

Comunicación Clara y derechos de los consumidores

D^a. Yolanda Quintana

La comunicación hacia el consumidor como ejemplo de los objetivos, dificultades y fundamentos de la comunicación clara

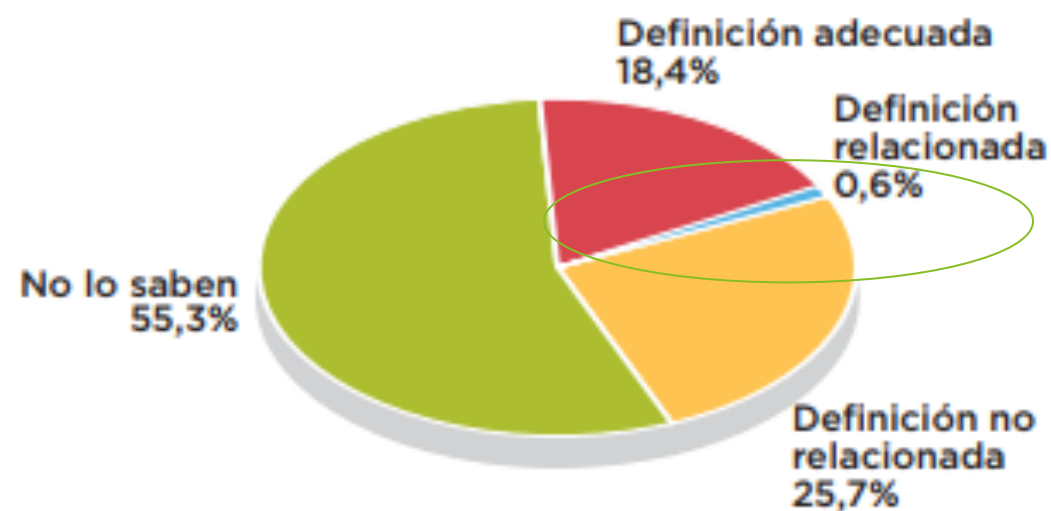


La comunicación con el consumidor

- **Múltiples soportes:** etiquetas, carteles, contratos, sitios web...
- **Múltiples canales:** producto, punto de venta, a distancia (teléfono, medios de comunicación, Internet)...
- **Distintas finalidades:** comunicación comercial, de cumplimiento legal, asistencia técnica...
- **Distintos grados de interacción,** aunque mayoritariamente es unidireccional.
- **Distintos tipos de receptor:** cons. 'vulnerables'.

¿Eficacia de la comunicación?

Identificación del
significado del
pictograma 8



Base: Total muestra (2.017 casos).

Significado: *‘Indica que no se debe utilizar lejía ni ningún otro clorato para su lavado’.*

Reconocimiento legal

Sin embargo, la comunicación clara **no es negociable**, es una parte **sustancial** del derecho a la información de la ciudadanía y, en el caso de su condición de consumidores, de los derechos básicos que reconoce el **art. 51** de la Constitución Española (desarrollado en el TRLGDCU).

(*) Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.



Alcance del derecho a la información



Derecho a elegir: QUÉ compro/contrato.



Derecho a la protección de sus intereses económicos.



Derecho a la salud y a la seguridad.



Derecho a elegir

Qué compro/contrato



Lenguaje llano vs. lenguaje claro

‘Renta fija’

1. Depósito

2. Renta fija

Igual que en el caso de “depósito”, la expresión “renta fija” nos hace pensar en un producto seguro que garantiza una rentabilidad fija (como en las imposiciones a plazo fijo). Sin embargo, la categoría “renta fija” incluye un abanico muy amplio de productos financieros: desde una Letra del Tesoro a una Participación Preferente. Algunos de ellos (como las preferentes) ni tienen la rentabilidad garantizada ni son seguros.

De hecho, fue uno de los procedimientos por los que se engañó a los afectados por el fraude de las Preferentes.

3. “No hace falta que rellene las preguntas de este cuestionario, ya se lo hacemos nosotros que le conocemos. Fírmelo”

4. “Si no desea hacerlo (rellenar las preguntas de un cuestionario), no pasa nada, no es obligatorio. Fírmelo”

5. “Usted puede rescatar su dinero el cualquier momento”

6. La palabra “garantizado”

FUENTE: 10 frases con las que puede intentar engañarte tu banco – CEACCU

Lenguaje llano vs. lenguaje claro

‘Garantizado’

5. “Usted puede rescatar su dinero el cualquier momento”

6. La palabra “garantizado”

La palabra “garantizado” es otro de los comodines que usan los comerciales de los bancos y la publicidad: Fondo de inversión “garantizado”, depósito “garantizado”... Debemos saber que el capital está “garantizado” (lo recuperaremos íntegramente) solo si lo mantenemos durante el periodo de tiempo establecido en el contrato (dos/tres años, por término medio).

7. “Con su plan de pensión o de jubilación tendrá, cuando se jubile, XXX euros más al mes para completar su pensión”

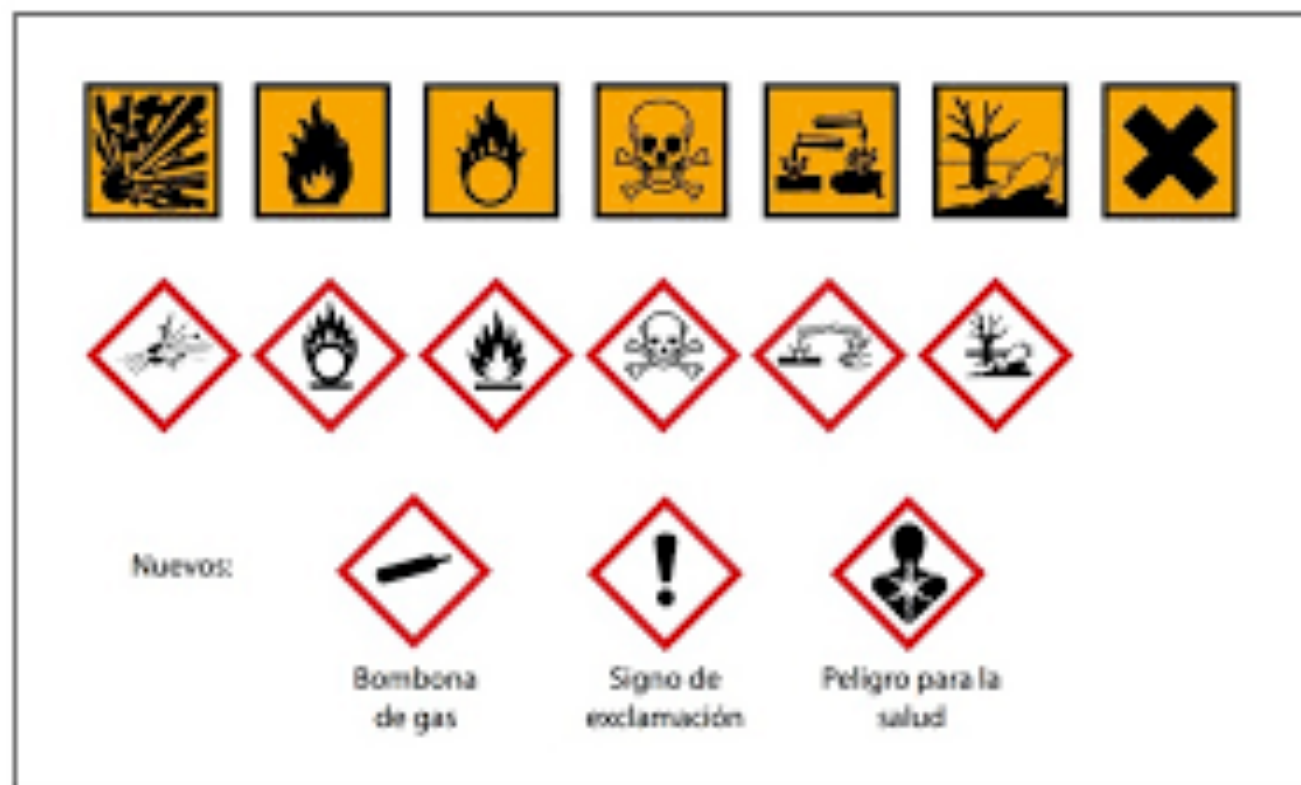
8. Sobre planes de pensiones: “...y además es un dinero que ahí lo tiene para lo que necesite”

9. Ojo con la cuenta corriente asociada al producto de ahorro/inversión

10. “Te voy a dar una rentabilidad de 3%”

Derecho a la salud y a la seguridad

Eurobarómetros 2010 y 2017



2017: <http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/ResultDoc/download/DocumentKy/78786>]

Derecho a la salud y a la seguridad

¿La información es útil/eficaz para que sepamos **qué hacer**?

1. En el caso en que se produzca una salpicadura de producto químico a los **ojos**, se actuará de la siguiente forma:

- Si se trata de un producto químico irritante o corrosivo es imprescindible irrigar el ojo con abundante agua o suero fisiológico durante al menos 15 minutos.
- Si se usan lentes de contacto (uso no permitido en el laboratorio), éstas deben retirarse siempre que no estén pegadas a los ojos.
- Siempre se seguirán las recomendaciones de la Ficha de Seguridad (FDS) del producto para el contacto con ojos.

Derecho a la salud y a la seguridad



Derecho a la salud y a la seguridad

¿ Por qué elegir Kaiku VitaTEN ?
 Porque Kaiku VitaTEN es el EXPERTO en TENSION ARTERIAL.

CIENTÍFICAMENTE COMPROBADO:
 Porque KaikuVitaTEN es fuente de Potasio:
 Estudios científicos avalan la eficacia del potasio.

Si quieres mantener a raya tu colesterol sin descuidar tus calorías prueba **KAIKU BENECOL ZERO**
 ¡El reductor de colesterol con MENOS CALORIAS por botellita!

www.ponvidasana.com
 Kaiku apuesta decididamente por la salud, inculcando hábitos de dieta equilibrada y ejercicio, y desarrollando productos que ayudan a cuidarse cada día.

NINGÚN ALIMENTO REDUCE MÁS EL COLESTEROL

CIENTÍFICAMENTE COMPROBADO

Valores nutricionales medios	
por 65 ml	por 100 ml:
Valor energético 33 kcal (140 KJ)	51 kcal (215KJ)
Proteínas: 2,5 g	3,8 g
Hidratos de carbono: 5,4 g	8,3 g
de los cuales	
Almidones: 5,2 g	8,0g
Grasas, de las cuales: 0,1g	0,2g
Saturadas: <0,1g	<0,1g
Fibra: 0,1g	0,2g
Sodio : <0,1g	<0,1g
Potasio: 300mg (15% C.D.R.)	460mg (23% C.D.R.)
Calcio: 120mg (15% C.D.R.)	185mg (23% C.D.R.)

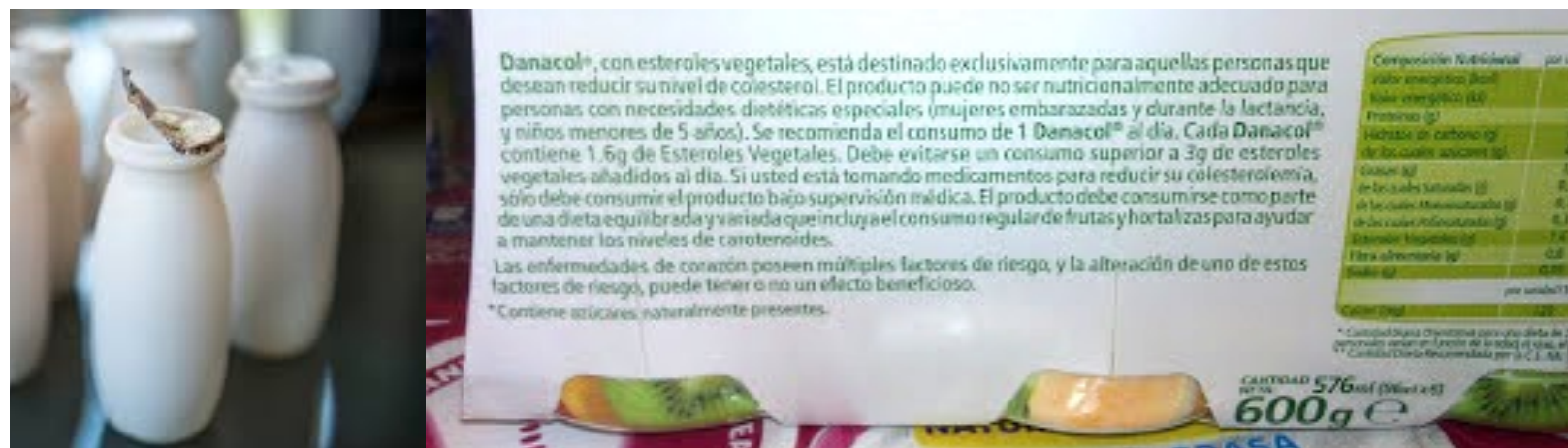
INDICACIONES: Kaiku VitaTen está indicado para aquellas personas preocupadas por mantener su nivel de tensión arterial normal. Si usted está tomando medicamentos para la tensión arterial, CONSULTE CON SU MEDICO. Para mantener un correcto estado de la tensión arterial se recomienda consumir el producto dentro de un estilo de vida saludable manteniendo un peso adecuado, recomendándose el bajo consumo de sal (sodio), consumir frutas, verduras y productos desnatados, moderar la ingesta de alcohol y realizar ejercicio físico. La cantidad diaria recomendada es de 1 botellita. Una botella contiene una dosis diaria de 300 mg de potasio.

AGITAR ANTES DE CONSUMIR

“...se recomienda consumir el producto dentro de un estilo de vida saludable (...)
 recomendándose consumir frutas, verduras y productos desnatados...”

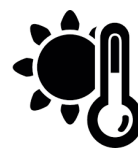
Derecho a la salud y a la seguridad

“X, con esteroides vegetales, está destinado exclusivamente para aquellas personas que desean reducir su nivel de colesterol. El producto puede no ser nutricionalmente adecuado para personas con necesidades dietéticas especiales (mujeres embarazadas, y durante la lactancia y niños menores de 5 años). Se recomienda el consumo de 1 X. al día. Debe evitarse un consumo superior a 3 g. de esteroides vegetales añadidos al día. Si usted está tomando medicamentos para reducir su colesterol sólo debe consumir el producto bajo supervisión médica. El producto debe consumirse como parte de una dieta equilibrada y variada que incluya el consumo regular de frutas y hortalizas para ayudar a mantener los niveles de carotenoides.”



Derecho a la salud y a la seguridad

No son meras recomendaciones, son indicaciones de prevención de un RIESGO que se omite



Proteger de altas temperaturas y de la luz solar...



Se recomienda consumir frutas, verduras...



Puede no ser nutricionalmente adecuado para personas con necesidades dietéticas especiales...

Derecho a la salud y a la seguridad



REGLAMENTO (CE) N° 608/2004 DE LA COMISIÓN de 31 de marzo de 2004

relativo al etiquetado de alimentos e ingredientes alimentarios con fitosteroles, ésteres de fitosterol, fitostanoles o ésteres de fitostanol añadidos

(Texto pertinente a efectos del EEE)

LA COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS,

Visto el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea,

Vista la Directiva 2000/13/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de marzo de 2000, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios (*), modificada por la Directiva 2003/89/CE (**), y, en particular, el apartado 2 de su artículo 4 y el apartado 7 de su artículo 6,

Considerando lo siguiente:

- (1) Los fitosteroles, ésteres de fitosterol, fitostanoles y ésteres de fitostanol reducen los niveles de colesterol sérico, pero también pueden reducir los niveles plasmáticos de beta-caroteno. Por lo tanto, los Estados miembros y la Comisión solicitaron el dictamen del Comité científico de la alimentación humana sobre los efectos del consumo de fitosteroles, ésteres de fitosterol, fitostanoles y ésteres de fitostanol procedentes de diversas fuentes.
- (2) El Comité científico de la alimentación humana, en su dictamen «General view on the long-term effects of the intake of elevated levels of phytosterols from multiple dietary sources, with particular attention to the effects on β -carotene» (Informe general sobre los efectos a largo plazo del consumo de elevadas cantidades de fitosteroles procedentes de diversas fuentes alimentarias, con especial atención a los efectos sobre los niveles de beta-caroteno) de 26 de septiembre de 2002, confirmó la necesidad de etiquetar los fitosteroles, ésteres de fitosterol, fitostanoles y ésteres de fitostanol conforme a las disposiciones de la Decisión 2000/500/CE de la Comisión, de 24 de julio de 2000, relativa a la autorización de la comercialización de las «grasas amarillas de untar con ésteres de fitosterol» como nuevo alimento o nuevo ingrediente alimentario con arreglo al Reglamento (CE) n° 258/97 del Parlamento Europeo y del Consejo (**). Asimismo, el Comité científico de la alimentación humana indicó que no existen pruebas de que los consumos superiores a 3 g/día produzcan beneficios adicionales y que, puesto que una ingesta elevada puede producir efectos indeseados, es prudente evitar las ingestas de esteroleos vegetales superiores a 3 g/día.
- (3) Por lo tanto, los productos que contengan fitosteroles o fitostanoles deberían presentarse en porciones únicas que contrajeran un máximo de 3 g o un máximo de 1 g de fitosteroles o fitostanoles, calculados como fitosteroles o fitostanoles libres. De lo contrario, debería indicarse claramente lo que constituye una porción estándar del alimento, expresada en g o ml, así como la cantidad de fitosteroles o fitostanoles, calculados como fitosteroles

o fitostanoles libres, que contiene dicha porción. En cualquier caso, la composición y el etiquetado de los productos deberían ser tales que los usuarios pudieran restringir fácilmente su consumo a un máximo de 3 g/día de fitosteroles o fitostanoles, o bien con una porción de 3 g como máximo, o bien con tres porciones de 1 g como máximo.

- (4) Para facilitar a los consumidores la comprensión de las etiquetas, parece conveniente sustituir en ellas el elemento compositivo «fito» por el adjetivo «vegetal».
- (5) La Decisión 2000/500/CE de la Comisión permite añadir determinados ésteres de fitosterol a las grasas amarillas para untar. Establece unos requisitos de etiquetado específicos para asegurarse de que el producto llega a su grupo destinatario, es decir, a las personas que quieren disminuir su colesterol.
- (6) Las medidas previstas en el presente Reglamento se ajustan al dictamen del Comité permanente de la cadena alimentaria y de sanidad animal.

HA ADOPTADO EL PRESENTE REGLAMENTO:

Artículo 1

El presente Reglamento se aplicará a los alimentos e ingredientes alimentarios con fitosteroles, ésteres de fitosterol, fitostanoles y ésteres de fitostanol añadidos.

Artículo 2

A efectos de etiquetado, el fitosterol, el éster de fitosterol, el fitostanol y el éster de fitostanol se denominarán, respectivamente, «esterol vegetal», «éster de estanol vegetal», «estanol vegetal» o «éster de estanol vegetal», o bien, si procede, con sus formas plurales.

Sin perjuicio de otros requisitos de la legislación comunitaria o nacional sobre etiquetado de los alimentos, las etiquetas de los alimentos o ingredientes alimentarios a los que se hayan añadido fitosteroles, ésteres de fitosterol, fitostanoles o ésteres de fitostanol deberán incluir los siguientes elementos:

- 1) En el mismo campo de visión que el nombre con el que se comercializa el producto, aparecerán, en un formato que facilite su visión y lectura, las palabras: «con esteroleos/estanoles vegetales añadidos».
- 2) En la lista de ingredientes se indicará el contenido de fitosteroles, ésteres de fitosterol, fitostanoles y ésteres de fitostanol añadidos (expresado en % o en g de esteroleos o estanoles vegetales libres por 100 g o 100 ml de alimento).

(*) DO L 109 de 6.5.2000, p. 29.
(**) DO L 308 de 25.11.2003, p. 15.
(*) DO L 200 de 8.8.2000, p. 59.



1.4.2004

ES

Diario Oficial de la Unión Europea

L 97/45

- 3) Se indicará que el producto está destinado exclusivamente a las personas que desean reducir su colesterolemia.
- 4) Se indicará que los pacientes que toman medicamentos para reducir su colesterolemia sólo deben consumir el producto bajo supervisión médica.
- 5) Se indicará, de manera fácilmente visible y legible, que el producto puede no ser nutritivamente apropiado para mujeres embarazadas y en período de lactancia y niños menores de cinco años.
- 6) Se advertirá de que el producto debe consumirse como parte de una dieta equilibrada y variada que incluya el consumo regular de frutas y hortalizas para ayudar a mantener los niveles de carotenoides.
- 7) En el mismo campo de visión que el mensaje contemplado en el número 3 se indicará que debe evitarse un consumo superior a 3 g/día de esteroides o estanoles vegetales añadidos.

- 8) Se incluirá una definición de porción del alimento o del ingrediente alimentario en cuestión (de preferencia en g o ml), indicándose la cantidad de esteroles vegetales o estanoles vegetales que contiene cada porción.

Artículo 3

Los alimentos e ingredientes alimentarios con ésteres de fitostanol añadidos ya comercializados en la Comunidad, o las «grasas amarillas para untar con ésteres de fitostanol añadidos» que fueron autorizadas por la Decisión 2000/500/CE de la Comisión, producidos después de que hayan transcurrido seis meses desde la entrada en vigor del presente Reglamento, deberán cumplir las disposiciones relativas al etiquetado del artículo 2.

Artículo 4

El presente Reglamento entrará en vigor el vigésimo día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Unión Europea.

El presente Reglamento será obligatorio en todos sus elementos y directamente aplicable en cada Estado miembro.

Hecho en Bruselas, el 31 de marzo de 2004.

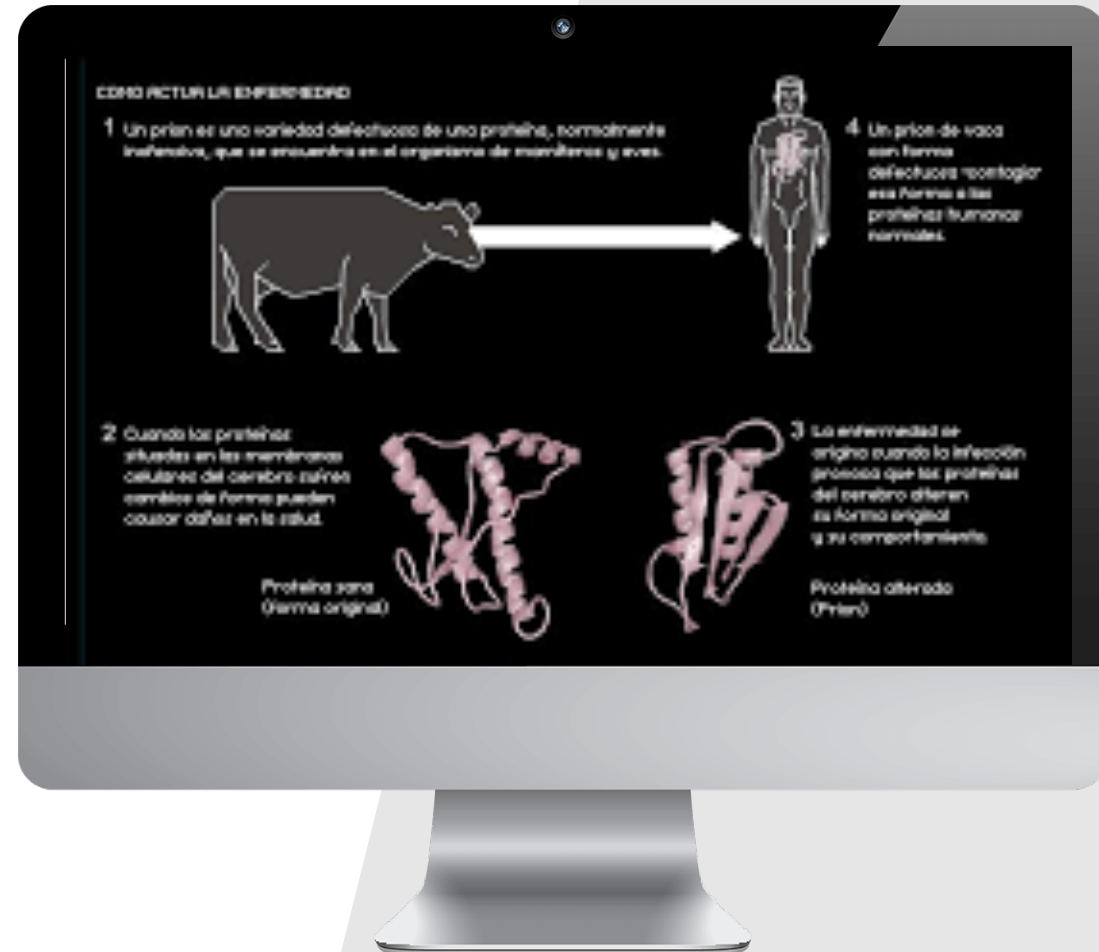
Por la Comisión

David BYRNE

Miembro de la Comisión

Derecho a la salud y a la seguridad

La comunicación en crisis alimentarias



El lenguaje claro no es un objetivo pacífico

- ✓ Desequilibrio consumidor – empresa
- ✓ Ceder información = ceder poder
- ✓ Intereses económicos
- ✓ Efectos jurídicos
- ✓ Distinta capacidad de incidencia legislativa ('lobbying')

No es un objetivo pacífico I

“Si te han explicado el recibo de la luz, y lo has entendido, es que no te lo han explicado bien”

No es un objetivo pacífico I

***“Déficit tarifario:
pagamos la luz
menos de lo cuesta”***



No es un objetivo pacífico II



No es un objetivo pacífico II

L 304/18

ES

Diario Oficial de la Unión Europea

22.11.2011

REGLAMENTO (UE) Nº 1169/2011 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO

de 25 de octubre de 2011

sobre la información alimentaria facilitada al consumidor y por el que se modifican los Reglamentos (CE) nº 1924/2006 y (CE) nº 1925/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, y por el que se derogan la Directiva 87/250/CEE de la Comisión, la Directiva 90/496/CEE del Consejo, la Directiva 1999/10/CE de la Comisión, la Directiva 2000/13/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, las Directivas 2002/67/CE, y 2008/5/CE de la Comisión, y el Reglamento (CE) nº 608/2004 de la Comisión

(Texto pertinente a efectos del EEE)

EL PARLAMENTO EUROPEO Y EL CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA,

Visto el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea y, en particular, su artículo 114,

Vista la propuesta de la Comisión Europea,

procedimientos relativos a la seguridad alimentaria ⁽³⁾, un principio general de la legislación alimentaria es ofrecer a los consumidores una base para elegir con conocimiento de causa los alimentos que consumen y evitar cualquier práctica que pueda inducir a engaño al consumidor.

- (5) En la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado inte-

Qué y cómo regula la información al consumidor

El Reglamento regula qué datos deben darse y cómo:

- ✓ **Tamaño** de la letra
- ✓ Contraste
- ✓ Lugar en el envase

En realidad, ha supuesto un retroceso en aspectos clave del derecho a la información de los consumidores:

- ✓ De una obligación genérica de legibilidad, se ha pasado a **'legalizar'** un etiquetado ilegible (tamaño de letra: 1,2 mm = cuerpo 4)
- ✓ Deja la cara principal del envase para la información **'voluntaria'** (reclamos de salud...) frecuentemente confusos o **irrelevantes**.

Qué y cómo regula la información al consumidor

La información nutricional, una de las novedades del Reglamento



TRUCOS de los iconos de información nutricional



TRUCOS de los iconos de información nutricional



CDR Sal
 Adulto – 6 gr.
 Niño – 4 gr.

INFORMACIÓN NUTRICIONAL · DECLARAÇÃO NUTRICIONAL		
	○ Por 100g	● Por porción 30g / Por porção 30g
Valor energético / Energia	1604 kJ 378 kcal	481 kJ 113 kcal
Grasas / Lípidos	0,9 g	0,3 g
de las cuales saturadas / dos quais saturados	0,2 g	0,1 g
Hidratos de carbono	84 g	25 g
de los cuales azúcares / dos quais açúcares	8 g	2,4 g
Fibra alimentaria / Fibra	3 g	0,9 g
Proteínas	7 g	2,1 g
Sal	113 g	0,34 g
VITAMINAS:	(%VRN)	(%VRN)
Vitamina D	4,2 µg (83)	1,3 µg (25)
Tiamina (B1)	0,91 mg (83)	0,28 mg (25)
Riboflavina (B2)	1,2 mg (83)	0,35 mg (25)
Niacina	13 mg (83)	4,0 mg (25)
Vitamina B6	1,2 mg (83)	0,35 mg (25)
Ácido fólico	166 µg (83)	50,0 µg (25)
Vitamina B12	2,1 µg (83)	0,63 µg (25)
MINERALES / MINERAIS:		
Hierro/Ferro	8,0 mg (57)	2,4 mg (17)

(%VRN) = % Valor de Referencia de Nutrientes
 (%VRN) = % Valor de Referência do Nutriente

Conclusiones


- El derecho a la comunicación clara forma parte del derecho a la información de los consumidores. Como tal, es **INNEGOCIABLE**.
- Sin embargo, **no** es una cuestión '**pacífica**', ni meramente técnica (intereses generales vs. particulares).
- **Regular** (normativamente) la comunicación clara no tiene por qué suponer un avance: puede ser lo contrario.
- La información al consumidor ofrece **analogías** y ejemplos para avanzar hacia una verdadera comunicación clara.

Recomendaciones

- ✓ El **emisor** y el **receptor** deben estar en situación de **igualdad** (la mayor posible).
- ✓ La comunicación debe ser transparente en cuanto a su **INTENCIÓN**, dejando clara la finalidad persuasiva cuando sea el caso (o cualquier otra, como de exoneración de la responsabilidad, etc.)
- ✓ Si no es eficaz (**QUÉ HACER**), no es comunicación clara. (Debe medirse)
- ✓ La comunicación clara debe cumplir todas las condiciones de **VERACIDAD**: incluida la de ofrecer un mensaje **COMPLETO**.
- ✓ El lenguaje **coloquial o llano** no siempre es claro.
- ✓ La **información gráfica** y sencilla no siempre es clara.
- ✓ La comunicación clara guarda **relación con** el soporte/canal, el tipo y propósito del mensaje, las características del consumidor y el grado de interacción o respuesta.

Gracias

@ YolandaQuintanaS@gmail.com

 @y_quintana