

Consumo Aragón

N.º 38 Invierno 2008

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



Navidad responsable y solidaria





¿Todavía no eres donante? ven a conocernos



PARKING GRATUITO PARA DONANTES EN EL BANCO

HORARIOS: DE 8'00 A 21'00 horas, Sábados de 8'30 a 14'00 horas

Líneas autobús: 38, 31, 22, 42 y 53

**C/Ramón Salanova, 1
(entrada también por Duquesa Villahermosa)**





06



14



10



18



24



28

Sumario

- 06 **En Portada:** Navidad responsable y solidaria
- 10 Campaña TDT
- 12 Balance Consumo Expo
- 14 La publicidad
- 16 Memoria semestral OMIC
- 18 **Entrevista:** Teresa Antoñanzas,
Directora General de Atención al Usuario
- 20 Breves
- 22 SALUD
- 24 Derechos del consumidor ante posibles situaciones de crisis en servicios financieros y seguros
- 26 Talleres en el pabellón de la UE en Expo
- 28 Moda sostenible
- 31 **OMIC:** descentralización
- 32 Arbitraje de Consumo
- 33 Buzón del Consumidor
- 34 Legislación: Prácticas desleales

Staff

Director: Francisco Catalán Duerto

Consejo de Redacción: Carlos Peñasco Gil, Ignacio Zarazaga Chamorro, Francisca Pérez Jiménez, Livia Álvarez Almazán, María Vidal Cirac, Paula Ibor Quílez.

Edita: Gobierno de Aragón. Departamento de Salud y Consumo. Dirección General de Consumo. Vía Universitat, 36, 6ª plta. 50017 Zaragoza.

Web del Gobierno de Aragón: www.aragon.es

Web de la Dirección General de Consumo: www.aragon.es/consumo

Diseño y Maquetación: Shackleton Arte y Comunicación

Depósito Legal: Z-3761-96

ISSN: 1137-4527



Agenda

Aulas de consumo

“Comprar en rebajas”

16 de diciembre de 11 a 13 horas.

Estas jornadas se celebran en la Sala Jerónimo Zurita del Edificio Pignatelli, situado en Paseo María Agustín, 36, Zaragoza.

Jornadas:

Jornadas Aragonesas de Consumo “Consuma-magia”.

27 de marzo de 2009, a las 11 horas.

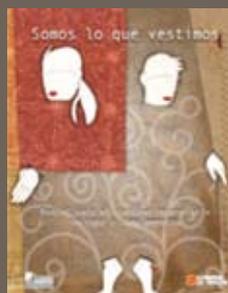
Espectáculo de magia dirigido a niños. Tendrá lugar en el salón de actos del Colegio Jesús María El Salvador, en la Calle Cardenal Gomá, 13, Zaragoza.



Balance consumo Expo

12

Publicaciones



Somos lo que vestimos.

Manual para el consumo responsable de ropa y complementos. Se trata de una guía sobre el fomento del consumo responsable de moda y complementos del Gobierno de Aragón y la Fundación Ecología y Desarrollo.



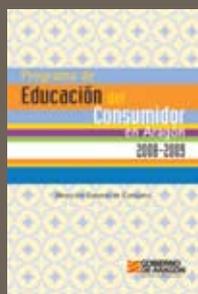
Cuadernos de consumo, nº 39.

Titulado “Las edades del consumidor”. Futuro de la protección del consumidor en Aragón, evolución del consumo desde la Edad Media, aspectos del consumo que afectan desde niños hasta ancianos.



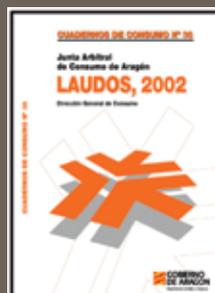
Cuadernos de consumo, nº 37.

Titulado “VI Jornada de Información sobre consumo en los municipios”. Que recoge las ponencias desarrolladas en este encuentro de entidades locales.



Programa de Educación del Consumidor en Aragón 2008-2009.

Su objetivo es divulgar recursos para la realización de actividades que promuevan hábitos correctos en el alumnado.



Cuadernos de consumo, nº 38.

Titulado “Laudos, 2002”, en el que se compilan los laudos más significativos de la Junta Arbitral de Consumo de Aragón, en el año 2002.

EDITORIAL

Por una Navidad responsable y solidaria

Se acercan las fiestas navideñas, y con ellas, el aumento de consumo. Lotería, elementos decorativos para el hogar (árboles y belenes), alimentos, ropa para fiestas y, por supuesto regalos se llevan la mayor parte del presupuesto. Según las organizaciones de consumidores y usuarios, el gasto medio por familia en esta época del año superó los 1.100 euros en 2007.

Es conveniente recordar que en estos meses se intensifican las campañas publicitarias que presionan para incrementar las necesidades afectivas y sociales, que se atienden con regalos y festejos y, como todos estamos muy ocupados, dejamos la mayoría de las compras para el último momento.

Desde la Dirección General de Consumo nos hemos marcado dos líneas de trabajo. Por un lado fomentar un consumo responsable, seguro y solidario, y por otro proteger al consumidor de cara a estas compras.

Por ello recomendamos seguir una serie de reglas de oro que pueden ayudar a evitar el despilfarro.

1. No esperar hasta el último momento. Evitará así las aglomeraciones, las esperas innecesarias y, a lo mejor, la frustración de no encontrar lo que quería.
2. Es importante el viejo dicho de "busque y compare", estudie las diferencias de calidad y de precios. Planificar las compras y ceñirse a un presupuesto es una buena medida.

3. Cerciorarse de lo que se compra, su composición, elementos, fecha de caducidad y los datos e información que deben aparecer reflejados en un producto correctamente etiquetado.

4. Guardar todos los documentos y facturas de compra que, por ejemplo en caso de devolución o reclamación, puedan demostrar la adquisición efectuada. Conocer en qué condiciones se pueden realizar los cambios de los productos.

5. Y, en todo caso, los productos que se venden tienen que garantizar siempre la seguridad y los intereses económicos de los consumidores, puesto que las leyes y la defensa de los consumidores son iguales durante todo el año. A ser posible, tener en cuenta los establecimientos con el logotipo de adhesión al Arbitraje de Consumo.

Asimismo recordar que en caso de controversia puede efectuarse la reclamación en las Oficinas Municipales de Información al Consumidor; Asociaciones de Consumidores y Usuarios; Servicios Provinciales de Salud y Consumo; ante la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Zaragoza o ante la Junta Arbitral de Consumo de Aragón.

Por último se recuerda a los consumidores que la Dirección General de Consumo del Gobierno de Aragón pone a su disposición el teléfono gratuito de atención al consumidor 900 12 13 14 para resolver sus dudas sobre éstas u otras cuestiones que les afecten como consumidores.



Por una Navidad responsable



La desaceleración económica comienza a hacer mella en los bolsillos de los consumidores españoles. Los ciudadanos disponen de un presupuesto mucho más ajustado para hacer frente a los gastos Navideños.

El aumento del precio de los alimentos y la incertidumbre por la que atraviesan las economías de todo el mundo están llevando a los consumidores a adoptar un nuevo modelo de consumo.

En tiempos de crisis, lo que más se resentirán son los regalos y los ali-

mentos. Este año, mucha más gente retrasará las compras de los regalos a las rebajas de enero. Sin embargo, aunque los españoles gastarán menos, no sacrificarán los regalos para los niños, que seguirán siendo los reyes de la Navidad.

En cuanto a los alimentos, el consumidor buscará promociones, marcas blancas y establecimientos de grandes descuentos. Además, es recomendable comprar la carne, el pescado y marisco y congelarlo. Así puede ahorrarse entre un 20 y un 30%.

Para evitar gastos excesivos e innecesarios durante estas fechas se recomienda llevar a cabo un consumo responsable y solidario. Se trata de afrontar nuestras necesidades con una mirada crítica y ética.

El consumo ético y crítico es la columna vertebral del consumo responsable. Es la filosofía de consumo que adoptamos. Se trata de que nuestros principios éticos de justicia social, respeto por el medio ambiente, la naturaleza y los animales se vean reflejados en nuestro modo de consumir.



El primer paso consiste en replantearnos nuestro estilo de vida y nuestras prioridades; discernir entre necesidades reales y consumismo y adoptar una actitud de austeridad. No considerar el consumo una forma de entretenimiento sino el medio para satisfacer nuestras necesidades diarias. El consumo responsable consiste en adoptar una escala de valores que nos permita alcanzar el nivel de bienestar que deseamos, respetando las cosas que nos importan.



Consejos Generales sobre compras en Navidad

Juguetes

- Es obligatorio que lleven marcado CE.
- Los juguetes deben tener instrucciones y éstas deben estar en castellano.
- En la etiqueta debe aparecer el nombre/razón social del responsable, fabricante o vendedor, y la dirección.

“El consumo ético y crítico es la columna vertebral del consumo responsable”

- El nombre y la marca del producto.
- No siempre los juguetes más publicitados son los mejores.
- Comparar precios en distintos establecimientos.
- Guardar el recibo de compra y saber en qué supuestos y condiciones pueden hacerse cambios.

Continua-->



“El consumo responsable consiste en adoptar una escala de valores que a su vez nos permita alcanzar el nivel de bienestar que deseamos”

- Adquirir los juguetes en función de la edad del niño para el cual se compra.
- No adquirir juguetes que por la edad del niño o las características del

establecimiento no ofrezcan todas las garantías.

Alimentación:

- Planificar las comidas y las cenas.
- Es mejor comprar y congelar con antelación que esperar al último momento.
- Guisar únicamente lo que vayamos a consumir.
- Tener en cuenta la edad y los gustos de las personas que nos van a acompañar a la mesa.
- Los productos frescos, de temporada, resultan más baratos, son más sabrosos y tienen menos conservantes y colorantes.
- Si podemos, incluyamos en nuestras celebraciones alimentos ecológicos y de comercio justo. El comercio justo ofrece la posibilidad de degustar productos a precios asequibles y de buena calidad.

Medio Ambiente:

- Elegir productos con envases retornables en alimentación.
- Disminuir la utilización de las bolsas de plástico que dan en los estableci-



mientos comerciales y llevar bolsas de casa.

- No tirar los envoltorios de los regalos sino guardarlos y reutilizarlos, por ejemplo, para hacer adornos navideños.
- Si compramos un abeto o un pino natural, mejor que proceda de un vivero, y no de un bosque.
- Ahorraremos energía si:
 - Utilizamos bombillas de bajo consumo.
 - Reutilizamos las tarjetas de Navidad.
 - Bajamos la temperatura del termostato de la calefacción por lo menos un grado.
 - Utilizamos el transporte público.
 - Apagamos las luces cuando no se necesitan.
 - No dejamos los aparatos en "stand-by".
 - Utilizamos la lavadora y lavavajillas ajustando su capacidad. <>



Cesta Navideña de Productos ecológicos



Muchas empresas e instituciones obsequian a sus empleados con cestas de Navidad. Una opción original es prepararla con productos autóctonos, pues entre otras cosas, nuestra tierra tiene muchos y variados alimentos de alta calidad elaborados con innovadoras técnicas, lo que nos permite degustar alimentos con denominación propia, alimentos ecológicos y artesanales.

El vino no debe faltar. Por eso es recomendable una selección de garnachas centenarias o un ecológico criado en bodega de las Cinco Villas y cavas Gran Reserva de las diferentes zonas vinícolas aragonesas.

Como aperitivo se puede incluir un paté de olivas negras de agricultura ecológica, un queso curado de leche cruda de oveja turolense, una longaniza oscense y un buen jamón de la D. O. de Teruel; pero si el consumidor es vegetariano no tiene que privarse de degustar unos embutidos elaborados a base de arroz integral, copos de avena, piñones, aceite de oliva virgen, etc.

Sin dejar el gusto por la tierra, las conservas del Valle del Ebro con sus espárragos auténticos de la tierra y no de importación, la apreciada y distinguida borraja de nuestra huerta que tanto recuerdan los que conociéndola, no pueden incluirla en sus menús por encontrarse lejos de esta tierra.

Por ser un producto fresco, el Ternasco de Aragón no aparece en nuestras retinas cuando recordamos la imagen de una cesta Navideña, pero en esta sí aparece, por su carácter emblemático, por su calidad y porque da mucho juego en la cocina: bien al estilo tradicional o en elaboraciones de la nueva cocina siempre tiene aceptación. Para otros gustos se puede recurrir a un solomillo de ternera ecológica del Pirineo.

No pueden faltar los postres, muchos y variados manjares se elaboran en los numerosos obradores de nuestra geografía, uno de los más afamados es la Trenza de Almudévar la cual encontraremos fácilmente y para los que prefieran un postre menos calórico incluiremos el Melocotón de Calanda.

La televisión digital. Todo lo que hay que saber



“Se está llevando a cabo una campaña de inspección”

En 2010 tendrá lugar el apagón analógico lo que significa que a partir de este momento sólo existirá la televisión digital; con la aparición de la TV digital los monitores analógicos necesitan de un decodificador. En la actualidad coexisten las emisiones con tecnología analógica y digital.

La TV digital ofrece numerosas ventajas como proveer más número de canales, aumentar la calidad de la imagen y el sonido así como ofrecer otra serie de servicios interactivos.

La tecnología de la transmisión no tiene que ver con los tipos de monitores (tradicional, plasma o LCD) o con las diferentes resoluciones de los equipos, por lo que desde la Dirección General de Consumo estamos velando a lo largo de todo el año para que la información que se dé a los consumidores en el momento de la compra de cualquier aparato sea completa y no le lleve a equívocos.

Actualmente cualquier televisor por sí solo es capaz de recibir las señales y convertirlas en imágenes; para la recepción analógica no hay ningún problema, pero si la señal es digital, o bien el aparato lleva incorporado un receptor digital o bien se hace necesaria la incorporación de un decodificador -Digital Video Broadcasting DVB- (puede ser de satélite, cable o TDT); dicho decodificador puede a su vez permitirnos acceder a otro tipo de servicios adicionales interactivos, estaríamos entonces ante un Multimedia Home Platform o MHP; por tanto independientemente del tipo de pantalla, todo aparato de tecnología analógica con la incorporación de dicho decodificador es capaz de transmitir con tecnología digital, y por tanto poderse ver a partir del 3 de abril de 2010.

Todas las televisiones que se venden actualmente pueden verse sin ningún problema, pero independientemente de elementos informativos como el tipo de pantalla, resolución u otros, si no lleva receptor digital, el consumidor estará adquiriendo un aparato que en breve será obsoleto por no disponer de la tecnología necesaria para poder ser visto y por tanto deberá especificar claramente

este hecho en el etiquetado y publicidad si la hubiera.

El Departamento de Salud y Consumo está llevando a cabo una campaña de inspección y control de establecimientos de venta donde además de los aspectos normalmente controlados como exposición de precios, garantías,... se han controlado aspectos específicos de estos aparatos, y en concreto:

- Información de la necesidad de un decodificador si el aparato lo requiere.
- En los aparatos HD Ready (preparado para alta definición), indicación de la resolución del formato vídeo.
- Información de los apartados anteriores en la publicidad.
- Para el caso de los vídeos de alta definición y dado que existe tecnología (HD DVD) que va a dejar de utilizarse, indicación de este hecho en dichos aparatos.

La campaña va a realizarse por fases ya que conforme nos acerquemos a abril de 2010 dejarán de venderse aparatos con tecnología analógica; no obstante, se hace necesario velar especialmente por la transparencia de las prácticas comerciales hasta esa fecha. Como conclusiones reseñables en esta primera fase de control cabe mencionar:

- 6 de cada 10 televisiones que precisan decodificador no lo indican en su etiquetado; en la publicidad incumplirían el 50% en el mismo aspecto.
- De los aparatos que incorporan siglas relacionadas con la alta definición (full HD, HD Ready,...), no indican la resolución real en el etiquetado una de cada tres televisiones; en el caso de la publicidad, sólo incumplirían el 6% de los aparatos.
- La mayor parte de los vídeos de alta definición con tecnología HDDVD, no hacen referencia a que se trata de tecnología que va a dejar de fabricarse.

Consejos y recomendaciones

- No existe prohibición de vender aparatos analógicos, si bien esa circunstancia debe advertirse en el producto y en la publicidad si la hubiera.
- En el caso de aparatos con siglas que hagan referencia a alta resolución (HD Ready o Full HD), deberemos fijarnos en los valores de la misma, que suelen expresarse en número de píxeles (1280 x 720 ó 1920 x 1080 normalmente).
- En el caso de que el aparato lleve las siglas MHP, indica que está preparado para otros contenidos interactivos que actualmente no se prestan en su totalidad.
- La normativa establece un periodo de garantía de dos años, si bien el vendedor o fabricante pueden establecer garantías comerciales adicionales.
- Para cualquier duda o reclamación podrán dirigirse a las oficinas de Consumo del Gobierno de Aragón, al Teléfono del Consumidor 900 121314, a las asociaciones de consumidores o a las oficinas municipales o comarcales de información al consumidor. <>



Cifras globales de la campaña hasta la fecha:

Televisiones controladas	262
Vídeos controlados	33
Televisiones que precisan decodificador	124 (47,3%)
Información de la necesidad de decodificador	49 de 124 (39,5%)
Aparatos HD Ready	148 (56,5%)
Indicación de la resolución en aparatos HD Ready	101 de 148 (68,2%)
Indicación del formato del vídeo	23 (69,7%)
Aparatos con publicidad adicional	35
Información de la necesidad de decodificador en ella	17 (48,6%)
Indican, si es HD Ready, la resolución en la publicidad	58 (93,6%)

La Dirección General de Consumo en Expo Zaragoza 2008



“Solo el 0,15% de los visitantes presentaron quejas relacionadas con la muestra”

La Exposición Internacional Zaragoza 2008 ha sido uno de los acontecimientos más importantes que ha vivido nuestra ciudad en las últimas décadas. Por este motivo la Dirección General de Consumo del Gobierno de Aragón quiso tomar parte activa en aquellas cuestiones que pudiesen afectar a los derechos de los consumidores, planificando las actuaciones en dos áreas. Por un lado haciendo un seguimiento de las quejas y reclamaciones de los visitantes de la exposición y por otro controlando la evolución de los precios.

Seguimiento de las quejas y reclamaciones de los visitantes de la exposición

De los más de cinco millones y medio de visitantes, tan sólo un 0,15 % presentaron algún tipo queja, suge-

rencia o reclamación, dato que debe ser considerado como positivo. De ellos el 55 % eran ciudadanos de Zaragoza capital, el 9.37 % madrileños y el 7.50 % catalanes. Debe indicarse que el 2% de las quejas se recibieron de ciudadanos extranjeros.

Casi el 22 % de las quejas se plantearon en la primera quincena, dato muy revelador y que nos indica que se fueron mejorando muchos aspectos conforme avanzaba la exposición. Los motivos principales han sido los problemas derivados de los pases (14.92 %), fast pass (14.11 %) y entradas (10.90 %).

La inspección de consumo ejerció durante esos tres meses un control permanente, y aparte de estas actuaciones inspectoras, funcionarios del departamento se personaban a diario para hacer

un seguimiento puntual de todas las quejas y reclamaciones que planteaban los usuarios. Como consecuencia de esta permanente vigilancia se constataron una serie de avances, entre los que pueden citarse:

- Refuerzo y mejora del procedimiento de canje de pases.
- Adaptación y mejora de la información referida al sistema de reentrada, utilización del vaso "Fluvi", accesos a parking, y máquinas de venta automática "vending".
- Flexibilización de condiciones para personas con minusvalía.
- Ampliación del sistema "fast pass", y adaptación para los usuarios poseedores del pase nocturno.

Por su parte la organización fue mejorando otra serie de cuestiones, entre ellas cabe citar la ampliación de fuentes y zonas de sombra, venta de entradas nocturnas y reducción del precio de parking nocturno. Del mismo modo fue dando solución a reclamaciones derivadas de la suspensión de algún espectáculo, retirada de productos peligrosos en algún pabellón, derivación de reclamaciones económicas a la entidad aseguradora; por citar otros ejemplos más significativos.

Evolución de precios

La posible incidencia de la exposición en la evolución de los precios, era otro de los temas que podía ser motivo de

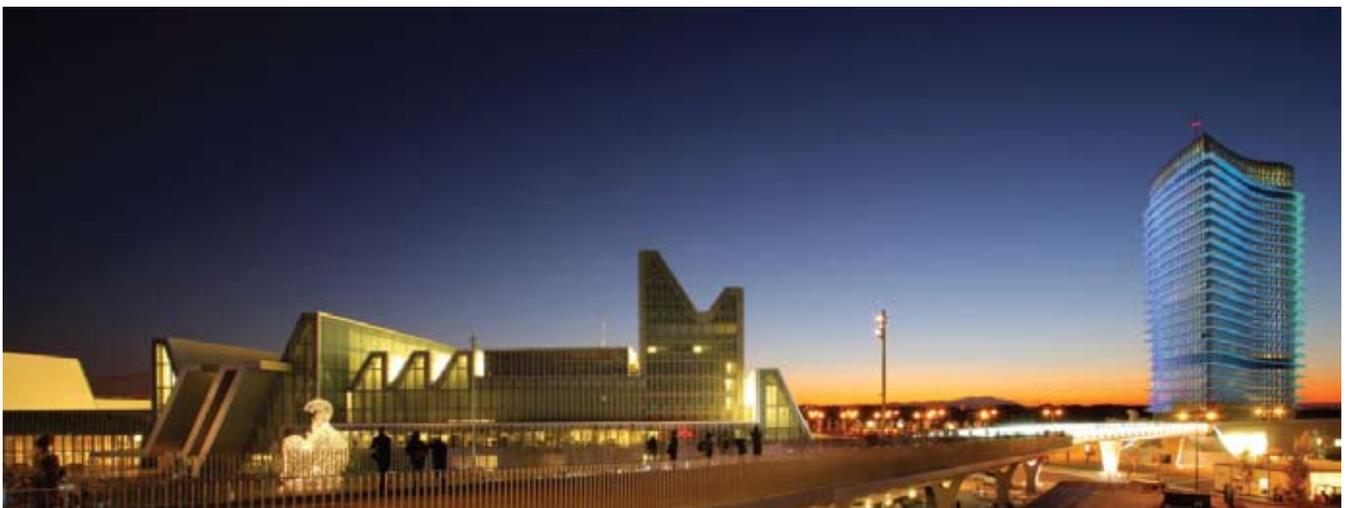
preocupación. Conscientes de ello, la Dirección General de Consumo planificó una campaña con el fin de comprobar la evolución de los precios en la ciudad de Zaragoza, y en sus distintos barrios; tomando como referencia los precios de distintos productos básicos. Los controles se llevaron a cabo entre los meses de marzo y julio, en distintas localidades de nuestra región.

Pan, leche, agua, talleres, alquiler de vehículos, artículos de souvenirs, productos de droguería, bares, restaurantes, hoteles, y otra serie de productos y servicios, hasta completar una veintena, completaron nuestra particular cesta de la compra.

El número de controles fue de algo más de 1.200 y el resultado que se obtuvo fue francamente satisfactorio, comprobando que los precios en Zaragoza capital se incrementaron en un porcentaje muy similar al resto de la región, y por otro lado los datos obtenidos se situaban muy cerca de los datos oficiales del IPC, en torno al 1 % según el periodo tomado como referencia en nuestro estudio, frente al 1.2% oficial; si bien debe matizarse que este índice se refiere a cuatro meses, y nuestros datos a un periodo sensiblemente inferior.

No podemos ocultar que hubo sectores que tuvieron un comportamiento distinto, y en este apartado habría que citar el sector hotelero, en el que se observaron subidas generales entre un 80 y un 120 % de media. <>

“Los precios de productos básicos no aumentaron durante la muestra”



La publicidad en la sociedad de consumo



“La publicidad influye en los hábitos de consumo”

La publicidad es uno de los fenómenos más sobresalientes que han emergido durante el siglo XX. Es tal la influencia que sus efectos tienen sobre la vida social y económica de las personas, que ha generado todo tipo de controversias y cuestiones en la denominada “sociedad de consumo”. Si unimos ambos conceptos, es decir, publicidad y consumo, encontramos ya uno de los rasgos característicos de la época actual.

Hay que destacar la existencia de un ordenamiento jurídico que pretende canalizar, regular y, en su caso, sancionar a aquella publicidad que traspase los límites legales. Se trata de la Ley 34/1988, General de Publicidad, de 11

de noviembre de 1988, publicada en el BOE el 15-11-1988.

Esta normativa define la publicidad ilícita como aquella que atenta contra la dignidad de la persona o vulnera los valores y derechos reconocidos por la Constitución, la publicidad engañosa, la publicidad desleal, la publicidad subliminal y la que infrinja lo dispuesto en la normativa que regule la publicidad de determinados productos, bienes, actividades o servicios.

Por otro lado, se define publicidad engañosa aquella que de cualquier manera, incluida su presentación, induce o puede inducir a error a sus destinatarios, pudiendo afectar a su comportamiento económico o perjudicar o ser capaz de hacerlo a un competidor; y también aquella que silencie datos fundamentales de sus bienes, actividades o servicios, cuando dicha omisión induzca a error de los destinatarios.

Para determinar si una publicidad es engañosa se tienen que tener en cuenta elementos, como las características de los bienes, actividades o servicios, precio completo o presupuesto, condiciones jurídicas y económicas de adquisición, motivo de la oferta, servicios postventa, etc.

Por su parte, publicidad desleal es la que por su contenido, forma o difusión provoca descrédito, denigración o menosprecio directo o indirecto a un competidor o a sus productos, siglas, marcas, etc., de otras empresas; la publicidad comparativa que no se ajuste a lo previsto en la Ley, y en general la

que sea contraria a las exigencias de la buena fe y a las normas de corrección y buenos usos comerciales.

Por último, publicidad subliminal es la que mediante técnicas de producción de estímulos de intensidades fronterizas con los umbrales de los sentidos, puede actuar sobre el público destinatario sin ser conscientemente percibida.

Ante publicidad engañosa, la ley de publicidad establece dos posibilidades de reacción: las solicitudes de cesación y/o rectificación; y la Acción de Cesación.

Las solicitudes, sea de cesación o rectificación, son el primer paso. Cualquier persona natural o jurídica que resulte afectada podrá solicitar al anunciante, por escrito, el cese o la rectificación de la publicidad ilícita. En el caso de los intereses colectivos y difusos de los consumidores la solicitud, además de por quien tenga un interés o derecho legítimo, podrá ser efectuada por el Instituto Nacional del Consumo y los Órganos Autonómicos y locales con competencia en defensa de los consumidores, por Asociaciones de Consumidores legítimamente constituidas y por entidades de otros Estados miembros de la Unión Europea.

La solicitud de cesación se podrá efectuar desde inicio hasta el fin de la actividad publicitaria, debiendo en 15 días manifestar el anunciante si va a cesar la publicidad ilícita.

La solicitud de rectificación podrá interponerse desde el inicio de la actividad hasta 7 días después de concluida; disponiendo el anunciante de 3 días para indicar su disposición a rectificar, especificando los términos de rectificación, y con un plazo de 7 días desde la aceptación del solicitante de la rectificación presentada, para ejecutarla.

Si las solicitudes de Cesación o rectificación no son atendidas por el anunciante, el siguiente paso es ejercer la Acción de Cesación ante los Tribunales Ordinarios, debiendo aclararse que cuando se trate

de la defensa de los intereses colectivos o difusos de los consumidores y usuarios se puede instar directamente la acción de cesación, sin el requisito previo de la solicitud de cesación.

La acción de cesación se dirige a obtener una sentencia que condene al anunciante demandado a cesar en la conducta contraria a la ley y a prohibir su reiteración futura.

Están legitimados para ejercer la acción de cesación el Instituto Nacional del Consumo y órganos autonómicos y locales de Defensa de Consumidores, las Asociaciones de Usuarios legítimamente constituidas, el Ministerio Fiscal, Entidades de otros países miembros de la Unión Europea constituidas para la defensa de los intereses de los Consumidores, y los titulares de un derecho o interés legítimo.

Las solicitudes de cesación y/o rectificación y la Acción de cesación son compatibles con el ejercicio de las acciones civiles, penales y administrativas que correspondan; así como con la persecución y sanción como fraude de la publicidad engañosa por los órganos administrativos correspondientes. <>



La Federación Aragonesa de Municipios, Comarcas y Provincias (FAMCP), en el desarrollo de acciones para la defensa del consumidor en Aragón



“La jornada es un importante punto de encuentro para profesionales del ámbito del consumo”

Calatayud acogió la VII Jornada de Información sobre Consumo en los Municipios que tuvo lugar los días 30 y 31 de octubre. Esta actividad formativa se enmarca dentro del Convenio de colaboración entre el Departamento de Salud y Consumo y la Federación Aragonesa de Municipios, Comarcas y Provincias (FAMCP).

Tiene como principales protagonistas al personal de las oficinas municipales y comarcales de atención al consumidor (OMIC y OCIC) de Aragón, y constituye un punto de encuentro para el intercambio de experiencias y la puesta en

común de los problemas planteados en el día a día.

En el acto inaugural participaron el director general de Consumo, Francisco Catalán, el alcalde de la localidad, Víctor Ruiz y el vicepresidente de la Federación Aragonesa de Municipios, Comarcas y Provincias, y vicepresidente de la Comarca Comunidad de Calatayud, Manuel Morte.

El primer día comenzó con una conferencia centrada en las novedades introducidas en la Ley General de Consumidores y Usuarios, impartida por la subdirectora general de Normativa y Arbitraje

del Consumo del Instituto Nacional del Consumo, Nuria Antón. La sesión se completó con dos mesas redondas, una sobre consumo responsable y medioambiente, y otra sobre el menor y los actos de consumo.

En cuanto al programa del segundo día, se trataron temas como la nueva normativa sobre el arbitraje de consumo y la responsabilidad del vendedor y el productor en la venta de bienes de consumo.

En la clausura el director general de Consumo, Francisco Catalán, destacó "la gran participación", al tiempo que manifestó la necesidad de potenciar un consumo responsable entre los ciudadanos.

Las Oficinas Municipales y Comarcales de Información al Consumidor de Aragón (OMIC- OCIC) se han consolidado como servicios próximos y resolutivos para los usuarios.

Los ciudadanos se acercan hasta estas oficinas para consultar cuestiones que le afectan como residente del municipio y consumidor.

En el primer semestre de 2008 se han atendido un total de 18.048 peticiones de las que el 73% han sido en Zaragoza,

el 19% en Huesca y el 8% en Teruel. El 57% del total de consultas fueron tramitadas por mujeres. Los aragoneses prefieren la atención personal seguida de la atención telefónica.

“En el primer semestre de 2008 se han atendido un total de 18.048 peticiones en las OMIC-OCIC”

Las telecomunicaciones siguen siendo el principal tema de consulta, seguido de la vivienda, el ocio y los viajes y electrodomésticos. Además, de todas las demandas de consumo, la mayor parte (49%) han sido peticiones de información mientras que las reclamaciones han supuesto el 46% del total.

Las OMIC y OCIC de Aragón organizan seminarios, charlas, talleres y concursos escolares con el objetivo de preparar ciudadanos para que puedan ejercer con mayor eficacia sus derechos como consumidores y usuarios. Algunas de estas entidades son miembros de la Red de Educación del Consumidor con el compromiso de potenciar y apoyar las iniciativas de educación en materia de consumo.<>

“Telecomunicaciones, vivienda y viajes han sido los temas mas consultados“



“Nuestro objetivo es mejorar la atención en salud a los ciudadanos de Aragón velando por el cumplimiento de sus derechos”

Teresa Antoñanzas es la directora general de Atención al Usuario. Ha sido enfermera asistencial en el Hospital Universitario Miguel Servet, supervisora del Área funcional de Servicios Especiales del Hospital de Traumatología y directora de Enfermería del Hospital San Jorge de Huesca y del Hospital Clínico Universitario Lozano Blesa.



¿Cuál es el principal objetivo de la Dirección General de Atención al Usuario?

Nuestro principal objetivo es mejorar la atención en salud de los ciudadanos de Aragón, velando por el cumplimiento de sus derechos. Desde la Dirección General estamos trabajando para proporcionar una mejor información de la oferta de servicios y de su capacidad de respuesta, analizando las necesidades de los usuarios y mejorando la accesibilidad al sistema a través del desarrollo de estrategias de participación. En definitiva, se trata de poner al usuario en el centro del sistema.

¿Cuáles son las líneas estratégicas de esta Dirección General?

Tenemos abiertas varias líneas de trabajo dentro del Departamento de Salud y Consumo. La primera de ellas está orientada a mejorar el estado de salud de los aragoneses identificando sus necesidades, desarrollando acciones en

seguridad clínica y facilitando información de calidad en los medios. Otra de las líneas es aumentar la autonomía y la responsabilidad de los ciudadanos ofreciendo información sobre el funcionamiento y oferta del sistema sanitario, potenciando la participación de los ciudadanos.

¿En qué otros proyectos se está trabajando?

Además estamos trabajando para garantizar los derechos de los usuarios velando por la equidad de acceso a los servicios, dando a conocer los deberes de los usuarios en el sistema de salud y gestionando los servicios y unidades de atención al usuario como garantes de los derechos y deberes de los ciudadanos.

Hace poco más de un año se puso en marcha la Dirección General de Atención al Usuario. ¿Qué balance hace?

El balance es positivo. Nos hemos centrado en conocer las necesidades de los usuarios. Para ello, entre otras cosas, hemos ido manteniendo reuniones con las diferentes asociaciones de pacientes y consumidores. También, hemos realizado un análisis de la percepción de los usuarios y profesionales sanitarios sobre el sistema de salud.

El pasado mes de mayo se organizó la I Jornada de Participación y Salud ¿en que consistió la sesión de trabajo?

Fue una jornada en la que participaron profesionales sanitarios, miembros de las asociaciones de consumidores, y ciudadanos. Organizamos varios grupos de trabajo en los que se trataron temas como la información, la comunicación, la accesibilidad, la seguridad y el impacto de los medios de comunicación. Esta jornada ha permitido dar un nuevo enfoque a la gestión de las necesidades en salud.



¿Y cuál es ese enfoque?

Se trata de proporcionar una mejor información de la oferta de servicios y de su capacidad de respuesta. Potenciando la participación como elemento clave.

“Nos hemos centrado en conocer las necesidades de los usuarios”

¿Qué papel juegan los servicios de atención al paciente dentro de la dirección general?

Su papel es el de informar a los ciudadanos y gestionar sus necesidades. Estamos trabajando para coordinar servicios, dotándoles de las mismas herramientas para su funcionamiento y unificando criterios. Deben tener un estilo de trabajo común y cercano al ciudadano. <>

NOTICIAS BREVES

Aula de Consumo sobre la compra de juguetes



El control de seguridad en los juguetes, las normas de uso y manejo, y la información obligatoria en el etiquetado centraron el Aula de Consumo del pasado mes de octubre. En la jornada formativa participaron como ponentes la ingeniera de productos y Ensayos de la Asociación de Investigación de la Industria del Juguete, Gema Pozo Molina, la responsable de Calidad y Seguridad del Departamento de Producto de Imaginarium, Nerea García y el jefe de la Sección de Control de Mercado del Gobierno de Aragón, Francisco Javier Masip.

Los juguetes son aquellos productos creados para ser utilizados con fines de juego por niños. Para que estos productos sean seguros debemos tener en cuenta además de las instrucciones que nos indican los riesgos, la manera de evitarlos y la adecuación del juguete según la edad del niño a quien va dirigido, el cumplimiento de los requisitos obligatorios sobre: propiedades físicas y mecánicas, inflamabilidad y propiedades químicas.

Catalán declaró que “un juguete con la marca CE denota su conformidad con las normas europeas y con las exigencias de seguridad establecidas”. También recordó que a la hora de adquirir juguetes debemos comprobar que están confeccionados con materiales que no se astillen o sean cortantes si se rompen.

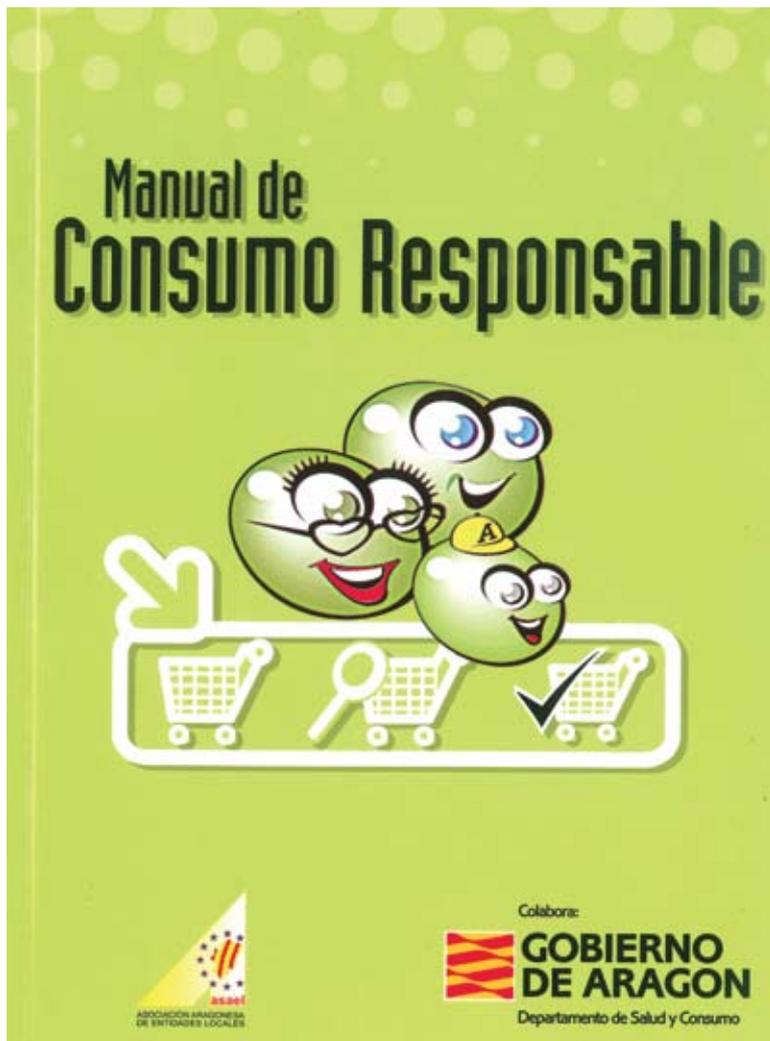
Curso Inspección y control de Mercado

Especialistas nacionales del ámbito del consumo se reunieron en Zaragoza para participar en el Curso de Inspección y Control de Mercado, que tuvo lugar el pasado mes de octubre. La sesión formativa, organizada por la Dirección General de Consumo y el Instituto Nacional del Consumo, tuvo como objetivo profundizar en los factores que intervienen en el mercado y los instrumentos que mejoran la defensa del consumidor.

La coordinación de las administraciones locales y autonómicas en materia de consumo y las características de las inspecciones fueron los temas que centraron la primera jornada. En la segunda jornada se trataron asuntos como la seguridad de los productos y los conceptos básicos y prácticos de los productos industriales, materiales eléctricos y electrodomésticos, para su aplicación.

La última sesión estuvo orientada a debatir sobre los procedimientos concursales y el proceso de inmovilización de productos en las aduanas.

Presentación del Manual de Consumo Responsable ASAEL



El pasado mes de septiembre se presentó en el Colegio Público Miguel Ángel Artanzos el Manual de Consumo Responsable. Se trata de una guía que pretende transmitir los valores de consumo racional, reflexivo y responsable, compatibles con el respeto al medio ambiente.

El manual se ha elaborado desde un punto de vista práctico y se presenta como una herramienta para que los actos de consumo que realizamos sean reflejo de una responsabilidad asumida por todos.

Con ella se pretende aportar nuevas pautas para el consumo y para la utilización racional de los recursos, incorporando valores ecológicos que conciencien a los ciudadanos de su corresponsabilidad en la conservación del medio ambiente y con el desarrollo sostenible.

La elaboración del manual de consumo responsable se enmarca dentro del convenio de colaboración firmado entre el Departamento de Salud y Consumo y la Asociación Aragonesa de Entidades Locales (ASAEL).

Los derechos de los usuarios en las estaciones de esquí centran una nueva Aula de Consumo

Los derechos de los usuarios en las estaciones de esquí centró el Aula de Consumo del mes de Noviembre. El director general de Consumo, Francisco Catalán, inauguró la jornada en la que participaron como ponentes el Presidente de la Junta Arbitral de Transportes del Gobierno de Aragón, Jaime Angulo Sainz de Varanda y el director de Marketing y Desarrollo de Negocio de Aramon, José Carlos Esponera.

Catalán señaló que “anualmente se presentan unas 20 denuncias y reclamaciones en los servicios de Consumo. Casi todas ellas relativas a temas de enseñanzas (cursillos y monitores) y a la venta o alquiler de material en las tiendas de la estación”.

Desde la Dirección General de Consumo se aconseja evitar practicar el esquí sin adquirir unos conocimientos técnicos básicos. También es recomendable asegurarse de que el material está en buen estado y correctamente preparado. Además, es conveniente usar un casco homologado de protección, especialmente cuando se trate de niños.

En esta jornada se presentó el nuevo díptico del Teléfono del consumidor, un servicio gratuito que tiene como objetivo favorecer la difusión de los derechos de los consumidores y usuarios, así como un medio para detectar las cuestiones que más preocupan a los aragoneses en materia de consumo. El 900 12 13 14 está disponible las 24 horas del día, con atención personalizada en horarios de oficina.

La receta electrónica hace más cómoda y segura la dispensación de medicamentos



Se trata de una experiencia piloto que se está desarrollando en Teruel capital y que está incluida en la implantación del Plan de Sistemas y Telemedicina

“Este sistema es beneficioso para los pacientes crónicos, ya que el médico podrá recetarles automáticamente por un año sin necesidad de volver a la consulta”

El Departamento de Salud y Consumo ha puesto en marcha la experiencia piloto de la receta electrónica, una iniciativa que hace más cómoda y segura la dispensación de medicamentos para los pacientes, los médicos y los farmacéuticos. Esta receta se basa en un sistema electrónico de prescripción y dispensación de medicamentos, cuyo programa informático asegura la confidencialidad sobre los datos del paciente. Para que esta forma de receta sea factible ha habido que informatizar las historias clínicas de los pacientes y conectar el sistema informático del centro de salud y el de las farmacias, de tal forma que el medicamento recetado por el médico al paciente le llega al boticario en

formato electrónico cuando el usuario, identificado con su tarjeta sanitaria, acude a retirarlo a cualquier farmacia de la ciudad.

Es especialmente beneficiosa para los enfermos crónicos, ya que el médico podrá recetarles automáticamente por un año sin necesidad de que tengan que volver a la consulta cada vez que precisen los fármacos en cuestión, lo cual implica una importante disminución de las visitas a los centros de salud en busca únicamente de recetas.

Al ser menos las visitas, los facultativos pueden dedicar más tiempo a otros pacientes y, por otro lado, tener tanto una mejor información sobre los fárma-

cos que consumen los usuarios como una comunicación más fluida con las farmacias. En cuanto a los farmacéuticos, se mejora la atención al usuario al disponer de un conocimiento del historial farmacoterapéutico más completo; el proyecto ha incluido además la informatización de las oficinas de farmacia, la optimización de su sistema de facturación y la comunicación directa con médicos, colegio profesional, administración, etc.

Plan de Sistemas

La receta electrónica es uno de los aplicativos clínicos de atención directa al usuario que actualmente se están implantando desde el Plan de Sistemas de Información y Telemedicina del Departamento de Salud y Consumo.

- **Central de llamadas para citaciones y teléfono "Salud Informa".**
- **Historia Clínica de Atención Primaria (OMI-AP).** Se trata de la aplicación que recoge los datos de salud y enfermedad. Desde ella se realiza la prescripción de los tratamientos que requiere el paciente de forma electrónica.
- **Gestor de Pacientes.** Es la aplicación que permite a los profesionales (médicos y enfermeras) compartir la información clínica más importante de sus pacientes para atenderles con mayor seguridad y calidad.
- **Puesto Clínico Hospitalario de Urgencias.** Esta aplicación da soporte electrónico a la atención de los pacientes en los servicios de Urgencias hospitalarios.
- **Imagen Radiológica Digitalizada.** Con ella, los médicos pueden disponer de las imágenes radiológicas y sus correspondientes informes desde su consulta.
- **Telemedicina:** Permite que el médico especialista atienda en algunos casos a un paciente sin que éste se desplace de su centro de salud. Los servicios que se están prestando inicialmente

son: teledermatología, teleretinografía, consulta virtual y teleradiología.

Para que estos aplicativos puedan funcionar de forma estable, segura y continua, ha sido necesario modernizar la infraestructura tecnológica del área de informática del Departamento de Salud, en dos elementos clave. Por un lado, su arquitectura de Sistemas Informáticos, lo cual se ha llevado a cabo mediante la modernización de todos los Centros de Procesos de Datos de cada sector sanitario, que se ubican en todos los hospitales generales, y con la creación de un gran Centro de Procesos de Datos en el Parque Tecnológico de Walqa (Huesca), ubicado en el Centro Tecnológico para la Salud que el Departamento tiene en dicho parque. <>

“La receta electrónica se incluye dentro del plan de Sistemas de Información y Telemedicina del Departamento de Salud y Consumo”

El inicio, en Teruel



La ciudad de Teruel ha sido la elegida para probar la receta electrónica, cuya implantación comenzó en junio de 2007. En el desarrollo de este proyecto han estado implicados los Departamentos de Salud y Consumo y Ciencia, Tecnología y Universidad, los Colegios de Farmacéuticos de Aragón, todos los profesionales del Centro de Salud de Teruel urbano y las oficinas de farmacia de la ciudad de Teruel.

Una vez que la receta electrónica se consolide en Teruel capital se extenderá progresivamente al resto del territorio de la Comunidad Autónoma, previo acuerdo con los Colegios de Farmacéuticos y en convergencia con la informatización de todos los Sectores Sanitarios, siguiendo el Plan de Sistemas de Información y Telemedicina del Departamento de Salud y Consumo.

Derechos del consumidor ante los servicios financieros en épocas de crisis



Independientemente de cuál sea la situación económica del país, los derechos de los usuarios en los servicios financieros siguen siendo los mismos. Los derechos básicos de los usuarios son:

1.- Antes de contratar el cliente tiene derecho a:

1.1.- Recibir información sobre las tarifas de comisiones bancarias, los gastos y las normas de valoración de la entidad de crédito. Esos datos deben estar registrados en el Banco de España y las entidades no podrán exigir importes superiores a los notificados o cobrar por conceptos no incluidos en ellas.

1.2.- Recibir información sobre los tipos de cambio para operaciones de compra-venta de divisas o de billetes extranjeros cuyo importe no supere los 3.000 euros, según establece la Circular del Banco de España 8/1990.

1.3.- Disponer del folleto informativo gratuito de préstamos hipotecarios sobre viviendas a que se refiere la Orden de 5 de mayo de 1994.

1.4.- Obtener gratis ofertas vinculantes de la entidad en préstamos hipotecarios sobre viviendas, transferencias bancarias al exterior, subrogaciones hipotecarias por cambio de entidad (Ley 2/1994) y crédito al consumo.

1.5.- Conocer los modelos de contrato de las operaciones o productos ofrecidos por las entidades.

1.6.- Recibir de la entidad de crédito toda la información necesaria para

entender bien la operación o producto ofertado.

2.- Al contratar, se tiene derecho a:

Recibir un ejemplar del contrato.

3.- Después de contratar, el cliente tiene derecho a:

3.1.- Recibir los extractos y los documentos de liquidación de intereses y comisiones bancarias.

3.2.- Recibir información previa sobre los cambios que decida la entidad sobre el tipo de interés, las comisiones bancarias y los gastos de las operaciones que le afecten.

3.3.- Disponer de un procedimiento para resolver las reclamaciones, quejas y consultas, en caso de no estar de acuerdo con la entidad en las operaciones que afecten al usuario, o ante cualquier duda que le pueda surgir.

3.4.- En la Comunidad Autónoma de Aragón, deben disponer, además, de las hojas de reclamaciones.

De la mano de estos derechos, queramos o no, lo cierto es que los bancos y entidades financieras forman parte de nuestra vida: a ellos confiamos nuestro dinero, encargándoles la tramitación y gestión de pagos y cobros, seguimos sus consejos de ahorro e inversión, contratamos los productos que nos ofrecen y acudimos a ellos cuando necesitamos dinero. Y resulta evidente que, en sus frecuentes relaciones con bancos y enti-

dades financieras, el usuario es siempre la parte más débil, aunque tenga la ley de su parte, y sean básicamente esos los derechos que le asistan. Buena prueba de ello son las reclamaciones sobre servicios bancarios y financieros, pero todo ello ya sucede en épocas de bonanza económica, circunstancia que nos puede hacer preguntarnos: *¿en épocas de crisis hemos de añadir una nueva consulta que los usuarios tienen de este tipo de servicios: falta de información, comisiones no previstas, porcentajes e intereses que no se corresponden con lo esperado...?*

Veamos, los depósitos totales ingresados en las entidades financieras que operan en España ascendían al cierre de 2005 a 910.445 millones de euros y en la actualidad se supera el billón de euros. Este es el dinero que consumidores (y empresas) hemos depositado en las entidades financieras a la espera de ser utilizado en algún momento. Y lógicamente, es un dinero del que disponen, tras las correspondientes reservas legales, dichas entidades para ofrecer sus productos de crédito y desarrollar sus estrategias de inversión. El mecanismo forma ya parte de la cultura general de todo ciudadano: *en vez de guardar yo mi dinero, lo deposito en una entidad que me paga un porcentaje sobre el dinero depositado y me garantiza su devolución bajo ciertas condiciones o en un determinado plazo.* Mientras tanto, ese dinero está a disposición de la entidad, es pues una cuestión de confianza; esta disponibilidad tiene, obviamente, algunos límites legales que regulan ese proceso de intermediación financiera, fuera de esos límites, es la propia naturaleza de esta actividad en las economías de mercado la que impulsa las decisiones de crédito e inversión, decisiones que responden, básicamente, a objetivos muy concretos: *por un lado, favorecer el desarrollo de nuestras sociedades poniendo dinero a disposición de aquéllos que lo necesitan*

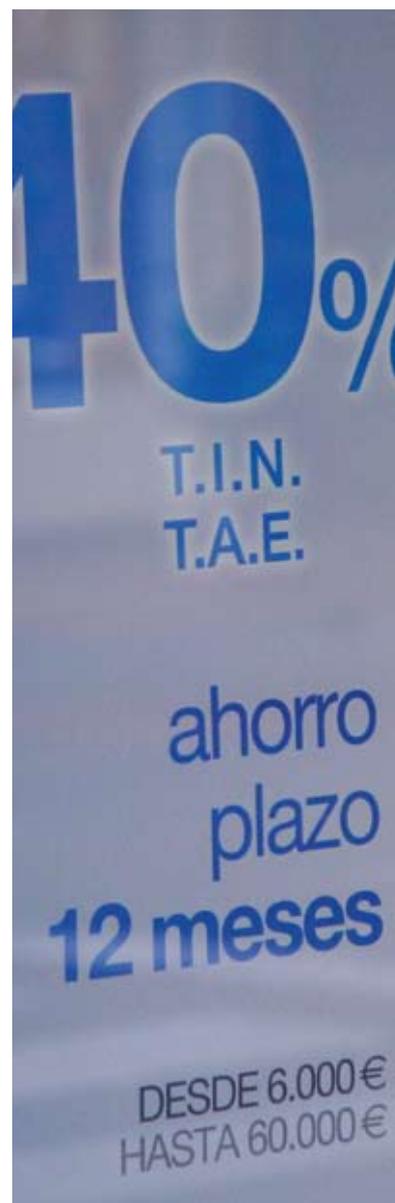
y, por otro, obtener con dicha actividad rentabilidades lo más altas posibles que permitan ofrecer productos de ahorro seguros y rentables para el ahorrador.

Por su parte, las Cajas de Ahorros matizan este objetivo, de acuerdo a su propia intención fundacional, mediante el destino de un porcentaje de sus beneficios a distintas iniciativas que constituyen lo que todos conocemos como "Obra Social".

Matices aparte, lo cierto es que esta transacción monetaria tiene profundas consecuencias en la configuración de nuestras sociedades y las decisiones propias de la actividad crediticia e inversora: *a quién prestar y a quién no, en qué empresas, sectores y áreas geográficas invertir, y en cuáles no,* son causa del crecimiento o crisis de una sociedad.

En los momentos actuales el encarecimiento de los alimentos y de las materias primas, así como las subidas de los tipos de interés registradas en los últimos dos años está suponiendo, para quienes no supieron moderar su consumo a tiempo o para quienes se endeudaron en exceso, la imposibilidad de pagar créditos e hipotecas, aumentando la morosidad y, en consecuencia, rebajando la liquidez de las entidades que en su día, más o menos alegremente les prestaron el dinero, caso de las hipotecas subprime americanas.

La crisis financiera afecta a muchos países y se están adoptando medidas de manera coordinada para devolver la confianza a los ahorradores, tal es el caso de España donde las garantías de los depósitos se han elevado de 20.000 hasta 100.000 euros, tras acordarse en la Unión Europea un mínimo de 50.000 por entidad y titular. <>



Programa de educación del consumidor 2008-2009



“Fomentar un consumo responsable es el objetivo de los programas de Educación del Consumidor”

El pasado 15 de octubre de 2008, el Director General de Consumo, Francisco Catalán Duerto presentó, en el Aula Magna del IES Río Gállego de Zaragoza, una nueva edición del Programa de Educación del Consumidor 2008-2009, acompañado en el acto por la Directora General de Política Educativa, Carmen Martínez Urtasun.

Tras la presentación, visitaron un aula de 4º de la ESO, en la que se estaba desarrollando uno de los proyectos subvencionados por Consumo en 2008: “Taller de alimentación”.

Es ésta una línea de actuación de apoyo económico, que se materializa median-

te convocatoria anual de **subvenciones**, según Orden del Departamento de Salud y Consumo, para la realización de actividades o proyectos de educación o formación en materia de consumo para centros docentes y otros agentes educativos.

Los programas y proyectos motivo de la subvención para el año 2009, versarán sobre los siguientes temas:

- Educación para la movilidad y seguridad vial.
- Los anuncios publicitarios y su influencia en los hábitos de consumo del alumnado.

Cada año se actualiza este programa con la incorporación de nuevos **recursos y materiales didácticos** que se editan desde la Dirección General de Consumo, con el fin de ofrecer apoyo al profesorado y facilitar la elaboración de proyectos, que promuevan en el alumnado capacidades, hábitos correctos, críticos y responsables en relación al consumo. Destinado preferentemente a los centros educativos de enseñanzas no universitarias de la Comunidad Autónoma de Aragón, apoyando "El derecho a la educación y formación en materia de consumo", contemplado en la Ley de protección y defensa de los consumidores y usuarios de Aragón.

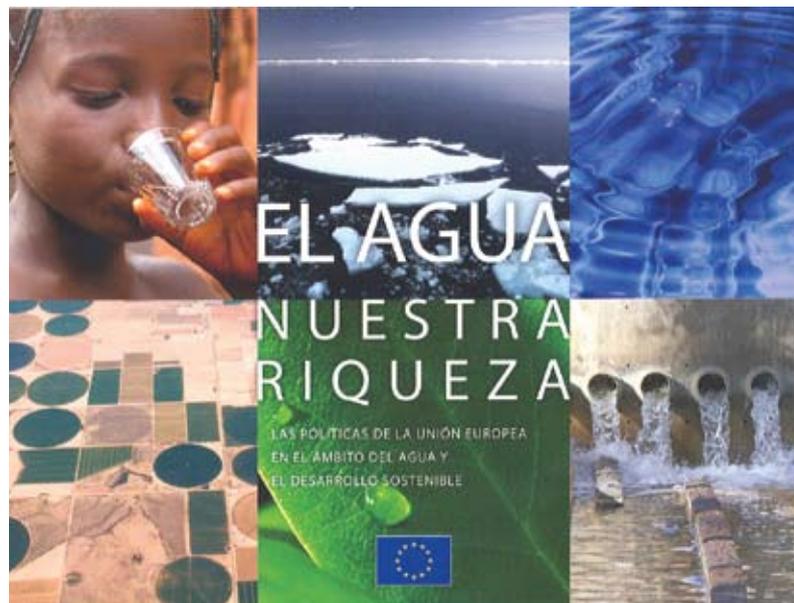
Otras líneas de actuación de la Dirección General de Consumo que se dan a conocer en esta publicación son:

- **II Concurso Escolar** para el curso 2008-2009 con el tema: "Consumo responsable de ropa y complementos".
- **Escuela Aragonesa de Consumo**, un recurso educativo on-line de referencia en materia de consumo, que se dirige a la comunidad educativa (familias, alumnos y profesorado).
- Participación en proyectos europeos de educación del consumidor, como socio gestor adherido a través de la Red de Educación del Consumidor.

Talleres de educación del consumidor en el pabellón de europa.-Expo zaragoza 2008

En este año de la exposición internacional Zaragoza-2008, la Dirección General de Consumo participó en los talleres llevados a cabo en el pabellón de Europa por Nieves Alvarez, Directora de la Escuela Europea de Consumidores, donde se realizaban varios pases diarios a grupos escolares y público en general.

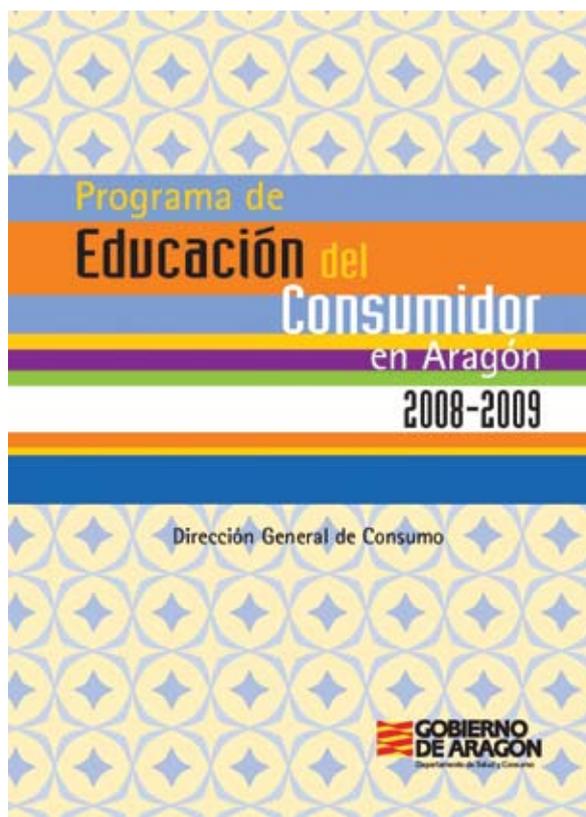
Bajo el lema "El agua: nuestra riqueza. ¡Descúbrelo!" La Unión Europea



EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DE ZARAGOZA · 14 DE JUNIO · 14 DE SEPTIEMBRE DE 2008

impulsa un modelo de desarrollo basado en la eficiencia, el ahorro, la solidaridad y la conservación.

A través de juegos, adivinanzas y sencillos experimentos, los monitores ayudan a descubrir a los asistentes mejores usos del agua y efectos de nuestro comportamiento sobre el planeta, invitándoles a reflexionar y llegar a soluciones imaginativas sobre el uso sostenible del agua. <>



“Somos lo que vestimos”

El Departamento de Salud y Consumo del Gobierno de Aragón, en colaboración con la Fundación Ecología y Desarrollo, ha editado una guía con consejos para comprar moda comprometida con el desarrollo sostenible



“Se han editado
3000 ejemplares”

En los procesos de producción tienen que darse las condiciones éticas que salvaguarden los derechos de los trabajadores, que protejan del expolio de los recursos naturales y que respeten el medio ambiente. Esta fue una de las ideas que la consejera de Salud y Consumo, Luisa María Noeno, destacó en la presentación del manual para el consumo responsable de ropa y complementos que, con el título de “Somos lo que vestimos” ha sido editado por el Departamento de Salud y Consumo, y la Fundación Ecología y Desarrollo.

En el acto también participaron el director

general de Consumo, Francisco Catalán, y el director de la Fundación Ecología y Desarrollo, Víctor Viñuales, quien definió la guía como una invitación a la reflexión sobre la necesidad de instaurar patrones de consumo más responsables y corregir modalidades insostenibles de producción y de compras.

La edición del manual “Somos lo que vestimos”, del que se ha hecho una tirada inicial de 3.000 ejemplares, forma parte de los programas que la Dirección General de Consumo lleva a cabo en el marco de la educación para un consumo responsable.

En la guía se aportan consejos para buscar y adquirir la moda y complementos que han seguido un proceso de elaboración comprometida con el desarrollo sostenible. Además en ella se indican marcas de productos y direcciones concretas donde comprarlos.

Además, Noeno destacó que el Manual para el consumo responsable de moda y complementos pretende, de una forma sencilla y práctica, acercar a los ciudadanos al consumo responsable también en el ámbito de la moda, en una sociedad que ofrece múltiples posibilidades para disfrutar de una vida intensa, abundante y singular. Consumir en estas condiciones debe poner los cimientos para que las generaciones venideras puedan disfrutar de una calidad de vida en términos de salud, bienestar y solidaridad en un marco de desarrollo sostenible, y apoyando decididamente este tipo de iniciativas estará siempre la mano tendida del Gobierno de Aragón

El Centro Cívico La Almozara fue el lugar elegido para la presentación y el posterior desfile de moda. Más de 250 personas se acercaron hasta este lugar para conocer las últimas tendencias en moda. Los modelos desfilaban con ropa elaborada respetando los criterios de sostenibilidad y respeto al medio ambiente: algodón orgánico, fibras naturales de bajo impacto ambiental, materiales reciclados, ropa de segunda mano, ausencia de productos químicos, proximidad y diseñadores locales; y criterios sociales: comercio justo, condiciones laborales, preocupación por las tallas grandes.

El desfile, con modelos de la AGENCIA GLOBE, se abrió con la firma de moda creativa **UNAUNA** que nos mostró una detallada colección de verano basándose en la obra arquitectónica y en la forma de pensar del artista austriaco Hundertwasser acerca del compromiso con la naturaleza y el aprovechamiento de lo que nos rodea. Utilizando algodón ecológico y de la manera más artesana crea localmente "una a una" las pre-

das que te aportan esa diferencia.

INTERMON OXFAM, ONG de Comercio Justo, apostó también en el desfile por un sistema de comercio que promueve una justicia social, económica y medioambiental garantizando que se paguen salarios justos a los trabajadores, se protejan los derechos fundamentales de las personas, respetando la igualdad de género, condenando la explotación infantil y se obtengan productos de calidad con procesos respetuosos con el medio ambiente y el uso sostenible de materias primas.

SKANDALO MODA, firma comprometida con la moda sostenible y el consumo responsable, presentó una colección única y exclusiva confeccionada en lino y algodón ecológico para todas las tallas, producida localmente.



Somos lo que vestimos pretende corregir modalidades insostenibles de compras

A continuación presentó su colección la tienda **TASBAPRI**, que vende prendas de comercio justo apostando por la justicia medioambiental y social.

DE TIROS LARGOS mostró en pasarela su moda más sostenible basada en materiales orgánicos, algodón ecológico certificado, cáñamo, bambú y caucho reciclado.

Continua-->





“La guía aporta consejos para encontrar moda que ha seguido un proceso de elaboración comprometido con el desarrollo sostenible”

MODALENA, plataforma para profesionales emergentes, ofreció una pequeña muestra de su espacio propio e independiente representado por varios de sus diseñadores, quienes producen sus prendas localmente:

- **MALAS ARTES** trajo su colección Artesanía urbana
- **MARTA CONDE** nos mostró su colección D-Sastre Ego 08
- **TULALLEVAS y MAKTUB** presentaron ropa hecha de otra manera para gente de otra manera
- **BAUHAUS 13** mostró sus modelos únicos
- **PAPAYA** presentó sus prendas Ropa bomba tropical

La Asociación **ZARTERIA** engloba un grupo de diseñadores y creativos multidisciplinares aglutinados en un foro abierto que recoge las propuestas y necesidades del diseño aragonés. Su propuesta en el desfile se basó en el reciclaje y reutilización de materiales, evitando el deshecho incontrolado sobre todo de plásticos y sus variantes no biodegradables:

- **SARA CUESTA** presentó un modelo de inspiración retrofuturista con materiales plásticos de proveedores de automoción, incluidos accesorios como bujías usadas
- **PAZ Y ROY** recuperaron como material estrella conos plásticos de hilo industrial a modo de armadura o encofrado,

reflexionando sobre cómo nos envolvemos, a veces, en un caparazón de indiferencia acerca de los deshechos plásticos

- **GOMINOLAS** lanzó su propuesta colorista reutilizando bandas plásticas de delimitación de paso de unidades policiales, con un mensaje metafórico de stop al avance no biodegradable
- **DIECIOCHOMENOSUNO** hizo un guiño al sector agrícola con sus sacos de rafia plástica de piensos elaborando un vestido nupcial
- **ENRIQUE LAFUENTE** denunció la utilización plástica de los packs de latas de refresco, elaborando un espectacular vestido de noche con anillas plásticas, asemejando algas, que han contenido cerca de 5.000 latas, y que han implicado a un colmado chino durante cinco meses en su recogida, impidiendo su paso a vertederos y proponiendo su uso en decoración

La firma **ALEC DAY**, integrada por las diseñadoras Marta Donday y Cindy Figueroa, presentó su colección Esencia, cuyo protagonista es tejido de piña mezclado con piezas originales del siglo XIX.

Los modelos calzaron zapatos de **PABLO OCHOA** y **EL NATURALISTA**, apostando decididamente por la sostenibilidad. El estilismo corrió a cargo de **MARCO ALDANY**, que mediante la incorporación de nuevas tecnologías ha conseguido ahorrar durante el año 2007 más de 14 millones de litros de agua.<>

La red de Puntos de Información al Consumidor de Zaragoza

El Ayuntamiento de Zaragoza, con la colaboración de las Asociaciones de Consumidores, ha puesto en marcha una red de Puntos de Información al Consumidor. Esta iniciativa se corresponde con el desarrollo de la ciudad de Zaragoza. Son múltiples las razones que aconsejan esta saludable política, pero se pueden destacar, entre todas, dos motivaciones principales.

La primera consiste en aplicar el principio de desconcentración, consignado en la Constitución Española, que establece que «La Administración Pública sirve con objetividad los intereses generales y actúa de acuerdo con los principios de eficacia, jerarquía, descentralización, desconcentración y coordinación, con sometimiento pleno a la Ley y al Derecho.»

La segunda pretende conseguir el acercamiento de la Administración a los administrados y, específicamente, acercar la Administración municipal a los problemas reales de los consumidores. Esta desconcentración se ha estructurado con un doble carácter: territorial y funcional. La primera ha permitido la creación de puntos de información. Se han creado Puntos de Información al Consumidor en los distritos Actur-Rey Fernando, San José, Delicias y Universidad, así como un Punto de Información al Consumidor que da servicio a diez Barrios Rurales. La segunda ha supuesto la puesta en marcha de Puntos de Información al Consumidor especializados en materia de compra de vivienda, alquiler de vivienda, servicios financieros y telecomunicaciones, man-

teniéndose la atención en la propia OMIC por los técnicos municipales.

La creación de esta red ha sido posible gracias a la colaboración de las Asociaciones de Consumidores. Éstas han designado a distintos consultores, todos ellos licenciados en Derecho y con experiencia acreditada en el asesoramiento en consumo. De este modo se garantiza que el ciudadano reciba una información y un asesoramiento de calidad.

En los Puntos de Información al Consumidor se llevan a cabo tanto funciones de información, apoyo y asesoramiento, como la tramitación de mediaciones, todo ello con carácter gratuito, y ampliando a su vez el horario de atención. Se pretenden evitar desplazamientos y lograr una mayor eficacia en la prestación de los servicios de información al consumidor, así como una reducción de los tiempos de espera al complementar el horario de atención al público de la OMIC cuya oficina principal continúa, como hasta ahora, atendiendo al ciudadano en la calle San Jorge 1.

La colaboración de las Asociaciones de Consumidores con el Ayuntamiento es uno de los mejores ejemplos de los resultados que trae consigo la colaboración de la sociedad civil con la Administración pública. Se trata de una política que, desde el punto de vista de la legalidad, responde a un principio constitucional y, desde el punto de vista de la eficacia, acerca la Administración a los ciudadanos.<>

Puntos de información al consumidor especializados

Servicios Financieros (Bancos y Seguros)

Convenio de colaboración entre el Excmo. Ayuntamiento de Zaragoza y la Asociación de Consumidores AICAR-ADICAE

Compra de Vivienda

Convenio de colaboración entre el Excmo. Ayuntamiento de Zaragoza y la Asociación de Consumidores UCA

Alquiler de Vivienda

Convenio de colaboración entre el Excmo. Ayuntamiento de Zaragoza y la Asociación de Consumidores AIACU

Telecomunicaciones

Convenio de colaboración entre el Excmo. Ayuntamiento de Zaragoza y la Asociación de Consumidores TORRERAMONA

DISTRITOS

Puntos de información al consumidor

- ACTUR: Convenio con la Asociación de Consumidores SAN JORGE.
- DELICIAS: Convenio con la Asociación de Consumidores AICAR.
- UNIVERSIDAD: Convenio con la Asociación de Consumidores ARACO
- SAN JOSÉ: Convenio con la Asociación de Consumidores TORRERAMONA

BARRIOS RURALES

Puntos de información al consumidor: Convenio con la Asociación de Consumidores UCA

- MOVERA
- SAN GREGORIO
- MONTAÑANA
- GARRAPINILLOS
- JUSLIBOL
- SAN JUAN DE MOZARRIFAR
- LA CARTUJA
- PEÑAFLO
- CASETAS
- MONZALBARBA

ARBITRAJE DE CONSUMO

Caso Práctico

Disconformidad con la factura de telefonía móvil, contrato de Internet "Tarifa Plana 3,5 G". Conexiones a Internet móvil en roaming. La factura ascendió a 59.264,46 euros.



La consumidora presenta Solicitud de Arbitraje, alegando que hizo un contrato para uso de Internet a través del móvil en la modalidad que en factura aparece como "tarifa plana sin límites". No le informaron directamente de las tarifas ni le advirtieron que si se conectaba desde otro país sería mucho más caro. Después de conectarse desde Francia durante 7 u 8 días, le cortaron la línea. Llamó a la compañía para saber el motivo y le informaron que en ese momento la facturación ascendía a 51.000 euros. Solicita la revisión de la factura.

La empresa de telefonía móvil está adherida al Sistema Arbitral de Consumo y formuló sus alegaciones por escrito. En primer lugar aporta las condiciones del contrato, que permite, dentro de España un consumo ilimitado de tráfico de datos GPRS a 3,5 G. por una cuota mensual de 58 euros más IVA. El consumo fue generado por la reclamante en un país diferente y por tanto no son aplicables las tarifas para España, sino las de roaming en zona 1, que se publican en la página web de la compañía y se informan llamado al número gratuito de atención al cliente. Considera que la usuaria debió prestar mayor diligencia y, por su propio interés, debería informarse de las condiciones en que se prestaría el servicio y más si preveía que iba a ser utilizado desde otros países. No obstante, y pese a la ausencia de anomalías en los sistemas de facturación, la compañía y como

una atención comercial excepcional, en aras a la resolución de este arbitraje, está dispuesta a rectificar la factura en controversia, aplicando las actuales tarifas de datos roaming, que son más económicas que las existentes en el momento del consumo reclamado. Así se emitirá una nueva factura rectificativa por importe de sólo 510 euros más IVA, esperando que la reclamante quede conforme con ello y proceda al pago.

Tras la celebración del acto de audiencia, el Colegio Arbitral, por unanimidad resolvió en el LAUDO: *"Considerando que la solución aportada por la empresa, como gesto comercial, en el sentido de modificar la factura, aplicando las nuevas tarifas de roaming que resultan más beneficiosas, es correcta y adecuada a las circunstancias del caso, y muy favorables para la reclamante, procede asumirla así para ESTIMAR la reclamación, consistente en la "revisión de la factura". Por tanto, la compañía de telefonía móvil anulará la factura emitida por importe 59.264, 46 euros, sustituyéndola por la de importe 510 euros más IVA, que deberá ser pagada por la reclamante en el plazo de quince días."* <>

BUZÓN DEL CONSUMIDOR

CONSULTA : He recibido en mi domicilio una carta de una compañía de distribución de energía en la que se me ofrece un servicio a un precio determinado, publicitando que se trata de una buena oferta
Me decido a contratarlo y en el momento de formalizar el contrato, el empleado de la compañía me indica que al precio publicitado debe añadir el I.V.A. ¿Es esto correcto?



Recientemente los medios de comunicación nos han dado a conocer una noticia de contenido comparable al de su pregunta, aunque referido a los precios publicitados por ciertas compañías aéreas y cuya respuesta se ha basado en la aplicación de una directiva europea que establece que los precios informados al consumidor deben incluir tasas e impuestos, de tal modo que el importe anunciado debe corresponderse con la cuantía total que abone el consumidor o usuario.

Nuestra ley autonómica en este sentido es clarificadora. La Ley 16/2006, de 28 de diciembre, de protección y defensa de los consumidores y usuarios de Aragón, establece en su artículo 26.1 que "todos los bienes y productos puestos a disposición de los consumidores deberán ofrecer información fácilmente identificable y legible sobre el *precio total* que están obligados a satisfacer para su adquisición con inclusión de toda carga, tributo o gravamen

El incumplimiento de tal obligación se encuentra tipificado como infracción en el artículo 78 de la citada ley ya que supone una ocultación al consumidor de parte del precio.

Del mismo modo, la ley 34/1988, de 11 de noviembre, general de publicidad, en su artículo 4, califica de engañosa la publicidad que silencie datos fundamentales de los bienes o servicios cuando dicha omisión induzca a error de los destinatarios y añade que una de las indicaciones a tener en cuenta es el precio completo.

Consecuentemente, debemos afirmar que cuando se nos oferta un producto, bien sea a través de un documento publicitario o mediante la constancia del precio en escaparates, anaqueles o vitrinas de un establecimiento comercial, tal precio debe coincidir exactamente con el importe que debe abonar el consumidor o usuario.<>

LEGISLACIÓN

Directiva de servicios



La Directiva de Servicios tiene como objetivos crear un auténtico mercado interior de servicios en 2010, eliminando las barreras legales y administrativas que limitan en la actualidad la libre prestación de servicios entre los Estados miembros de la Unión y mejorar la calidad de los servicios. Se trata, pues, de facilitar la prestación de servicios a través de un establecimiento permanente (**libertad de establecimiento**) o sin recurrir a este establecimiento (**libertad de circulación de servicios**). Para regular este sector en diciembre de 2006 se aprobó la Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, relativa a los servicios en el mercado interior.

La libertad de establecimiento implica que cualquier prestador de servicios establecido legalmente en un Estado miembro podrá fijar un establecimiento en cualquier otro país de la Unión Europea, sin que los Estados puedan limitar esta libertad salvo en casos justificados por razones de interés general y de acuerdo, siempre, con el principio de proporcionalidad.

En cuanto a la libre circulación de servicios, supone el derecho a prestar servicios en un Estado miembro distinto de aquél en el que se encuentran establecidos, sin que el Estado en el que se lleva a cabo la prestación pueda supeditar esta libertad al cumplimiento de requisitos más onerosos a los exigidos a sus nacionales. Habrán de respetarse, pues, los principios de no discriminación, limitaciones a la libre prestación de servicios por personas de

otros Estados miembros únicamente en casos de estricta necesidad, así como el principio de proporcionalidad al establecer estas limitaciones.

Para alcanzar este objetivo, la Directiva prevé la creación de "ventanillas únicas" donde los prestadores de servicios de otros países de la Unión puedan llevar a cabo todas las formalidades necesarias para poder dar comienzo a su actividad, se eliminan asimismo requisitos burocráticos innecesarios y las autorizaciones discriminatorias.

Pero no podemos olvidar que el objetivo de alcanzar un mercado único de servicios en la Unión Europea no sólo beneficiará a los prestadores de los mismos, sino también a los consumidores, que verán ampliada su posibilidad de elección entre una oferta más variada.

Por lo que se refiere al ámbito de aplicación de la Directiva, existen determinados servicios incluidos expresamente en el ámbito de aplicación de la Directiva, como son las profesiones reguladas, la artesanía, los servicios de ocio, los de turismo, las prestaciones de servicio a empresas, los servicios inmobiliarios, los servicios al hogar, los servicios de consultoría y programación informática...

Pero hay otros servicios que la Directiva declara expresamente excluidos de su ámbito de aplicación y no gozarán, por tanto, del régimen liberalizador que en la misma se contiene. Se trata de servicios tales como los financieros, audiovisuales, sanitarios y sociales, los servicios de transporte o los servicios de seguridad privada. <>

DIRECTORIO

DEPARTAMENTO DE SALUD Y CONSUMO

Dirección General de Consumo
Vía Universitarias, 36, 6ª Planta
50017 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
Vía Universitarias, 36, 6ª Planta
50017 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
"CESARAUGUSTA"
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"
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/Gutiérrez Mellado, 17, bajo
50009 ZARAGOZA
Tel. 976 791 909

A. Regional de Impositores de Bancos y
Cajas de Ahorro "Ebro" (IMPOEBRO)
San Juan de la Peña, 165, 2º
50015 ZARAGOZA
Tel. 976 730 924

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

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 Ahorros y Seguros (AICAR-ADICAE)
Gavin, 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 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	C. 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	974 484 200
Comarca del Cinca Medio	C/ Blas Sorribas, 5-7	Monzón	Huesca	22400	974 416 826
Comarca del Sobrarbe	Avenida de Ordesa, 79	Boltaña	Huesca	22340	974 518 024
Comarca de la Ribagorza	C. Señores de Entenza, 1	Benabarre	Huesca	22580	974 543 286
Oficina delegada	Pza. Compañía, 1	Graus	Huesca	22430	974 500 385
Oficina delegada	Avda. del Ral, 39	Castejón de Sos	Huesca	22466	974 553 536
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	Avda Cortes de Aragón, 7	Valderrobres	Teruel	44580	978 890 885
Comarca del Maestrazgo	Avda de la Feria, S/N	Cantavieja	Teruel	44140	964 185 242
Ayto. Alagón	Pza. España, 1	Alagón	Zaragoza	50630	976 612 713 / 976 610 300
Ayto. Almunia de Dª. Godina	C. 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. Coscolluela, 1	Ejea	Zaragoza	50600	976 661 515 / 976 661 660
Ayto. Gallur	Pza. España, 1	Gallur	Zaragoza	50650	976 864 073
Ayto. Tarazona	Avda. de la Paz, 31, bajos	Tarazona	Zaragoza	50500	976 641 033 / 978 199 110
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 Aranda	Pza. del Castillo, s/n	Illueca	Zaragoza	50250	976 548 090
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	976 620 816/17
Comarca de la ribera baja del Ebro	Avda. Constitución 16	Quinto de Ebro	Zaragoza	50770	976 179 230
Mancomunidad de la ribera izda. del Ebro	Pza. España, 16	Alfajarín	Zaragoza	50172	976 790 630



Servicio gratuito
de **atención telefónica al consumidor**

900 12 13 14