

# Curso Protección Ambiental y Producción Más Limpia

## Consumo y Consumidor

Profesores: MSc. Manuel Santos Rodríguez

Centro de investigación y Desarrollo  
del Comercio Interior

MSc. Sonia Orúe Valdés

Agencia de Medio Ambiente

# ANTECEDENTES HISTÓRICOS

- **2000 años antes del Código de Hammurabi en Asiria, trata del crédito, arrendamiento, calidad de alimentos y servicios, precios, pesas y medidas.**
- **Antiguo Testamento y el Corán ordenan sobre el mercado.**
- **Leyes hebreas antiguas sobre manipulación de la carne.**
- **El Imperio Romano y en la India se refieren a la adulteración de alimentos.**

# ANTECEDENTES HISTÓRICOS

- **Estados Unidos a fines siglo 18 y principio del 19 dictan leyes reprimiendo fraudes en servicios de correos, inspección de carnes, pureza de alimentos y medicamentos creando agencia que regula la publicidad de alimentos y medicamentos.**
- **En Europa la mayoría de los temas de la protección al consumidor se regían en leyes civiles comunes**

# ANTECEDENTES HISTÓRICOS

- A partir de mediados del siglo 20 sobre todo entre los años 50 y 70 surgen **leyes de protección al consumidor** la mayoría de los países europeos.
- En ámbito mundial a finales de los años 70 del siglo 20 el Consejo Económico y Social de Naciones Unidas expresó:  
“La protección al consumidor era una influencia muy importante para el desarrollo económico y social”

# ANTECEDENTES HISTÓRICOS

- **Asamblea General ONU 9 de abril 1985 Aprobó:**

**“Directrices para la Protección del Consumidor “**

**En 1999 se amplían con las directrices sobre modalidades de consumos sostenible**

# OBJETIVOS DIRECTRICES PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

- **Mantener adecuada protección al consumidor.**
- **Facilitar modalidades de producción y distribución.**
- **Exigir normas éticas de conducta a productores y distribuidores.**
- **Poner freno a prácticas comerciales abusivas.**

# OBJETIVOS DIRECTRICES PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

- **Facilitar creación de grupos independientes de protección al consumidor.**
- **Facilitar la cooperación internacional en la protección al consumidor.**
- **Promover en el mercado bienes y servicios con una mayor selección a precios bajos**
- **Promover un consumo sostenible.**

# QUÉ ES LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Conjunto de principios y acciones para proteger, educar, informar y favorecer al consumidor en sus derechos económicos, sociales y medioambientales, en el acto de intercambio en el mercado, para satisfacer sus necesidades de bienes y servicios, siempre que se sustenten para las presentes y futuras generaciones

# ACTORES DE LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR FUNCIONES PRINCIPALES

## CONSUMIDORES:

- Tener una conciencia crítica de sus relaciones de consumo.
- Informarse suficientemente sobre los bienes y servicios del mercado.
- Defenderse en el acto de consumo.
- Manifestar preocupación social.
- Desarrollar conciencia medioambiental.

# ACTORES DE LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR FUNCIONES PRINCIPALES

## PROVEEDORES:

- Conocer las necesidades y problemas de los consumidores.
- Garantizar y responder por la inocuidad de los bienes y servicios.
- Respetar los intereses económicos de los consumidores con prácticas leales.
- Garantizar posibilidad de elegir al consumidor.

# ACTORES DE LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR FUNCIONES PRINCIPALES

## PROVEEDORES:

- Garantizar disponibilidad adecuada de servicios de posventa.
- Brindar información inequívoca sobre los bienes y servicios y sus efectos en el medio ambiente.
- Examinar periódicamente las normas relacionadas con las pesas y medidas, y la eficacia en su aplicación

# ACTORES DE LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

## FUNCIONES PRINCIPALES

### PROVEEDORES:

- Aplicar las normas de seguridad y calidad de bienes y servicios.
- Garantizar instalaciones apropiadas de almacenamiento y venta, para la distribución eficiente de bienes y servicios al consumidor.
- Responder ante el consumidor por daños y perjuicios que ocasionen los bienes y servicios.

# ACTORES DE LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR FUNCIONES PRINCIPALES

## PROVEEDORES:

- **Emprender y participar en programas de educación e información a los consumidores.**
- **Promover el diseño, producción y distribución de bienes y servicios que garantice un consumo sostenible.**

# EL CONSUMO Y EL CONSUMIDOR

Formar consumidores críticos, sagaces, informados y comprometidos es quizás la tarea más importante que debemos acometer en el mundo actual.

# EL CONSUMO Y EL CONSUMIDOR

Ningún esfuerzo será verdaderamente fructífero si no conseguimos que los consumidores adquieran las habilidades, el conocimiento y la experiencia que les permitan ejercer sus derechos de manera real. De nada vale que existan leyes si los ciudadanos no las conocen o, conociéndolas, no pueden utilizar las herramientas que

## EL CONSUMO Y EL CONSUMIDOR

las propias leyes les entregan para tornar realidad lo que está escrito en el papel.

La capacitación de los consumidores en los diversos temas requiere acercarles los conocimientos de manera que puedan ser comprendidos de forma clara, con una aplicación directa a las situaciones que se presentan día a día.

# EL CONSUMO Y EL CONSUMIDOR

**La información y la educación son esenciales para orientar el consumo entre las diversas opciones que se ofrecen, y para poder discriminar los beneficios de los posibles perjuicios entre las mismas.**

**DIRECTRICES DE  
NACIONES UNIDAS PARA  
LA PROTECCIÓN AL  
CONSUMIDOR**

**SU APLICACIÓN EN LA PRÁCTICA  
ECONÓMICA SOCIAL Y MEDIO  
AMBIENTAL**

# **SEGURIDAD FISICA DE BIENES Y SERVICIOS**

- **Adopción de políticas, sistema jurídico, normas nacionales, reglamentaciones y registros de seguridad.**
- **Garantizar bienes y servicios inocuos.**
- **Facilitar información sobre el uso adecuado y los riesgos.**
- **Sistemas para notificar peligros no previstos.**
- **Adoptar políticas sobre productos con defectos graves y/o constituyan un peligro considerable.**

# PROMOCIÓN Y PROTECCIÓN DE LOS INTERESES ECONÓMICOS

- **Máximo beneficio económico.**
- **Control de prácticas comerciales restrictivas y abusivas.**
- **Vigilancia de prácticas de adulteración, afirmaciones falsas y capciosas, y fraudes.**
- **Garantía en requisitos de durabilidad, utilidad y fiabilidad.**
- **Elegir dentro del mayor surtido y precios.**

# **PROMOCIÓN Y PROTECCIÓN DE LOS INTERESES ECONÓMICOS**

- **Garantía adecuada de servicios, piezas y accesorios durante el ciclo de vida.**
- **Información de cualidades de bienes y servicios y sus efectos en el medio ambiente.**
- **Garantizar aplicación y eficacia de normas en pesas y medidas**

# **NORMAS DE SEGURIDAD Y CALIDAD DE SERVICIOS Y BIENES DE CONSUMO**

- **Se ajusten a las de aceptación general.**
- **Darles publicidad.**
- **Actualizarlas periódicamente.**
- **Fomentar y garantizar servicios de ensayo y certificación de la seguridad y la calidad.**
- **Establecer sistemas de gestión de la calidad.**

# **SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN DE SERVICIOS Y BIENES DE CONSUMO**

- **Políticas que aseguren eficiencia.**
- **Crear instalaciones apropiadas de almacenaje y venta.**
- **Establecer regimenes especiales de distribución**

# **MEDIDAS QUE PERMITAN COMPENSAR AL CONSUMIDOR**

- **Establecer medidas administrativas y jurídicas con procedimientos ágiles, justos y asequibles para compensar por daños y perjuicios.**
- **Alentar solución de controversias, reclamaciones y otras en forma justa, rápida y sin formalidades.**
- **Informar los procedimientos vigentes.**
- **Prestar servicios de asesoramiento al consumidor.**

# **PROGRAMAS DE EDUCACIÓN E INFORMACIÓN**

- **Establecer programas generales, que incluyan temas del consumo y su relación con el medio ambientales.**
- **Orientar modalidades de consumo y sus costos y beneficios.**
- **Capacitar al consumidor.**
- **Participación de la sociedad.**
- **Integrarlo al sistema educativo.**
- **Utilizar los medios de comunicación.**

# **PROMOCIÓN DE MODALIDADES SOSTENIBLES DE CONSUMO**

- **Incentivar modalidades modificando hábitos culturales.**
- **Formular políticas de consumo.**
- **Uso racional de los recursos.**
- **Establecer normas ecológicas de salud y seguridad de bienes y servicios.**
- **Diseño, elaboración y utilización de productos y servicios ecológicos.**
- **Control de bienes y servicios perjudiciales. Sustituir**

# MEDIDAS EN ESFERAS CONCRETAS

- Alimentos: Aplicar las normas CODEX y otras reconocidas.
- Agricultura sostenible: diversidad biológica, suelos y agua.
- Agua: calidad y distribución.
- Productos farmacéuticos: Calidad y uso, adquisición, distribución, producción. Certificación de calidad.
- Plaguicidas y productos químicos: uso racional o sustitución.

# COOPERACIÓN INTERNACIONAL

- Intercambio de información.
- Instalaciones conjunta de ensayo.
- Procedimientos comunes de ensayo.
- Adquisición conjunta de productos esenciales.
- Información de productos prohibidos, retirados o sometidos a restricciones.
- Transferencia de tecnologías ecológica racional, financiamientos conjuntos.
- Creación capacidades en la esfera del consumo sostenible.
- Programas de educación e información
- Evitar barreras al comercio.

# QUÉ ES EL CONSUMO

**Consumir es adquirir bienes o productos y utilizar servicios que buscan satisfacer las necesidades que tenemos como seres humanos. Comer, beber, vestirse, divertirse y trabajar, entre otras, son acciones que tienen que ver con el consumo.**

**Son parte de nuestra vida y de nuestro modo de ser.**

## **Entonces:**

- **El consumo es un hecho social.**
- **Involucra una serie de comportamientos y actitudes o modos de ser.**
- **Provoca la aparición de problemas individuales y colectivos que condicionan la calidad de vida de los miembros de una sociedad.**
- **Los consumidores y la propia sociedad deben dar respuesta a estos problemas, con responsabilidad.**

# FUNDAMENTOS DE UN CONSUMO SUSTENTABLE

- Lograr una participación social motivando la creatividad en acciones que protejan al medio ambiente.
- Promover un cambio en la conducta cotidiana del individuo y la sociedad con respecto al ambiente.
- Formar una conciencia ciudadana crítica y participativa.

**QUÉ HACER  
PARA UN CONSUMO  
SUSTENTABLE**

**LOS CONSUMIDORES DEBEN  
CAMBIAR DE ESTILO DE VIDA  
Y DE CONSUMO PARA  
LOGRAR LA CULTURA DEL  
CONSUMO SUSTENTABLE**

# CULTIVAR HÁBITOS Y GENERAR ACCIONES

- Reducir al mínimo la generación de desechos. Reciclar, Reusar, Reducir.
- Fomentar el reciclaje tanto en las industrias como a nivel del consumidor.
- Reducir el material innecesario de envases y embalajes.
- Comprar productos amigables con el ambiente.
- Conocer de dónde vienen, cómo se fabrican y qué desechos generan los productos que consumimos.

# CULTIVAR HÁBITOS Y GENERAR ACCIONES

El consumo sustentable empieza en casa, debemos cambiar las viejas costumbres.

¿Qué hacer?

- Informarse sobre sus derechos y obligaciones como consumidor y sobre la legislación relativa a los recursos naturales.
- Reducir el consumo. Comprar sólo lo que se necesite.

# CULTIVAR HÁBITOS Y GENERAR ACCIONES

¿Qué hacer?

- Comprar bienes y servicios ecoeficientes.
- Ahorrar energía utilizando focos fluorescentes u ahorradores.
- Practicar las tres erres: reducir, reciclar, reutilizar pero antes de comprar agrega dos más: respetar y reflexionar.

# CULTIVAR HÁBITOS Y GENERAR ACCIONES

¿Qué podemos hacer para proteger la biodiversidad?

- **Interesarse en la legislación relativa a la biodiversidad en nuestro país.**
- **No consumir productos animales en veda o prohibidos.**
- **No comprar mascotas silvestres que no provengan de zoocriaderos. Es un ser vivo que necesita cuidados, atención y alimentos adecuados.**

# CULTIVAR HÁBITOS Y GENERAR ACCIONES

¿Qué hacer ante el cambio climático?

- Plantar árboles y cuídalos, capturan CO<sub>2</sub> y generan oxígeno.
- Luchar contra la tala indiscriminada y reforesta.
- En recorridos cortos y en paseos, es preferible caminar o usar la bicicleta.
- Cualquier vehículo motorizado emite gases dañinos al ambiente, su mantenimiento minimiza este problema.

# Reflexiones del consumidor

¿Necesito realmente este producto?

¿El producto satisface mis necesidades?

¿Aparece en la etiqueta la composición del producto y sus recomendaciones para el uso?

¿El envase es biodegradable?

## Reflexiones del consumidor

¿Tiene el envase posibilidades de reusarse o reciclarse?

¿Existen regulaciones para el uso del producto?

¿La disposición del producto constituye una amenaza para el medio ambiente?

¿El producto consume grandes cantidades de agua o de energía?

# Reflexiones del consumidor

- ¿El producto es duradero? ¿Puede ser reparado?
- De acuerdo a la frecuencia con que lo uso ¿es preferible alquilarlo que adquirirlo?

**Para ampliar los conocimientos:  
Tabloide “Protección Ambiental y  
Producción Más Limpia ”**

**Parte I y Parte 2**

**Contáctenos:**

**p+l@ama.cu**

**836-2700 y 836-2712**