

Consumo Aragón

N.º 30 Julio 2006

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

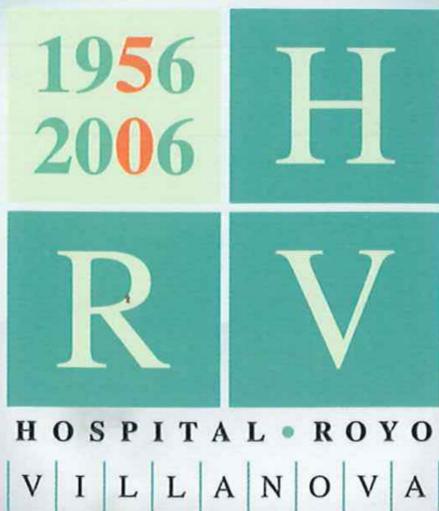


> Fórum Filatélico y Afinsa, ¿qué deben hacer los inversores?

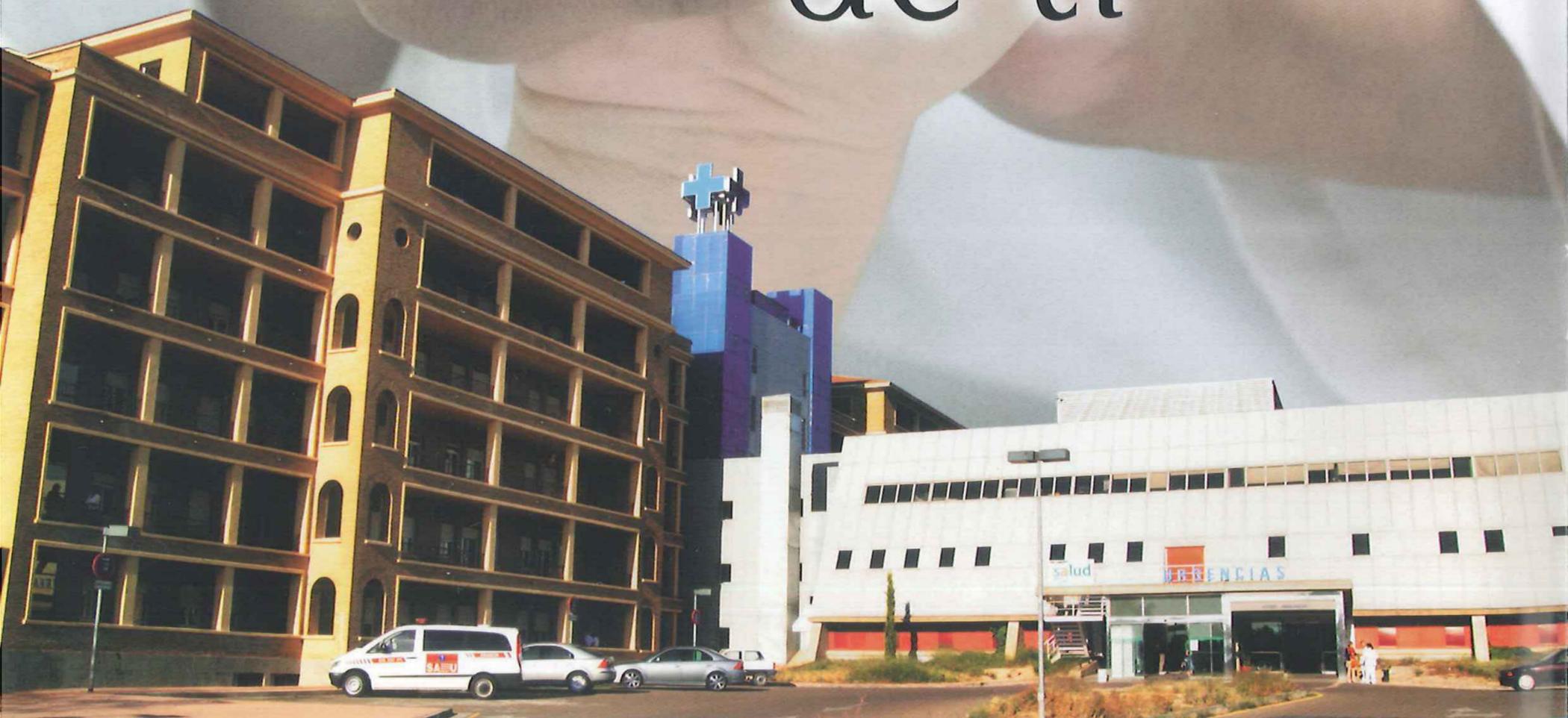
> Más de 5.000 aragoneses afectados por esta presunta estafa filatélica



50° ANIVERSARIO

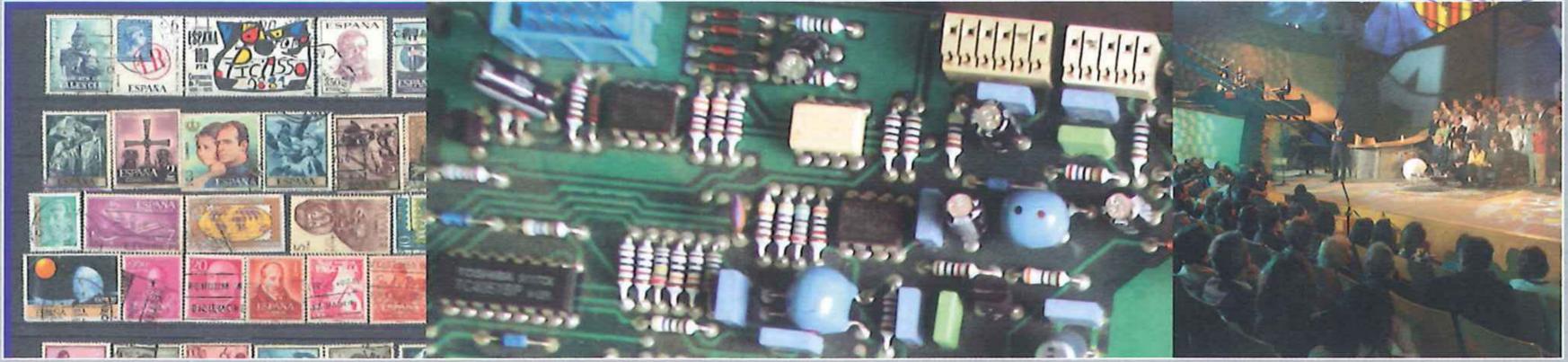


Cuidando de ti

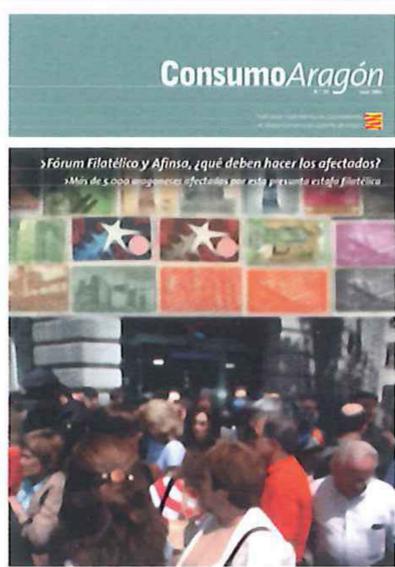


PATROCINAN:





Sumario



N.º 30 | Julio 2006

- 06** *En Portada: Fórum Filatélico y Afinsa. ¿Qué deben hacer los afectados?*
- 12** *Protección de datos personales.*
- 20** *Entrevista: Juan José Badiola, presidente de la Agencia Aragonesa de Seguridad Alimentaria.*
- 22** *Máximo control al mercado inmobiliario.*
- 24** *La Radio y la Televisión de los aragoneses.*
- 30** *Las oficinas Municipales y Comarcales de Información al consumidor.*

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

Web del Dpto. de Consumo:
www.aragon.es/consumo

Diseño y Maquetación:
Vistobueno Multimedia S.L.

Depósito Legal:
Z-3761-96

ISSN:
1137-4527

Agenda / Publicaciones

Soraya Fernández Rubio. Documentalista

Aulas de Consumo:

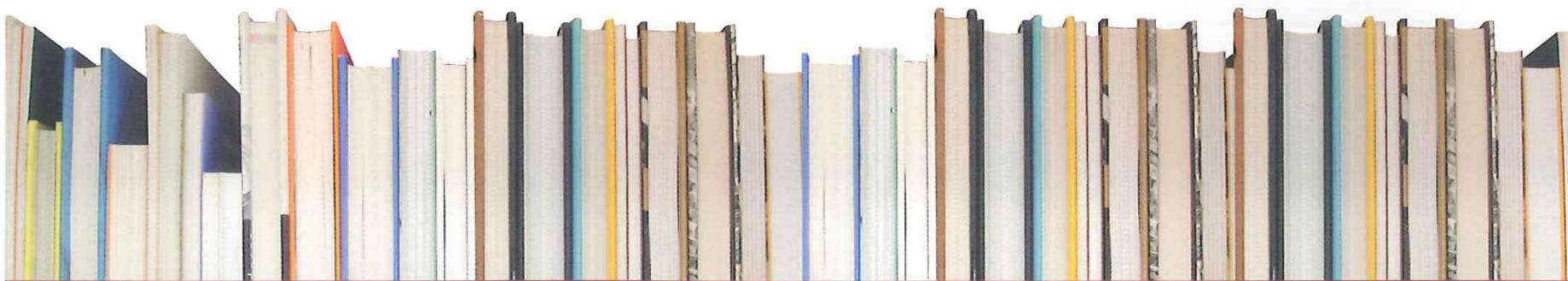
La siguiente aula de consumo programada es:

“El culto al cuerpo: salud y estética”. 26 de Septiembre de 11 a 13 h. en el salón de actos del Edificio Pignatelli, situado en Paseo María Agustín, 36.

A esta aula de consumo se suman otra serie de actos entre los que destacamos:

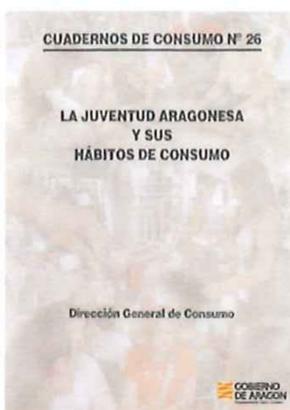
XXVI Jornadas Aragonesas de Consumo. “Organización y gestión de las asociaciones de consumidores”. Se realizará en Huesca el 14 y 15 de Septiembre

Curso-encuentro del Centro Europeo del Consumidor con el personal de las oficinas telemáticas del Gobierno de Aragón y Comunidad Foral de Navarra que se celebrará el 22 de Septiembre en Zaragoza.

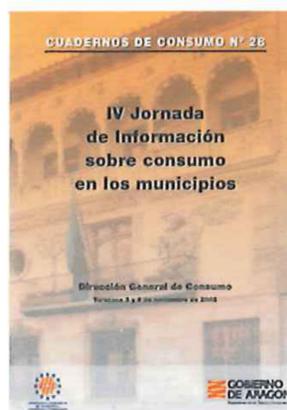


PUBLICACIONES

Las últimas publicaciones propias de la Dirección General de Consumo, pertenecen a la edición de la Serie Cuadernos de Consumo presentándose los números 26, 27, 28 y 29.



El número 26 titulado **“La juventud aragonesa y sus hábitos de consumo”**. Estudio sobre las inquietudes y los hábitos de consumo de los jóvenes de la sociedad aragonesa en edad universitaria y de las necesidades informativas y educativas que en el ámbito de consumo demandan este tipo de usuarios.



El número 28 titulado **“IV Jornada de Información sobre Consumo en los Municipios”**. Reúne en distintas ponencias y mesas redondas, celebradas en Tarazona el 3 y 4 de noviembre de 2005, las competencias que les corresponden a las distintas comarcas, las reclamaciones que se tramitan en centros europeos del consumidor y los temas más emblemáticos en materia de consumo (Telecomunicaciones, Vivienda,...)



El número 27 titulado **“Junta Arbitral de Consumo de Aragón. Décimo aniversario”**. Contiene artículos, legislación y estadísticas sobre el Arbitraje de Consumo para conmemorar su décimo aniversario, teniendo en cuenta su importancia para el ciudadano, al ser una vía extrajudicial y gratuita para resolver conflictos entre el consumidor y el empresario.



El número 29 titulado **“Tarjetas comerciales: promoción, puntos y descuentos”**. Estudio sobre la repercusión y aceptación del uso de tarjetas comerciales, que ponen a disposición de los consumidores diferentes establecimientos comerciales, tratándose los aspectos de mayor interés.

Editorial:

¿El timo de la “Estampilla”?

La noticia del presunto fraude en el que estarían envueltas las empresas Fórum Filatélico y Afinsa ha desatado uno de los escándalos más importantes de los últimos años, un hecho magnificado tanto por la supuesta seriedad y solidez de ambas entidades como por el número de personas perjudicadas.

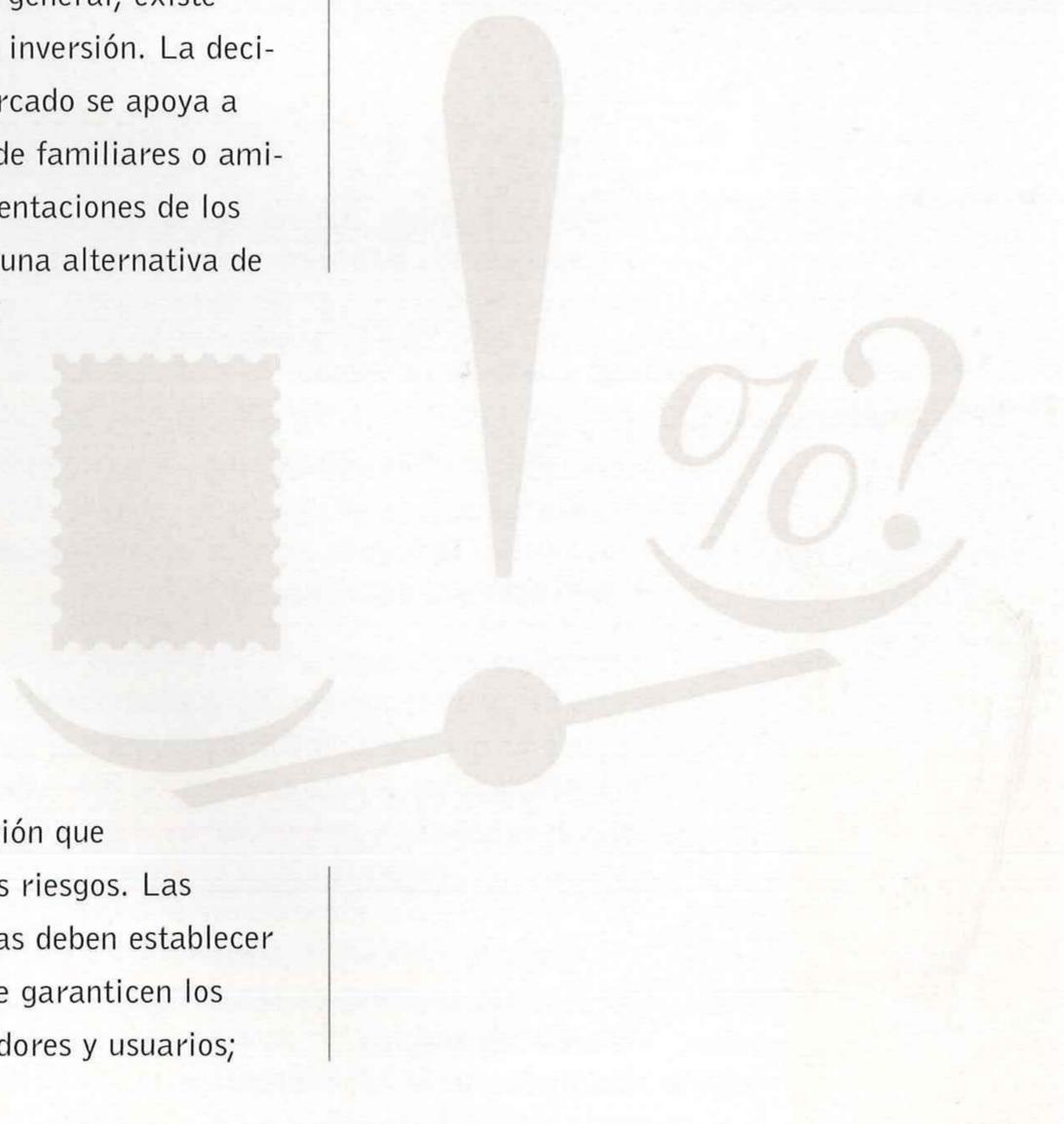
Más allá de la intervención judicial que aclare las circunstancias de este asunto y que determine, en su caso, posibles responsabilidades, es imprescindible analizar el impacto que un hecho de esta naturaleza tiene sobre la confianza de los ciudadanos en el sistema financiero.

Una de las primeras conclusiones es el gran desconocimiento que, en general, existe sobre las operaciones de inversión. La decisión de entrar a este mercado se apoya a menudo en los consejos de familiares o amigos, antes que en las orientaciones de los expertos. La opción por una alternativa de las muchas que ofrece el panorama financiero se basa, con mucha frecuencia, en la promesa de beneficios a corto plazo.

La tentación de unos rápidos y elevados rendimientos patrimoniales se impone así a la reflexión que debería sopesar todos los riesgos. Las Administraciones públicas deben establecer aquellos mecanismos que garanticen los intereses de los consumidores y usuarios;

entre ellos, los inherentes a las operaciones financieras que se realicen en el marco de unos límites jurídicos y de riesgo apropiados. Pero también hay que insistir en la información. Sólo así estarán capacitados los ciudadanos para tomar decisiones y asumir conscientemente sus consecuencias.

Nuevamente, la divulgación de todos los datos disponibles sobre esta crisis se está revelando como la herramienta imprescindible en el siempre complejo procedimiento de reclamación judicial en la vía concursal. Las Administraciones públicas y las asociaciones de consumidores y usuarios se están mostrando en ese terreno como los mejores valedores de los derechos de los afectados.



En Portada:

El caso de los fondos filatélicos: Fórum Filatélico y Afinsa

Dirección General de Consumo del Gobierno de Aragón



Los hechos

El pasado 9 de mayo la Policía Nacional puso en marcha una operación por una presunta estafa relacionada con fondos filatélicos. El engaño consistía en ofrecer a los inversionistas una rentabilidad elevada (en torno al 8%), con base en la adquisición de sellos y la promesa de que su revalorización en el mercado estaba garantizada. Se trataría en este caso de una defraudación piramidal en la que los intereses prometidos a los inversores no se pagaban gracias a la revalorización de los sellos, sino con el dinero aportado por nuevos clientes.

Empresas implicadas

Las firmas presuntamente implicadas en este escándalo son Afinsa y Fórum Filatélico. La primera, Afinsa, es una empresa de inversión en bienes tangibles que cotiza en el mercado tecnológico Nasdaq (EEUU) por medio de su filial Escala Group (propietaria de un 68% de sus acciones). Afinsa se creó en 2003 como resultado de la fusión de Greg Manning y del negocio de subastas de la empresa española Auctentia. En 2004 Afinsa tuvo una facturación cercana a los 542 millones de euros.

Por su parte, Fórum Filatélico une a la actividad mediadora y comercializadora de valores filatélicos la posesión de un importante patrimonio en valores mobiliarios, inmobiliarios, así como la participación en diversas sociedades que la han llevado a situarse entre los 200 grupos empresariales más importantes de España. Tiene declarado un volumen de facturación, en 2004, de alrededor de 840 millones de euros. Recientemente, el administrador judicial de la compañía cifró el "agujero" de Fórum Filatélico entre los 2.700 y los 3.400 millones de euros.

Afectados

Aunque todavía no se puede dar una cifra cierta, se calcula que pudiera haber unos 300.000 afectados en España. De ellos, unos 5.000 en Aragón. La cifra de perjudicados (un concepto muy distinto al de clientes) no se sabrá con cierta exactitud hasta que los clientes de Fórum Filatélico y Afinsa no manifiesten su intención de personarse en los procesos judiciales abiertos.



Regulación del sector y efectos

La disposición adicional cuarta de la Ley 35/2003, de Instituciones de Inversión Colectiva, regula la obligación de las empresas de bienes tangibles de depósito de sus auditorias de cuentas ante las autoridades de consumo del lugar en que radique su sede social. En el presente caso, ante las autoridades de consumo de la Comunidad Autónoma de Madrid.

Las empresas de inversión en bienes tangibles no se considera entidades financieras y, por lo tanto, los bienes o efectivos entregados a dichas empresas no están amparados por los sistemas de indemnización que afectan al sector financiero y a las entidades de valores (Fondo de Garantía de Depósitos y Fondo de Garantía de Inversiones)

Judicialmente

Desde mediados de julio conviven cuatro procesos judiciales abiertos a las empresas Afinsa y Fórum Filatélico. Uno penal y otro concursal sobre cada una de ellas. La vía penal ha quedado abierta ante la presunta comisión de una serie de delitos como estafa, apropiación indebida, blanqueo de capitales, falsedad documental..., teniendo connotaciones con otras tramas de corrupción inmobiliaria. Los juzgados encargados de conocer de la vía penal son el nº 1 y nº 5 de la Audiencia Nacional.

El día 22 de junio el Juzgado de lo Mercantil

nº 7 de Madrid dictó auto declarativo de concurso de acreedores contra Fórum Filatélico; haciendo lo propio el día 14 de julio de 2006 el Juzgado de lo Mercantil Nº6 de Madrid en lo relativo a Afinsa.

La publicación de la declaración de concurso debe anunciarse en el BOE y en dos diarios de mayor difusión. Estos anuncios contienen los datos suficientes para identificar el proceso y las formas de personarse en él. El plazo de presentación de los créditos es de un mes desde la última publicación acordada en el auto.

Decisiones del Gobierno de la Nación

El Gobierno de la Nación ha adoptado tres medidas fundamentales en relación con estos casos:

Apertura de una única Oficina Judicial para los afectados.

Ha aprobado el Decreto 613/2006, de 19 de mayo, de concesión de subvenciones a asociaciones de consumidores para el apoyo y asesoramiento de los afectados.

Ha anunciado medidas legislativas para aumentar la protección de los clientes de este tipo de empresas que comercian con bienes tangibles.

Decisiones del Gobierno de Aragón

El Gobierno de Aragón, a través de su dirección general de Consumo del Departamento de Salud y Consumo, tras conocer las repercusio-

en Portada. Fórum Filatélico y Afinsa



nes que este presunto fraude podía tener en nuestra comunidad autónoma tomó la iniciativa de coordinar sus esfuerzos de actuación con las asociaciones de consumidores más representativas. En esta línea, se está trabajando en varias direcciones:

Un plan de información a los clientes y afectados sobre las posibles vías de defensa existentes.

Creación de un listado único de afectados, para saber exactamente la cifra de éstos en Aragón.

Trabajar en una serie de ayudas económicas para las asociaciones de consumidores más representativas, para cooperar con éstas en la fase de información y asesoramiento a los clientes y afectados.

Entablar conversaciones con notarios y jueces en Aragón para facilitar los trámites judiciales a los afectados.

Acciones emprendidas por el Consejo de Consumidores y Usuarios

Desde el primer momento las asociaciones de consumidores del Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU) han tenido un papel muy activo. Las últimas recomendaciones dadas por éstas han sido las siguientes:

No es necesario que los afectados se personen como acreedores en este procedimiento; sin embargo, la personación, que exige abogado y procurador, conlleva determinados beneficios como el seguimiento de las decisiones de la administración concursal, la defensa de los acreedores, la comunicación del estado de las diligencias y la representación del crédito de los acreedores.

Las asociaciones de consumidores integrantes del CCU mantienen el compromiso de informar, asesorar y personarse en el procedimiento penal, de manera gratuita, ante los juzgados de instrucción 1 y 5 de la Audiencia Nacional. Es un compromiso de defensa de intereses colectivos.

Asimismo, esas asociaciones informarán y asesorarán a los afectados, en el procedimiento concursal gratuitamente, y les representarán como acreedores en dicho procedimiento, en defensa de sus intereses individuales, con un coste de corresponsabilidad fijado por cada asociación.

Puede obtenerse información permanente en www.consumo-ccu.es

Consejos para invertir

Pilar Alfaro Santafé. Administrador Superior



Con frecuencia nos preguntamos qué hacer, o en qué podemos invertir, para lograr un incremento de nuestros ingresos. El punto de partida es recordar que toda inversión conlleva un riesgo; es más, puede decirse que la valoración del riesgo es una de las variables más importantes que debemos analizar a la hora de invertir.

Opciones de inversión

Actualmente contamos con un gran número de alternativas de inversión; en este sentido, distinguiremos entre bienes inmuebles, bienes muebles y, por supuesto, nos referiremos también a los denominados bienes tangibles.

1. Inversión inmobiliaria

Una de las opciones por la que más se han decantado los españoles ha sido la compra de inmuebles, tradicionalmente calificada como "la más rentable".

Ahora bien, la compra de un inmueble como vivienda habitual no es una inversión inmobiliaria, sino un bien de consumo. La inversión inmobiliaria implica la compra de un inmueble con el objetivo de sacar de él la máxima rentabilidad posible.

Las clases de este tipo de inversión son dos: directa o indirecta. La inversión directa implica la compra de un inmueble (vivienda, locales, garajes, etc.) La inversión indirecta es aquella que se realiza a través de fondos inmobiliarios, o bien acciones de empresas inmo-

liarias que cotizan en bolsa; presentándose, de este modo, como una alternativa para el pequeño inversor. Antes de decantarnos por esta fórmula inversora, hemos de tomar en consideración los siguientes factores:

- La inversión directa lleva aparejada una serie de gastos iniciales, como notarías o registros, que pueden suponer hasta un 10% de la inversión.
- Se trata de una inversión a largo plazo.
- Esta inversión lleva aparejado un riesgo que el inversor ha de asumir, y que viene referido a la incertidumbre sobre la evolución futura de los precios.

2. Inversión en bienes muebles

El sector financiero ofrece al inversor un gran número de productos. La información se convierte en la principal herramienta con que cuenta el inversor. Con carácter previo, analice los siguientes factores:

- En primer lugar, sus circunstancias personales. No todo producto es aconsejable, en la misma medida, para toda persona. Hemos de efectuar un estudio acerca de cuánto dinero podemos invertir, qué ocurre si necesitamos recuperar ese dinero y, por supuesto, el riesgo que estamos dispuestos a asumir.
- Debemos informarnos, con la máxima precisión, sobre el producto en sí; es decir, cuales son sus características, cómo se obtiene el rendimiento...

Consejos para invertir



- Conviene recordar que la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) atiende las quejas y reclamaciones de los inversores cuando éstos se crean perjudicados por la conducta de personas o entidades sometidas a la supervisión de la CNMV. No obstante, la CNMV no puede otorgar indemnizaciones ni reconocer pretensiones económicas de los reclamantes; aspectos que han de sustanciarse ante los tribunales de justicia.

Por lo que respecta a la diversificación de productos en este área, pueden distinguirse, siguiendo la tipología efectuada por la CNMV, los siguientes:

- Renta Fija (deuda pública, cédulas hipotecarias, obligaciones y bonos, obligaciones canjeables, pagarés de empresa, titulizaciones).

- Renta variable (acciones)
- Instituciones de inversión colectiva (Fondos de inversión)
- Productos derivados (futuros, opciones, warrants, certificados).
- Otros productos (participaciones preferentes, contratos de compra/venta de opciones)

Bienes tangibles

Los bienes tangibles son aquellos que por sus características se considera que, con el tiempo, incrementarán su valor (sellos, joyas, obras de arte, metales preciosos...).

Las empresas que facilitan estas inversiones no son entidades financieras, y no están sujetas a la normativa que regula las entidades de crédito, las empresas de servicios de inversión o las instituciones de inversión colectiva. Tampoco figuran en los Registros Oficiales del Banco de España y de la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

Por todo ello es recomendable seguir los siguientes consejos:

Verifique la solvencia y seriedad de las entidades implicadas.

Pregunte siempre por la posibilidad de cancelar la operación antes de la fecha inicialmente prevista.

Verifique que el producto existe.

Lea detenidamente el contrato y compruebe que no existen cláusulas abusivas.

Desconfíe de aquellas ofertas que le prometan rentabilidades muy superiores a las normales en el mercado.

Consejos generales

Tomar una decisión de inversión no es sencillo y está condicionada por factores de carácter personal. Tómese el tiempo necesario para estudiar y valorar las diferentes alternativas. En caso de duda, y con carácter previo a su decisión final, busque asesoramiento especializado.

No olvide que toda inversión conlleva un riesgo. Puede obtener ganancias pero también sufrir pérdidas. Diversifique sus inversiones. Tenga recursos disponibles para hacer frente a posibles imprevistos, así como para cubrir obligaciones contraídas.

La Comisión Nacional del Mercado de Valores es el organismo encargado de la supervisión e inspección de los mercados de valores españoles y de la actividad de cuantos intervienen en los mismos. Más información en la Oficina de Atención al Inversor (902.149.200) y en www.cnmv.es

Nuevo Centro Europeo de Atención al Consumidor en Canfranc

“Jean Pierre C. ha pasado el día esquiando en las estaciones invernales del Valle del Aragón, ha llenado de carburante el depósito de su vehículo en la estación de servicio de Canfranc y ha realizado diversas compras en esta localidad. Lo viene haciendo con relativa frecuencia desde hace algún tiempo, pues asegura que el mercado único ofrece a los franceses, y a todos los ciudadanos de la Unión Europea, el poder buscar alternativas más competitivas para el uso y disfrute de bienes y servicios. Hoy no ha sido su mejor día, ha tenido una divergencia de opiniones con un empresario aragonés; no se preocupe, le tranquiliza el comerciante, en la Oficina Municipal de Información al Consumidor de Canfranc puede cumplimentar su reclamación en su propio idioma y solicitar la mediación del Centro Europeo del Consumidor”.

Este punto de información, junto con los instalados en los Servicios Provinciales de Huesca y Teruel y en la Dirección General de Consumo, da cobertura a los supuestos de carácter transfronterizo de reclamaciones y consultas en materia de consumo que se gestionen en nuestra comunidad autónoma.

Tal y como explicó la Directora del Centro Europeo del Consumidor M^a Luz Peñacoba, en este punto se atenderá tanto a los ciudadanos españoles que compren bienes o servicios en cualquier país de la Unión Europea, como a los consumidores europeos que adquieran bienes o servicios en nuestro país.

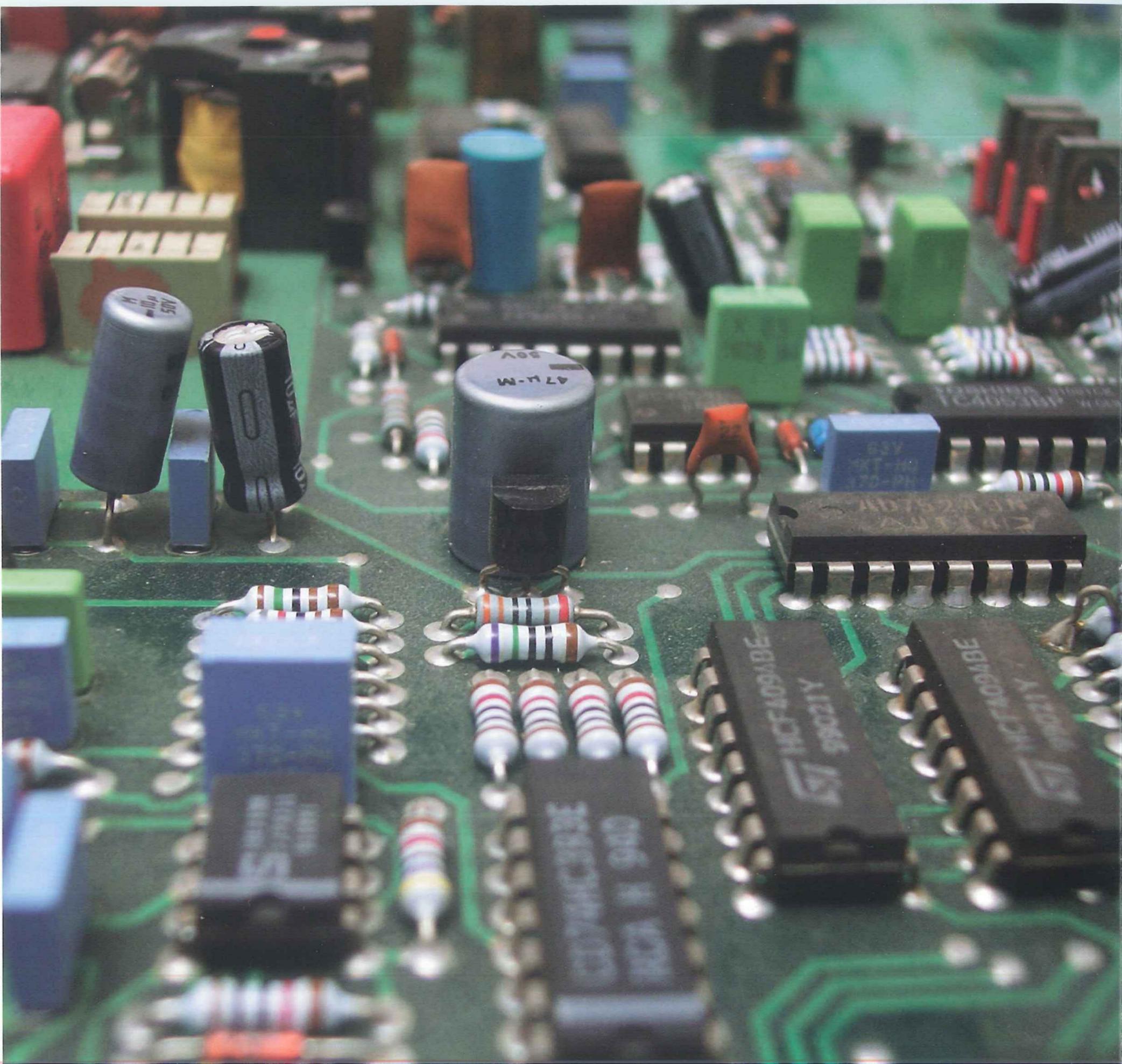
Las consultas y reclamaciones se realizan a través de pantallas interactivas en las que se pueden seleccionar los idiomas: castellano, catalán, francés e inglés.

En la resolución del conflicto intervienen técnicos de consumo con sede en Madrid, Barcelona y Vitoria que contactan con los proveedores y establecen la mediación entre ellos y los consumidores hasta alcanzar una solución satisfactoria. En caso de no llegar a esta solución intervendrán los sistemas de arbitraje competentes, o se trasladará el caso a la vía judicial.



Datos personales, ¿quién los controla?

Comprar un billete a través de Internet, conseguir una tarjeta de fidelidad de una tienda, abrir una cuenta en un banco o matricularse en un curso son tareas cotidianas en las que facilitamos nuestros datos personales pero ¿sabemos realmente qué tratamiento se hace de los mismos? o ¿qué derechos tenemos como titulares de esos datos?



Datos personales, ¿quién los controla?

Parece lógico que tenga que ser uno mismo el que controle qué se hace con sus datos personales y en cierto modo es así, aunque no del todo. ¿Quién dispone de nuestros datos personales? y ¿qué es lo que hacen con ellos? son algunas de las cuestiones que más nos inquietan. La Ley de Protección de Datos de Carácter Personal es la que regula todos estos aspectos y a través de ella el ciudadano posee el derecho fundamental a la protección de datos. Este derecho reconoce a cada ciudadano la facultad de controlar, disponer y decidir sobre sus datos personales.

¿Quién me informa de lo que hacen con mis datos personales?

En primer lugar, cuando una persona rellena un formulario con sus datos personales tiene derecho a saber si estos van a ser incluidos en un fichero, quién es el responsable y qué tratamiento se les va a dar. Por lo general esta información suele aparecer en el mismo formulario. También existe la posibilidad de que facilitemos nuestros datos de manera oral, en tal caso, el que recoge los datos tendrá que explicar a la persona lo mismo que en el formulario pero antes de comenzar a recoger los datos.

En muchas ocasiones el ciudadano se pregunta cómo han ido a parar sus datos a empresas con las que no ha tenido ninguna relación y si eso es o no legal. La ley establece que en el caso de que los datos personales no hayan sido facilitados directamente por el interesado, el responsable del fichero que se ha hecho con sus datos debe informarle de que los tiene en un plazo de tres meses, a no ser, que ya hubiera sido informado con anterioridad, es decir, cuando facilitó los datos a otra empresa. Y es que es muy importante leer la letra pequeña ya que son muchos los formularios en los que especifica que esa información que se facilita pasará a formar parte de un fichero compartido por un grupo de empresas, etc. De ahí que muchas veces recibamos información sobre entidades con las que no hemos tenido ningún tipo de relación. Además, también hay que tener en cuenta que hay algunos ficheros que se consideran públicos y de los que es totalmente legal recopilar los datos de cualquier persona, es el caso de las guías telefónicas, donde aparece el nombre, la dirección y el número de teléfono, algo que puede ser de mucha utilidad para las tareas de publicidad de muchas empresas.

¿Puedo acceder a mis datos personales en cualquier fichero?

Al igual que se debe informar al ciudadano de que sus datos se incorporan a un fichero, éste también tiene derecho a acceder a esos datos, es lo que recoge el Derecho de Acceso. A través de él, cada persona tiene derecho a dirigirse al responsable o encargado de un fichero y saber para qué se utilizan sus datos, qué tipo de datos tienen, de dónde los han obtenido o a quién van a facilitárselos y de las posibles transferencias de datos a otros países. Para obtener toda esa información hay que enviar una solicitud a través de cualquier medio por el que se pueda acreditar el envío y la recepción, es decir, a través de correo certificado, burofax, etc. Asimismo es necesario aportar una copia del DNI.

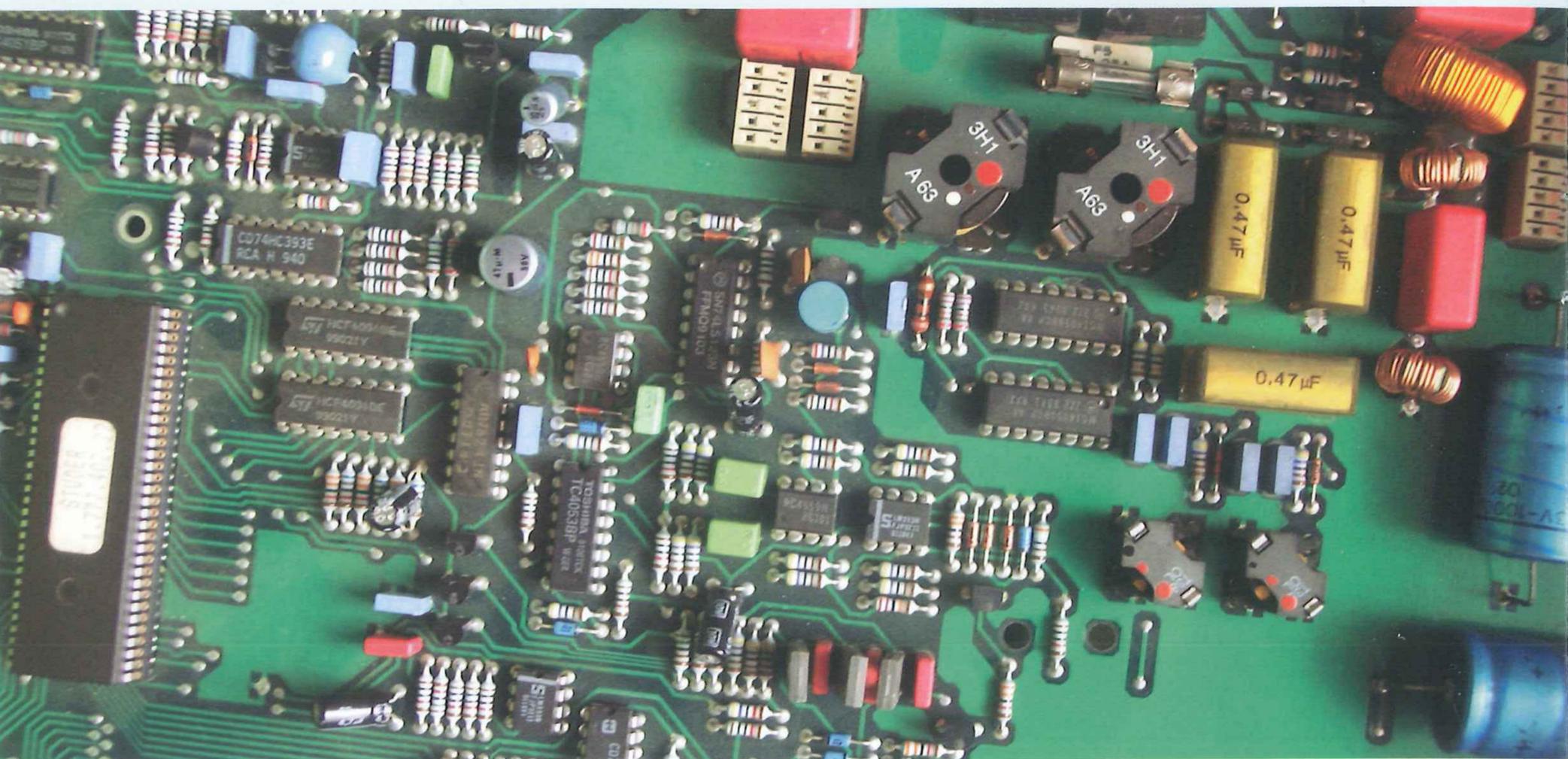
Hasta aquí la tarea del afectado, después el responsable del fichero tendrá que resolver la solicitud en menos de un mes y si acepta la solicitud el acceso se hará efectivo en un plazo de diez días. En el caso de que los datos personales del solicitante no figurasen en ese fichero, el responsable está obligado a contestar de todos modos. Sólo hay algunos casos excepcionales en los que el ciudadano no podrá tener acceso a esos datos, pero son muy reducidos ya que tienen que ver con la seguridad pública, la defensa del Estado, etc.

Si al consultar los datos personales de una persona ésta se diese cuenta de que hay alguno erróneo, tendrá derecho a pedir la modificación de los mismos amparándose en el Derecho de Rectificación. La ley de Protección de datos personales refleja también el Derecho de Cancelación, gracias al cual si un ciudadano verifica que sus datos personales son inexactos o se han tratado ilegalmente, tiene

DERECHOS SOBRE TUS DATOS PERSONALES

- Derecho de Información en la recogida de datos
- Derechos de Consulta al Registro General de Protección de datos
- Derecho de Acceso
- Derecho de Rectificación
- Derecho de Cancelación
- Derecho de Oposición

Datos personales, ¿quién los controla?



derecho a solicitar su supresión. Tanto en el caso de rectificación como en el de cancelación, si el responsable del fichero había cedido esos datos a otras entidades, deberá notificarles también a éstas últimas los cambios que se hayan producido.

¿Y si no quiero que mis datos figuren en un fichero?

Aquí es donde entra en juego el derecho de cancelación. Cualquier persona tiene la posibilidad de oponerse a figurar en un fichero o al tratamiento de sus datos personales, siempre que tenga un motivo legítimo y fundado. Es decir, que como en otros muchos aspectos

de la protección de datos esto es así pero con matices.

En el caso de los ficheros con fines de publicidad y prospección comercial el ciudadano puede negarse a que sus datos sean tratados simplemente a través de una solicitud. También podrá oponerse a que sus datos sean comunicados a terceros.

Pero en ambos casos es el ciudadano el que tiene que tomar la iniciativa e iniciar el trámite para que sus datos no aparezcan en un fichero, no se cedan a terceros o no se utilicen con fines publicitarios. Una clara excepción de este Derecho de Oposición es el de los ficheros de titularidad pública, ya que el ciudadano no puede oponerse a que sus datos sean tratados por Hacienda Pública, ficheros policiales, Seguridad Social, etc.

¿Qué hago si no se respetan mis derechos?

En los casos en los que no se respeta el derecho fundamental a la protección de datos, el ciudadano puede ejercer por su cuenta los derechos de acceso, rectificación, cancelación, etc. aunque si el resultado obtenido no es satisfactorio todavía tiene otra opción, acudir a la Agencia Española de Protección de datos. Se trata de una autoridad de control independiente creada para velar por el cumplimiento de la normativa sobre protección de datos. Aunque

FUENTES DE DATOS DE ACCESO PÚBLICO

- Censo Promocional
- Repertorio Telefónico
- Listas de personas pertenecientes a grupos profesionales (*)
- Diarios y boletines oficiales
- Medios de comunicación social

(*): Sólo nombre, título, profesión, actividad, grado académico, dirección e indicación de su pertenencia al grupo.

se trata de un ente de derecho público, actúa con plena independencia de las Administraciones Públicas.

Los ciudadanos pueden acceder a ella para informarse sobre sus derechos o sobre el contenido de la ley, pedir asesoramiento para el ejercicio de sus derechos o incluso requerir la ayuda de la agencia cuando sus derechos no han sido atendidos de manera correcta. Además de estas funciones, este organismo investiga todas las actuaciones que puedan ser contrarias a la Ley de Protección de datos, no sólo cuando lo denuncie un ciudadano, sino siempre que la agencia tenga alguna información de que se este vulnerando esta ley.

La Agencia Española de Protección de Datos, tiene la potestad de imponer sanciones leves, graves y muy graves a los responsable de los ficheros que actúen de manera contraria a los principios de la ley. Para ello investiga la denuncia y puede suspender temporalmente el tratamiento. Si finalmente concluye que se ha violado la ley, la agencia puede ordenar la supresión o destrucción de los datos o, en su caso, prohibir en tratamiento.

Datos sensibles

No todos los datos personales pueden ser tratados por igual, algunos son más sensibles que otros y por lo tanto no pueden ser tratados de la misma forma. Los datos sobre ideología, creencias, religión o afiliación sindical no pueden ser tratados ni almacenados en un fichero a no ser que el propio interesado dé su consentimiento expreso y por escrito.

Los datos que se refieren al origen racial, la salud o la vida sexual sólo podrán ser recogidos, tratados y cedidos si el afectado lo consiente de manera expresa o si así lo dispone una Ley.

Estos datos sensibles pueden ser tratados también si son necesarios para cualquier tipo de tratamiento médico, siempre y cuando lo haga un profesional sanitario y éste guarde el deber del secreto. También será posible cuando sea necesario para salvaguardar el interés vital de alguna persona.

Registro de Morosos

También son conocidos los ficheros en los que se trata el cumplimiento o incumplimiento de las obligaciones dinerarias, conocido popularmente como los registros de morosos. Para este tipo de ficheros, la ley establece que para que se puedan incluir los datos de carácter personal de un individuo, es imprescindible que exista una deuda cierta, vencida y exigible que haya resultado impagada y después de que se le haya requerido al responsable el pago de la deuda por el acreedor.

Es decir, tiene que haber una información contrastada antes de un incluir a una persona en un fichero de este tipo, además, si la deuda es saldada se deberá proceder a borrar a esa persona del fichero.

En cuanto a los datos que se incluyen en los ficheros de morosos, sólo se pueden tratar los que son determinantes para enjuiciar la solvencia económica del ciudadano y en caso de que sean negativos no podrán ser más de seis años. Además, en estos casos el ciudadano tiene derecho a solicitar al responsable del fichero que le comunique los datos, así como las evaluaciones y apreciaciones que se hayan comunicado durante los últimos seis meses a otras personas o entidades y el nombre y dirección de estos.

En todo caso, a la hora de incluir a una persona en un fichero de morosos es obligatorio notificarle que se va a hacer y qué datos se van a incluir.

SERVICIO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO

Sagasta nº 22. 28004 Madrid
Tlf: 901 100 099 | Fax: 91 445 56 99

www.agdp.es
Correo-e: ciudadano@agpd.es

¿Qué modelo de vida queremos para los jóvenes?

Antonio Tejerina Martínez. Presidente del Consejo de la Juventud de Aragón



Como todo el mundo sabe, el joven es un fiel reflejo de la sociedad en la que vive. El adolescente está en un continuo proceso de aprendizaje social y trata de asimilar todo lo que ve en su entorno para ser capaz de ir creando su propia imagen. No descubrimos nada al mencionar que todo lo que nos rodea está lleno de imagen visual, superficialidad, estereotipos... por lo que al preguntarnos sobre el modelo de vida que queremos para nuestros jóvenes tendríamos que plantearnos cuál es el modelo de vida que queremos para nuestra sociedad.

Anteriormente, en las Aulas de Consumo que celebra la Dirección General de Consumo del Gobierno de Aragón, se ha hablado de la influencia que ejercen los medios de comunicación, de los personajes de moda, de la imagen que se "vende" del cuerpo...pero siempre de una forma personalista, individualizada. Cuando hablamos de jóvenes, este concepto se ve ampliado por el concepto de grupo. Uno de los mayores miedos del joven es el sentirse excluido, el sentirse rechazado y no encajar en las reglas que la sociedad nos propone, por lo que la presión grupal es una influencia a la

que es imposible rendirse. La sociedad propone y el grupo impone.

Si hablamos de jóvenes, hay que resaltar brevemente algunas de las características de nuestra juventud. En primer lugar, saber que un cuarto de la población española tiene edades comprendidas entre los 14 y los 29 años. En Aragón lo extrapolamos a un 20%. Mayoritariamente viven en casa de sus padres y suelen estar en un período de formación. Por lo tanto no se tiene independencia económica. No para acceder a una vivienda e independizarse pero sí para los gastos personales, es decir, ropa, viajes, coches, gimnasios, ocio... Otra de las características que posee la juventud es la poca perspectiva que tienen del riesgo, además de los cambios vertiginosos que se están produciendo en la sociedad actual, que pueden llegar a confundir.

Los jóvenes son personas tolerantes, que respetan cualquier tipo de ideología política o religiosa, orientación sexual, raza, etnia... pero se nos invita a pasar de la tolerancia al pasotismo. Los jóvenes son personas solidarias, que suelen luchar conjuntamente por cualquier tipo de desigualdad social, pero se

¿Qué modelo de vida queremos para los jóvenes?

nos invita a la independencia. Los jóvenes valoran el dinero, pero son conscientes de los problemas de la globalización y del desequilibrio norte-sur, pero se nos invita al consumismo. La juventud pasa de disfrutar del tiempo practicando deporte en un entorno natural a practicar el botellón.

Frente a esta situación, ¿qué está pasando con las familias? ¿Están siendo el modelo o espejo en el que el o la joven se miran para ver su modelo de vida o por el contrario son un grupo inconexo de personas que han dejado de tener un proyecto común para ser la suma de unos proyectos individuales? ¿Es el espacio en el que se tiene que educar, (que no enseñar), o dejamos este apartado también para los centros educativos? ¿Nos sentimos culpables por no tener tiempo que dedicar a nuestros hijos y por ello consentimos lo que nos piden?

¿Realmente estamos escuchando la voz de los jóvenes, o hay que ser joven para poder oírlos? ¿Conocemos las realidades de los jóvenes o tratamos de imponer aquellas que vivimos en nuestra juventud y no somos conscientes de los cambios sociales que se han acontecido?

¿Damos algún modelo de referencia? ¿Pasamos de Gandhi a Beckham, de Teresa de Calcuta a Sharapova? ¿Sabemos qué modelo de vida ofertamos a nuestros jóvenes?

Los jóvenes deben ser protagonistas activos de su propio proceso. La educación entre iguales es un método eficaz ya que en él, los jóvenes que realizan intervenciones (mediadores juveniles) no sólo conocen realmente los deseos, modelos, necesidades y carencias del resto de la población juvenil, sino que las comparten y utilizan su mismo lenguaje. Se establece una relación que no es piramidal, favoreciendo de esta forma la receptividad del mensaje. Este mediador se convierte en un referente real, tangible y cercano. Hay que enseñar a ser crítico y a ser capaz de tomar sus propias decisiones con una perspectiva y planificación.

Ante este panorama, uno piensa que la juventud tiene una crisis de valores, que no sabe hacia donde va, o que se dirige a lo que la sociedad le presenta. Pero esto no es del todo cierto. El joven tiene su propio modelo caracterizado por una serie de valores loables, y no sólo los tiene, sino que es capaz de ordenarlos por importancia, tal y como nos demuestra un estudio del INJUVE realizado por Andrés Canteras Murillo. Por orden de valoración:



Tolerancia-Respeto; Honradez; Responsabilidad; Lealtad; Sencillez y Humildad; Dominio de sí mismo; Sensibilidad; Sentido de la justicia; Generosidad; Independencia; Imaginación; Disposición de trabajar duro; Perseverancia; Competitividad...



Alto cumplimiento de la normativa sobre etiquetado de los productos rebajados

La Dirección General de Consumo ha constatado que los establecimientos comerciales, especialmente los dedicados a la venta de productos textiles y de calzado, cumplen mayoritariamente la normativa de doble etiquetado en el periodo de rebajas, de modo que el consumidor pueda comparar el precio original y el rebajado.

Los servicios de inspección de la Dirección General de Consumo hicieron en diciembre un muestreo de 12.221 artículos en 272 establecimientos. De ellos, 5.587 pertenecían al sector textil, donde el estudio arrojó un porcentaje de cumplimiento del 82'4%. Mayor aún es la proporción en la venta de calzado donde, de los 3.895 artículos comprobados, 3.479 cumplían la normativa sobre doble etiquetado; es decir, el 89'3%.

Control de mercado detecta numerosas irregularidades en las tiendas multiprecio

Una campaña de control de mercado ha constatado la existencia de irregularidades en 93 de las 112 tiendas multiprecio inspeccionadas en las tres provincias aragonesas (12 en Huesca, 16 en Teruel y 84 en Zaragoza), lo que ha conllevado la apertura de otros tantos expedientes a estos establecimientos y la retirada de esta red comercial de 1.900 unidades de artículos de juguetería, puericultura y material eléctrico que incumplían la normativa de etiquetado.

La campaña permitió comprobar los requisitos generales de los establecimientos (como cumplimiento de horarios, la correcta emisión de facturas, recibos y justificantes, la exposición de precios de venta al público y la posible existencia de cláusulas abusivas), y el control de los requisitos exigibles en materia de etiquetado en tres grandes grupos de productos: juguetes, artículos de puericultura y material eléctrico. Según informó la Dirección General de Consumo, las deficiencias más frecuentes son irregularidades en la facturación (83%), en la emisión de recibos y justificantes (63%) y el incumplimiento de los horarios (30%).



El proyecto de ley de mejora de la protección de consumidores se tramita ya en el Congreso de los Diputados

El Consejo de Ministros dio el visto bueno el 24 de marzo al proyecto de Ley de Mejora de la Protección de los Consumidores y Usuarios. El texto, que inicia así su tramitación parlamentaria, podría quedar definitivamente aprobado en la primavera de 2007.

Entre las principales novedades que pretende introducir esta norma figuran medidas para hacer frente a los abusos que se producen en los procedimientos de alta y de baja de algunos servicios, los redondeos al alza en telefonía y aparcamientos, en la compra de vivienda y la presencia en los contratos de cláusulas abusivas como pactar la sumisión previa a cualquier arbitraje, imponer trámites innecesarios, el abono de gastos desproporcionados o el cobro de la información contractual obligatoria.

Máxima participación en los actos del día del consumidor en todo Aragón

Desde 1983 se celebra cada 15 de marzo el Día Mundial de los Derechos del Consumidor, en recuerdo del presidente de los Estados Unidos, John F. Kennedy quien puso las bases, ante el Congreso de su nación, de lo que iban a constituir los derechos de los consumidores.

El apoyo del Gobierno de Aragón en materia de consumo se traduce en el más del medio millón de euros destinado en este ejercicio a las actividades, iniciativas e inversiones de las asociaciones de consumidores y usuarios de Aragón, que es el reflejo de la activa presencia de estas organizaciones en la sociedad aragonesa y prueba inequívoca de la posibilidad del trabajo en común desde la pluralidad asociativa.

Con gran participación de público se celebró el 15 de marzo el Día Mundial de los Derechos del Consumidor, a través de distintos actos en el Paseo de la Independencia de Zaragoza, con la instalación de casetas informativas de las asociaciones de consumidores y usuarios aragonesas: AICAR, ARACO, ASCOMAEX, CESARAUGUSTA, EDEFARAGON, FACU, IMPOEBRO, INFORMACU, PUERTA SANCHO, SAN JORGE, TORRE-RAMONA y UCA-UCE; así como las casetas institucionales de la Dirección General de Consumo y de la Oficina Municipal de Información al Consumidor del Ayuntamiento de Zaragoza. Por su parte, las asociaciones de FEACCU-HUESCA y ALTOARAGÓN en Huesca y SANTA MARÍA en Teruel, celebraron este día con diferentes actos formativos e informativos.



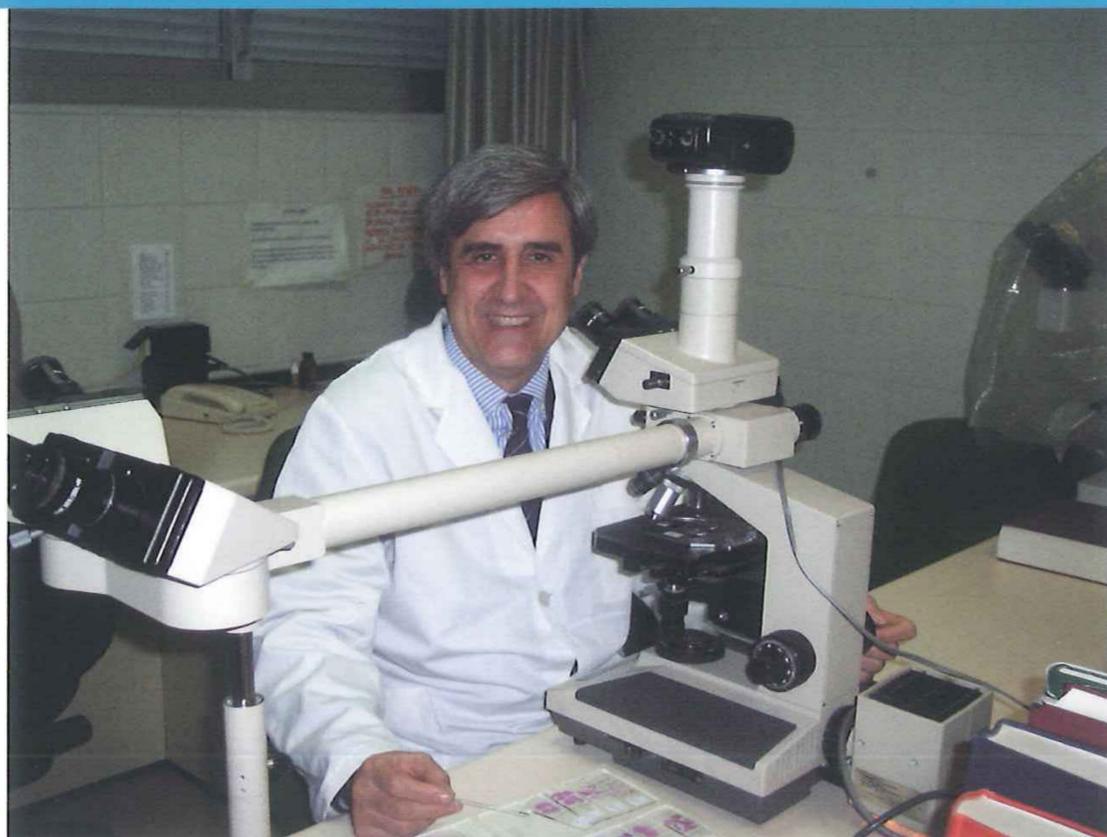
En otoño se reanuda la tramitación del proyecto de ley de protección de los consumidores de Aragón

La ponencia de la Comisión de Sanidad de las Cortes de Aragón retomará después del verano la tramitación del Proyecto de Ley de Protección de los Consumidores de Aragón, al que se han presentado 164 enmiendas. De ellas, 14 pertenecen al PSOE, 41 al PP, 51 son de CHA, 17 del PAR y 41 de IU. Colectivos susceptibles de especial protección, el mercado inmobiliario, o los servicios bancarios, de seguros e inversiones son los grandes temas sobre los que versan estas iniciativas de mejora del texto.

La seguridad de los alimentos.

Entrevista a Juan José Badiola:

presidente de la Agencia Aragonesa de Seguridad Alimentaria



“Desde el campo a la mesa”. Es la máxima que reza en el Libro Blanco elaborado por la Unión Europea en materia de seguridad alimentaria. En esa sencilla frase se resume un complejo sistema normativo, de inspección y de investigación, que permite que los ciudadanos puedan consumir todo tipo de productos con un riesgo mínimo para su salud. Para estudiar el riesgo que puede existir en los alimentos que se consumen en nuestra Comunidad se creó la Agencia Aragonesa de Seguridad Alimentaria, que está presidida por uno de los mayores expertos a nivel nacional en esta materia: Juan José Badiola.

Pregunta.- “Desde el campo a la mesa”. Son muchos los procesos por los que pasa un alimento en este recorrido...

R.- Son muchos procesos porque la cadena alimentaria es muy sensible, y hay que proporcionar una seguridad máxima del producto desde que nace o se cría hasta que llega a la mesa del consumidor, una cadena compuesta por muchos eslabones, cada vez más, ya que la sociedad demanda productos cada vez más elaborados.

P.- Más elaborados y más cómodos para el consumo...

R.- En la actualidad cuando acudimos al supermercado podemos observar una gran cantidad de alimentos elaborados cada vez más especializados. Un ejemplo claro lo tenemos en los productos lácteos, que contienen soja, calcio, ayudan a regular el colesterol... Vivimos inmersos en el mundo de los alimentos funcionales. Estamos llegando a un punto que el consumidor exige más allá del alimento seguro, quiere que el alimento actúe como un medicamento, lo que se denomina como “alicamentos”. El mundo alimentario es cada vez más complejo.

P.- Y por eso nos preguntamos ¿qué garantías tienen estos alimentos?

R.- Por supuesto, y también ¿qué efecto pueden tener para nuestra salud los conservantes, antioxidantes o los transgénicos? ¿Por qué productos como la leche se convierten en suplementos nutricionales cargados de calcio, vitaminas, aminoácidos...? ¿Qué queda en ellos de la leche? La realidad es que el mundo de la alimentación se ha visto favorecido por la incorporación de las nuevas tecnologías, pero al mismo tiempo ha ganado en complejidad. Y cuanto más compleja es la cadena de elaboración de un alimento, más intensivos han de ser los controles de seguridad y sanidad.

P.- Y ahí es donde entra en funcionamiento la Agencia Aragonesa de Seguridad Alimentaria...

R.- La Agencia se encarga de realizar informes que evalúen todo tipo de riesgos alimentarios, como por ejemplo, la presencia del parásito anisakis en el pescado, sus consecuencias; los alimentos transgénicos; los riesgos químicos, el uso de peróxido de hidrógeno en la conservación de distintos alimentos; o qué riesgo tiene la gripe aviar a nivel alimentario.

P.- De nuevo la población mundial se ve afectada por una amenaza que tiene un origen animal, la gripe aviar.

R.- Efectivamente, si hace pocos años fueron las “vacas locas” (una enfermedad que se sigue estudiando y de la que siguen apareciendo nuevos casos en animales) ahora se trata de la gripe aviar, aunque en este caso no se trata de un riesgo alimentario. Al margen de estas dos enfermedades, son muy diversos los virus, bacterias y agentes patógenos que pueden afectar a las personas, y que llegan hasta nosotros a través de los alimentos. Para evitar que esto ocurra y para garantizar la seguridad de los productos que llegan a nuestra mesa se realizan controles e inspecciones rigurosas que permiten garantizar que los alimentos se elaboran en óptimas condiciones.

P.- La población se ha alarmado con la gripe aviar, pero los especialistas veterinarios hace años que conocían su posible extensión por Asia.

R.- Los riesgos de la gripe aviar se conocen hace mucho tiempo, se sabe que a lo largo de la historia del hombre han sido muy patógenos. Hubo tres pandemias desde el siglo XVI que fueron muy mortíferas. Pero en tiempos más recientes también se han localizado casos, como en el año 2003.

P.- ¿La alarma lanzada por la Organización Mundial de la Salud ha llegado tarde?

R.- La OMS tiene obligación de avisar a todos los países del mundo para que tomen medidas ante un riesgo determinado. La gripe aviar se inició en 2003 en China, Vietnam, Indonesia... y la situación se descontroló, y sigue siendo incontrolable. El riesgo está en que cuantos más virus haya circulando más probabilidades hay de que se produzcan mutaciones que permitan que la enfermedad se transmita entre humanos. En el momento que se contagie entre personas la crisis adquirirá dimensiones internacionales, ya que un ser humano puede viajar por todo el mundo.

P.- ¿En qué fase estamos?

R.- Hasta ahora los casos se han producido por un contacto estrecho con animales enfermos. Actualmente nos encontramos en el nivel 3 de la pandemia, en el que se producen casos aislados. En el caso de que se produzca la mutación, el salto definitivo al hombre, la clave está en detectarlo de forma rápida, para comenzar inmediatamente a fabricar las vacunas.

P.- Una cosa es la vacuna y otra los antivirales.

R.- La vacuna se realizará cuando se conozca el virus. El antiviral es un fármaco que previene los contagios y parece que atenúa los síntomas y las lesiones. Aparentemente funciona bien, aunque no es la panacea. Se sabe que este tipo de pandemias ocurren en oleadas. La primera oleada es la que debe tratarse a través de los antivirales; entretanto se estudian las características del virus y hay que comenzar a fabricar la vacuna cuanto antes para empezar a inmunizar al resto de la población. Las vacunas son imprescindibles para la segunda oleada, que es la más mortífera y que se puede producir dos o tres meses más tarde.

P.- No es la primera gripe aviar que afecta al hombre.

R.- Ha habido varias pandemias de gripe en el siglo XX, como la gripe Española de 1918, que dejó más de 50 millones de muertos. Fue un virus aviar puro que se adaptó directamente a la especie humana. O la gripe de 1957, que también fue asiática...

P.- ¿Cuál es el procedimiento a seguir en caso de detectar un foco?

R.- Una vez que se detecta un foco se aísla y se sacrifica a todas las aves. En Rumania se ha conseguido controlar un foco, aunque haya

sido necesaria la intervención de los servicios de seguridad e incluso del ejército. Por el momento todos los humedales españoles están controlados y no se crían aves al aire libre en esos entornos.

P.- ¿Se mantiene el riesgo de gripe aviar en España?

R.- El riesgo existe porque las corrientes migratorias pasan por la península, al igual que otras corrientes migratorias pasan por Italia, Egipto e Israel. De ahí que hayan aparecido focos en estos países.

Ahora es la gripe aviar, pero hace unos años fue el "mal de las vacas locas", del que todavía se siguen registrando casos.

No hay que bajar la guardia nunca. En 2005 han aparecido cerca de 100 casos en animales. No se puede dar nunca por cerrado un riesgo.

P.- Una enfermedad provocada por un prión. Pero ¿qué es un prión?

R.- Es el agente patógeno más reciente. Es una proteína que no tiene ácidos nucleicos, es capaz de infectar y es extraordinariamente resistente (soporta 600 grados de temperatura, los rayos ultravioletas, radiaciones ionizantes, desinfectantes...) y que cuando infecta a un individuo, tras un período de incubación que puede durar 10 años, produce una enfermedad neurodegenerativa que va destruyendo las neuronas hasta conducir a la muerte del individuo.

P.- Pronto contarán con un nuevo centro de estudio de esta enfermedad...

R.- Será el mejor centro de España en investigación priónica. Estará listo a finales de este año. En él podremos seguir investigando en mejores condiciones y seguir informando a la población de cuanto acontece en el mundo animal.

P.- ¿Qué mensaje enviaría a los consumidores aragoneses?

R.- Que lo mejor para combatir estas enfermedades es estar informado y tener la guardia bien alta, estimulando a los políticos para que se den cuenta de lo que importa la seguridad alimentaria. Que no suceda lo mismo que ocurrió con el caso de las vacas locas, pues cuando Inglaterra ya sabía que el mal estaba en los piensos los prohibieron en su país pero los siguieron exportando al resto de Europa.

Máximo control al mercado inmobiliario aragonés

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



Uno de los sectores económicos más cambiantes y pujantes en nuestra comunidad es el mercado inmobiliario. Aragón ocupa el quinto lugar nacional en materia de vivienda, algo que hace más necesario que nunca el control sobre este tipo de actividad económica, para garantizar todos los derechos del consumidor aragonés que accede a una vivienda. Ésta es una de las tareas de la Inspección de Consumo de la Comunidad Autónoma, desde donde se realizan distintas campañas de control y donde se recogen las denuncias detectadas por los consumidores o por la propia Administración.

En un alto porcentaje de casos la vivienda se vende sobre plano, antes de la construcción, y el comprador tiene que determinar las características de la misma basándose en la publicidad y documentación aportada por la promotora o constructora. Posteriormente, cuando las viviendas son entregadas, los adquirentes quedan en un buen número de casos absolutamente insatisfechos con la vivienda, puesto que la idea que tenían de la misma no coincide con lo recibido.

Problemas más frecuentes con los que se encuentra el consumidor

Cláusulas abusivas: poder discrecional del vendedor, obligación de subrogación en determinado préstamo hipotecario...

- Incumplimiento del contrato: en el plazo de entrega, metros de la vivienda, amplitud y accesibilidad del garaje, situación del trastero...
- Falta de aval de las cantidades entregadas a cuenta para el buen fin..
- Cargar a la parte compradora pagos que corresponden al vendedor: plusvalía, boletines de las instalaciones de electricidad, gas...
- No entregar a la firma de la escritura documentos obligatorios: planos de situación y de la vivienda (incorporando el trazado de las redes eléctrica, de agua, gas y calefacción); memoria de calidades de los materiales empleados en la construcción; seguro decenal...

- Asumir el comprador una serie de gastos por cancelación de hipoteca, en el caso de elegir otra entidad bancaria o desear pagar al contado.
- Entregar las llaves de la vivienda sin que esté totalmente terminada.
- Defectos "de acabado", cuyo plazo de reclamación es de un año.
- Problemas "de habitabilidad", con un plazo de reclamación de tres años.
- Defectos "de estructura", cuya responsabilidad se extiende hasta los diez años.

La Dirección General de Consumo, a través de su Servicio de Disciplina de Mercado, ha iniciado una campaña de control para proteger los derechos de los consumidores que han firmado contratos de compraventa de vivienda.

Precauciones al adquirir una vivienda

Pilar Alfaro Santafé. Administrador Superior.

La adquisición de una vivienda es, probablemente, la compra más importante de nuestra vida, a la que destinamos un mayor porcentaje de recursos económicos; por ello, antes de formalizar el contrato, es conveniente que tengamos presente una serie de aspectos:

Antes de comprar nuestra vivienda el vendedor ha de proporcionarnos, entre otras cuestiones, la siguiente información:

- Identificación del vendedor.
- Plano general de emplazamiento de la vivienda, descripción y trazado de las redes de electricidad, agua, gas y calefacción.
- Descripción de la vivienda con expresión de su superficie útil, así como los materiales empleados.
- Datos identificadores de la inscripción en el Registro de la Propiedad o expresión de no hallarse inscrito en el mismo.
- Precio total de la vivienda, así como forma de pago.

Una vez que ya hemos elegido la que será nuestra futura vivienda, y antes de firmar el contrato, comprobemos que:

- La ley obliga al promotor a otorgar un aval bancario o un contrato de seguro para garantizar la devolución de las cantidades adelantadas por los compradores.
- Podemos concertar la hipoteca que mejores condiciones nos ofrezca. No estamos obligados a contratar la hipoteca del promotor, ni a pagar los gastos de cancelación de la misma.
- El pago de la plusvalía corresponde al vendedor.
- El comprador tiene derecho a la elección del notario.
- Por lo que respecta a las escrituras, los gastos de otorgamiento los paga el vendedor y los de primera copia el comprador.



Teléfono gratuito de atención al consumidor:

900 12 13 14

La radio y la televisión de los aragoneses

Redacción.



El pasado mes de diciembre comenzaron las primeras emisiones de Aragón Televisión. Tras casi 20 años de espera, (la Ley de Cortes de Aragón 8/1987 creó la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión) la televisión autonómica aragonesa se convertía en una realidad. Después de las emisiones en pruebas llegó la primera emisión en directo, el pasado 25 de febrero, con la retransmisión de un partido de fútbol, y semana a semana la programación se ha completado hasta cubrir las 24 horas del día.



La radio y la televisión de los aragoneses

Los servicios de radio y televisión autonómicas están integrados en la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión. Su director general, Jesús López Cabeza, siempre ha manifestado que la finalidad de estos medios es "promover una información veraz, el pluralismo político, la participación ciudadana, el fomento de los valores de la tolerancia, el diálogo y el enriquecimiento cultural. Para desarrollar estas funciones se crea una radio y televisión pública multicanal, garante del interés general que potencie la identidad colectiva de Aragón con el compromiso de abordar la actualidad y sus contenidos de una manera cercana, plural, abierta, positiva y transparente."

Los presupuestos de la Corporación para 2006 ascienden a 49,2 millones de euros. Esta cifra incluye las inversiones destinadas a la digitalización del Centro de Producción del Actur, unas instalaciones que se habían quedado obsoletas. La financiación pública de la televisión y de la radio aragonesas también se ve reforzada por los fondos obtenidos a través de la publicidad, que representará en torno al 10% de las necesidades económicas del proyecto. Para López Cabeza "disponer de una doble financiación, a través del presupuesto establecido por la Comunidad Autónoma y por el recurso publicitario, nos obliga a optimizar este hecho sin condicionar ni saturar la programación con publicidad."

El pasado diciembre la cobertura de la televisión era del 94,5% de la población de la comunidad, y se espera que a lo largo de este año se pueda alcanzar el 97,4%

Aragón Radio

La primera en ponerse en marcha fue la radio autonómica: Aragón Radio. Desde octubre de 2005, en que comenzaron sus emisiones, ha ido completando una programación en la que se compaginan la información, los magazines, los deportes y la radiofórmula. Pese a este corto período de tiempo el balance que hace la directora de Aragón Radio, Rosa Pellicero es muy positivo. "En el equipo de la Radio Autonómica de Aragón trabajamos con muchísima ilusión, con un gran sentido de la responsabilidad, dada la importancia de este proyecto para nuestra Comunidad, y no escatimamos esfuerzos para estar al servicio de los aragoneses. Nuestros objetivos son hacer una radio de proximidad y de calidad, una radio hecha allí donde está lo que interesa a los ciudadanos con, no lo olvidemos, 24 horas de radio aragonesa. Ese es nuestro valor añadido."

Aragón Televisión

La televisión aragonesa cuenta con una parrilla muy diversa, en la que caben todos los géneros y para todos los públicos. Los servicios informativos comienzan desde primera hora de la mañana, para tomar el pulso de la actualidad con la que despierta nuestra comunidad a través de "Buenos días Aragón". Siguen los servicios informativos, tanto al mediodía como por la noche, y en la edición de madrugada. Y por la tarde, las noticias en directo en "Aragón en Abierto".

La información deportiva tiene un significado especial para la cadena. El fútbol se vive de pleno los fines de semana con tres programas "Directo Fútbol", "Fútbol" y "La Jornada". Por supuesto, no falta la programación infantil con "Zagales". Un dragón, un león, una rebeca y un dinosaurio que viven en Aragón y hacen las delicias de los más pequeños. La programación se completa con cine y series de todos los géneros, una de ellas, "3 eran 3" de producción aragonesa. Además, la noche de los jueves es la noche de "¡Vaya comunidad!", un magazín de entrevistas, humor y espectáculo. Para los amantes de la cultura: "Borradores", novedosa forma de conocer la producción artística aragonesa, y "Bobinas", programa dedicado al mundo audiovisual de nuestra comunidad. Completa la oferta "Clic", una ventana cultural alternativa para los más jóvenes. Los personajes populares tienen su lugar en el programa de entrevistas "Reservado" y en la crónica social que ofrece "Bulevar".

Nuevo récord de los servicios de atención al consumidor

Los aragoneses cursaron 108.000 solicitudes en defensa de sus intereses

Dirección General de Consumo. Memoria de 2005

Las líneas estratégicas de la Dirección General de Consumo fueron el afianzamiento de la red de consumo, la coordinación institucional, la defensa del consumidor, el control de mercado, la interlocución social, la información y la formación.

Los aragoneses recurren cada vez más a los Servicios de Atención al Consumidor, sobre todo para solicitar información, pero también, cada vez más, para defender sus derechos; en especial en tres grandes áreas bien conocidas: las telecomunicaciones, la vivienda y los bancos, cajas de ahorro y seguros. Así lo refleja la Memoria de Consumo de 2005 en Aragón.

En conjunto, el pasado año se consignaron cerca de 108.000 peticiones en este ámbito - un 8% más que en 2004-, de las que la mayoría, el 68,7%, fueron consultas. Las reclamaciones ocuparon el segundo lugar, con el 17,91, en tanto que las quejas se quedaron en el 10,8% y las denuncias sólo supusieron el 2,3% del total. Por sectores, las telecomunicaciones, donde se incluyen telefonía fija, móvil e Internet, supusieron, con 18.279 consultas, el 16,94 de todas las demandas, seguidas de cerca por la vivienda, con 17.372 llamadas, y del sector bancario, que alcanzó el 15,5%.

La progresiva expansión de esos tres grandes bloques de solicitudes de información y de presentación de quejas, no ha pasado desapercibida para los responsables de la Dirección General de Consumo, quienes han establecido también tres líneas concretas de trabajo por medio de convenios con la Unión de Consumidores de Aragón, para centrar y especializar la información en materia de vivienda; otro con la Asociación de Consumidores de Torrerramona, enfocado directamente hacia el sector de las telecomunicaciones, y un tercero con la Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros de Aragón, cuyo objetivo es informar sobre servicios bancarios y de inversión.

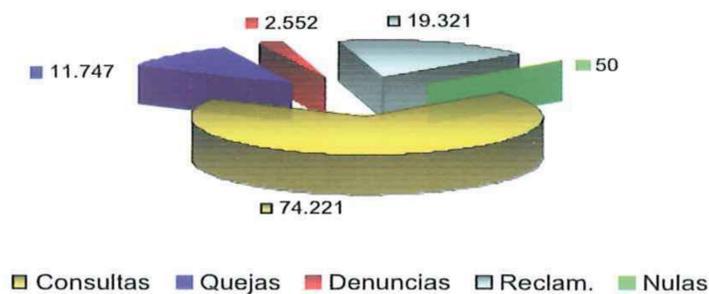
Dentro de estos campos, los problemas más repetidos son las dificultades para darse de alta o de baja en un servicio, la falta de conformidad con la factura y los problemas de portabilidad en el caso de las telecomunicaciones; en el caso de los contratos de compra o el alquiler de vivienda los quebraderos de cabeza para el consumidor se derivan del cobro de plusvalías, la ausencia de aval o de seguro que garantice la devolución de las cantidades entregadas a cuenta y los defectos de edificabilidad y habitabilidad; y, en cuanto a los servicios bancarios, la falta de entrega de contrato y el cobro de comisiones.

Según los datos de la Memoria de Consumo, el arbitraje sigue revelándose como un cauce muy apropiado y cada vez más aceptado por los consumidores a la hora de resolver las discrepancias con comerciantes y empresas de servicios. En 2005, el número de reclamaciones en esta vía extrajudicial fueron 1.782, lo que significó un crecimiento del 50% con respecto al año anterior. Aquí también, el protagonismo lo han acaparado las quejas por los servicios de telecomunicaciones (66%). La práctica totalidad de las compañías que trabajan en la Comunidad Autónoma de Aragón están adheridas al Sistema Arbitral de Consumo, así que sin acudir a los tribunales, en cuatro meses y de forma gratuita se pueden solucionar los problemas. El año pasado se le dio la razón al consumidor en el 89% de los casos. De los 1.103 expedientes resueltos, en 488 se pudo decidir el conflicto por mediación.

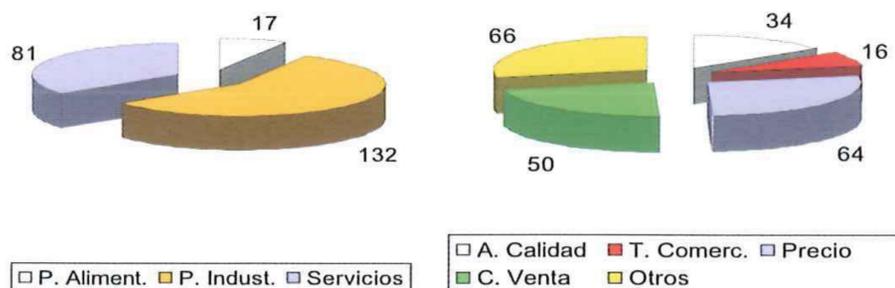
En cuanto a la Red de Alertas, el crecimiento de casos ha sido muy significativo, principalmente en los productos procedentes de la Unión Europea, donde se ha pasado de 420 en

Nuevo récord de los servicios de atención al consumidor

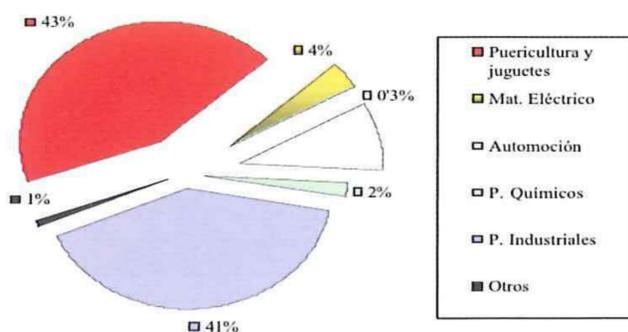
Atención del Consumidor, 2005



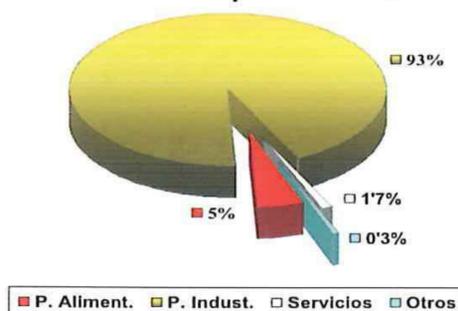
Expedientes Incoados, 2005



Red de Alertas CC.AA., 2005



Actividad Inspectora, 2005



2004 a 807 en 2005. Este aumento se debe, principalmente, a la ampliación de la Unión, que ha pasado de 15 a 25 estados, y muchos de los nuevos países tienen un grado de seguridad menor que otros, como Francia o Alemania, más desarrollados en este campo.

A lo largo del pasado año, la Dirección General de Consumo completó la red de OMIC en los municipios de más de 5.000 habitantes, se incorporó la OMIC de La Almunia y la OCIC de la Comarca de Los Monegros, además de

firmarse un convenio con la Federación Aragonesa de Municipios, Comarcas y Provincias, cuya finalidad es apoyar y dar servicio en la defensa de los consumidores que residen en las comarcas con menor densidad de población.

El presupuesto asignado a la Dirección General de Consumo creció un 10'7% respecto al de 2004. El presupuesto de 2006 es de 3'1 millones de euros, un 9'4% más que en 2005.

Un equipo de escolares zaragozanos obtiene uno de los premios nacionales del concurso CONSUMÓPOLIS



El certamen, convocado por el Instituto Nacional de Consumo, con la colaboración de la Dirección General de Consumo del Gobierno de Aragón tiene como finalidad promover entre los más jóvenes el consumo responsable.

Adrián Moreno, Jorge Martínez, Morir Talagud, Óscar Sánchez y Víctor García, forman el equipo del IES Ramón y Cajal, de Zaragoza, que recibió en Madrid el premio nacional del certamen escolar "Consumópolis" del presente curso. Como recompensa a su buen trabajo recibieron un ordenador portátil y el centro escolar obtuvo un premio en metálico de 2.000 euros.

Este concurso, con una fase autonómica inma tiene como finalidad sensibilizar a los escolares de la importancia que tienen sus decisiones en la adquisición de bienes y en la utilización de servicios. Además, se pretende fomentar la participación del profesorado y del alumnado de los centros educativos en actividades relacionadas con la Educación del Consumidor.

El concurso tenía dos fases. Una primera, en conexión a Internet, en la que debían resolver una serie de pruebas de carácter lúdico y pedagógico relacionadas con actividades cotidianas. La segunda consistía en la elaboración de un juego de mesa relacionado con el consumo responsable. Los alumnos del IES Ramón y Cajal diseñaron un juego llamado "Consumopatía" para aprender a comprar de forma responsable en las distintas secciones de un supermercado.

Los objetivos del juego son diferenciar artículos necesarios y prescindibles, comprender que no compra mejor quien termina antes o gasta más, sino quien le saca mayor rendimiento a su dinero; aprender a comprar sin gastar dinero en cosas innecesarias o más caras que en otras de igual calidad o utilidad; tener en cuenta aspectos como la fecha de caducidad en productos perecederos o la información del etiquetado en la ropa, y reconocer que las marcas hacen pagar su publicidad y que se pueden conseguir artículos semejantes, sin marca publicitaria por menos dinero.

Con el concurso escolar "Consumópolis" se enseña la aplicación de pautas para llegar a ser consumidores conscientes, solidarios y responsables en temas de economía doméstica, seguridad, calidad, alimentación, eficiencia energética y, en general, en un consumo reflexivo, saludable y crítico que respete al entorno medioambiental y social.

El concurso tiene tres niveles de participación: tercer ciclo de Enseñanza Primaria, y primer y segundo ciclos de de Enseñanza Secundaria Obligatoria.

Para el curso 2006-2007, está prevista la convocatoria del Concurso Escolar CONSUMNO RESPONSABLE Y CALIDAD DE VIDA "CONSUMÓPOLIS 2".

La Dirección General de Consumo del Gobierno de Aragón, lo comunicará a todos los centros escolares de Aragón.

Para más información:

www.aragon.es/consumo /// Tel.: 976 716 863 - 976 714 792

Enseñando a consumir

Emilio Sáenz Gómez. Técnico de Gestión de Consumo.

La Educación para el Consumo es un proceso permanente que ha de ser una realidad en las aulas de nuestros Centros Educativos, sobre todo ante los cambios de una sociedad cada vez más consumista. El objetivo es que los alumnos salgan de los centros educativos con la mayor preparación posible para convertirse en consumidores responsables.

Desde esta perspectiva, la educación del consumidor debe iniciarse desde los primeros niveles educativos de forma gradual. La Dirección General de Consumo, comprometida con este gran objetivo, ha editado un material didáctico dirigido a escolares de educación infantil y primaria, colaborando así en la dotación de recursos para el profesorado con orientaciones prácticas para su trabajo en el aula.

Este material didáctico está compuesto por 5 cuentos ilustrados, "Cuentos contigo", dirigidos a desarrollar las capacidades sensoriales en relación con el Consumo. Cada uno de los cuentos aborda un tema principal y otros secundarios:

"Ramón se va de compras" (La compra con lista.-Acercar al alumnado al mundo de la compra, la influencia del merchandising y la toma de decisiones acertadas a la hora de comprar)

"El jersey del arco iris" (El vestido y el calzado.-Enseñar la utilización del vestido y calzado en las cuatro estaciones del año, conservación, etiquetado y reutilización del mismo)

"Pepe y la caja mágica" (El juego y el juguete.-Analizar los medios de comunicación y la publicidad a través de los juguetes, criterios de ecoconsumo (reutilización de materiales de desecho)

"La Princesa futbolista" (El dinero y el ahorro.-Conocer la utilización del dinero, comenzar a adiestrarse en su uso racional y el ahorro en el marco de la solidaridad)

"El cumpleaños de Rita" (La alimentación.-Crear hábitos adecuados en la utilización de los enseres domésticos y acercarlo al mundo de la alimentación, cómo celebrar una fiesta de cumpleaños alternativa, valorar ajustadamente la ecología de la vida cotidiana y la diversidad)

Como apoyo para el profesor, cada cuento va acompañado de su correspondiente guía didáctica, que desmenuza los contenidos del mismo. Incluye fichas para realizar juegos y propone actividades muy vinculadas a la vida cotidiana de los alumnos, cuidando los aspectos transversales y formativos. Este material didáctico se completa con 4 modelos de fichas para recortar y componer un rompecabezas con los personajes de los cuentos.

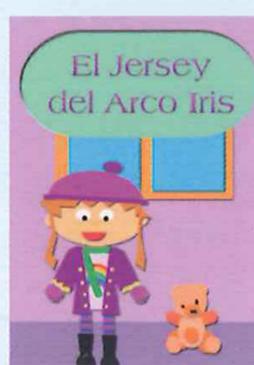
Para información, en los teléfonos 976 716 863 y 976 714 792, Sección de Formación e Información.

La solicitud del material se puede realizar a través de nuestra página web: www.aragon.es/consumo, donde además estará disponible en formato electrónico.

"Visitó muchas tiendas hasta encontrar el mejor balón, el más bonito y el más barato.

Así aprendió que para comprar hay que comparar" (La Princesa futbolista)

"El elefante verde le habla de la Naturaleza y Pepe se compromete a no tirar nunca los papeles al suelo, sino a la papelera" (Pepe y la caja mágica)



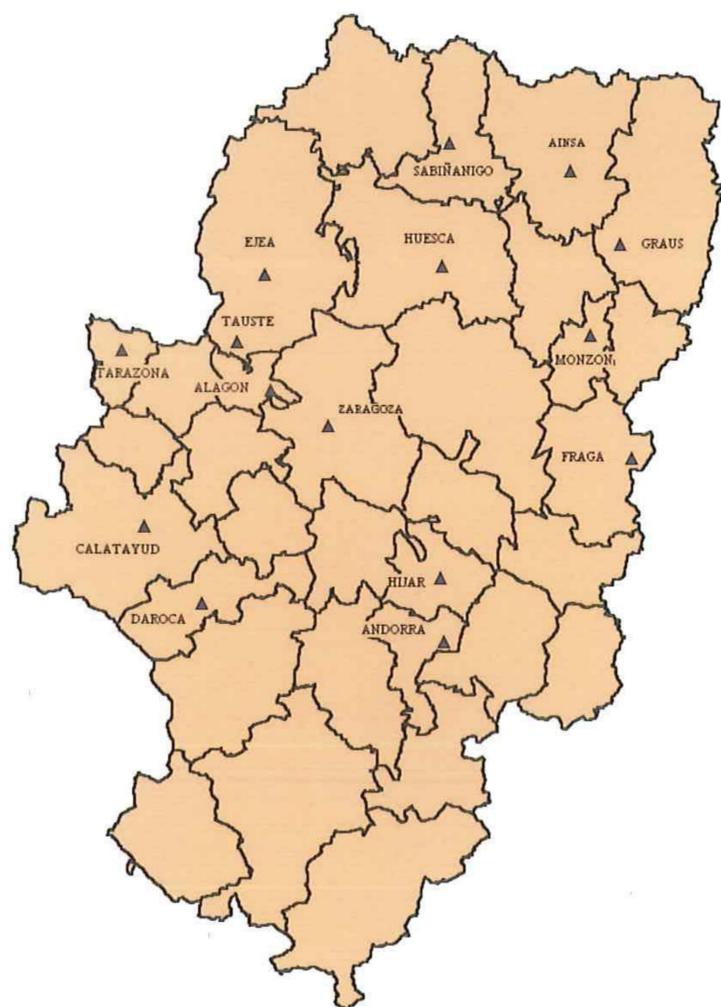
Las Oficinas municipales y comarcales de información al consumidor en Aragón

Francisca Pérez Jiménez, Jefa de Sección de Formación e Información.

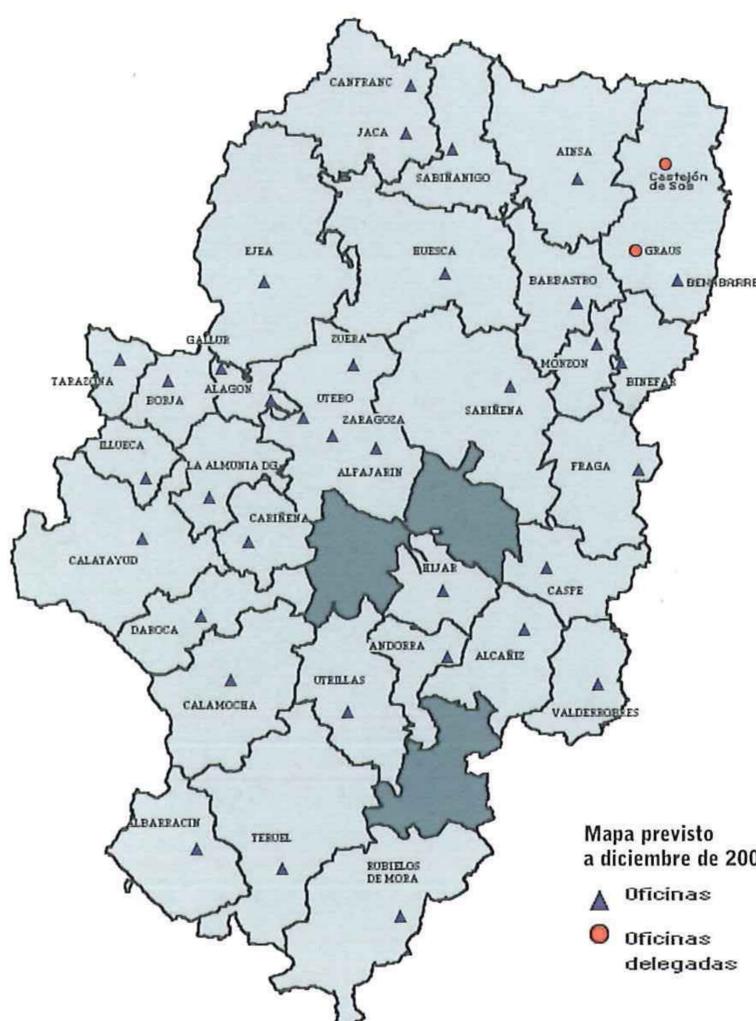
El Estatuto de los Consumidores y Usuarios de la Comunidad Autónoma de Aragón, LEY 8/1997, DE 30 DE OCTUBRE, otorga carta de naturaleza a las oficinas municipales de información al consumidor (OMIC), al determinar en el artículo 25.1 que "con el fin de facilitar a los consumidores y usuarios la información y el asesoramiento precisos para el adecuado ejercicio de sus derechos que esta Ley les reconoce y en general, para atender a la defensa protección de sus legítimos intereses, la Diputación General de Aragón promoverá, fomentará y en su caso, habilitará o apoyará la creación de oficinas y servicios de información al consumidor y usuario, ya sean de titularidad pública, ya dependan de una asociación de consumidores"

Oficinas Comarcales y Municipales de Información al Consumidor

1997



2006



Mapa previsto a diciembre de 2006

▲ Oficinas
● Oficinas delegadas

La Ley 7/1999, de 9 de abril, de Administración Local de Aragón confiere en el capítulo V una serie de competencias a los municipios, y entre ellas (en el artículo 42.2. g), la defensa de los consumidores y usuarios.

Así mismo, la Ley 23/2001, de 26 de diciembre, de Medidas de Comarcalización, en su artículo 4.1 enumera entre las competencias que las comarcas podrán ejercer en su territorio, la "protección de los consumidores", en el punto 14.

Si nos referimos Plan Estratégico de Protección al Consumidor, que establece las bases de las políticas de consumo para el territorio nacional con periodicidad cuatrienal, el correspondiente al periodo 1998-2001", se destacaba el papel fundamental que en campo de la información han cumplido las Oficinas Municipales de Información al Consumidor y recomendaba su potenciación para convertirse en auténticas oficinas técnicas al servicio del consumidor y de sus organizaciones. Esta recomendación se vio ratificada en el último "Plan Estratégico de Protección al Consumidor 2002-2005" al destacar como uno de sus objetivos "Impulsar una mayor implicación de la Entidades Locales en la Política de Consumo" como administración más cercana al ciudadano".

Sin perjuicio de una labor dirigida a todos los ciudadanos en general, la razón de ser de las OMIC y OCIC hay que fijarla en la proximidad a los consumidores y usuarios.

Así pues, y partiendo como fecha de referencia la publicación de nuestro Estatuto del Consumidor y Usuario, analizamos en este artículo cuál ha sido la evolución de estas oficinas en Aragón, desde el inicio de la legislatura actual hasta el mapa previsto al finalizar el presente año 2006.

Así desde el comienzo la legislatura en el año 2003, se han puesto en marcha las siguientes oficinas municipales o comarcales de información al consumidor:

Analizando la situación prevista para el comienzo del año 2007 (ver mapa), quedarían sin oficina de información al consumidor tres comarcas: Maestrazgo en la provincia de Teruel y Campo de Belchite y Ribera Baja del Ebro en la provincia de Zaragoza.

No obstante en estas comarcas se aborda este servicio, a través del Convenio para la atención al consumidor, suscrito entre el Departamento de Salud y Consumo y la Federación Aragonesa de Municipios, Comarcas y Provincias (FAMCP).

Ante el compromiso de lo demandado en el artº 25.1 del Estatuto del Consumidor y Usuario de la Comunidad Autónoma de Aragón, así como en base a los criterios legis-

lativos impulsados desde las Cortes de Aragón, el Gobierno de Aragón está en la línea de completar el mapa comarcal, en el sentido que en cada comarca haya al menos una OMIC u OCIC de referencia.

Francisca Pérez Jiménez, Jefa de Sección de Formación e Información.

La Ley 7/1999, de 9 de abril, de Administración Local de Aragón confiere en el capítulo V una serie de competencias a los municipios, y entre ellas (en el artículo 42.2. g), la defensa de los consumidores y usuarios.



OMIC DEL AYUNTAMIENTO DE LA ALMUNIA DE D^a GODINA (ZARAGOZA)

Abierta a la atención del público desde el 1 de diciembre de 2005, con horario de lunes a viernes de 9,00 a 13,00 horas

Dirección:

C/ López Urraca, nº 7, bajos
Teléfono 976 600 206
Fax 976 812 451
e-mail: consumo.almunia@telefonica.net

Responsable de la oficina:

M^a Lucía Gálvez Cardiel

Los servicios que presta son:

Información al consumidor
Tramitaciones y solicitudes de arbitraje
Tramitación de denuncias.

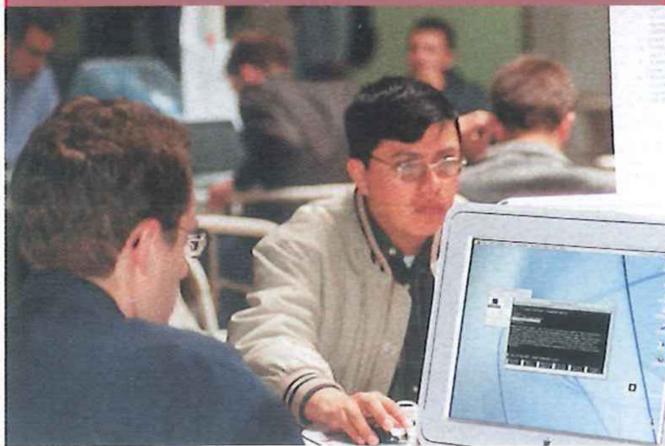
Arbitraje de Consumo

Reclamación a un operador de telecomunicaciones

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

Reclamación

Reclamación a compañía de telecomunicaciones. Pese a que, tras muchas llamadas y gestiones, la compañía devolvió las cuotas de alta por un servicio que no se llegó a prestar, el consumidor reclama, además, por los daños y perjuicios.



En la solicitud de Arbitraje, el consumidor relata una serie de incidencias que tuvo, al realizar un contrato con AUPA COMUNICACIONES. Inicialmente, su hija había contratado acceso a Internet con esta compañía, siendo el reclamante el titular de la línea telefónica y su hija la titular de ese contrato para Internet. Posteriormente, le llamaron de AUPA COMUNICACIONES para ofrecerle un paquete de servicios de teléfono, Internet a 2 megas y televisión por cable, oferta que aceptó el 10 de octubre de 2005. A partir de ahí surgieron los problemas, tanto en la instalación como en el funcionamiento de los servicios. Cuando fueron los operarios a hacer la instalación, iban dispuestos a tender 23 metros de cable a lo largo de la vivienda; el reclamante averiguó que en su domicilio había entrada de cable, por lo que procedía una instalación más sencilla. Tras muchas gestiones y llamadas, máxime porque ya le habían cobrado en el banco 118 euros por los servicios contratados, consiguió que acudieran a hacer la instalación. Al terminar dejaron unos descorchones en las paredes del salón y los operarios rayaron el suelo de parquet al retirar un mueble. El teléfono dejó de funcionar y fue imposible sintonizar los programas de TV. Internet sí funcionó, pero no a la velocidad ofrecida. Por ello el 14 de noviembre decidió pedir la baja de todos los servicios y reclamar

por los daños, por lo que inició una serie de llamadas y envió de cartas, fax y burofax a AUPA COMUNICACIONES. Al no obtener respuesta acudió a la Junta Arbitral de Consumo.

Aporta un informe del perito de su compañía de seguros que valora los daños en la vivienda en 442,65 euros. Y reclama los 118 euros que pagó por servicios que no recibió, más 50 euros por los gastos de gestión de sus reclamaciones. Aporta recibos de cartas certificadas, fotocopias y buro fax.

La compañía AUPA COMUNICACIONES está adherida al Sistema Arbitral de Consumo. En su escrito de contestación a la reclamación alegó: el motivo de la reclamación del usuario tiene como origen las incidencias ocasionadas en la instalación de los servicios contratados. Una vez analizada la reclamación, se comprobó que el 10 de diciembre se procedió al cese del servicio de teléfono y televisión contratado con la compañía y a la activación del servicio de Internet a 1 mega. Se ha procedido a cursar la baja solicitada en todos los servicios, y al abono por transferencia a la cuenta del reclamante de 118 euros como devolución.

Tras la celebración del acto de audiencia, el Colegio Arbitral, por unanimidad, dictó Laudo. El Colegio Arbitral, a la vista de las alegaciones de las partes y de la documentación aportada, acordó ESTIMAR LA RECLAMACIÓN DEL CONSUMIDOR contra AUPA COMUNICACIONES, considerando que los perjuicios reclamados han quedado acreditados con el informe pericial y las facturas aportadas. Por todo ello:

- Procede la devolución de los 118 euros pagados en concepto de alta, sobre la cual, el consumidor reconoció haber recibido transferencia por esta cantidad.
- En compensación por los daños causados en la vivienda y los gastos generados, AUPA COMUNICACIONES abonará mediante transferencia al CONSUMIDOR el total de 492,65 euros.

Con todo ello, quedará resuelta la relación contractual entre las partes, sin que proceda la penalización por la baja anticipada, ya que nunca se produjo efectivamente el alta.

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: Hace un año compré un teléfono móvil. Hace un mes se me estropeó y lo llevé a la tienda donde lo había adquirido. Pasado un tiempo, me presenté en el comercio y me dicen que no tiene reparación y que la avería no queda incluida en la garantía porque el servicio técnico había detectado la presencia de líquido en el interior, como si lo hubiese mojado. Por mi parte no estoy de acuerdo con esta explicación y me gustaría saber si tengo algún derecho.

RESPUESTA: Desde la entrada en vigor de la Ley 23/2003, de Garantías, hemos comprobado que los plazos y los motivos de exclusión de la misma, son fuente habitual de conflictos. En un primer término debemos indicar que existe una garantía legal, que se correspondería con un nivel básico, que puede verse mejorada por otra garantía comercial de carácter discrecional y adicional.

Para la primera de ellas se establece un plazo de dos años y comprendería a la práctica totalidad de bienes de consumo, siendo responsabilidad directa del vendedor. Hasta aquí todo parece sencillo, pero el asunto se complica, si tenemos presente el siguiente párrafo: "Salvo prueba en contrario, se presumirá que las faltas de conformidad que se manifiesten en los seis meses posteriores a la entrega ya existían cuando la cosa se entregó, excepto cuando esa presunción sea incompatible con la naturaleza del bien o la índole de la falta de conformidad".

Del análisis de lo dicho hasta ahora puede decirse que ese periodo de dos años se subdivide en uno inicial de seis meses, en el que se presume que un vicio es originario; y otro posterior hasta completar los veinticuatro meses, en el que el garante parece quedar exento de soportar la carga de la prueba. Por otro lado puede ser muy exigente que se invierta la misma a partir del séptimo mes.

En nuestro supuesto advertimos que el servicio técnico ha comprobado que la causa de la avería es ajena, es decir, no originaria del terminal.

No vamos a entrar en cuestiones de tipo técnico, y vamos a admitir que así sea; en cuyo caso la exclusión podría estar justificada. El consumidor no está de acuerdo, y no le quedaría otra posibilidad que demostrar lo contrario; tarea compleja y que además conllevaría su coste económico.

La conclusión sería similar si la avería hubiese ocurrido en los primeros seis meses, si bien aquí sería exigible que se justifique o se documente esa prueba que determina la causa de exclusión. ¿Qué tipo de prueba?, este extremo no queda establecido, aunque puede entenderse

que estamos hablando de un informe técnico detallado. Últimamente hemos constatado que cada vez son más los servicios técnicos que documentan sus informes acompañando incluso fotografías, todo dependerá de la naturaleza del vicio; y en algunos casos el propio minorista ha acudido a un segundo dictamen, para justificar su decisión.

Con una experiencia de más de dos años desde que entró en vigor la Ley 23/2003, podemos afirmar que éste sería el punto más controvertido de la misma. El consumidor se encuentra a expensas de un dictamen de parte para valorar una posible exclusión de la garantía, y de otro modo los usuarios carecen de mecanismos para poder oponerse.

Por todo lo anteriormente expuesto es aconsejable prestar atención a la garantía comercial que ofrece en ocasiones el fabricante o el garante, que necesariamente debe superar ese nivel mínimo básico; y que puede ir desde una ampliación del plazo legal, hasta asumir un mayor periodo de presunción de falta de conformidad, o mejorar otro tipo de derechos básicos.



Nuevas Tecnologías

¿Qué es el servicio universal

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

La reciente normativa sobre las condiciones para la prestación de servicios de comunicaciones electrónicas y la protección de los usuarios dedica una parte de su regulación a definir el concepto de "servicio universal" y a delimitar los servicios que quedan incluidos en ese concepto.



Así la norma entiende por servicio universal el conjunto definido de servicios cuya prestación se garantiza para todos los usuarios finales con independencia de su localización geográfica, con una calidad determinada y a un precio asequible.

Bajo el concepto de servicio universal se deberá garantizar que todos los usuarios puedan obtener una conexión a la red telefónica pública desde una ubicación fija y acceder a la prestación del servicio telefónico disponible al público con la posibilidad de conectar y utilizar equipos terminales adecuados; recibir y efectuar llamadas telefónicas de ámbito nacional e internacional; establecer comunicaciones de faxes, y establecer comunicaciones de datos a velocidad suficiente para acceder de forma funcional a Internet.

Asimismo el concepto "servicio universal" ha de garantizar el que se ponga a disposición de los abonados al servicio telefónico disponible al público, una guía general de números de abonados, así como un servicio de información general o consulta telefónica sobre números de abonados.

Por otra parte, debe garantizar también que exista una oferta suficiente de teléfonos públicos de pago.

Además garantizará que los usuarios finales con discapacidad tengan acceso al servicio telefónico disponible al público desde una ubicación fija en condiciones equiparables a las que se ofrecen al resto de usuarios finales,

Asimismo que las personas con necesidades sociales especiales, dispongan de opciones o paquetes de tarifas que difieran de las aplicadas en condiciones normales de explotación comercial.

Por último que se apliquen, cuando proceda, opciones tarifarias especiales o limitaciones de precios, tarifas comunes, etc. de acuerdo con condiciones transparentes, públicas y no discriminatorias.

De cada uno de estos aspectos iremos hablando detalladamente en artículos posteriores.

Directorio

DEPARTAMENTO DE SALUD Y CONSUMO

Dirección General de Consumo

Avda. Pablo Gargallo, 3, 1ª planta
50003 ZARAGOZA
Teléfono del Consumidor 900 12 13 14

Servicios Provinciales de Salud y Consumo

Huesca

C/San Jorge, 65
Tel. 974 247 234

Teruel

C/Joaquín Arnau, 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, 2º
50001 ZARAGOZA
Tel. 976 396 150

ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES Y USUARIOS DE ARAGÓN

A. Provincial Amas de Casa, Consumidores y Usuarios "ALTOARAGÓN"
C/ Miguel Servet, 1, 2ºD
22003 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, ppal.
50001 ZARAGOZA
Tel. 976 221 269

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

Unión de Consumidores de Aragón "UCA"
Espoz y Mina, 6, 4º
50003 ZARAGOZA
Tel. 976 397 602

Asociación de Consumidores "TORRE RAMONA"
San Miguel, 30, pral.
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, 3º
50004 ZARAGOZA
Tel. 976 225 636

A. Aragonesa de Consumidores "ARACO"
C/Roda de Isábena, 4
50010 ZARAGOZA
Tel. 976 338 858

A. Regional de Impositores de Bancos y Cajas de Ahorro "Ebro" (IMPOEBRO)
San Juan de la Peña, 165, 2º
50015 ZARAGOZA
Tel. 976 097 962

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

A. de Consumidores de Mayores (ASCOMAEX)
Paseo María Agustín, 38
50004 ZARAGOZA
Tel. 976 285 619

A. de Consumidores y Usuarios para la Defensa del Asegurado "DEFENSER-ARAGÓN"
Coso, 100, planta 3, of. 4
50001 ZARAGOZA
Tel. 976 238 642

Federación Aragonesa de Consumidores y Usuarios
Leopoldo Romeo, 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 Ahorro y Seguros (AICAR-ADICAE)
Gavín, 12 (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 Y OCIC DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ARAGÓN

Nombre	Dirección	Localidad	Provincia	Código	Teléfono
Ayto. Barbastro	P. 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
Comarca del Cinca Medio	Plaza del Pilar, 47, 2ª planta	Monzón	Huesca	22400	974 415 973
Comarca del Sobrarbe	Pza. Castillo, s/n	Aínsa	Huesca	22330	974 500 837
Comarca de la Ribagorza	C. Señores de Entenza, 1	Benabarre	Huesca	22580	974 543 512
Comarca de los Monegros	Avda. de Huesca, 24	Sariñena	Huesca	22200	974 570 701
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. Justino Berned, 15, bajo	Calamocha	Teruel	44200	978 730 050 / 978 730 510
Ayto. Híjar	Pza. España, 13	Híjar	Teruel	44530	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
Comarca del Matarraña	Cortes de Aragón, 7	Valderrobres	Teruel	44580	978 890 885
Ayto. Alagón	Pza. España, 1	Alagón	Zaragoza	50630	976 612 713 / 976 610 300
Ayto. Almunia de Dª. Godina	López Urraca, 7	La Almunia de Dª. Godina	Zaragoza	50100	976 600 206
Ayto. Calatayud	Pza. Costa, 14	Calatayud	Zaragoza	50300	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. Cosculluela, 1	Ejea	Zaragoza	50600	976 661 515 / 976 661 660
Ayto. Gallur	Pza. España, 1	Gallur	Zaragoza	50650	976 864 073
Ayto. Illueca	Pza. España, 1	Illueca	Zaragoza	50250	976 820 055
Ayto. Tarazona	Avda. de la Paz, 31, bajos	Tarazona	Zaragoza	50500	976 64 10 33 / 976 199 110
Ayto. Utebo	Paseo Berbegal, 22-24	Utebo	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
Comarca del Campo de Borja	C/ Nueva, 6	Borja	Zaragoza	50540	976 852 858
Comarca del Campo de Cariñena	Avda. de Goya, S/N	Cariñena	Zaragoza	50400	976 820 816/17
Mancomunidad de la Ribera Izquierda del Ebro	Pza. España, 16	Alfajarín	Zaragoza	50172	976 790 630

VI

premio investigación en consumo
comunidad autónoma de aragón

**Tema "Defensa y protección de los
consumidores en el área de la
protección al consumidor en la
sociedad de la información"**

Información: Dirección General de Consumo
Avda. Pablo Gargallo, 3 - 1ª planta - Zaragoza
Tel.: 976 715 648 - www.aragon.es/consumo



**GOBIERNO
DE ARAGON**

Departamento de Salud y Consumo