



BUNDESMINISTERIUM FÜR SOZIALE SICHERHEIT  
GENERATIONEN UND KONSUMENTENSCHUTZ



European Economic and Social Committee

**JORNADA EUROPEA DEL CONSUMIDOR**  
**"Educación del consumidor"**

\*

*Viena, el 15 de marzo de 2006*

**INTERVENCIÓN**  
**de**  
**Sr. Bernardo HERNÁNDEZ BATALLER**  
**Presidente de la sección especializada "Mercado único, producción y consumo" del**  
**Comité Económico y Social Europeo**

---

Viena, el 15 de marzo de 2006

---

Seul le texte prononcé fait foi  
Check Against Delivery

Sólo el texto pronunciado hace acta

.../...

Sra. Ministra, señoras y señores,

Es para mí un honor el clausurar esta Jornada europea del consumidor que, bajo el título "Educación de los consumidores", se ha desarrollado en esta magnífica Sala del Urania. Como en su día este noble edificio, la Sección de Mercado Interior, Producción y Consumo del Comité Económico y Social Europeo, ha intentando colocarse en vanguardia del estudio de un tema que nos es afecto a todos nosotros, dada su actualidad.

Viena, ciudad bella donde las haya, tal vez supo llegar a esta belleza gracias a que siempre supo reunir en ella los aportes de diferentes culturas y aproximaciones diversas a los problemas comunes, dentro de un clima de tolerancia que fue y es, tal vez, su principal encanto.

Ahora, el tema que aquí nos trajo, la "Educación de los consumidores", ha intentado tratarse siguiendo el ejemplo de aquellas antiguos y eternos cánones.

La importancia de la educación de los consumidores queda claramente establecida por el artículo 153 del Tratado de la UE, cuando insta a promover los derechos de los consumidores en materia de información y educación. Es cierto que el principio de subsidiariedad implica que buena parte de la responsabilidad en materia de educación ha de recaer sobre las autoridades nacionales, regionales y locales, aunque ello no es obstáculo para que el tema pueda y deba ser debatido a nivel comunitario con el fin de plantear acciones encaminadas a mejorar la formación de los consumidores.

Desde el punto de vista de sus contenidos, la formación y educación de los consumidores requiere un especial esfuerzo para procurar la comprensión adecuada de los diferentes conceptos sociales, técnicos y jurídico-normativos relacionados con su defensa y protección. Ello significa:

- Comprensión adecuada de la composición de los bienes y servicios, de los criterios de seguridad y calidad aplicables a cada oferta, de sus formas de uso, consumo y mantenimiento, de los costes asociados.

.../...

- Comprensión adecuada de la comunicación comercial, especialmente a la hora de distinguir la información sobre los productos de los niveles más retóricos del mensaje publicitario y promocional.
- Comprensión adecuada de las cláusulas contractuales de los contratos, que, en muchos casos, presentan un grado de dificultad creciente, acorde con la variedad de opciones asociadas a ofertas cada vez más personalizadas.
- Comprensión adecuada de los derechos del consumidor a la hora de reclamar a través de las diferentes vías administrativas, judiciales y extrajudiciales.

Desde el punto de vista técnico, es importante desarrollar materiales y herramientas educativas claramente orientadas para proveer de conocimientos a los consumidores, así como de habilidades para la acción.

Las organizaciones de consumidores podrían, con el apoyo adecuado, ir más allá de su actividad como consejeros o meros difusores y distribuidores de los materiales y herramientas de formación, elaborados por los expertos o en el seno de las instituciones comunitarias. Podrían cumplir, además, un papel fundamental como impartidores activos de la formación al conjunto de los consumidores. Su eficacia como “multiplicadores”, con un alto grado de credibilidad y conexión con los ciudadanos, de cara a la difusión y notoriedad de las iniciativas de la Comisión, debería ser utilizada y tenida en cuenta, también, en el ámbito de la educación de los consumidores.

Se puede concluir que ha llegado el momento para desarrollar a escala comunitaria:

La dinamización del trabajo de un grupo de expertos estables, con perfiles de educadores y profundos conocimientos en pedagogía y también en consumo, que puedan sistematizar de manera continuada el trabajo realizado en cada país

y elaboren los informes necesarios para avanzar y profundizar en el desarrollo del Tratado en lo referente a la educación del consumidor.

Presentar un plan para consolidar las redes europeas que impulsan la educación del consumidor, con proyectos significativos y estables.

Estudiar las posibilidades de poner en marcha una escuela virtual de educación de los consumidores, aprovechando la potencialidad que proporcionan las nuevas tecnologías y las experiencias ya existentes en diferentes países en relación a este tema. Sería deseable desarrollar propuestas por parte de la Comisión que:

- puedan conseguir la generalización de la educación para el consumo, de forma que todos los ciudadanos europeos puedan cumplir el derecho y deber de educarse y formarse como consumidores;
- o hagan posible una mejor coordinación de las acciones educativas y la edición de materiales didácticos adecuados, incluyendo la utilización de Internet, para tener en cuenta las diferentes características de origen de la consumidores europeos;
- o posibiliten la formación de formadores, de consumidores adultos y de las poblaciones vulnerables.
- o garanticen una formación permanente y de calidad de los miembros de organizaciones de consumidores y otros organismos e instituciones de consumo.

No quisiera acabar esta breve intervención sin agradecer a las autoridades austriacas presentes, a mi querida Presidenta del Comité Económico y Social Europeo, a aquellos que han tomado parte en los debates y a todos los presentes, los esfuerzos realizados por hacer de esta VIII Jornada del Consumidor una de sus ediciones más brillantes.

Y, cómo no, el habernos permitido volver a apreciar la eterna belleza de la ciudad de Viena.

Muchas gracias.