

# Consumo Aragón

N.º 29 Diciembre 2005

Publicación Cuatrimestral del Departamento  
de Salud y Consumo del Gobierno de Aragón



**>Una Navidad más justa**

**>Picaresca y estafadores "Online"**

**>Seminario Internacional de Consumo Sostenible en Perú**





CAMPO DE BORJA



consejo regulador de la denominación de origen

SOMONTANO



Departamento de Agricultura y Alimentación





## Sumario



N.º 29 | Diciembre 2005

- 06**    *En Portada: Una Navidad más justa*
- 10**    *Entrevista a Montserrat Costa*
- 12**    *Picaresca y estafadores “Online”*
- 21**    *Opinión: Teresa Perales*
- 24**    *Cuidar el medio ambiente practicando un consumo responsable*
- 26**    *Garantías para las reparaciones en el hogar*
- 28**    *La seguridad alimentaria a examen*
- 31**    *OMIC: Alcañiz*

**Director:**

Ángel Luis Monge Gil

**Consejo de Redacción**

Carlos Peñasco Gil, Francisca Pérez Jiménez, Cristina Nuviala Bujeda, José Manuel Guíu Lasheras, Ana Benavente Jiménez, Sara Villellas Martínez.

**Edita:**

Gobierno de Aragón. Departamento de Salud y Consumo. Dirección General de Consumo. Avda. Pablo Gargallo, 3, 1ª planta. 50003 Zaragoza

**Web del Gobierno de Aragón:**

[www.aragon.es](http://www.aragon.es)

**Diseño y Maquetación:**

Vistobueno Multimedia S.L.

**Depósito Legal:**

Z-3761-96

**ISSN:**

1137-4527

# Agenda / Publicaciones

Beatriz Capacés García. Documentalista

## Aulas de Consumo:

El 20 de diciembre tendrá lugar el aula de consumo "Alimentación infantil y en la adolescencia" en el Salón de actos del Edificio Pignatelli situado en Paseo María Agustín, 36.

Como continuación del ciclo formativo, las tres primeras aulas del año 2006 serán las siguientes:

- 24 de enero de 11h. a 13h. **"Cómo elegir la hipoteca más adecuada para la adquisición de vivienda"**
- 21 de febrero de 11h. a 13h. **"La elaboración industrial de alimentos"**
- 21 de marzo de 11h. a 13h. **"La protección y la seguridad de nuestros datos personales"**



## PUBLICACIONES



**"Alimentación, Salud y Deporte"** se trata de un CD-ROM que tiene por objeto concebir la alimentación como compendio de culturas y saberes que nos lleven a una alimentación saludable, mejorar los hábitos alimenticios y su consumo en Aragón y sensibilizar sobre la relación entre la Alimentación, la Salud y el Deporte.

**"¿Qué saber? Productos Milagro"**. Folleto editado por el Departamento de Salud y Consumo que reúne en un tríptico información acerca de productos milagro y una serie de consejos prácticos a tener en cuenta en el uso o adquisición de los mismos



**"Programación de Educación del Consumidor 2005-2006"** es una publicación del Departamento de Salud y Consumo y se dirige fundamentalmente a los centros educativos de enseñanzas no universitarias de la Comunidad Autónoma de Aragón, con la finalidad de promover en el alumnado el desarrollo de capacidades y hábitos correctos, críticos y responsables en relación al consumo.

Sirve de apoyo a las diversas actividades educativas al consumidor y usuario.

## Editorial:

# Buenos propósitos

Tres cuartas partes de los recursos naturales del planeta son consumidas por tan sólo el 20% de la población. El aire, el agua y la tierra están sufriendo un progresivo proceso de contaminación, consecuencia de un consumo extremo que pone en riesgo los recursos medioambientales no renovables.

Por ejemplo, desde 1950 se ha triplicado el consumo de agua en todo el mundo. De seguir la tendencia actual, dentro de 20 años ese consumo habrá aumentado un 40% más. La escasez del agua puede ser uno de los problemas más acuciantes del tercer milenio.

El desequilibrio existente en los aprovechamientos de las materias primas y sus rendimientos económicos tiene reflejo en el producto nacional de los países. Los ricos son cada vez más ricos y, en términos absolutos, las diferencias con los pobres están aumentando. Se ha calculado que los países más poderosos les escamotean anualmente a los países subdesarrollados 100 mil millones de dólares con la manipulación abusiva de las reglas que gobiernan el comercio mundial, negando así a millones de personas cualquier oportunidad para salir de la pobreza.

Frente a esta cruda realidad, y a pesar de las llamadas a la responsabilidad, el consumo se desboca especialmente cada diciembre. Así, mientras millones de personas tomamos la firme resolución de cambiar algunos aspectos de nuestra vida (perderé unos kilos..., estudiaré un idioma..., dejaré de fumar...), apenas

dedicamos un instante a recapacitar sobre nuestros hábitos consumistas y sus consecuencias.

Seguimos identificando la felicidad con gasto ilimitado. ¿Para cuándo el deseo de un consumo solidario y responsable, basado en el respeto ecológico y el comercio justo? Propongámonos el 1 de enero, y esperemos que la resaca de las celebraciones no diluya la firmeza de esa promesa, ¿o será que también existe un derroche impulsivo de buenos propósitos?



*En Portada:*

## *Una Navidad más justa*

*Ana Benavente. Periodista. Fotografía: Ana Benavente y Sara Vilellas*

*“Perder dinero es a menudo un delito; adquirirlo por malas artes es aún peor, y malgastarlo es lo peor de todo”*

*John Ruskin (1819-1900), escritor.*



*Diciembre es el mes de la Navidad, y es que aunque los días que marcan estas fiestas se reduzcan a 24 y 25 de diciembre y 6 de enero, hace ya más de un mes que el espíritu navideño ha inundado todos los hogares. Eso sí, se trata más bien del espíritu comercial o de consumo.*

Cada vez con más antelación, la publicidad sobre regalos, juguetes, turrónes y todo aquello relacionado con la Navidad, inunda las tiendas y los medios de comunicación. El caso más extremo es quizá el de la lotería, que está a la venta desde verano.

Por parte de los consumidores, cada vez son más los que adelantan sus compras para no dejar todo para el último momento y por tanto no realizar todo el gasto de golpe.

Siguiendo la tónica del año pasado se puede vaticinar que el gasto medio de cada aragonés

para estas fiestas será de unos 778 euros. De ellos, la mayor partida se la llevarán los regalos, seguidos del ocio y la diversión, la lotería, los juguetes, las comidas fuera del hogar y por último la alimentación para las celebraciones en casa. Ante estas cifras en las que se observa un disparo espectacular del consumo, comparado con el del resto del año, cabe hacer varias reflexiones.

La primera, y en la que insisten año tras año las autoridades de consumo así como todas las asociaciones de consumidores, es que se realice un consumo responsable y acorde con las necesidades reales de cada consumidor. La segunda reflexión es ¿quién se beneficia de ese consumo masivo? Y ahí es donde el consumidor tiene la última palabra.

Además de no dejarse llevar por la fiebre consumista que invade estas fiestas también



## en Portada. Una Navidad más justa

podemos poner nuestro granito de arena para hacer de este mundo un lugar mejor.

### Consumo con conciencia

Hacer que nuestros gastos navideños contribuyan a la mejora de la economía de muchas personas de los países más pobres no requiere ningún esfuerzo para nosotros y en cambio sí supone un gran beneficio para millones de personas en todo el mundo. Aunque parezca una utopía o una declaración de buenos propósitos esto es algo totalmente tangible que se consigue a través del denominado Comercio Justo.

Se trata de un comercio alternativo al tradicional que surge de una relación entre tres nuevos sujetos económicos: productores de países pobres, intermediarios sin ánimo de lucro y consumidores solidarios y responsables. A través de esta cadena podemos contribuir como consumidores a facilitar el acceso de los productores pobres al mercado en condiciones óptimas y, ante todo, justas. Tal y como afirma la consejera de Sanidad y Consumo, Luisa María Noeno, "Los consumidores tenemos la última palabra. Con un acto tan simple como comprar un producto, podemos contribuir a hacer un mundo mejor y más justo. Las grandes decisiones se toman basándose en pequeñas acciones como estas".

Los artífices de esta "otra" relación comercial con los países del Sur son las organizaciones de Comercio Justo, en su mayoría ONG. Éstas son las encargadas de ponerse en contacto con los productores locales de los países en desarrollo, darles asesoramiento, importar sus productos y, por último, distribuirlos en los países desarrollados en tiendas de Comercio Justo o tradicional, pero todo esto bajo una serie de criterios. Una de las grandes bazas del Comercio Justo es la de poder garantizar una retribución justa para los productores de los países pobres a través de un precio acordado mediante el diálogo y la participación entre ambas partes. Esta cantidad garantiza que los productores puedan cubrir sus necesidades de alimentación, salud, educación, vivienda, etc. además de proporcionarles un margen para reinvertir tanto en la producción como en el desarrollo de la comunidad. Los productores del Sur se comprometen, por su parte, a organizarse en cooperativas y a buscar el desarrollo integral de sus comunidades.

### Comercio Justo: el proceso

En el Comercio Justo, existe un contacto directo entre el productor y el distribuidor. "El

grupo productor se tiene que poner en contacto con nosotros, aunque no siempre es así, sobre todo en África.

Se hace un estudio de viabilidad del producto teniendo en cuenta los criterios de Comercio Justo y que el producto tenga salida aquí. Si es así, les proporcionamos apoyo técnico en áreas como el diseño ya que los patrones que se llevan en sus países no son los mismos que aquí", afirma Paquita Lapeña, la responsable de la tienda de Comercio Justo de Intermón Oxfam en Zaragoza.

Este asesoramiento técnico hace que los productos mejoren también en calidad. Los productores envían muestras y se suelen hacer varias pruebas antes de que el producto tenga su aspecto final. Además, en el aspecto humano, también se proporciona formación a los trabajadores.

Esta relación comercial que se encuentra al margen del comercio tradicional no es para siempre. Uno de los objetivos es que los productores consigan desarrollar tanto los productos como el sistema de producción óptimo que les permita a medio – largo plazo incorporarse a los cauces tradicionales del comercio.

Antes de este proceso, las organizaciones han definido ya los países en los que van a actuar bajo una serie de criterios.

En la mayor parte de los casos, se utiliza como referencia en Índice de Desarrollo Humano (IDH), una medición elaborada por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) que se basa en un índice

### Criterios de Comercio Justo

- Garantizar la no explotación infantil.
- Que los trabajadores reciban un salario justo que les permita mantener una vida digna.
- Condiciones de salubridad en el entorno laboral.
- Una igual retribución para hombres y mujeres.
- La producción respetuosa con el medio ambiente.
- La participación de los productores en la toma de decisiones de las organizaciones.
- Una prefinanciación por parte de la organización a los productores sin acceso a créditos bancarios que les permita producir sin endeudarse.
- Transparencia en la gestión, producción y precios.

## *en Portada. Una Navidad más justa*



estadístico compuesto por tres parámetros: la esperanza de vida al nacer, la tasa de alfabetización de adultos y la tasa de matriculación en educación primaria, secundaria y terciaria, y el PIB per cápita.

Por desgracia, los países con el IDH más bajo siguen siendo los países del Sur, los situados en África, Sudamérica y algunas zonas de Asia. Ahí es donde las ONG desarrollan su actividad y donde contactan, por tanto, con los productores. Cinco millones de personas en los países pobres pueden tener una vida y un trabajo dignos gracias al Comercio Justo. Ante estos datos es fácil comprender el gran poder del

consumidor para mejorar el mundo, sólo con un gesto, con una compra más responsable y solidaria.

### *El Comercio Justo a nuestro alcance*

Las tiendas de Comercio Justo ponen al alcance del consumidor estos productos fabricados e importados bajo unas reglas justas para los productores. Los cauces de distribución de estos productos son distintos. En algunos casos se encuentra en tiendas que están dedicadas exclusivamente al Comercio Justo, en otros se pueden encontrar tiendas o incluso grandes superficies que quieren dedicar una sección a estos productos.

En Zaragoza hay alrededor de 7 tiendas de Comercio Justo. ONG como Setem, Intermón Oxfam o Medicus Mundi emplean muchos esfuerzos en sensibilizar a los aragoneses en este tema. Las tres comercializan artículos de Comercio Justo. Medicus Mundi e Intermón Oxfam disponen de sendas tiendas en las que se pueden encontrar artículos de decoración, bisutería, complementos, artículos para el hogar, alimentación, etc. En definitiva, una amplia lista de productos para completar nuestra particular lista de compras navideñas. Paquita Lapeña, responsable de la tienda de Intermón Oxfam explica: "primero comenzamos con el Comercio Justo en artesanía y después ampliamos a la alimentación porque es algo que se consume más a menudo". Café, chocolate, té, galletas, etc, componen la parte de alimentación de estos comercios. Cada vez son más los consumidores que se suman a este movimiento y eso se nota en las fechas donde el consumo aumenta. "En Navidad, las ventas de Comercio Justo aumentan considerablemente, incluso en alimentación, ya que la gente regala cestas o lotes de alimentos de Comercio Justo", añade Paquita Lapeña.

Intermón Oxfam participa en toda la cadena, son importadores y distribuidores de productos de Comercio Justo, además de comercializarlos ellos mismos a través de sus tiendas. Sobre el funcionamiento de éstas afirman que "el objetivo de las tiendas es que se puedan mantener por sí mismas para contribuir con los beneficios obtenidos a la formación de los productores".

Estas Navidades podemos ejercer un consumo útil y justo, de manera que con nuestras





compras en juguetes, regalos, adornos navideños, etc, hagamos feliz a alguien más, ya que el beneficio que el Comercio Justo proporciona a las personas de los países más pobres hace que cuando estas Navidades hagamos un regalo, los beneficiarios se multipliquen por una cifra incalculable.

### **Tiendas de Comercio Justo en Zaragoza:**

#### **ADECO-ARAGÓN**

C/ Sagrada Familia, 2.  
Tlf: 976568300

#### **INTERMÓN- OXFAM**

C/ León XIII, 24.  
Tlf: 976236745

#### **MEDICUS MUNDI ARAGÓN**

C/ Cinco de Marzo (esquina Pasaje Palafox)

#### **SETEM- ARAGÓN**

Avda. César Augusto, 37, 2º  
Tlf: 976440765

#### **SURALIA**

(Centro Joaquín Roncal,  
Fundación CAI- ASC)  
C/ San Braulio, 5-7-9.  
Tlf: 976290301

#### **TASBA PRI**

C/ Fernando el Católico (frente 6-7).  
Tlf: 976432391

#### **PACHAMAMA**

(En el Barrio de San José).



## **Organización: TALON, Pakistán**

### **Área y Contexto**

Ciudad de Sialkot, en el noroeste de Pakistán, ubicación tradicional de la industria de gama deportiva donde se fabrica el 80% de los balones del mundo. Tiene más de 500.000 habitantes, de los cuales unos 25.000 están ocupados en esta industria. El producto principal son balones de fútbol. En cuanto a volumen comercial, constituyen el 50% de exportación de gama deportiva de Pakistán. La industria de gama deportiva constituye una de las pocas fuentes de ingreso para la mujer en una sociedad musulmana. Las mujeres, según un estudio publicado por Save the Children en 1997, constituían el 53% de la mano de obra en esta industria.

Según estudios de esta misma organización hay unos 7.000 niños trabajando en la industria de gama deportiva en Sialkot, constituyendo un 23% del ingreso familiar, y con una jornada media de 10 horas que no permite la asistencia al colegio. La producción de esta industria la comercializan distintas multinacionales que ven sus beneficios multiplicados de manera espectacular cuando venden sus productos en los países desarrollados.

A través de la campaña "Juega Limpio" organizada por distintas ONG y apoyada por muchos consumidores solidarios, se ha podido paliar en parte esta situación a través de organizaciones como Talon. El método es la presión y la denuncia pública de los sistemas de producción que utilizan estas multinacionales, ya que lo más importante para ellas es la marca e informaciones así no les benefician en absoluto.

### **Productos**

Esta organización se dedica exclusivamente a la producción de balones reglamentarios, guantes de portero y ropa deportiva.



*Balón de reglamento fabricado sin explotación infantil.*

### **Productores**

Muchos niños pueden ir a la escuela desde que Talon emplea a cerca de 1.500 trabajadores adultos que fabrican balones con unas condiciones de trabajo dignas. En esta organización no hay niños menores de 16 años trabajando.

### **Trabajo social**

Erradicar el trabajo infantil es la meta de esta fábrica que promueve las escuelas de la esperanza, que dan protección social y rehabilitación a los trabajadores.

### **Testimonio**

Tamoor y Lukshmi, de 12 y 15 años, acabaron en una cantera y una fábrica trabajando a destajo cuando creían que iban a aprender a leer y a escribir. Obviamente, les engañaron. Gracias al Comercio Justo muchos niños como Tamoor y Lukshmi hoy pueden ir a la escuela ya que han conseguido crear cooperativas en las que sólo trabajan adultos y en unas buenas condiciones de trabajo. Hoy, Tamoor asegura que "todos los niños deberían jugar al balón pero no con aquéllos que hayan cosido otros niños".

# Entrevista a Montserrat Costa:

Presidenta del Consejo Aragonés de Consumidores y Usuarios

**“Enlazarme de nuevo con un tema que considero importante me llena de satisfacción”**



Montse Costa en una reunión de trabajo con el director general de Consumo.

**Pregunta.- ¿Cómo recibió la noticia de su elección como presidenta del Consejo?**

Respuesta.- Con satisfacción, primero porque es FEACCU a quien le correspondía hacer la propuesta y, en segundo lugar, porque sucedo en el cargo a Olvido Blasco, de la Asociación “Torre Ramona”, una mujer con una brillante trayectoria y con gran conocimiento del mundo del consumo, a la que quiero felicitar por la labor desarrollada al frente del Consejo durante el último año y en la que, con toda seguridad, tendré una ayuda inestimable durante el tiempo en que me corresponde desempeñar esta responsabilidad.

Yo trabajé bastante en consumo en épocas pasadas, cuando presidía FEACCU, y enlazarme de nuevo con un tema que considero importante me llena de satisfacción.

**P.- ¿Cree que ha cambiado la relación entre los agentes que participan en el consumo?**

R.- Sinceramente, creo que sí. Lo demuestra, por ejemplo, el gran número de empresas adheridas en Aragón al Sistema Arbitral de Consumo. Sin embargo, todavía falta concienciación en los ciudadanos a la hora de activar los mecanismos para hacer efectivos sus derechos como consumidores. Yo les invitaría a que planteen sus quejas y a que acudan a los sistemas de defensa que hoy están a su disposición a través de las asociaciones y de la Administración. No aprovechamos suficientemente las posibilidades que se nos brindan en el ámbito de la protección y reconocimiento de nuestros derechos.

**P.- ¿Ha pensado ya en alguna iniciativa que pueda poner en marcha desde la presidencia del Consejo?**

R.- A raíz de la noticia de mi elección, y tal vez porque resido en Huesca, he recibido muchas llamadas de la provincia oscense poniendo de relieve los déficit existentes en la comunicación por cable. Este es un problema importante, porque si queremos desarrollar el turismo pirenaico es totalmente necesario, por ejemplo, disponer de los sistemas de cobro electrónicos en cualquier punto de la geografía. Hoy, el correo electrónico e internet son herramientas de trabajo imprescindibles, que deben estar disponibles para apoyar la creación de empleo, el desarrollo profesional y la fijación, por lo tanto, de la población en el mundo rural.

Desde FEACCU vamos a hacer un estudio sobre este tema, que presentaré al Consejo. Por lo demás, voy a estar permanentemente a disposición de las entidades representadas en el Consejo, para atender cualquier tipo de sugerencia o iniciativa que quieran proponer.

*P.- ¿Han alcanzado las asociaciones de consumidores su nivel óptimo en el plano de la representación y de la participación social?*

R.- No, nunca se alcanza el nivel óptimo. Es un camino hacia arriba que no hay que abandonar, y siempre hay que trabajar para mejorarlo y ampliarlo. Dependerá mucho de la financiación, indudablemente. Tal vez, en España la Administración todavía no está concienciada y al área de consumo se le concede siempre un protagonismo menor que a otras.

*P.- ¿Las asociaciones deberían especializarse en temas de consumo, o no?*

R.- Es una pregunta complicada. La especialización nos permite llegar más lejos en una actividad concreta, pero la práctica demuestra que no existen tantas asociaciones como sectores de producción o servicios.

Tal vez lo ideal sería un tratamiento general de estos temas, pero haciendo hincapié en los temas que, como la vivienda o la telefonía tienen un especial impacto entre los consumidores.

***“Al área de consumo se le concede un protagonismo menor que a otras.”***

***“No aprovechamos todas las posibilidades que se nos brindan en la protección y reconocimiento de nuestros derechos.”***

## ***El perfil***

Montse Costa nació en Barcelona pero desde la infancia reside en Huesca. Es diplomada en Enfermería por la Facultad de Medicina de Barcelona y cursó el programa de Alta Dirección de Empresa (PADE) en el IESE de la Ciudad Condal. Ha desarrollado su actividad profesional en los ámbitos agrícola, comercial y agroalimentario. Fundó y presidió, hasta su renuncia en 1999, FEACCU-Huesca.

## ***El Consejo***

El Consejo Aragonés de Consumidores y Usuarios, creado en 2000, es un órgano de consulta y representación compuesto por 15 miembros, 13 de ellos pertenecientes a asociaciones de consumidores, y otros dos designados por el Departamento de Salud y Consumo. Entre sus funciones están la formulación de propuestas en materia de defensa de los consumidores; solicitar información de las administraciones públicas; el asesoramiento a los órganos de la Administración Autónoma con competencias en consumo, y efectuar estudios sobre consumo, mercados y abastecimiento de productos y servicios.



# Reportaje: Picaresca y estafadores “Online”

Ana Benavente, José Manuel Guíu. Periodistas

*Internet es una de las herramientas de comunicación con mayor impacto social, pero también un océano de información surcado por los modernos piratas del segundo milenio. La delincuencia informática es un hecho habitual. La sofisticación de este tipo de delitos ha crecido de manera significativa y está exigiendo una contrapartida equivalente, tanto en las técnicas de investigación como en las medidas de protección necesarias para evitarlos.*



Leoncio Lorente. Jefe Superior de Policía

Esta situación de partida es la que llevó al jefe superior de Policía de Aragón, Leoncio Lorente, a impulsar a principios de 2005 la transformación de la Unidad de Delitos Tecnológicos en grupo autónomo.

*Pregunta.- ¿Es Internet un ámbito especialmente apto para la delincuencia?*

Respuesta.- Internet es ante todo una oportunidad para la comunicación y para la información. Lo que ocurre es que los estafadores

encuentran en él un medio idóneo porque, por ejemplo, solamente herramientas como la firma digital en elementos indubitados de confianza pueden garantizar que las cosas en la red son lo que realmente se dice que son, y porque nada hay más adecuado para la manipulación informática que una red de redes de ordenadores.

*¿Cuáles son las fórmulas más habituales de engaño basadas en las nuevas tecnologías?*

Quizás la más extendida es “doblar” tarjetas de crédito después de obtener la clave del documento interceptando operaciones en los cajeros automáticos. Esto permite saquear la cuenta del titular mediante sucesivos reintegros, o bien utilizar la información de la banda en operaciones bancarias mediante Internet, lo que se conoce como “phishing”.

*¿Tienen muchas denuncias por “doblado” de tarjetas o por “phishing”?*

En los últimos meses hemos llevado a cabo operaciones, con detenciones e incautación de dispositivos técnicos, que han reducido esa actividad delictiva a niveles testimoniales, de modo que sólo de vez en cuando nos llega alguna denuncia, como la de un ciudadano al que notificaron unas compras hechas en Hong-Kong, cuando jamás había estado antes allí.

*El carácter global de la red y su implantación mundial, ¿dificulta mucho la persecución de estas actividades ilícitas?*

Lo que puedo decirle es que fuera del área de los países occidentales más desarrollados,

## Picaresca y estafadores “Online”

como los Estados Unidos, la Unión Europea, etc., existe en esta materia una gran inseguridad jurídica.

*Dada la especialización de esta delincuencia, ¿han cambiado las técnicas de investigación?*

Es una carrera permanente. Las unidades dedicadas a hacer frente a este tipo de delitos no están a la espera de que se curse la denuncia. Su método de trabajo implica “bucear” en la red, tratando de descubrir estas actividades ilícitas. No sólo patrullamos por las calles, también lo hacemos en Internet, de modo virtual pero igualmente efectivo.

*¿Qué es lo que no deberían olvidar los consumidores al utilizar los cajeros o al usar Internet para realizar compras u otras operaciones económicas?*

Jamás hay que facilitar el PIN de nuestras tarjetas, y tampoco hay que dejar el resguardo de la operación en la papelera de los cajeros. Guárdenlo y, ya en casa, destrúyanlo. Recuerden: más vale prevenir.

Accedan a páginas web de reconocida solvencia o con reconocimiento oficial, porque a veces los usuarios de Internet somos no sé si muy valientes o muy imprudentes.

*Por último, hay un tema especialmente preocupante, aunque no tiene que ver con estas modalidades delictivas: la pornografía infantil.*

Los padres deben supervisar la utilización que sus hijos hacen de Internet. A este respecto me gustaría señalar que cualquier ciudadano puede colaborar poniendo en nuestro conocimiento cualquier hecho de esta naturaleza. Puede hacerlo en la siguiente dirección: **denuncias.pornografía.infantil@policia.es**

*Una nueva y peligrosa amenaza: El “Pharming”*

La capacidad de los delincuentes para idear tretas con las que engañar a los usuarios de la red es incesante.

El “pharming” es la más reciente, sofisticada y también peligrosa de las trampas de este

## Los fraudes más frecuentes en Internet

> **“Carding”**. Compra fraudulenta de productos y servicios en Internet con números de tarjeta válidos.

> **Subastas y ventas ficticias**. Una vez satisfecho el importe el artículo no es enviado.

> **“Phishing”**. Transferencias en banca “on-line”, tras apoderarse de las claves de acceso.

> **Solicitud de tarjetas**. Se abren cuentas “on-line” con documentación falsa y domicilios preparados para recibir correspondencia bancaria. Se solicitan tarjetas de crédito aportando datos y nóminas falsas, cuyos cargos quedan luego al descubierto.

> **Solicitud engañosa de transferencias**. Envío masivo de cartas a empresas ofreciendo la posibilidad de ser incluidas en un registro de Internet, para lo que tienen que transferir una cantidad de dinero a la cuenta que se indica.

> **Comercios virtuales ficticios**.

> **Pirámides financieras**. Se basan en correos invitando a adquirir artículos o programas, cursos, etc., que después se han de ofrecer a otros nuevos socios

> **Juego y casinos virtuales**. Los juegos en Internet, en principio, deben ser considerados juegos no autorizados en establecimientos no autorizados. La estafa más habitual es utilizar las tarjetas de crédito de manera fraudulenta, así como no entregar los premios.

> **“Cartas nigerianas”**. Se contacta con empresarios a los que se ofrece la posibilidad de participar en la transferencia de fondos gubernamentales o de excedentes presupuestarios, para lo que se pide un anticipo para gastos, comisiones o incluso sobornos.

> **Conexiones al 806 o similares**, que reportan beneficios al contratante de la línea.

## Picaresca y estafadores “Online”

*No sólo patrullamos por las calles, también lo hacemos en Internet, de modo virtual pero igualmente efectivo.*



inacabado repertorio. Según explica el inspector jefe del Grupo de Delitos Tecnológicos, Julio Pérez Carrasco, esta modalidad consiste en manipular las direcciones DNS (Domain Name Server) que utiliza el usuario.

Los servidores DNS son los encargados de conducir a los usuarios a la página que desean ver. Sin embargo, los ladrones de datos consiguen manipular esta operación.

### *Pregunta.- ¿Cómo lo hacen?*

Respuesta.- Cuando se teclea en el navegador la dirección de la página que se quiere visitar, el “hacker” (pirata informático) le envía a otra creada por él que tiene el mismo aspecto que la original. Así, el internauta introduce sus datos confidenciales sin sospechar nada.

Obtenidas las claves de acceso a la banca “online” de la víctima, y realizado un reintegro fraudulento, los delincuentes se valen de un tercero que les transfiere de forma segura el dinero ilícitamente obtenido.

## ***Diez reglas de seguridad para internautas***

- > No abrir mensajes electrónicos de origen desconocido.
- > No dar datos personales ni financieros si no se está en un entorno seguro y con proveedores de confianza.
- > No aceptar documentos ni archivos de desconocidos o que tengan un origen poco fiable.
- > No escribir los números secretos en ningún documento del disco duro ni en las ventanas de recordatorio.
- > No utilizar claves triviales o de fácil deducción.
- > No confiar en regalos ni promociones de fácil obtención.
- > Tener un sistema antivirus y actualizarlo. También conviene instalar un sistema para evitar programas espía y la publicidad no deseada.
- > Si tiene conexión ADSL, conviene instalar un cortafuegos personal.
- > Hacer copias de seguridad de forma periódica.
- > Actualizar el navegador para que los protocolos de seguridad estén en regla.





*Hay otros sistemas para reclutar posibles víctimas, como el llamado "spam" (correo basura)...*

Sí, hay varias fórmulas que utilizan como vehículo el correo electrónico.

Me refiero a ofertas de empleo, publicidad, notificación de premios muy tentadores, etc. Estos mensajes, muchos redactados en inglés, incluyen un formulario en el que se piden datos confidenciales y dan direcciones de correo electrónico para posibles consultas.

Esas direcciones e-mail se cuelgan de dominios de Internet a nombre de firmas mercantiles ficticias, lo que permite dar apariencia de fiabilidad y solvencia. Lo que pretenden, al final, es acceder a las cuentas de un número importante de personas y efectuar el "phishing".



## **Consejos de Consumo Aragón para evitar el phishing y pharming**

- No responda nunca a mensajes que solicitan información financiera personal, su banco nunca le solicitará claves personales y confidenciales mediante el teléfono, e-mail o fax.
- Visite las páginas web de los bancos escribiendo la dirección en el navegador o introducir esta dirección en el enlace de "Favoritos" de su navegador. Nunca acceda desde enlaces de e-mails o webs de terceros.
- Compruebe regularmente sus cuentas bancarias y en caso de detectar cualquier operación sospechosa, notifíquelo a su banco.
- Asegúrese de que la página web que visita es segura: debe empezar con <https://> en vez de <http://>, y aparece un icono en forma de candado en la barra de estado del navegador. Lea atentamente el nombre de la web pues a veces se desvían a webs con nombres similares a las oficiales en las que sólo cambia una o dos letras.
- No atienda a correos electrónicos escritos en idiomas que no hable: su entidad financiera no se dirigirá a usted en ese idioma si antes no lo han pactado previamente.
- No atienda a correos enviados por entidades de las que no es cliente en los que le pidan datos íntimos o que afecten a su seguridad.
- No atienda a sorteos u ofertas económicas de forma inmediata e impulsiva.
- No atienda a correos que le avisen del cese de actividades financieras por primera vez y de forma sorpresiva.
- No atienda a correos de los que sospeche sin confirmarlos telefónica o personalmente con la entidad firmante.
- No olvide desactivar en su ordenador la opción "guardar contraseñas".

# El reto de educar el consumo de la ciudadanía

Josep Bonil Gargallo, Mercè Guilera Pagan. Escola del Consum de Catalunya / Agència catalana del Consum



*Hoy es un día especial, es uno de esos días en los que uno no puede volver a casa sin un regalo. Un cumpleaños es uno de esos días mágicos en los que en un regalo confluyen ilusión, recursos y cierta dosis de reflexión. Cada vez que compramos un regalo nos hacemos algunas preguntas ¿debo gastar tanto dinero? ¿no tienen ya de todo? ¿hay otras maneras de celebrar el cumpleaños? La decisión sobre un regalo es el punto de encuentro entre multitud de factores, algunas reflexiones y, también, cierta sensación de contradicción.*

Podemos pensar cómo han evolucionado los regalos a lo largo de nuestra vida. Hace diez años nadie pensaría en regalar un teléfono móvil con el que se pudieran hacer fotografías, grabar, escuchar música y navegar por Internet. Aún así, sigue haciendo la función original de llamar por teléfono. Siguiendo el juego del tiempo, podríamos hacer hipótesis de cómo serán los móviles de aquí a diez años: ¿serán implantes subcutáneos o aparecerá una imagen en 3D de la persona con quién hablemos...? Y es que el consumo es un fenómeno social que se caracteriza, entre otros aspectos, por su capacidad de sorprendernos.

Pero el consumo también es un fenómeno constante en nuestra vida.

Sólo al arreglarnos para salir de casa consumimos: recursos naturales (agua, gas,...), bienes (alimentos, ropa...) y servicios (electricidad, transporte público...); consumir es algo más que un intercambio de bienes y servicios por dinero, consumir es una forma de vida.

Ante un consumo dinámico que nos sorprende continuamente y que refleja formas de vida se plantea una pregunta relevante: ¿De qué forma podemos abordar el reto de la educación del consumo de la ciudadanía?

## El reto de educar el consumo de la ciudadanía

Teniendo en cuenta que un modelo de educación del consumo básicamente informativo se manifiesta insuficiente frente a un consumo cambiante, nuestra propuesta pretende formar una ciudadanía reflexiva, responsable y crítica ante el consumo.

Una propuesta que se orienta en tres ejes fundamentales: aprender a hacerse preguntas, conocer las propias emociones y desarrollar una sólida capacidad de diálogo.

Hacernos preguntas es una posición delante de un contexto social en la que no podemos ver una película en televisión sin que nos ofrezcan nuevos productos y servicios, en que cada día llega a nuestras manos información sobre un nuevo producto que pretende sorprendernos. En este contexto, la capacidad de hacerse preguntas nos parece una competencia fundamental.

Se puede estar de acuerdo en que no podemos decir "sí" a todo lo nuevo. Pero, por sentido común, tampoco podemos decir "no". En esta situación aparece un conflicto, y ante la duda un buen punto de partida es aprender a hacer preguntas y seguidamente a elaborar respuestas adaptadas a la situación.

La perspectiva emocional se hace evidente viendo la cara de los niños el día de Reyes o recordando la satisfacción de estrenar ropa nueva. Vemos que ante cualquier acto de consumo se pone en evidencia la necesidad de considerar el aspecto emocional.

Al comprar un coche nuevo, se compra algo más que un medio de transporte, compras un estatus, una ilusión... y a veces frustración.

Se hace difícil tener en cuenta las emociones en una sociedad que tiende a esconderlas, por eso nos parece un reto fundamental. Educar las emociones para conocernos a nosotros mismos, para ser conscientes de que en determinados momentos son una forma de captar nuestro interés, para aprender a controlarlas y entender que en un acto de consumo converge un componente de razón, pero también de pasión.

El diálogo es un recurso muy potente para construir formas de acción y pensamiento. Ante la introducción de los teléfonos móviles, aparecieron partidarios y detractores. Partidarios de la autonomía que dan los móviles, nuevas posibilidades de superar incidencias o un nuevo sector económico. Y detractores que plantean que los móviles aportan

dependencia, que son una necesidad creada y que suponen una nueva "agresión" al presupuesto familiar.

Una actitud dialógica delante de un fenómeno de consumo como es la telefonía debería ayudar a construir una opinión propia, a decidir en qué bando situarse o bien crearse un posicionamiento propio entre los infinitos matices que existen entre las dos posiciones.

La capacidad de diálogo es algo más que la capacidad de poner en contacto las opiniones diferentes para llegar a un acuerdo. Entendemos el diálogo como una actitud vital y una forma de situarse delante del fenómeno del consumo, como un mecanismo para entenderlo y planificar formas de actuar que se alejen de actitudes dogmáticas.

El reto de situar a la ciudadanía en el centro de la educación del consumo nos lleva a enseñarle a dialogar entre pensamiento, sentimiento y acción. A pensar para hacer y enriquecer el pensamiento mediante la acción, todo ello asumiendo la relevancia de la perspectiva emocional.

Educar el consumo se convierte en un reto apasionante, lejos de plantearse como un problema. Aparece como la aventura de educar a la ciudadanía desde el convencimiento que la educación puede aportar sobre todo preguntas y capacitar a los individuos para construir respuestas.

*El reto de situar a la ciudadanía en el centro de la educación del consumo nos lleva a enseñarle a dialogar entre pensamiento, sentimiento y acción*

*Un buen punto de partida es aprender a hacer preguntas y seguidamente a elaborar respuestas adaptadas a la situación*





## Zaragoza acogió la 129 reunión de la Comisión Cooperación de Consumo

*La reunión se celebró el pasado 28 de septiembre y en ella se han tratado temas del máximo interés para los ciudadanos, como información sobre proyectos normativos de la Unión Europea, seguridad de juguetes, seguridad alimentaria, cobro de los servicios de telefonía móvil, etc.*



La Comisión de Cooperación de Consumo es un órgano dependiente de la Conferencia Sectorial de Consumo. Allí se reúnen los Directores Generales de Consumo de las Comunidades Autónomas bajo la presidencia de la Directora del Instituto Nacional del Consumo. La Comisión elabora los programas de actuaciones en materia de consumo a nivel estatal que luego implementan las Comunidades Autónomas.

Del mandato de la Comisión emanan diferentes grupos de trabajo, en los que se trabajan las diferentes áreas de consumo. Estos grupos son: Arbitraje; Información, Formación y Educación; Asociacionismo de Consumo; Normativa; Sistemas de Información; Control de Mercado; e Implantación del Sistema de

Aseguramiento de la Calidad para el Control del Mercado; actualmente también se reúne uno específico de Telecomunicaciones. De la nomenclatura de cada uno de los grupos se deduce el área y materia que se trabaja, surgiendo iniciativas de mejora y de cooperación.

El pasado 28 de septiembre la Comisión de Cooperación de Consumo, por iniciativa conjunta del Instituto Nacional del Consumo y del Departamento de Salud y Consumo del Gobierno de Aragón, ha celebrado su 129ª reunión en Zaragoza, muestra de la entidad y de la voz que está teniendo la Administración de Consumo aragonesa y la propia sociedad aragonesa, a nivel estatal.

Se han tratado temas del máximo interés para los ciudadanos, como informaciones sobre pro-

yectos normativos de la Unión Europea, seguridad de juguetes, seguridad alimentaria, análisis de cada una de las estrategias y actividades de los Grupos de Trabajo, así como las actuaciones llevadas a cabo en relación con las prácticas de las compañías de telefonía móvil respecto del cobro de sus servicios.

Sobre este tema, en el encuentro con los medios de comunicación aragoneses, se resaltó el proyecto de ley presentado que trata la mejora de la protección de los consumidores y usuarios. Los principales beneficios para los consumidores de este proyecto de ley son:

- Prohíbe el redondeo. Tanto los operadores de Telefonía como los aparcamientos tendrán que cobrarnos sólo por el tiempo real que los utilicemos, tipificando como abusivas las cláusulas que consistan en redondear los precios al alza.

- Garantiza que en la contratación de servicios, las condiciones para darse de alta y de baja sean idénticas.

Exige que los procedimientos establecidos para causar la baja sean los mismos que para darse de alta en los servicios, informando de ello al usuario con carácter previo.

Se considerarán cláusulas abusivas la imposición de requisitos para darse de baja como la pérdida de cantidades abonadas por adelantado, el pago de cantidades por servicios no prestados (por ejemplo, pago de la mensualidad completa), o la fijación de indemnizaciones que no se correspondan con los daños ocasionados.

- Se mejora la protección de los consumidores que compran una vivienda, acabando con prácticas abusivas como la penalización (incrementos de precio, etc.) al consumidor que opte por no contratar el préstamo hipotecario suscrito por el promotor; o que se le imponga el pago de tributos que debe abonar el vendedor (por ejemplo, la "plusvalía"); así mismo, se prohíbe imponer al consumidor el pago de las instalaciones de suministros (gas, agua, etc.) porque se entienden incluidos en el precio de la vivienda.

- Se fortalece el Sistema Arbitral de Consumo. Se impide que los empresarios impongan a los consumidores, en el momento de la firma del contrato, someterse a arbitrajes distintos del de consumo.

Estos pactos sólo serán válidos si se acuerdan en el momento en el que surge la controversia. Con esta medida se pretende hacer frente a la



*La directora general del INC, Ángeles de las Heras, y el director general de Consumo del Gobierno de Aragón, Ángel Luis Monge*

generalización en el mercado de cláusulas de sumisión a arbitrajes privados.

La presidencia del grupo de trabajo de Arbitraje de la Comisión de Cooperación de Consumo la desempeña en la actualidad la Comunidad Autónoma de Aragón, y en ese honor y responsabilidad que se le ha encomendado se está apostando decididamente por la coordinación y el consenso de los que se puedan obtener logros positivos para los ciudadanos. Y no puede ser de otra manera, pues el Arbitraje de Consumo se ha consolidado como una alternativa creíble, gratuita y eficaz a la justicia ordinaria.

A estos efectos, con ocasión de la celebración de esta reunión en Zaragoza, se presentó el número 23 de la colección Cuadernos de Consumo, que contiene las ponencias impartidas con motivo del Curso "Mediación y Arbitraje. Nuevos retos del Arbitraje de Consumo", celebrado el mes de noviembre de 2004 en Zaragoza. El curso fue evaluado muy positivamente por los participantes en el mismo, procedentes de casi todas las Comunidades Autónomas.

Todas las Comunidades Autónomas, y una nutrida representación de la Administración General del Estado, participaron en la 129ª reunión de la Comisión de Cooperación de Consumo, habiendo reconocido el esfuerzo organizativo del Gobierno de Aragón, y de este clima de consenso, trabajo en equipo y cooperación pueden y deben seguir generándose resultados positivos para la protección de los consumidores.

*Aragón preside el grupo de trabajo de Arbitraje de la Comisión*

### Convenio con las Cámaras Oficiales de Comercio e Industria



*Se firmó el pasado mes de octubre para contribuir a la plena efectividad de los derechos de los consumidores*

El acuerdo suscrito entre el Departamento de Salud y Consumo, y el Consejo Aragonés de Cámaras Oficiales de Comercio e Industria, pretende promocionar el sistema arbitral, asesorar sobre normativa legal, facilitar la gestión de las hojas de reclamaciones, programar jornadas de información para empresarios, y conseguir mayor participación en las campañas de control de la calidad y seguridad de los productos.

### Nuevos servicios de asesoramiento en telecomunicaciones y vivienda.

*Se abren oficinas de información sobre estos temas en colaboración con la Asociación de Consumidores "Torre Ramona" y la UCA*

Sendos convenios de colaboración suscritos por el Departamento de Salud y Consumo con la Unión de Consumidores de Aragón y con la Asociación de Consumidores "Torre Ramona" han permitido crear dos oficinas de información y asesoramiento específicos en temas de vivienda y telecomunicaciones.

Estos sectores de actividad son actualmente los más conflictivos. La finalidad de esta iniciativa es que estos nuevos servicios de atención ciudadana contribuyan a mejorar la información de los consumidores y agilicen el trámite de consultas y de reclamaciones en estas materias.

### Las OMYCIC recibieron más de 21.000 consultas en el primer semestre del año.

*Esta cifra supone un incremento de casi el 54% con respecto al mismo periodo de 2004*

Las consultas atendidas por las Oficinas Municipales y Comarcales de Información al Consumidor (OMYCIC) se efectuaron fundamentalmente por teléfono, más de 7.500. Los servicios de telecomunicaciones, incluido Internet, fueron el contenido del 20% de todas las consultas y la compra de la vivienda habitual y la intermediación inmobiliaria centraron el 17% de las reclamaciones.

En este último apartado, un estudio de la Dirección General de Consumo refleja que casi el 11 por ciento de estas reclamaciones versaron sobre el incumplimiento de los contratos, el 2% a fraudes de calidad, e igualmente el 2% a cuestiones relacionadas con las condiciones de venta.



**“Muchos niños saharauis vienen a Aragón con el programa “Vacaciones en Paz”. Estos niños se convierten en embajadores directos del entendimiento entre dos culturas.”**

En los Campamentos de Refugiados Saharauis un médico cobra 10€ al mes, unos 850 dinares argelinos (1.200 si se cambian en el mercado negro). Veamos qué es lo que puede comprar con ello. Una cabra y su cabrito cuestan unos 50 euros.

Los afortunados que consiguen reunir el dinero tendrán estos preciados animales en sus casas o en pequeños corralillos de 1,50m<sup>2</sup> hechos con algunas chapas viejas. Durante la vida del animal, éste se alimentará de restos de comida que, lógicamente, no suelen abundar y de cualquier cosa que encuentre en el suelo, como bolsas de plástico o cartones.

Posteriormente, como un auténtico milagro de la naturaleza, producirán leche sirviendo de auténticos centros de reciclaje vivientes. Además, el médico dispondrá de algo de arroz, pasta, y con suerte, de algunas legumbres y harina para amasar pan, todo ello repartido por el programa de alimentación mundial a través de la Media Luna Roja Saharaui. Una entidad que, en este año, ha tenido que acudir en numerosas ocasiones ante el stock de seguridad, que en estos momentos es exclusivamente de harina, azúcar y aceite.

Pero el médico no vive solo. Supongamos que tiene una familia de 7 u 8 hijos, algo habitual entre los saharauis. Intentará comprar la cabra, para aprovechar su leche durante el máximo tiempo posible y procurará que críe para continuar la cadena de supervivencia y, entonces sí, poderla matar y consumir todas y cada una de sus partes. Un concepto muy distinto del que tenemos nosotros, acostumbrados a ir a la tienda y comprar la cabra ya fileteada y, a ser posible, no demasiado vieja porque si no la carne está muy dura.

Y ésta es una clara ejemplificación del choque económico entre el primer y el tercer mundo. Una zanja enorme que nos separa y que se resume en: tener todo a nuestra disposición en el mercado o no tener ni siquiera un mercado propio al que acudir a comprar; vivir en una sociedad completamente consumista o en una sociedad que sobrevive gracias a su espíritu como pueblo y a la ayuda humanitaria que recibe de sus pueblos amigos.



Muchos niños saharauis vienen a Aragón con el programa “Vacaciones en Paz”. Estos niños se convierten en embajadores directos del entendimiento entre dos culturas. Vienen a nuestra Comunidad Autónoma, conviven con nosotros durante unos meses, reciben una buena alimentación que les ayudará a desarrollar sus pequeños cuerpos...

Viven en nuestras casas, con grifos de los que siempre sale agua, y con despensas llenas de comida. Pasean por las calles asfaltadas y disfrutan de unas vistas que nada tienen que ver con las de los campamentos. Se bañan en las piscinas y van al cine, al parque con árboles y juegan. Y, sin embargo, al final del verano quieren regresar a sus casas con su gente.

Porque mientras nosotros damos excesiva importancia a veces a todo lo material que tenemos o queremos: la casa, el coche, la ropa de marca o un buen ordenador, ellos quieren regresar con lo que para ellos es lo más importante, su familia. Aunque ésta viva en medio del desierto, sabiendo que una “simple” decisión política podría cambiar el rumbo de su historia.

# Perú sede de un Seminario Internacional sobre Consumo Sostenible en el que participa el Gobierno de Aragón

Redacción

*El director general de Consumo, Ángel Luis Monge, participó con una ponencia sobre el trabajo con los consumidores desde el punto de vista de la Administración pública.*



*El Seminario-Taller sobre Consumo Sostenible: Intercambio de Experiencias para el Cambio, que tuvo lugar en la capital peruana, es una continuación del proyecto "Jóvenes por el Cambio" auspiciado por el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP) y UNESCO, que trata de establecer una línea de trabajo internacional a favor del consumo sostenible, orientada a la juventud y con especial énfasis en los aspectos educativos.*

En el seminario se habló sobre la necesidad de modificar los hábitos de consumo de la sociedad para alcanzar el desarrollo sostenible de nuestro planeta. En este contexto, el consumidor, debe asumir la responsabilidad por las compras de bienes y servicios que realiza y contemplar en sus procesos de decisión aspectos relacionados con la protección del medio ambiente y con los derechos humanos.





“La política de consumo no debe identificarse con el disfrute ilimitado de bienes y servicios, sino con la calidad de vida”. Este fue uno de los mensajes clave que Ángel Luis Monge lanzó a través de su ponencia en la Universidad del Pacífico, en Lima. Dentro del Seminario sobre Consumo Sostenible, Monge explicó que la línea de trabajo del Gobierno de Aragón se orienta a promover un consumo responsable y respetuoso con el medio natural, así como en un comercio justo. Monge estuvo acompañado por el jefe del Servicio del Consumidor del Gobierno de Aragón, Carlos Peñasco Gil.

Además de los representantes del Gobierno de Aragón, en el seminario se pudieron escuchar las ponencias de representantes de la Universidad y de la Administración peruana, tanto en temas de consumo, como ambientales, así como las intervenciones de Enrique Uldemolins y Pablo Barrenechea Abecia, miembros de la Fundación Ecología y Desarrollo.

En su intervención, el director general de Consumo afirmó que nuestro mundo afronta un problema de sostenibilidad, "un término que aúna los conceptos de salud y seguridad de los ciudadanos, y con el que se debe abordar la calidad de vida de hoy y del mañana". Monge alertó además de la posibilidad de que, si se mantienen las actuales pautas de consumo, el ecosistema puede descomponerse antes de que se agoten los recursos no renovables, como el petróleo o el carbón. El seminario estuvo dirigido a un amplio número de públicos, pero en

especial a consumidores y sus asociaciones, a las ONG de defensa ambiental, las asociaciones juveniles y estudiantiles, asociaciones vecinales, educadores, sindicatos, organizaciones empresariales, medios de comunicación y responsables de las administraciones públicas.

Ante este público, el director general de Consumo, comentó que el consumo sostenible se refiere "al conjunto de



acciones que tratan de hallar soluciones viables a los desequilibrios sociales y ambientales". Para ello, dijo: "es necesario conseguir una conducta social más responsable por parte de todos los sectores, tanto en la producción como en la distribución, el uso y la eliminación de productos".

Ángel Luis Monge, que describió sucintamente el modelo descentralizado de organización territorial de nuestro país, basado en el Estado de las autonomías y el reparto constitucional de las competencias, apuntó una serie de pautas para el consumo responsable en los ámbitos de la alimentación, el hogar y la utilización de recursos naturales, para concluir que el consumo responsable "atiende a criterios de sostenibilidad ambiental y social".

En el seminario participaba también la Fundación Ecología y Desarrollo con la colaboración del Departamento de Salud y Consumo del Gobierno de Aragón, que era uno de los principales patrocinadores de este evento. La Fundación Ecología y Desarrollo, con el apoyo de la administración autonómica y del estado, participó en el proyecto "Jóvenes por el cambio" promovido por UNEP y UNESCO. La fundación fue la encargada de editar en español el Manual de Educación para un Consumo Sostenible "Jóvenes por el Cambio" que se distribuyó en todo el país. En el seminario peruano se presentaron las actividades de este proyecto y el manual, en América Latina.





# Cuidar el medio ambiente practicando un consumo responsable

Emilia Sáenz Gómez. Técnico de la Dirección General de Consumo



*Estamos inmersos en una sociedad que consume desmesuradamente. Todas aquellas cosas que como consumidores hacemos habitualmente afectan a la naturaleza y debemos ser conscientes de la repercusión que esta actividad ejerce sobre el medio ambiente.*

consumimos, el transporte, su proceso de transformación, el destino final cuando dejan de sernos útiles y se convierten en basura; todo ello ha dejado y dejará una huella en la Naturaleza (Huella Ecológica).

No basta con mejorar la ecoeficiencia (gestión eficiente de los recursos) economizando en materiales y energía para la obtención de un producto o servicio, debemos adoptar nuevos hábitos ejerciendo un consumo crítico, consciente y responsable, contribuyendo de este modo a un cambio en las reglas y patrones de producción y consumo de la sociedad.

Un consumidor comprometido con su entorno tendrá en cuenta dos reglas importantes: "Conocer, Comprender, Comparar y Consumir" y "Reducir, Reutilizar y Reciclar".

El Consumo se convierte así en una herramienta de cambio, una solución, no un problema, somos nosotros los que elegimos lo que

*Los productos y servicios ecológicos son en gran medida gratuitos, si tenemos en cuenta el valor y no el precio de los mismos*

Necesitamos unos determinados productos y servicios para nuestra vida diaria, pero es un uso razonable y responsable de los mismos el que nos permitirá reducir los daños en nuestro entorno natural y llegar a un futuro saludable. Ser respetuoso con el medio ambiente no tiene por qué restarnos calidad de vida. Muchas veces los hábitos más sencillos pueden producir grandes transformaciones cuando los adquieren muchos consumidores.

Detrás de cada consumo directo hay otros muchos consumos indirectos. Las materias primas con que se realizan los productos que

## Cuidar el medio ambiente practicando un consumo responsable

necesitamos, en nuestras manos está la posibilidad de decidir.

Un consumo responsable consiste en tener en cuenta las repercusiones de carácter económico, social y medioambiental en el momento de elegir entre las distintas opciones que el mercado nos ofrece.

- ¿Necesitamos lo que vamos a comprar?.
- Elegir productos que minimicen la explotación de recursos naturales.
- Evitar productos de usar y tirar y rechazar envases y envoltorios innecesarios. En todo caso al final de la vida útil del producto reciclar, pero el mejor residuo es el que no se produce.
- Consumir productos locales según épocas del año.
- Ejercer nuestros derechos como consumidores ante el fraude.

Es en nuestros hogares donde podemos iniciar la práctica de determinados hábitos que pueden contribuir a la salud del medio ambiente. La energía es esencial en casi todas nuestras actividades y su producción tiene un impacto en el entorno. ¿Cómo conseguir el mismo resultado con menos consumo de energía?

- Elegir en la compra electrodomésticos eficientes, observando la etiqueta energética, catalogados de la A a la G. Un frigorífico de clase A puede consumir un 39% menos de energía que uno de clase C. Eso evita la emisión de más de 1 tonelada de CO<sub>2</sub> a lo largo de la vida útil del aparato.
- Cargar la lavadora y el lavavajillas al máximo, reduciendo su uso, y adecuar el programa, temperatura y detergente a la carga.
- Encender las luces sólo cuando se necesitan. Usar la luz natural.
- Poner bombillas de bajo consumo.
- Realizar un buen aislamiento en puertas y ventanas e instalar termostatos proporcionan

mayor confort y ahorro en calefacción y aire acondicionado.

- Apagar aparatos de audio y vídeo si no se utilizan.
- Usar el transporte público y en el privado hacer una conducción adecuada.

El consumo medio de agua de una familia de 4 personas es de 800 litros al día, con unos hábitos de consumo y unas instalaciones eficientes sería de 400 litros.

Con pequeños cuidados podemos conseguir grandes resultados.

- Utilizar tecnologías ahorradoras: grifos monomando, con sensores de infrarrojos, con regulador de caudal o con aireadores.
- Instalar cisternas ahorradoras con doble pulsador.
- No usar el inodoro como papelera.
- Ducharse en vez de bañarse.
- No dejar el grifo encendido mientras nos lavamos los dientes, afeitamos o se friega a mano. No al goteo.
- Usar agua de lavar frutas y verduras para el riego de plantas y planificar el uso en el jardín.
- No verter aceites ni productos tóxicos por los desagües.

*Ser respetuoso con el medio ambiente no tiene por qué restarnos calida de vida*



foto: J.M. Guíu

**HUELLA ECOLÓGICA:** Hectáreas de tierra necesarias por persona para producir todos los recursos que consume y absorber los desechos que genera.

PERU	COLOMBIA	ZARAGOZA	ESPAÑA	FRANCIA	EE.UU.
1,2	2	4,25	4,65	5	8,7



# Garantías para las reparaciones en el hogar

Luis Sanagustín Higuero. Jefe de la Sección de Consumo del Servicio Provincial de Huesca.

*La ley establece una serie de garantías para los consumidores que contratan algún servicio de reparación en el hogar. Es importante conocerlas bien para poder reclamar en caso de que exista algún contratiempo con el servicio prestado.*



foto:A. Benavente

*De vez en cuando, y a veces con más frecuencia de la que nos gustaría, sobre todo si nuestro hogar y nuestros electrodomésticos tienen ya unos años, debemos recabar los servicios de empresas especializadas en reparaciones en el hogar. Bajo este nombre genérico se agrupan una casi innumerable cantidad de ramas de profesionales que en algún momento puede prestarnos un servicio en nuestra casa.*

A efectos legales, y tomando como base la norma aplicable, se pueden clasificar en dos grandes grupos: por un lado todos aquéllos especializados en la reparación de aparatos de uso doméstico o electrodomésticos y por otro, todos los demás profesionales que nos prestan un servicio en casa, que no consista en la reparación de un electrodoméstico (pintores, albañiles, electricistas, fontaneros, persianeros, cristaleros, escayolistas, etc.).

Sobre el total de posibilidades de reparaciones a domicilio, el consumidor o usuario ostenta una serie de derechos, previstos en las nor-

mas reguladoras, Real Decreto 57/98 de 29 de enero, para las reparaciones de electrodomésticos, y Decreto 26/99, del Gobierno de Aragón, para los demás servicios a domicilio.

## **Derecho a información**

Los establecimientos de Servicio de Asistencia Técnica de aparatos de uso doméstico están obligados a exhibir al público, de forma perfectamente visible, la información sobre precios aplicables por tiempo de trabajo, así como los gastos de transporte, desplazamiento y cualquier otro correspondiente a algún servicio ofertado.

Leyendas que especifiquen: el derecho a presupuesto escrito, la garantía por 3 meses, la disponibilidad de hojas de reclamaciones y el horario de prestación de servicio al público.

En cuanto al resto de servicios a domicilio tenemos derecho también a obtener de esos profesionales una información exacta de la identificación del prestador del servicio, precios con los que trabaja (mano de obra, desplazamiento, recargos por trabajo fuera del horario habitual a petición del usuario), y otras informaciones tales como el derecho del



## Garantías para las reparaciones en el hogar

usuario a presupuesto previo, existencia de hojas de reclamaciones, etc.

Estas informaciones, si el profesional tiene establecimiento, local o dependencia abierto al público, deberán figurar en carteles perfectamente visibles para el usuario. Si, como resulta frecuente, el profesional no tiene local abierto al público, o acude directamente a nuestro domicilio, tras la llamada o aviso, sin que nosotros nos personemos antes en su local de negocio, la información debe suministrarse en una hoja informativa que deberán entregarnos con carácter gratuito y antes de la prestación del servicio.

### Derecho a presupuesto

Cualquier usuario que desee la reparación de algún aparato de uso doméstico tiene derecho a un presupuesto previo escrito, cuya validez mínima será de 30 días. La firma de este documento supone su aceptación.

En el caso de que el consumidor manifieste su disconformidad, el aparato deberá devolverse en las mismas condiciones en las que fue entregado. Las averías o defectos ocultos que, eventualmente, pudieran aparecer deben ser puestos en conocimiento del usuario a la mayor brevedad, debiéndose confeccionar un presupuesto adicional correspondiente a la avería o defecto no previsto, con objeto de que el usuario exprese su conformidad.

En todos los casos en que el aparato quede depositado en el servicio de asistencia técnica, tanto para la elaboración de un presupuesto, como para realizar una reparación, el servicio de asistencia técnica entregará un resguardo de depósito. Si existe presupuesto firmado, éste servirá de resguardo.

En el caso de los servicios a domicilio tenemos derecho a que se nos realice un presupuesto previo al trabajo, por escrito, por duplicado y firmado por ambas partes, y quedando una copia en nuestro poder. Si no queremos un presupuesto previo deberá constar nuestra renuncia por escrito y se sustituirá por una orden de trabajo, firmada asimismo por ambas partes.

El presupuesto, además de recoger los datos de identificación de la empresa y otros complementarios, debe describir el servicio solicitado, con la cantidad, calidad y precio de los materiales a emplear, precio de la mano de obra desglosada por horas, días, superficies, volúmenes o lo que proceda, fecha prevista de

inicio y fin de los trabajos y precio total.

### Derecho a factura

Todos los servicios de asistencia técnica están obligados a entregar al usuario la correspondiente factura en la que se detallarán las operaciones realizadas, las piezas de repuesto utilizadas y el tiempo de mano de obra empleado, con expresión de sus respectivos importes. Igualmente deberá reflejarse la cuantía de los conceptos por desplazamiento, transporte o cualquier otro que se facture. Cuando exista presupuesto, la cuantía y concepto de la factura deberá corresponderse con éste.

También en los que hemos denominado servicios a domicilio, todos los usuarios tenemos derecho a factura detallada del trabajo o servicio realizado, con desglose de los materiales utilizados y sus precios y de la mano de obra. Si hubo presupuesto previo, el contenido e importe de la factura será igual al presupuesto realizado y se ajustará a lo efectivamente ejecutado.

### Derecho a una garantía

Todas las reparaciones o instalaciones efectuadas en cualquier servicio de asistencia técnica quedarán garantizadas por un periodo mínimo de tres meses. El periodo de garantía se entenderá desde la fecha de la entrega del aparato y tendrá validez en tanto en cuanto el mismo no sea manipulado o reparado por terceros. También en el caso de los servicios a domicilio tenemos una garantía por tres meses, como mínimo, sobre los trabajos efectuados, y sin perjuicio de las garantías que los fabricantes otorgan en piezas, materiales, etc.

### Reclamaciones

Si pese a todo, nos vemos en la necesidad de tener que presentar una reclamación, debemos saber que todos los profesionales y establecimientos regulados por estas dos normas deben disponer de hojas de reclamaciones. En caso de reclamación nos las deben proporcionar de forma gratuita.



foto:A. Benavente

*Cualquier usuario que desee la reparación de algún aparato de uso doméstico tiene derecho a un presupuesto previo escrito, cuya validez mínima será de 30 días. La firma de este documento supone su aceptación*

# La seguridad alimentaria a examen

Pilar Bordetas. Directora de certificación de producto SGS

*La Certificación de productos agroalimentarios, como demostración del valor añadido de los productos, es una herramienta de diferenciación de las empresas. Forma parte de la garantía de seguridad y calidad que se transmite a los consumidores y permite, entre otros beneficios, acceder a mercados más selectivos.*



foto: J.M. Guiu

*Después de un año en el que la seguridad alimentaria ha sido el tema más solicitado en foros, conferencias, seminarios y eventos varios, cabe preguntarnos ¿Cuál es la percepción de los diversos protagonistas? Los consumidores, ¿han aumentado su nivel de confianza?, y los productores ¿sienten reconocidos sus esfuerzos? Sincera y lamentablemente mi respuesta es no.*

Las responsabilidades acerca de una cuestión de tanta importancia se encuentran repartidas por igual entre todas las partes implicadas. La administración ha aplicado numerosas medidas para prevenir cualquier incidencia que pueda afectar a la salud y seguridad de los consumidores.

La creación de la Agencia de Seguridad Alimentaria y la publicación de Reglamentos y Normas en este ámbito, ratifican sus esfuerzos. Las empresas, que presentan al mercado sus productos elaborados, han aplicado numerosos sistemas encaminados a la prevención de alteraciones en sus productos. Sus sistemas de seguridad no se basan únicamente en los controles al producto final, sino en la implantación de programas de trabajo basados en el análisis de sus procesos y la aplicación de

medidas preventivas ante la posible aparición de riesgos. Este exhaustivo sistema de vigilancia a lo largo de toda la cadena de producción, permite reducir al mínimo las posibilidades de comercializar productos que puedan ser deficientes. Los productores primarios, por su parte, es decir, los agricultores y ganaderos, han dado un gran salto cualitativo para garantizar la fiabilidad de sus productos en origen. El desarrollo de nuevos protocolos aplicados a las prácticas de producción, han acercado este sector a nuevos estándares de calidad. Con todo ello, podemos encontrar en el mercado numerosos productos que exhiben en su etiqueta un sello de garantía, un certificado de producto sobre características específicas del mismo, que demuestra la verificación de todos los pasos anteriores, realizada por una entidad externa, independiente y reconocida.

## *Percepción del consumidor sobre las garantías*

En demasiadas ocasiones, los comunicadores transmiten la parte negativa de las situaciones. Todos conocemos la expresión de que "la normalidad no vende, no es noticia", vende la excepción, el incidente, la crisis y casi siempre que se habla de seguridad alimentaria, se

## La seguridad alimentaria a examen

habla de crisis. Debemos pasar esta página y transmitir la normalidad, que no es otra que el esfuerzo y el buen hacer de todos los eslabones implicados, cada uno en la fase de su proceso que le aplica. La seguridad alimentaria es ahora mayor que nunca y seguirá mejorando, en la medida en que todos trabajemos en la misma dirección.

Esto no es una garantía de que no volverán a producirse momentos de riesgo, porque estamos trabajando en una actividad viva, en la que los avances tecnológicos en los procesos y las nuevas técnicas analíticas nos permiten descubrir puntos de incidencia desconocidos hasta ahora. Es evidente que la calidad y seguridad alimentaria están en claro proceso de evolución y que el futuro para dar credibilidad a nuestros productos y recuperar la confianza de los consumidores está en el compromiso de las empresas con la calidad, asegurando que los productos comercializados están rigurosamente controlados por la propia empresa, que trasmite en su etiqueta con veracidad las excepcionales cualidades de los mismos y que se somete voluntariamente a un proceso de verificación externa, esto es, productos etiquetados, controlados y certificados.

### El papel de los consumidores en el proceso

Su primera aportación es la exigencia de garantías, que ha implicado a las empresas en esta nueva dinámica de calidad y seguridad. Pero tienen una responsabilidad más importante, su participación directa en los procesos de certificación.

En todos los actuales sistemas de calidad garantizada para productos agroalimentarios, como son Denominaciones de Origen, Indicaciones Geográficas Protegidas, Agricultura Ecológica, Programas de Calidad o los protocolos privados, es una condición exigida que la empresa que realiza el control externo sea una entidad independiente que cumpla con el esquema de la Norma EN 45011.

Esta disposición especifica los criterios generales que debe seguir un organismo de certificación de los productos, para que sea reconocido a nivel nacional o europeo como competente o fiable para llevar a cabo un sistema de certificación de los productos, independientemente del sector de que se trate.

Entre otros requisitos, establece la independencia de la decisión de la certificación respecto de la ejecución de la auditoría, indepen-

dencia que se garantiza con la definición del Comité de Certificación o Comité de Expertos.

Este comité, deben constituirlo representantes de todas las partes implicadas en el proceso: los consumidores, los productores y los expertos en evaluación de la conformidad.

Entre sus funciones están, en primer lugar, examinar y validar el referencial, o los protocolos de certificación, verificando que es un esquema certificable, tanto por las características del producto como por el control interno de la empresa para garantizar su cumplimiento. En segundo lugar, conceder los certificados. Y por último, realizar el seguimiento de los productos en el mercado y los cambios relevantes en la legislación que puedan afectar al producto certificado.

La activa participación de los consumidores en estos comités, a través de sus asociaciones, les permite conocer de primera mano las características de los productos certificados, los procesos de producción y las dificultades para acceder a esos estándares de calidad. En cualquier caso, su mayor aportación se realiza en el mercado, con su opción libre de compra, en la que pueden analizar la información transmitida en los propios productos, contrastar esta calidad anunciada y decidir la compra de mayor garantía, exigiendo siempre claridad y veracidad en la información recibida.

En conclusión, la seguridad alimentaria y la garantía respecto de determinadas características de un producto, dependerán del compromiso de la empresa que lo elabora, de la profesionalidad de nuestros productores y de la rigurosidad de la entidad de certificación, todo ello para conseguir la aprobación final del consumidor.

Sólo con los niveles más altos en cada uno de estos factores, y la mayor información en su comunicación, lograremos ganar de nuevo la confianza en los productos, como recompensa al esfuerzo realizado por todos.

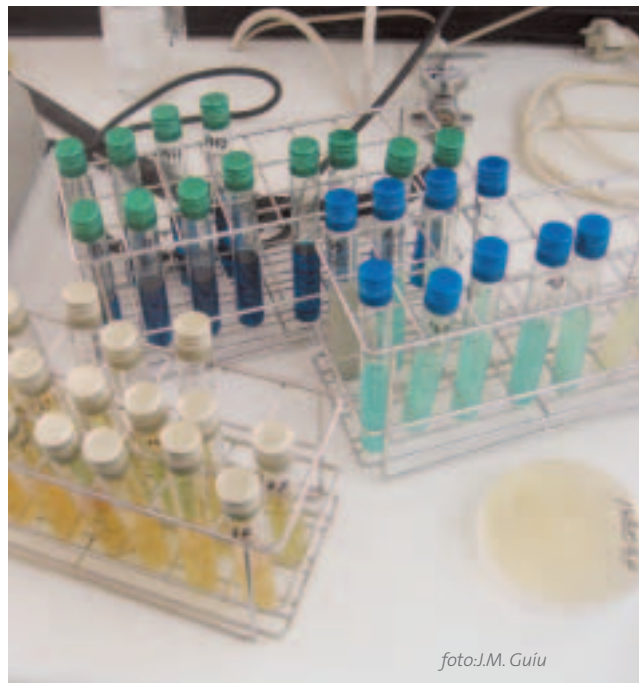


foto: J.M. Guíu



## La educación del consumidor: una responsabilidad compartida

Francisca Pérez Jiménez. Jefa de Sección de Formación e Información

*Hablar de consumo es hablar de alimentación, de vivienda, de ropa y calzado, de ocio, de miles de productos y servicios que nos ofrece el mercado y de miles de sueños con que nos bombardea continuamente la publicidad. El concepto consumo reúne en sí gran parte de nuestro día a día.*

Cuando nos referimos a la educación del consumidor, hablamos de la necesidad social de desarrollar una serie de acciones educativas que dirigidas a los ciudadanos desde la más temprana edad, consigan ofrecer conocimientos, desarrollar hábitos y actitudes críticas y responsables para ser capaces de poder desenvolverse con mayor libertad en este gigantesco mercado que es la actual sociedad de consumo.

La escuela, que a lo largo de su historia ha ido dando respuesta a la necesidad que se plantea la sociedad, se revela como un medio idóneo para llevar a cabo la educación en valores. Al amparo del desarrollo de las políticas de protección al consumidor impulsadas por la Comisión Europea en las que siempre se ha



*“La educación es imprescindible para la toma de conciencia de los consumidores. Todo lo que se haga en este ámbito es fundamental”*

*José Luis Sampedro, en el Encuentro Europeo de Profesores - Educación del Consumidor, 12, 13 y 14 de mayo en Santander*

destacado la importancia de la Educación del Consumidor y potenciada por los cambios de las políticas educativas que contemplan la necesidad de educar para la vida, la Educación del Consumidor es una realidad en miles de aulas de los centros docentes de Europa y más concretamente en España.

El pasado 5 de julio se publicaron los currículos de las enseñanzas de Educación Infantil, Primaria, Secundaria Obligatoria y de Bachillerato de nuestra Comunidad Autónoma y en ellos se contempla “La educación para el consumo” como materia transversal, integrada en la educación en valores, y por tanto debiendo formar parte de todos los procesos de enseñanza y aprendizaje.

Pero esta tarea educativa, para ser completa, tiene que tener una continuidad en el hogar. Tiene que ser por tanto una tarea compartida entre la escuela y la familia. Padres, madres y demás responsables adultos del entorno familiar, también deben estar imbuidos de estos valores de forma que la educación para la vida, sea siempre complementaria, reforzando y reafirmando la recibida en el ámbito escolar.

La familia debe ser el otro referente educativo del escolar y para ello, evidentemente, hay que estar preparado. Una formación deficiente, las actuaciones no consecuentes, la no dedicación por falta de tiempo, etc. empujará a nuestros menores a buscar otros modelos, quizás más fácilmente atractivos como son los personajes de moda, la publicidad, sectas, las series de televisión, etc.

Los centros escolares realizan a lo largo del curso escolar actos y actividades en materia de consumo u otros temas de los incluidos en la educación en valores; muchos de ellos organizan también acciones formativas e informativas complementarias para padres y madres. La Dirección General de Consumo tiene una convocatoria anual de subvenciones para las AMPAS, para la realización de actividades de formación o realización de talleres sobre los mismos temas de consumo, que se subvencionan a los proyectos de los centros docentes. A ello nos mueve la idea de que la Educación del Consumidor es una tarea compartida entre la educación familiar y la educación escolar.

# OMIC (Oficina de Información al Consumidor)

## Alcañiz

Luis E. Caballer Sanz. Jefe de la Sección de Consumo del Servicio Provincial de Teruel

*La Oficina Municipal de Información al Consumidor de Alcañiz, al igual que el resto de las OMIC de la provincia de Teruel, se ocupa de realizar el primer contacto con el consumidor o usuario, facilitándole toda aquella información que requiera sobre el caso que plantee. Además, la OMIC recoge las reclamaciones formuladas por los consumidores y se encarga de su posterior canalización al organismo correspondiente, no sin antes poner a las partes en contacto potenciando una solución amistosa.*

La OMIC de Alcañiz puede colaborar, de hecho así ocurre, con la Comunidad Autónoma en aquellos casos en que sea necesaria la localización urgente de algún producto y/o su peligrosidad esté constatada. Así como en la promoción e información general a los ciudadanos en relación con temas de interés en materia de defensa del consumidor. Y así se ha materializado en diversas ocasiones, en las que mediante la inestimable colaboración de la Policía Municipal de Alcañiz, instada por la responsable de la OMIC, Dolores Robles, se han levantado informes, localizado productos y practicado diligencias en mercadillos ambulantes, de forma que se ha facilitado la intervención de algún producto o se ha evitado un desplazamiento innecesario de los Inspectores adscritos al Servicio Provincial, si son informados de su inexistencia en aquel territorio.

El ámbito territorial de actuación de la OMIC de Alcañiz coincide plenamente con la zona de influencia económica de dicha ciudad, es decir, las Comarcas de Bajo Aragón y Matarraña, cuyos habitantes realizan gran parte de sus compras en aquella ciudad, lo que le supone una competencia plena sobre los asuntos reclamados. Las tareas que ordinariamente se realizan en esta OMIC las podemos resumir como siguen:

- Información al consumidor
- Tramitación de reclamaciones y Mediación

- Remisión al organismo competente de Solicitudes de arbitraje y Denuncias

- Colaboración con el Gobierno de Aragón en la localización urgente de productos alertados y/o servicios investigados por campaña

- Divulgación de los derechos del consumidor en medios de comunicación locales

La estructura de trabajo basada en este reparto de tareas, puede considerarse un buen ejemplo de coordinación administrativa que ha permitido alcanzar, con los recursos humanos disponibles un nivel de protección para el consumidor de la provincia de Teruel a la altura del proporcionado en cualquier otro lugar de España.



Plaza de España, 1. | 44600 Alcañiz

Teléfono: 978 870565 ext. 200

Fax: 978 87 00 33

Correo electrónico: [lrobres@alcaniz.es](mailto:lrobres@alcaniz.es)

Responsable y atención al público:

M<sup>a</sup> Dolores Robles Pellicer

Horario:

de lunes a viernes de 10:00 a 15:00h

*La oficina programa diferentes charlas en materia de consumo a lo largo del año y colabora con los centros educativos en materia de educación del consumidor*

# Defensa del Consumidor

## Reclamación a una Agencia de Gestión y Mediación Inmobiliaria

Pablo Martínez Royo. Presidente de la Junta Arbitral de Consumo de Aragón

### Reclamación

La consumidora concertó un crédito hipotecario para la compra de su vivienda. La tramitación de las escrituras y la liquidación de impuestos los realizó TU PISITO, S.L., entidad que fue propuesta por el BANCO. TU PISITO, S.L., liquidó el Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados sobre el importe de 106.378,80 euros, siendo que la hipoteca se hizo por importe de 177.298 euros. Pasado casi un año, Hacienda del Gobierno de Aragón le envió la liquidación del impuesto, considerando que hubo un error en la autoliquidación. En la liquidación hecha por Hacienda, resulta que la base liquidable es 265.947 euros, que coincide con el total de la responsabilidad hipotecaria que consta en la correspondiente Escritura de Préstamo Hipotecario. La consumidora acudió a su Asociación de Consumidores, ya que consideró que la Gestoría no hizo bien su trabajo y liquidó por una cantidad que no es la adecuada, y por ello quería reclamar. Aportó la factura de abono de 1.063,79 euros que TU PISITO, S.L., abonó a Hacienda como liquidación del ITPAJD. De la provisión de fondos que entregó en el BANCO, se le devolvió la cantidad de 1.648,59 euros, por lo que existía saldo suficiente para el correcto pago del impuesto.

*La empresa, que no estaba adherida al Sistema Arbitral de Consumo, aceptó el Arbitraje.*

La Asociación de Consumidores, en mediación, se dirigió al Servicio de Atención al cliente del BANCO, que devolvió a la consumidora la cantidad de 135,81 por los intereses de demora y contestó que la decisión de no pagar el impuesto (ITPAJD) completo fue una decisión de la gestoría TU PISITO, S.L., Interpuso Solicitud de Arbitraje, en la que reclama que TU PISITO, S.L., le pague los 1.595,69 euros que tuvo que abonar a Hacienda cuando se hizo la liquidación correcta y completa del ITPAJD, considerando que no hizo la gestión de manera correcta, pese a haber consignado provisión de fondos suficiente.

La empresa reclamada TU PISITO, S.L., aceptó el Arbitraje de Consumo propuesto, alegando que la reclamante formalizó con el BANCO un crédito, en el cual se constituyó hipoteca sobre dos fincas: la que adquiriría la reclamante (finca A) y otra sobre el piso de unos tíos suyos, que actuaron como fiadores (finca B). Ambos pisos hipotecados eran VPO. TU PISITO, S.L., al hacer sus gestiones, consideró que el piso de sus tíos, los fiadores (finca B), a pesar de lo expuesto en la escritura del crédito hipotecario no gozaba ya de los beneficios de las VPO, al haber obtenido la célula de calificación definitiva en 1972, por lo que procedió a liquidar el ITPAJD como vivienda libre, con el importe de 1.063,79 euros (el 1% de la responsabilidad hipotecaria sobre dicha finca).

Por el contrario, interpretó que la finca A, esto es, la que compraba la reclamante, sí gozaba de estos beneficios, e hizo la liquidación como exenta. Se basó en que, en la propia escritura, autorizada por Notario y firmada por la reclamante, se expresa que ambas fincas están sujetas a los beneficios de las VPO. TU PISITO, S.L., alega que es cuestión diferente, y fuera de su responsabilidad que, posteriormente, el Gobierno de Aragón estimara que tampoco la finca A, pueda acogerse a dichos beneficios y realizara una liquidación complementaria, al no declararla exenta. La reclamada no puede aceptar que la liquidación se hiciera de manera incorrecta.

Finalmente, alude a la cláusula de la Escritura en la que se establece que "serán de cuenta de la prestataria los gastos y tributos que se ocasionen por el otorgamiento de la misma, así como los tributos que ahora o en el futuro graven el capital". TU PISITO, S.L. solicita se desestime la pretensión de la reclamante, ya que la gestoría no puede ser sujeto pasivo de los impuestos que graven las operaciones que hacen sus clientes, máxime cuando no se ha generado ningún perjuicio a la consumidora y los intereses de demora ya los abonó el BANCO, por la mediación de la Asociación de Consumidores.

Tras la celebración del acto de audiencia, el Colegio Arbitral, a la vista de las alegaciones, y de las pruebas aportadas, por unanimidad dictó el siguiente LAUDO: El Colegio Arbitral considera que no procede obligar a TU PISITO, S.L., a pagar a LA CONSUMIDORA la cantidad resultante de la liquidación del ITPAJD hecha por la Administración, si bien aprecia que hubo ciertas deficiencias en la información a la compradora de vivienda sobre la tramitación y liquidaciones de los correspondientes impuestos. Por ello, considerando las molestias y perjuicios que ha reportado a la reclamante y por entender que TU PISITO, S.L., debería haber advertido a su cliente de todos los extremos, interpretaciones y consecuencias relativos a la liquidación del impuesto objeto de la controversia, resuelve que TU PISITO, S.L., deberá compensar a LA CONSUMIDORA con el importe de 150 euros.



# Defensa del Consumidor

## Buzón del Consumidor

Francisco Javier Masip Usón.

Jefe de la Sección de Información y Defensa del Consumidor del Servicio Provincial de Zaragoza

**CONSULTA:** Recientemente firmé el contrato de compraventa de un piso en una agencia inmobiliaria. En una de las cláusulas se indica que corresponde a la parte compradora el pago de todos los impuestos que gravan la vivienda, incluido el de plusvalía. Me gustaría que me informasen si me pueden obligar a pagarlo a mí, y qué otros impuestos me pueden corresponder.

**RESPUESTA:** A modo de resumen diremos que los impuestos que habitualmente se relacionan con la transmisión de las viviendas son: el impuesto sobre el incremento del valor de los terrenos, más conocido como plusvalía, el impuesto sobre el valor añadido o I.V.A. y el impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados. Otro impuesto, como es el de bienes inmuebles, también grava la vivienda si bien su nacimiento es a partir de la adquisición. Por ello y contestando a las preguntas vamos a hacer una breve exposición de los mismos:

- El impuesto sobre el incremento de valor de los terrenos, como su propio nombre indica, se aplica al valor del suelo exclusivamente y su liquidación se hace en el Ayuntamiento. Vendría a ser como una especie de gravamen por el beneficio que obtiene el anterior propietario a lo largo de los años que ha mantenido la propiedad, de ahí que el sujeto responsable sea el vendedor. Por este motivo el traslado de la obligación del pago hacia el comprador sería una condición claramente abusiva. En el supuesto de una venta entre particulares es posible llegar a un acuerdo distinto.

- El I.V.A., corresponde a un impuesto estatal que recae sobre el producto, siendo soportado directamente por el consumidor. El porcentaje aplicable dependerá de si se trata de vivienda de protección oficial o no, y se tomará como referencia el tipo que estuviese en vigor a la firma de la escritura. Este hecho tiene importancia, por cuanto que puede variar en uno u otro sentido. De ahí que no pueden considerarse lesivas las condiciones que alerten sobre una posible modificación, que dependerá del tipo reglamentario aplicable en la fecha de devengo.

- El impuesto de transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados consta de dos

apartados. Por un lado, el de la propia transmisión, que se aplicaría en el supuesto de viviendas de segunda mano y es incompatible con el anterior (I.V.A.); el sujeto responsable también es el comprador, quien deberá proceder a su liquidación ante la Hacienda de la Comunidad Autónoma en el plazo de un mes desde la formalización de la escritura. Y por otra parte el de actos jurídicos, que grava la hipoteca y otros actos jurídicos que, como en el caso anterior, corresponden habitualmente al adquirente.

- El impuesto de bienes inmuebles, también conocido como contribución urbana, se aplica sobre el valor catastral de la vivienda. Tiene periodicidad anual y suele recaer sobre el titular de la misma, normalmente se toma como referencia el propietario que figura a principios de año. Es un impuesto que va a nacer a partir de la primera adquisición y parece lógico pensar que, al tratarse de un impuesto anual, una distribución proporcional sería la solución más razonable, máxime cuando lo habitual es que sea una transmisión entre particulares, y siendo posible entre ellos cualquier otro pacto o acuerdo. Si el anterior propietario fuese una persona física o jurídica cuya actividad es la venta de viviendas, en ningún caso debería admitirse que la parte del año anterior a la compra de la vivienda recayese sobre el comprador, siendo abusiva cualquier cláusula que contravenga este criterio.

*Los impuestos que habitualmente se relacionan con la transmisión de las viviendas son: el impuesto sobre el incremento del valor de los terrenos, más conocido como plusvalía, el impuesto sobre el valor añadido o I.V.A. y el impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados*

**Para realizar consultas en el buzón del consumidor pueden dirigirlas por escrito a:**

• **Dirección General de Consumo**  
Avda. Pablo Gargallo 3, Planta 1ª  
50003 Zaragoza

• **Centro de Información y Documentación Aragonés de Consumo**  
cidac@aragon.es

Las consultas deben ser claras y concisas, así como contener los datos personales.

# Nuevas Tecnologías

## Los operadores como garantes del derecho de información

*La telefonía móvil, Internet, el acceso a nuevas tecnologías y la liberalización del mercado de las telecomunicaciones plantean situaciones de conflicto*

La reciente normativa en esta materia contempla cuatro puntos relacionados con la protección de los usuarios: garantizar la información sobre derechos; fijar unas condiciones mínimas en los contratos y facilitar los mecanismos de baja en esos servicios; el reconocimiento de los derechos en relación con el servicio telefónico disponible al público y, por último, regular mecanismos sencillos y eficaces para la resolución de los conflictos que puedan surgir.

En esta ocasión nos centraremos en el primero de los aspectos enunciados, la información sobre los derechos que nos asisten, un tema que tiene una doble vertiente: de un lado, la explicación clara de los derechos que nos reconoce la normativa y, por otro, la información mínima que han de facilitar directamente los operadores. Veamos este último apartado.

Los operadores han de facilitar una información mínima sobre las cláusulas de los contra-

tos (bien en su página web, por escrito a petición del consumidor, o a través de un teléfono de información al público a precio ordinario de llamada). Deberán, asimismo, facilitar sus datos como empresa (dirección, razón social, etc.), de las posibilidades del servicio que prestan y de la calidad del mismo.

A este respecto, hay que recordar que los operadores que ofrecen servicios de comunicaciones electrónicas publicarán información detallada sobre la calidad de sus servicios, tanto de la ofertada como de la efectivamente conseguida. Los parámetros y métodos para su medición deberán estar a disposición de los consumidores, ya se trate de personas físicas o de otros usuarios finales.

### **Información General:**

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio

[www.mityc.es](http://www.mityc.es)



# Directorio

## DEPARTAMENTO DE SALUD Y CONSUMO

### Dirección General de Consumo

Avda. Pablo Gargallo, 3, 1ª planta  
50003 ZARAGOZA  
Teléfono del Consumidor 900 121 314

### Servicios Provinciales de Salud y Consumo

#### Huesca

C/San Jorge, 65  
Tel. 974 247 234

#### Teruel

C/Joaquín Arnaú, 22, 4ª planta  
Tel. 978 603 300

#### Zaragoza

Avda. Cesáreo Alierta, 9-11  
Tel. 976 715 243 / 976 715 242

## JUNTAS ARBITRALES DE CONSUMO

### De Aragón

Avda. Pablo Gargallo, 3, 1ª planta  
50003 ZARAGOZA  
Tel. 976 715 610

### Del Ayuntamiento de Zaragoza

C/San Jorge, 1, 2ª  
50001 ZARAGOZA  
Tel. 976 396 150

## ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES Y USUARIOS DE ARAGÓN

### A. Provincial Amas de Casa, Consumidores y Usuarios "ALTOARAGÓN"

Pza. San Antonio, 7, bajos  
22002 HUESCA  
Tel. 974 231 069

### F.E.A.C.C.U.

C/Barbastro, 3  
22002 HUESCA  
Tel. 974 240 110

### A. Provincial de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios "CESA-RAUGUSTA"

San Miguel, 15, opul.  
50001 ZARAGOZA  
Tel. 976 221 269

### INFORMACU

Lasierra Parroy, 8-10  
50007 ZARAGOZA  
Tel. 976 254 998

### Unión de Consumidores de Aragón "UCA"

Espoz y Mina, 6, 1º  
50003 ZARAGOZA  
Tel. 976 397 602

### Asociación de Consumidores "TORRE RAMONA"

San Miguel, 30, opul.  
50001 ZARAGOZA  
Tel. 976 211 321 / 976 215 161

### Asociación de Vecinos y Consumidores "PUERTA SANCHO"

Avda. Autonomía, s/n (frente 26)  
50003 ZARAGOZA  
Tel. 976 445 500

### A. de Consumidores "EDEFARAGÓN"

C/Cádiz, 8, 3ª  
50004 ZARAGOZA  
Tel. 976 225 636

### A. Aragonesa de Consumidores "ARAGO"

C/Roda de Isábera, 1  
50010 ZARAGOZA  
Tel. 976 330 850

### A. Regional de Impositores de Bancos y Cajas de Ahorro "Ebro" (IMPOEBRO)

San Juan de la Peña, 160, 2º  
50015 ZARAGOZA  
Tel. 976 731 719

### A. de Arrendatarios e Inquilinos de Aragón, Consumidores y Usuarios (AIA-CU)

Pza. España, 6, 2ºB  
50001 ZARAGOZA  
Tel. 976 226 555

### Asoc. de Consumidores y Usuarios "ARAGONIA"

C/Granada, 43  
50007 ZARAGOZA  
Tel. 976 250 212

### Asoc. de Consumidores "SAN JORGE"

Avda. Pablo Gargallo, 79-81  
50003 ZARAGOZA  
Tel. 976 405 069

### A. de Consumidores de Mayores (ASCOMAEX)

Paseo María Agustín, 38  
50001 ZARAGOZA  
Tel. 976 285 619

### A. de Consumidores y Usuarios para la Defensa del Asegurado "DEFENSER-ARAGÓN"

Casa, 100, planta 3, of. 4  
50001 ZARAGOZA  
Tel. 976 238 642

### Federación Aragonesa de Consumidores y Usuarios

Leopoldo Horreo, 30, local Izqda.  
50002 ZARAGOZA  
Tel. 976 134 792

### Asoc. de Consumidores "CONMAYOR"

Moret, 4, Edificio la Caridad  
50001 ZARAGOZA  
Tel. 976 216 761

### A. de Usuarios de Bancos, Cajas de Ahorros y Seguros (AICAR)

Garín, 17 (local)  
50001 ZARAGOZA  
Tel. 976 390 060

Pza. San Antonio, 10, 3ªA  
22002 HUESCA  
Tel. 974 242 403

### A. Provincial de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios "SANTA MARÍA"

Yagüe de Salas, 16, 4º  
44001 TERUEL  
Tel. 978 602 466

## OMIC DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ARAGÓN

Nombre	Dirección	Localidad	Provincia	Código	Teléfono
Comarca del Cinco Medio	P/ara del Pilar, 47, 2ª planta	Monzón	Huesca	22100	974 415 973
Comarca del Sobrarbe	Pza. Castilla, s/n	Aínsa	Huesca	22330	974 500 837
Comarca de la Ribagorza	C. Señeros de Entenza, 1	Huesabarro	Huesca	22580	974 543 512
Comarca de las Merindades	Avda. de Huesca, 24	Sarriena	Huesca	22200	974 570 701
Ayto. Barbastro	R. Constitución, 2	Barbastro	Huesca	22300	974 310 150
Ayto. Binéfar	C. Doctor Fleming, 1	Binéfar	Huesca	22500	974 431 341
Ayto. Canfranc	Pza. del Ayuntamiento, 1	Canfranc Estación	Huesca	22520	974 373 141
Ayto. Fraga	Arieta, 17	Fraga	Huesca	22520	974 473 166 / 974 470 050
Ayto. Huesca	Pza. de la Catedral, 1	Huesca	Huesca	22001	974 292 135
Ayto. Jaca	C. Ramón y Cajal, 8	Jaca	Huesca	22700	974 357 224
Ayto. Sabiñánigo	Pza. España 2	Sabiñánigo	Huesca	22600	974 357 224
Ayto. Albarracín	Pza. Mayor, 1	Albarracín	Teruel	44100	978 700 400
Ayto. Alcañiz	Pza. España, 1	Alcañiz	Teruel	44600	978 870 565
Ayto. Andorra	Pza. España, 1	Andorra	Teruel	44500	978 842 011
Ayto. Calamocha	C. Justicia Berned, 15, bajo	Calamocha	Teruel	44200	978 730 050 / 978 730 510
Ayto. Híjar	Pza. España, 13	Híjar	Teruel	44500	978 820 000
Ayto. Rubielos de Mora	Pza. de Hispanoamérica, 1	Rubielos de Mora	Teruel	44415	978 804 001 / 978 804 605
Ayto. Teruel	Pza. de la Catedral, 1	Teruel	Teruel	44001	978 617 225
Ayto. Utrillas	Pza. del Ayuntamiento, 11	Utrillas	Teruel	44760	978 757 001
Ayto. Alagón	Pza. España, 1	Alagón	Zaragoza	50630	976 612 713 / 976 610 300
Ayto. Almaraz de Dª. Gafina	I.º de Utrillas, 7	Almaraz de Dª. Gafina	Zaragoza	50100	976 60 02 06
Ayto. Calatayud	Pza. Costa, 14	Calatayud	Zaragoza	50900	976 881 314
Ayto. Caspe	Pza. España, 1	Caspe	Zaragoza	50700	976 632 190
Ayto. Daroca	Pza. España, 6	Daroca	Zaragoza	50360	976 800 312
Ayto. Ejea de los Caballeros	Avda. Coscuileta, 1	Ejea	Zaragoza	50600	976 661 515 / 976 661 660
Ayto. Gallur	Pza. España, 1	Gallur	Zaragoza	50650	976 861 073
Ayto. Illueca	Pza. España, 1	Illueca	Zaragoza	50250	976 820 055
Ayto. Tarazona	Avda. de la Paz, 31, bajo	Tarazona	Zaragoza	50500	976 64 10 33 / 976 19 91 10
Ayto. Utiel	Paseo Berbegal, 22-24	Utiel	Zaragoza	50180	976 785 049
Ayto. Zaragoza	C. San Jorge, 1, 2ª	Zaragoza	Zaragoza	50001	976 396 150 / 976 396 154
Ayto. Zuera	C. Jorge Luna, 3	Zuera	Zaragoza	50800	976 681 119 / 976 681 352
Mancomunidad de la Ribera Izquierda del Ebro	Pza. España, 16	Alfajarín	Zaragoza	50172	976 790 630



(el silencio  
de su vecino)

(el silencio  
de sus compañeras)

(el silencio  
de su amiga)

(su silencio)

el maltratador

(el silencio  
de su hijo)

**Si todos callamos,**

**todos maltratamos**

(el silencio  
de su familia)

**Ante la violencia no cabe el silencio**

Teléfono 24 horas: 900 504 405