los aspectos de nuestro día a día. Muchas veces no nos damos cuenta porque ya lo hemos asimilado y lo hacemos de manera inconsciente, pero hemos llegado a ese punto por costumbre. Con la economía circular sucede lo mismo: podemos empezar haciendo **cambios pequeños que después interioricemos y nos salgan de forma sistemática.**

¿Pueden las nuevas tecnologías ayudarnos a ser más sostenibles y más circulares? Y si es así, ¿cómo? La Economía Circular se basa en las conocidas ‘R’ (re-

ducir, reciclar, reutilizar, reparar, renovar, recuperar), la idea principal es que el consumo de un producto no sea lineal y finalice en deshecho, sino que su vida se alargue.

***Internet puede ayudar a que los objetos tengan una segunda vida***

Internet puede ayudarnos a que un objeto que en teoría está “muerto”, tenga una segunda vida. El mercado digital no sólo está beneficiando a las empresas, también a las personas de a pie que estamos empezando a participar en él.

Algunas aplicaciones nos permiten dar una segunda vida a aquello que para nosotros ya no tiene utilidad, pero que a lo mejor para otra persona sí, consiguiendo que un producto que ya no vale y que, en ese momento pasaría a ser un deshecho siga vivo y útil. **En ADICAE creemos que los consumidores podemos, con nuestra forma de consumir, cambiar las reglas.** Está en nuestro poder tomar decisiones más sostenibles. Podemos iniciar el círculo que cambie la forma de producir de las empresas con un **consumo responsable, crítico y solidario.**

# ¿CÓMO RECLAMAR MIS DERECHOS COMO CONSUMIDOR?



**Pasos para reclamar y aprovechar las nuevas herramientas tecnológicas para ello: [reclama.adicae](http://reclama.adicae) y el chatbot**

Como consumidores, tenemos una serie de derechos que las entidades financieras y las empresas que ofrecen productos y servicios, deben respetar. Por ello, para garantizar que los mismos no queden en papel mojado, ante cualquier señal de una posible vulneración, debemos hacer uso de los mecanismos que poseemos y evitar que ello ocurra.

A partir del 1 de enero de 2022, **los consumidores podrán reclamar contra el empresario o prestatario de servicios en un plazo de prescripción que se establece hasta los 5 años desde la entrega del producto o servicio.**

En cuanto a la reclamación por faltas de conformidad, tendremos dos años para ejercerla, un año si se trata de productos digitales.

Asimismo, los consumidores tendrán derecho a la existencia de repuestos de los productos adquiridos durante el plazo de 10 años, a partir de la fecha en la que el producto deje de fabricarse.

Si considera que sus derechos como consumidor han sido vulnerados, puede seguir diferentes caminos para defenderse:

## **Reclamación ante el servicio de atención al cliente**

Todos los comerciantes de bienes o servicios, tienen la obligación de tener a disposición de los consumidores y usuarios hojas de reclamaciones de acuerdo con el modelo reglamentariamente establecido.

Cuando solicitamos una hoja de reclamaciones, se nos debe

de suministrar. La reclamación debe contener nuestros datos personales, los datos del reclamado, una breve descripción de los hechos y nuestras pretensiones. Se puede presentar de forma presencial o a través de internet. **El plazo es de 15 días hábiles desde que la autoridad competente en materia de consumo reciba la reclamación, una vez recibido, acusará recibo de la misma y la trasladará al establecimiento reclamado, dándole un plazo de 10 días hábiles** para que formule las alegaciones y aporte las pruebas que desee.

Si no nos responden en el plazo estipulado correspondiente, o lo que nos responden no nos satisface, podemos presentar la reclamación ante la Administración Pública de Consumo.

## Reclamación ante los organismos de resolución extrajudicial de conflictos

El consumidor podrá acceder a estos servicios, una vez haya presentado una **reclamación ante el Servicio de Atención al Cliente correspondiente** y, en el plazo establecido, no se haya recibido contestación de dicho servicio, o la contestación sea insatisfactoria para el consumidor.

La resolución emitida por este organismo no es vinculante, es decir, no obliga a las partes a su cumplimiento. Algunos de los **Organismos Supervisores a los que podemos acudir** en función de la naturaleza de la reclamación:

- Banco de España, Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) y Dirección General de Seguros
- Oficina de Atención al Usuario de Telecomunicaciones
- Dirección General de Consumo de las Comunidades Autónomas
- Dirección General de Energía de la Comunidad Autónoma
- Agencia Estatal de Seguridad Aérea
- Delegación Provincial del agua

## El sistema arbitral de consumo

El Sistema Arbitral de Consumo es una **vía de resolución de conflictos rápida, eficaz, económica y extrajudicial**. Permite resolver con carácter vinculante y ejecutivo los desacuerdos de los consumidores y usuarios con los comerciantes o prestadores de servicios. La empresa reclamada debe estar adherida al Sistema Arbitral. Si no lo está, tendrá 15 días para aceptar o no la resolución mediante esta vía, cuyo **plazo de resolución es de un máximo de 90 días naturales**

## Vía judicial

Esta vía implica en general el fracaso de la vía Amistosa o extrajudicial, y en muchas ocasiones el consumidor renuncia a ella. No obstante en el ámbito del consumo, donde los abusos tienen en general carácter masivo, **la acción judicial colectiva defendida por ADICAE**, más eficaz y cuyas resoluciones tienen mayor alcance, **es una herramienta clave para los consumidores**

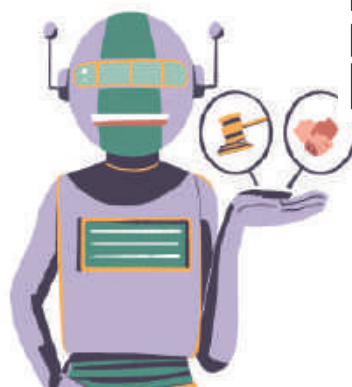
## RECLAMA.ADICAE (<http://reclama.adicae.net/>) Y CHATBOT

**¡Infórmate con ADICAE sobre cómo resolver y reclamar tus problemas de consumo y encuentra una resolución extrajudicial para tus conflictos!**

Conoce las nuevas herramientas que ADICAE pone a tu disposición para conocer tus derechos, elaborar tus propias reclamaciones mediante un sencillo sistema de formularios autorrellenables, y encuentra una resolución extrajudicial a tus conflictos.

**El chatbot es otra herramienta que ADICAE pone al alcance del consumidor, para ayudarle a tomar sus decisiones** en el mundo de los créditos, los seguros o el ahorro, de forma sencilla, práctica y rápida.

Se trata de una tecnología que permite al usuario mantener una conversación, a través de un chat, con un asistente virtual, interactuando con el consumidor resolviendo sus dudas de forma semi inmediata.



# EUROPA AVANZA MEDIDAS PARA FOMENTAR EL CONSUMO SOSTENIBLE Y LA TRANSPARENCIA EN BIENES Y SERVICIOS

*Durante los dos próximos años, la Comisión Europea va a proponer un paquete de medidas y normativas que caminen hacia la sostenibilidad en la producción y la transparencia en el consumo, con el objetivo de fomentar un Pacto Verde Europeo que cuente con los consumidores.*



La apuesta por la economía circular anunciada por la Comisión Europea implica un esfuerzo de transición económica y capacidad legislativa de grandes proporciones, y responde a un hecho incontrovertible: La gran mayoría de los consumidores trasladan su inquietud por **el futuro de nuestro medio ambiente**, y quieren tomar medidas y ser partícipes de las mismas.

Sin embargo, la lentitud en el cambio de sistemas productivos, el propio lavado de imagen verde de las empresas, y el mayor esfuerzo económico que la transición verde puede suponer para los ciudadanos ralentizan el proceso. Además, la financiación y la inversión en sostenibilidad aumentan, pero a ritmo aún insuficiente. **Apenas el 17% del patrimonio de los fondos de inversión en España se considera sostenible**, y las variables de rentabilidad y seguridad todavía pesan ante un modelo de inversión que avanza lentamente

Por eso el **Plan de Resiliencia y Recuperación** impulsado por la UE tratará de revertir esta tendencia y promover una economía más sostenible.

El nuevo modelo económico que sustituya el actual sistema de consumo debe fundamentarse en la sostenibilidad; el cambio de concepción a la hora de consumir y producir; la digitalización y la igualdad. ADICAE consagra su compromiso con la Economía Circular y espera que el plan europeo sirva, no sólo en materia de financiación,

sino en materia de normativas que aceleren el proceso e incluyan las reivindicaciones de los consumidores

El cambio climático y la degradación del medio ambiente son una amenaza existencial a la que se enfrentan Europa y el resto del mundo.

Para superar estos retos, **el Pacto Verde Europeo transformará Europa en una economía moderna, eficiente en el uso de los recursos y competitiva.**

El objetivo es garantizar que hayan dejado de producirse emisiones netas de gases de efecto invernadero en 2050, que el crecimiento económico esté disociado del uso de recursos, y que no haya personas ni lugares que se queden atrás. El plan de acción europeo pretende alargar el ciclo de vida de los productos y su reparabilidad, promueve los procesos de economía circular, fomenta el consumo sostenible y tiene como objetivo minimizar los residuos y optimizar los recursos utilizados. **Los consumidores tenemos un papel clave a la hora de participar, influir y modelar esta iniciativa europea en función de nuestras reivindicaciones.**



## ADICAE ABOGA POR LA ECONOMÍA CIRCULAR PARA AFRONTAR LA CRISIS CLIMÁTICA

**ADICAE reivindica la transformación del modelo económico para hacerlo más justo y sostenible, defendiendo un rol activo y protagonista en el que los consumidores puedan ser parte de la solución del reto climático y de la transición ecológica de la economía.**

Frente a la lógica del “consumir y callar”, **ADICAE defiende a los consumidores como la fuerza principal en la economía circular para obligar a las grandes corporaciones a cambiar.** Esto debe empezar por dejar de relegar a los consumidores a un papel de “demanda pasiva” en el mercado, de destinatarios finales.

Consumir decide qué planeta y sociedad se quiere. Si se transforman algunos aspectos de la manera de consumir, las empresas cambiarán su forma de producir y se irá generando un círculo virtuoso de cambio hacia la sostenibilidad. Pero esos cambios no van a venir solo a través de comportamientos individuales en las prácticas de consumo. El primer paso para una visión crítica implica saber que **la fuerza reside en la acción colectiva, en la reivindicación colectiva.**

ADICAE hace un llamamiento a los consumidores para que sean **críticos, responsables y solidarios** porque solo a través de la toma de conciencia colectiva, y la organización en la defensa de sus derechos, se podrán exigir marcos regulatorios y de control claros.

---

### La Fuerza Colectiva de los Consumidores

---

Desde la Asociación se trabajará para que la economía circular no sea solamente una moda pasajera, sino que sea un modo de ver el mundo porque nos va el planeta mismo en ello calles y en las aulas.

¡FÓRMATE  
E INFÓRMATE!  
Participa en los  
**grupos  
temáticos de ADICAE**  
de tu localidad  
más cercana

**Localiza  
aquí tu Sede**






# LA ECONOMÍA CIRCULAR Y LOS CONSUMIDORES



Proyecto "Consumidores con derechos, consumidores circulares.  
Herramientas prácticas y novedades en consumo sostenible, energía y obsolescencia".

## RECLAMA CON ADICAE

-  [www.adicae.net](http://www.adicae.net)
-  whatsapp 660 17 59 64
-  [consultas@adicae.net](mailto:consultas@adicae.net)



Con el apoyo del Ministerio de Consumo.  
Su contenido es responsabilidad exclusiva de la Asociación.