

Editorial

Una Administración cada vez más cercana



Sede de la Dirección General de Salud Pública, Consumo y Cuidados

En la actualidad, **la implantación de procedimientos telemáticos** en la atención al público está redefiniendo la manera en que las administraciones públicas se relacionan con la ciudadanía.

La implementación de sistemas telemáticos en la información y atención al público presta a la sociedad **un servicio más eficiente, personalizado y accesible**, al no ser necesario desplazarse a una oficina para realizar una consulta o resolver una reclamación.

Esta **mejora en la calidad de la atención** contribuye a un acercamiento de los servicios que proporciona el Gobierno de La Rioja a la sociedad riojana con un enfoque centrado en las personas usuarias.

En este ámbito, la Consejería de Salud y Políticas Sociales, a través de la Dirección General de Salud Pública, Consumo y Cuidados, ha implementado **dos procedimientos de atención telemática en el área de Consumo**: uno está dirigido a la atención de la información, denuncias y reclamaciones en materia de consumo; y otro está destinado a las solicitudes de información dirigidas a la Junta Arbitral de Consumo de La Rioja, que se suma a la recientemente implantada Junta Arbitral Virtual, que permite la realización de las audiencias de los colegios arbitrales a través de videoconferencia.

Las aplicaciones telemáticas, al servicio de la información y atención al público, suponen una nueva etapa donde **la distancia o las dificultades de movilidad han dejado de ser una barrera para la ciudadanía**. Se trata de acercar a todas las personas la posibilidad de acceder a unos servicios de calidad en la administración riojana que respondan a sus necesidades en igualdad de condiciones.

Contenido

Actualidad



- Formulario único para reclamaciones de los viajeros de transporte ferroviario



- Facturas de luz emitidas fuera del periodo establecido



- Proyecto de ley de servicios de Atención al Cliente

Unidad de Consultas y Reclamaciones



- Procedimiento para las reclamaciones en materia de seguros



- Nuevo Sistema de atención telemática en la Unidad de Información, Denuncias y Reclamaciones de Consumo

Unidad de Control de Mercado



- Control de Mercado; instrumentos para nuestra seguridad



- Campañas de la Inspección de Consumo en abril y mayo de 2024

Junta Arbitral de Consumo



- La adhesión al Sistema Arbitral de Consumo de La Rioja: Etiqueta Identificativa



- Implantación de la atención telemática en la información y solicitudes de la Junta Arbitral de Consumo

Unidad de Formación y Educación para el Consumo



- Subvenciones a las OMICs de La Rioja para la atención a los consumidores y usuarios



- Ganadores de la fase autonómica del Concurso Escolar, Consumópolis 19

Normativa y Recomendaciones



- Nueva normativa para controlar la actividad de los "influencers"



- Estafas amorosas: cuando el amor es un engaño

Si quieres recibir la revista, envía un correo electrónico a consumorioja@larioja.org

Formulario único para reclamaciones de los viajeros de transporte ferroviario

En 2021, la Unión Europea, mediante el **Reglamento 2021/782 de la UE**, estableció unas normas aplicables al transporte ferroviario a fin de fomentar los viajes en tren y garantizar una protección eficaz de los viajeros.

Según éste, **los viajeros de transporte ferroviario tienen derecho a presentar solicitudes de reintegro y de indemnización** utilizando un formulario común. Sin embargo, las empresas ferroviarias no deben rechazar una solicitud de reintegro porque el viajero no haya utilizado este formulario.

El uso del formulario permite a los viajeros proporcionar a las empresas ferroviarias, todos los datos personales y del viaje que sean pertinentes y necesarios para facilitar la tramitación de las solicitudes de reintegro e indemnización por parte éstas.

Para facilitar la presentación de estas solicitudes, **la Unión Europea**, mediante el **Reglamento de ejecución 2024/949 de 27 de marzo de 2024**, ha establecido un **formulario común para las solicitudes de reintegro e indemnización de los viajeros de ferrocarril por retrasos, pérdida de enlaces y cancelaciones**.

Mediante este formulario pueden reclamarse los siguientes motivos:

- **Reintegro del importe del billete en caso de retraso igual o superior a una hora:** (el precio del billete se abonará en el plazo de un mes a partir de la presentación de la solicitud). No tendrá derecho al reintegro del billete, en caso de que la empresa le haya ofrecido una vía alternativa, el viajero haya aceptado esta alternativa y se le haya llevado hasta su destino.

- **Reintegro de los costes de otros servicios relacionados:** autobús, taxi, hotel, comida, etc. El reembolso de abonará en un plazo de treinta días a partir de la recepción de la solicitud. Para ello, es importante presentar siempre los documentos que justifiquen los hechos reclamados. (billetes, facturas...)

El formulario estará publicado en la página web de la Comisión https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=OJ:L_202400949 y en todas las lenguas oficiales de la Unión, incluida una versión accesible para personas con discapacidad o con movilidad reducida.

Asimismo, en el caso de viajeros de Renfe en España, se facilitará a los viajeros este formulario en cualquier estación Renfe, donde podrá entregarse como documento físico; una copia será para la empresa y otra para la persona reclamante.



El formulario de Renfe, podrá tramitarse por medios electrónicos en la página de Renfe <https://venta.renfe.com/vol/claimsMenu.do?Idiom a=es&Pais=ES>

El formulario único recogido en este Reglamento se aplicará desde el 2 de julio de 2024



Facturas de luz emitidas fuera del periodo establecido



Las facturas de luz del servicio eléctrico deben ser mensuales o bimestrales, en función de nuestro contrato



Si como consumidores del sector eléctrico se da el caso de que no recibamos la factura de la luz en el periodo establecido por la empresa comercializadora, debemos saber en primer lugar que la facturación del servicio debe ser mensual o bimestral, en función de nuestro contrato.

Cuando, por un error administrativo o imputable a la compañía, no recibamos las facturas o las recibamos con retraso, la compañía no podrá exigirnos el pago de las que excedan del año sin haberse facturado.

Si la empresa no le ha emitido facturas de luz en el periodo adecuado, puede solicitar el fraccionamiento en tantas facturas mensuales como meses haya estado sin recibir la factura.

En caso de que cambie de compañía tiene derecho a recibir la liquidación de la cuenta en el plazo máximo de 42 días, a contar desde la fecha en que se produjo el cambio.

Cuando estas circunstancias le provoquen una situación de indefensión o bien haya un incumplimiento del contrato o un mal servicio de atención al cliente, puede pedir una compensación.

En caso de que nos cobren un IVA superior al que correspondía al periodo en que debía emitirse la factura, solicitaremos a la compañía que nos compense por la diferencia.

Cómo reclamar

Si no se respetan nuestros derechos, **reclamaremos a la empresa comercializadora de luz por algún medio que deje constancia** (hojas oficiales de queja, reclamación y denuncia, formulario web, teléfono con número de incidencia, etc.). Lo más recomendable es acudir físicamente a un establecimiento comercializador donde podamos dejar constancia por escrito de nuestra reclamación, solicitando siempre una copia de la misma.

Si en el plazo de 30 días no hemos obtenido respuesta o ésta no nos resulta satisfactoria, podremos acudir a cualquiera de los centros encargados del asesoramiento o reclamación en materia de consumo de nuestra comunidad.

Proyecto de ley de servicios de Atención al Cliente

El pasado 27 de febrero, el Consejo de Ministros aprobó el **Proyecto de Ley por el que se regulan los servicios de atención al cliente**. Esta norma, tramitada mediante procedimiento de urgencia, pretende garantizar el derecho de los ciudadanos a recibir una atención de calidad, personalizada y accesible, reduciendo las dificultades de comunicación y los tiempos de espera que las empresas ofrecen a las personas cuando solicitan información o realizan quejas o reclamaciones.

De este modo, se persigue garantizar los derechos básicos de los consumidores, así como establecer unos parámetros mínimos de calidad que deberán cumplir estas empresas, teniendo la obligación de disponer de un sistema eficaz y ágil para facilitar información y atender quejas o reclamaciones de los usuarios.

Otro de los objetivos es la protección de derechos de las personas consumidoras vulnerables, con la obligación de las empresas de prestar una atención personalizada a los clientes, atendiendo variables como la edad (atención en persona para mayores) o la discapacidad (sistemas alternativos para personas con discapacidad auditiva).

¿A qué empresas afecta el Proyecto de Ley?

A todas las empresas establecidas en España o cualquier otro estado de la UE, siempre y cuando:

* En el ejercicio económico anterior, de forma individual o en el seno de un grupo de sociedades, hayan ocupado al menos a 250 personas trabajadoras.

* Su volumen de negocios anual haya excedido de 50 millones de euros o su balance de negocios anual haya excedido de 43 millones de euros y lleven a cabo la ejecución efectiva de los siguientes servicios de carácter básico, ofrecidos o prestados en territorio español:

- **Servicios de suministro de agua, gas y electricidad.**
- **Servicios de transporte** aéreo de pasajeros, de viajeros por ferrocarril, de transportes por mar o por vías navegables y de transporte de viajeros en autobús o autocar.
- **Servicios postales.**
- **Servicios de comunicación audiovisual** de acceso condicional mediante pago o en los que la clientela facilita o se compromete a facilitar datos personales.
- **Servicios de comunicaciones electrónicas** incluidos los servicios telefónicos que se regirán por su normativa sectorial de aplicación y, en particular, por la disposición final tercera de la presente ley.
- **Servicios financieros**, que se regirán por su normativa sectorial de aplicación y, en particular, por la disposición final segunda de la presente ley.



El proyecto de Ley de Servicios de Atención al Cliente, contribuirá a una mejora de la calidad en la atención a los consumidores



Procedimiento para las reclamaciones en materia de seguros



Desde Consumo del Gobierno de La Rioja, se informa a los consumidores riojanos del procedimiento de presentación de las reclamaciones en materia de seguros

Algunos ámbitos de consumo tienen vías de reclamación diferentes de las ordinarias en nuestra comunidad, como son: las OMICs (Oficinas Municipales de Información al Consumidor), Servicio de Seguridad Alimentaria y Consumo del Gobierno de La Rioja, Asociaciones de Consumidores y Usuarios u Oficinas de Atención al Ciudadano del Gobierno de La Rioja.

Es el caso de **los Seguros**. La relación de los consumidores con las compañías aseguradoras suele ser complicada así como diversos los motivos de conflicto: condiciones de la póliza, cláusulas abusivas, subida de cuotas, problemas con actuaciones en caso de siniestros, etc,

Si se tiene algún problema en esta materia o quiere interponer una reclamación, hay que saber que toda compañía aseguradora debe contar con la figura del **Defensor del Asegurado** o el **Departamento de Atención al Cliente**. Este debe responder a nuestra petición en el plazo de un mes.

Si, pasado este tiempo, no hemos obtenido respuesta o ésta no nos convence, debemos dirigirnos al **Servicio de Reclamaciones de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones**. Este es un órgano administrativo de la Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa, dentro del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.

Las consultas, quejas y reclamaciones se pueden presentar de varias formas:

- **En soporte papel**; dirigiendo el escrito al Servicio de Reclamaciones de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones. Paseo de la Castellana, 44. 28046 Madrid.

- **Por vía telemática**, con firma electrónica a través de la página web: <https://dgsfp.mineco.gob.es/es/Consumidor/Reclamaciones/Paginas/InformacionProcedimiento.aspx>
El anterior enlace recoge las siguientes informaciones:

- * Guía Práctica para la Presentación de Quejas, Reclamaciones y Consultas (85.68 Kb)
- * PG1 - Competencias del Servicio de Reclamaciones (103.04 Kb)
- * PG2 - ¿Quién puede presentar consultas o reclamaciones? (19.20 Kb)
- * PG3 - ¿Cómo plantear una queja o reclamación? (106.22 Kb)
- * PG4 - Tramitación de quejas y reclamaciones (13.24 Kb)

- **A través del teléfono** 952 24 99 82, en horario de lunes a viernes laborables de 9,30 a 14, 30 horas.

La decisión de este organismo **no es vinculante**, es decir, la aseguradora no está obligada a cumplirla, en cuyo caso, se puede intentar un acuerdo amistoso con la compañía en un breve espacio de tiempo o acudir a la vía judicial si el importe lo merece.

Nuevo Sistema de atención telemática en la Unidad de Información, Denuncias y Reclamaciones de Consumo

En un esfuerzo por modernizar y optimizar sus servicios, la **Unidad de Información, Denuncias y Reclamaciones de Consumo** ha implementado un **sistema de atención telemática**, marcando un hito significativo en su evolución hacia la digitalización.

La transición hacia la atención telemática ha sido cuidadosamente planificada y ejecutada. En primer lugar, se llevaron a cabo sesiones de capacitación exhaustivas para el personal a fin de garantizar el uso eficiente de las nuevas herramientas y procesos.

Una de las principales ventajas de la atención telemática es la comodidad que ofrece a los consumidores que, podrán presentar sus denuncias y reclamaciones desde la comodidad de sus hogares, **sin necesidad de desplazarse físicamente a las oficinas de la Unidad**. Este avance ahorra tiempo y dinero a los consumidores y facilita un acceso más equitativo a los servicios para aquellos que enfrentan barreras geográficas o de movilidad.

Además, la **atención telemática** ha demostrado ser más eficiente en términos de tiempo de respuesta. Las denuncias y reclamaciones pueden ser procesadas de manera más rápida y efectiva a través de los canales digitales, lo que conlleva una mayor satisfacción del cliente y la resolución más oportuna de los problemas. Esto a su vez contribuye a fortalecer la confianza del público en las funciones de protección al consumidor de la Unidad.

Es importante destacar que, si bien la atención telemática ha traído consigo numerosos beneficios, la Unidad sigue comprometida con el mantenimiento de un enfoque integral y equilibrado en la prestación de servicios. Quienes requieran una atención presencial seguirán recibiendo el mismo nivel de calidad y atención personalizada.

La **implantación de la atención telemática en la Unidad de Información, Denuncias y Reclamaciones de Consumo** supone un paso importante hacia la digitalización y la mejora continua de los servicios.

Esta iniciativa, no sólo ha mejorado la experiencia del consumidor, sino que también ha fortalecido la eficiencia interna y la capacidad de respuesta de la Unidad. En un mundo cada vez más digitalizado, esta transformación demuestra **el compromiso de la administración con la innovación y la excelencia en el servicio a los ciudadanos**.



La Administración
Riojana sigue
comprometida
con el
acercamiento de
los servicios de
atención al
consumidor

Acercando Servicios
Solicita tu cita previa en
larioja.org/citapreviaconsumo

Control de Mercado; instrumento para nuestra seguridad

¿Qué es el Control de Mercado?

La Ley 5/2013, de 12 de abril, para la defensa de los consumidores en la Comunidad Autónoma de La Rioja, señala en su Título III que las administraciones públicas desarrollarán actuaciones de inspección y control sobre los productos, bienes y servicios puestos a disposición de los consumidores.

En base a esto, se establece el Control de Mercado como el conjunto de actuaciones de inspección destinadas a comprobar y controlar la adecuación de los productos y servicios a la normativa vigente. Su objetivo es proteger la salud y seguridad de las personas consumidoras y usuarias, así como sus legítimos intereses económicos y sociales.

Implica, fundamentalmente, la realización de las siguientes actuaciones por parte de la Inspección de Consumo:

- **Actuaciones de Vigilancia y Control de bienes y servicios destinados al consumidor final**, garantizando el cumplimiento de las obligaciones de empresarios y profesionales en su relación con el consumidor o usuario. Se incluye, fundamentalmente, dos tipos de actuaciones de inspección:

- **Campañas de inspección:** actuaciones programadas que inciden **sobre productos, servicios o prácticas comerciales** que, por distintas razones (complejidad normativa, gran consumo, número de reclamaciones...) son seleccionados para su control específico. Estas Campañas pueden ser de control de etiquetado o información al consumidor o de toma de muestras en estas últimas se analizará, también, la calidad del producto por un laboratorio acreditado.
- **Intervenciones puntuales con motivo de denuncias o comunicaciones y/o inhibiciones de otras Administraciones Públicas.**

- Actuaciones de Localización, Inmovilización y Retirada del Mercado de productos que puedan suponer un riesgo para la salud o la seguridad del consumidor o usuario. Todo producto que se considera inseguro debe ser publicado en el Sistema de Red de Alertas

Campañas de la Inspección de Consumo en abril y mayo de 2024

La Inspección de Consumo, dentro de la unidad de Control Oficial de Mercado, ha realizado durante los dos últimos meses de abril y mayo, las siguientes actuaciones:

Campañas de Control Oficial de Mercado:

ALIMENTOS

C.N. ACEITE DE OLIVA, VIRGEN Y VIRGEN EXTRA (Control de etiquetado).
 C.N. MIEL (Control de etiquetado).
 C.S. PRODUCTOS CON DOP/IGP/ETG (Control de etiquetado y Toma de Muestras).
 C.S. PATATAS FRITAS Y PRODUCTOS DE APERITIVO (Control de etiquetado).
 C.S. ATÚN EN ACEITE DE OLIVA (Control de etiquetado y Toma de Muestras).
 C.S. GALLETAS NO MARÍA (Control de etiquetado y Toma de Muestras).
 C.S. PTOS BOLLERÍA "RECIÉN HORNEADA" (Control de etiquetado y Toma de Muestras).
 C.S. BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS: CAFÉ (Toma de Muestras)
 C.S. BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS: TÉ Y DERIVADOS (Toma de Muestras)
 C.S. BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS: ZUMOS (Toma de Muestras)

NO ALIMENTICIOS

C.S. EPIS: CASCOS (Control de etiquetado).
 C.S. JUGUETES MUSICALES (Control de etiquetado).
 C.S. BIBERONES (Control de etiquetado y Toma de Muestras).
 C.S. ROPA INFANTIL MAYORES DE 36 MESES (Control de etiquetado).

Denuncias, Comunicaciones de Administraciones Públicas y Redes de Alerta:

Desde La Rioja, se ha emitido una Red de Alerta del producto **PELOTA ESTRUJABLE**, marca **LEGETOJ TOY**, con el fin de retirarlo del mercado por suponer riesgo de asfixia al poderse desprender partes pequeñas y dejar accesible la masa que hay en el interior.

También se ha comprobado si los establecimientos riojanos disponen para la venta de productos cuya notificación ha sido publicada **en las Redes de Alerta**.

Colaboración con la Guardia Civil y la Agencia Tributaria para la retirada de varios juguetes por considerar que no cumplen con la normativa vigente (carencia de marcado CE, datos del responsable del producto, advertencias obligatorias...)



La Inspección de Consumo vela por la información al consumidor, la calidad y la seguridad de los productos y servicios en el mercado



La adhesión al Sistema Arbitral de Consumo de La Rioja: Etiqueta Identificativa



En un mercado cada vez más complejo y diversificado, la protección del consumidor es fundamental. En este sentido, **resulta crucial la adhesión de las empresas al Sistema Arbitral de Consumo**, que facilita la resolución de cualquier controversia entre éstas y los consumidores.

Se trata de una herramienta creada para fortalecer la confianza y seguridad en las transacciones comerciales. La adhesión al Sistema de Arbitraje **supone una vía eficiente para resolver disputas entre las empresas y los consumidores, promover la transparencia empresarial y disuadir de las prácticas comerciales poco éticas.**

Las empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo tienen la obligación de presentar a la entrada de sus establecimientos la etiqueta identificativa. Esta etiqueta, certifica la voluntad del establecimiento o empresa de someterse a la resolución de conflictos a través de este arbitraje, en caso de disputa con un cliente.

Este compromiso, es una garantía entre empresas y consumidores, fortaleciendo así el tejido mismo de la economía de mercado.

Implantación de la atención telemática en la información y solicitudes de la Junta Arbitral de Consumo

La **Unidad de Junta Arbitral de Consumo** ha dado un paso adelante en la atención de la información y solicitudes del sistema arbitral de consumo, adoptando un enfoque innovador para sus servicios: **la atención telemática**. Se trata de una evolución hacia la digitalización, ofreciendo a los consumidores una nueva forma de acceder a sus servicios.

La transición hacia la atención telemática proporciona **un nuevo enfoque que garantiza la eficiencia, la accesibilidad y la calidad del servicio**. Uno de los pilares fundamentales de esta transformación ha sido la capacitación del personal de la unidad en la adaptación a los procesos digitales.

La implementación de **la atención telemática** ofrece una serie de ventajas, tanto para los consumidores como para la unidad misma. En primer lugar, brinda una mayor comodidad y flexibilidad a los usuarios, que podrán acceder a los servicios de la unidad desde cualquier lugar con conexión a internet, sin la necesidad de desplazarse físicamente a las oficinas. Este procedimiento, además de ahorrar tiempo y recursos, amplía el acceso a los servicios a personas que podrían enfrentar barreras geográficas o de movilidad.

Al gestionar las solicitudes y consultas de manera más rápida y efectiva **a través de canales digitales**, se agiliza el tiempo de respuesta y se facilita la resolución de disputas de manera oportuna.

Si bien la atención telemática representa un avance significativo en la transformación digital de la unidad, aquellas personas que opten por la atención presencial seguirán recibiendo el mismo nivel de calidad en la atención personalizada. Se busca mantener un equilibrio entre la innovación digital y el servicio personalizado, garantizando que todos los consumidores reciban el apoyo que necesitan.

La implementación de la atención telemática en la Junta Arbitral de Consumo pretende brindar **servicios cada vez más eficientes y accesibles a los ciudadanos**.



Acercando Servicios

Solicita tu cita previa en

larioja.org/citapreviaconsumo



Subvenciones a las OMICs de La Rioja para la atención a los consumidores y usuarios

En base a la **Resolución 7/2024 de la Consejería de Salud y Políticas Sociales** (BOR nº 28 de febrero de 2024) por la que se aprobaba la convocatoria anual para la concesión de subvenciones a entidades locales en materia de defensa de los consumidores y usuarios para el ejercicio 2024, **se ha concedido la cantidad de cuarenta y cuatro mil setecientos ochenta y cinco euros, (44.785 €), repartida entre los municipios de Logroño, Arnedo, Calahorra y Haro.**

En todos los casos, la subvención estará destinada a atender la financiación parcial de gastos de capital y gastos corrientes de funcionamiento en actividades de protección, información y defensa de los intereses de los consumidores y usuarios de La Rioja durante el año 2024.

En estos cuatro municipios, **las Oficinas Municipales de Atención al Consumidor (OMICs) se encargan de la información y asesoramiento a los ciudadanos en materia de consumo, así como de la recepción de reclamaciones.**

En el año 2023, se **atendieron en estas oficinas a dieciséis mil quinientas sesenta y seis (16.566) personas**. De éstas actuaciones, un 80% aproximadamente, fueron consultas y el resto, tramitación de reclamaciones.

En cuanto a los ámbitos sobre los que se realizan las consultas, la mayor parte están relacionadas con empresas de energía (luz o gas) seguidas de compañías de telefonía, seguros, viajes, bancos, vivienda, reparaciones (especialmente de vehículos), internet, garantías de productos, etc.

A través de las OMICs se ofrece a los ciudadanos una atención cercana donde poder ejercer sus derechos de información o asesoramiento, según les reconoce la normativa autonómica a través de la Ley 5/2013, de 12 de abril, para la defensa de los consumidores en la Comunidad Autónoma de La Rioja.



OMIC

Oficina Municipal
de Información
al Consumidor

El Gobierno de La Rioja subvenciona a las Oficinas Municipales de Información al Consumidor para apoyar su labor de protección de los consumidores riojanos

Ganadores de la fase autonómica del Concurso Escolar, Consumópolis 19

En La Consejería de Salud y Políticas Sociales, a través de la Resolución 14/2023, de 30 de Agosto, convocó la **fase autonómica del concurso escolar 2023-2024: Consumópolis19, con el lema “Súmate a la energía responsable”**. Se trata de la decimonovena edición de este concurso que, desde el Ministerio de Consumo, busca sensibilizar a los jóvenes sobre la importancia de consumir de forma consciente, crítica, solidaria y responsable.

El concurso está dirigido a alumnado de diferentes niveles educativos: el Nivel 1 para escolares de quinto y sexto de primaria; el Nivel 2, para alumnado de 1º y 2º de E.S.O y el Nivel 3, para alumnado de 3º y 4º de E.S.O y Formación Profesional Básica.

Consta de dos partes: en la primera, los participantes, bajo la coordinación de un docente del centro, deberán completar el recorrido por la ciudad de Consumópolis a través de la web señalada por el Ministerio, donde irán resolviendo diversas pruebas de carácter pedagógico y lúdico, que se presentan a lo largo del mismo. En la segunda parte, los cinco integrantes del equipo, deberán diseñar, elaborar y presentar un trabajo sobre consumo responsable.

A la presente edición **se han presentado 95 equipos de La Rioja: 32 del Nivel 1, 18 del Nivel 2 y 45 equipos del Nivel 3. En total, han participado 475 alumnos coordinados por 16 profesores de Centros Educativos de Alfaro, Calahorra, Logroño y Sto. Domingo de la Calzada.**

El concurso consta de dos fases: la autonómica y la nacional. Los ganadores de la fase autonómica en la presente edición, que pasan a la fase nacional automáticamente, son los siguientes:

Nivel 1: quinto y sexto cursos de Educación Primaria.

Equipo ganador: **Recicladores**, del Colegio La Salle-El Pilar de Alfaro, con una puntuación final de 8,31 puntos.

Nivel 2: primer y segundo cursos de E.S.O

Equipo ganador: **Bichos Químicos**, del Colegio Rey Pastor de Logroño, con una puntuación final de 7,87 puntos.

Nivel 3: tercer y cuarto cursos de E.S.O o F.P Básica

Equipo ganador: **Los Quarks**, del Colegio Rey Pastor de Logroño, con una puntuación final de 9,60 puntos

Tal como recoge el Art. 6 de la Resolución 14/2023, de Convocatoria autonómica, el equipo ganador de cada nivel de participación recibirá los siguientes premios:

- Una Tableta o reloj inteligente para cada uno de los alumnos integrantes del equipo. Así mismo, el centro recibirá un Diploma acreditativo de su participación.
- Un reloj inteligente para el coordinador del centro escolar.

En breve, se celebrará la entrega oficial de los premios de la fase autonómica a los correspondientes ganadores, de cuya noticia dejaremos constancia a través de la web <https://www.riojasalud.es/salud-publica-consumo/consumo> y de nuestra revista ConsumoRioja.

GANADORES
CONCURSOS



Los Concursos Escolares de Consumo, están integrados en el Plan de Formación y Educación para el Consumo de La Rioja, siendo una apuesta del Gobierno de La Rioja con las nuevas generaciones de consumidores riojanos



Nueva normativa para controlar la actividad de los “influencers”

El fenómeno de los “influencers”, personajes públicos que se erigen en las diversas redes sociales como líderes de opinión, está cada vez más extendido, especialmente entre los jóvenes. Estos personajes han adquirido una gran credibilidad entre sus seguidores, de manera que **las empresas han visto en ellos una oportunidad de mercado y los utilizan cada vez más como creadores de contenidos que pueden influir en las decisiones de compra** de los consumidores.

La confianza depositada en estos perfiles es tan importante que los consumidores, expuestos a miles de mensajes diarios, optan por las recomendaciones, ya que prefieren las opiniones personalizadas de personajes en los que confían frente a la publicidad tradicional.

Una de las actividades principales de los influencers es testar productos y emitir recomendaciones sobre los mismos. Un ejemplo de su capacidad de persuasión es cómo se agotan en cuestión de horas los productos que estos personajes muestran en sus perfiles.

Por primera vez, se ha aprobado un real decreto que fija los requisitos que tendrán que cumplir los creadores de contenidos para cumplir con la Ley General de Comunicación Audiovisual, aprobada en 2022.

La nueva regulación **tiene como objetivo una mayor protección de las personas consumidoras a la vez que más seguridad**

jurídica y mayor control sobre las actividades de los influencers, que han alcanzado un volumen económico significativo.

Los tres pilares de esta nueva normativa son: los ingresos, el tipo de actividad en la red y el número de seguidores.

En base a estos tres ejes, se define como “influencers”:

- Aquellos que obtengan de su actividad ingresos anuales superiores a 300.000 €/año.
- Los que superen el millón de seguidores en una única plataforma de intercambio de vídeos ó dos millones de seguidores en el global de su actividad.
- Haber publicado o compartido 24 o más vídeos al año.

La iniciativa legislativa les obliga a indicar adecuadamente la publicidad que generen, así como a etiquetar por edades los contenidos que emitan. Es decir, somete a los llamados “usuarios de especial relevancia” a las mismas reglas de juego que ya deben cumplir otros medios de comunicación, como las televisiones. Lo hace ante la laguna legal que ha prevalecido durante años y dejaba sin concretar sus deberes y obligaciones.

Éstos tendrán dos meses para inscribirse en el Registro Estatal de Prestadores Audiovisuales según el cual **tendrán que cumplir con la normativa en materia de protección de menores y de publicidad, identificando cuándo una publicación ha sido pagada por una marca. No podrán hacer publicidad de determinados productos como el tabaco, alcohol o medicamentos o cualquier otro producto o acción que genere un perjuicio psicológico a los menores.**

España se convierte así, en el segundo país de la Unión Europea (UE) en regular la actividad de los influencers, después de Francia, cuyo parlamento lo aprobó en verano de 2023.



La actividad desarrollada por los influencers estará regulada y controlada

Estafas amorosas: cuando el amor es un engaño

Entre los muchos engaños que circulan por las redes sociales, se encuentran las estafas románticas. Consisten en que **el estafador (mayoritariamente hombre), adopta una identidad falsa en internet para ganarse la confianza de una víctima con la intención de conseguir dinero o información personal** suficiente para robar su identidad y finalmente, saquear sus finanzas.

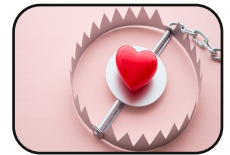
Se trata de un **tipo de ciberdelincuencia que comienza con la publicación de un perfil falso en una página de búsqueda de citas o a través de redes sociales habituales** como Facebook o Instagram. El delincuente se hace pasar por una persona que a menudo vive en otro país, lo que dificulta el encuentro en persona. Suelen utilizar fotos falsas de hombres atractivos, con profesiones de prestigio como militares, pilotos, trabajadores en ubicaciones lejanas u otras que dificultan el encuentro personal.

Con este **perfil falso intenta ganarse la confianza de su víctima**, generalmente una mujer que busca una relación amorosa, o simplemente intentan contactar con mujeres a través de las redes sociales solicitando amistad. Los estafadores tienden a captar a personas mayores, de más de 50 años, que se han divorciado o perdido a su pareja. **El perfil de víctima habitual es una mujer vulnerable, solitaria y con necesidad afectiva.**

Estos **delincuentes investigan exhaustivamente a sus víctimas y rastrean las redes sociales en busca de información personal**: hábitos, gustos, etc, para crear un personaje que comparta sus mismos intereses y valores a fin de acercarse a ellas. Suelen ser artistas del engaño urdiendo historias elaboradas destinadas a crear vínculos emocionales que prevalezcan sobre el sentido común.

Indicios de estar tratando con un estafador romántico:

- Muestran una foto de perfil muy atractiva.
- Suelen tener pocas fotos en sus redes y de aspecto profesional o realizando actividades, evitando las fotos con otras personas que puedan ser identificadas.
- Viven lejos o en lugares con dificultad de comunicación.
- Colman de cumplidos y atenciones a la víctima e intentan que la relación avance deprisa.
- Intentan apartar a la persona de las redes habituales hacia WhatsApp, correo electrónico o número de teléfono, para mantener una relación más privada.
- Evitan las videollamadas para no mostrar su verdadero rostro.
- Solicitan ayuda económica con excusas de situaciones personales que remuevan las emociones de la víctima (tratamientos médicos, pago imprevisto inminente, gastos de viaje para las visitas, compra de dispositivos para seguir manteniendo la relación, etc...)



Desconfía de cualquier acercamiento romántico sospechoso y no dudes en denunciar



ConsumoRioja

Revista digital de la Consejería de Salud y Políticas Sociales
Dirección General de Salud Pública, Consumo y Cuidados
Servicio de Seguridad Alimentaria y Consumo
C/ Vara de Rey, 8
26071.- Logroño.- La Rioja.
Teléfono: 941 291794
consumorioja@larioja.org

Equipo de Redacción:

Carlos Felices Cajal, Jefe de Servicio de Seguridad Alimentaria y Consumo.
José M^º Fernández Martínez, Jefe de Sección de Consumo.
M^º Jesús Torralba Díaz de Cerio, Educadora de Consumo.
M^º José Gómez de Segura Martínez, Ayudante Administrativo de Formación y Educación para el Consumo.