

# Consumo Aragón

N.º 41 Invierno 2010

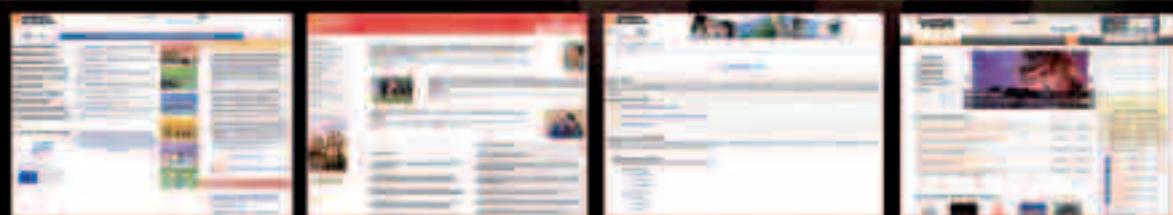
Publicación Cuatrimestral del Departamento  
de Salud y Consumo del Gobierno de Aragón



## Año nuevo, cambio de planes



Descárgate las noticias  
más importantes del  
Gobierno de Aragón



entra en: [www.aragon.es](http://www.aragon.es)  
(Gabinete de Comunicación)

- [www.ivoox.com](http://www.ivoox.com)  
(Canal Gobierno de Aragón)



# Sumario

- 06 **En Portada:** Año nuevo, cambio de planes
- 10 Sin gluten en el cole
- 12 La educación del consumidor en los centros docentes es uno de los objetivos prioritarios de Consumo
- 14 Derechos de los usuarios de estaciones de servicio
- 16 Navegación segura por internet
- 18 **Entrevista:** Aurelio López de Hita  
Presidente de la Confederación de pequeña y mediana empresa aragonesa
- 20 Breves
- 22 Aula de consumo sobre hábitos de la población inmigrante
- 24 Alulas de Consumo: Planificación 2010
- 25 Campañas de inspección de consumo en 2010
- 26 Recomendaciones para el consumidor frente a las reparaciones a domicilio
- 28 Plan de Atención a la Salud de la Mujer en Aragón
- 30 La UCA comprometida con el consumidor
- 31 Oficinas comarcales y municipales de información al consumidor: Comarca del Aranda
- 32 Arbitraje de Consumo
- 33 Buzón del Consumidor
- 34 Legislación: Liberalización de la prestación de servicios en la UE y la seguridad de los usuarios

**Director:** Francisco Catalán Duerto

**Consejo de Redacción:** Carlos Peñasco Gil, Ignacio Zarazaga Chamorro, Francisca Pérez Jiménez.

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

**Web del Gobierno de Aragón:** [www.aragon.es](http://www.aragon.es)

**Web de la Dirección General de Consumo:** [www.aragon.es/consumo](http://www.aragon.es/consumo)

**Diseño y Maquetación:** Shackleton Arte y Comunicación

**Depósito Legal:** Z-3761-96

**ISSN:** 1137-4527

# Agenda

## Aulas de consumo

### “Venta a distancia”

23 de febrero de 11:00 a 13: 00 horas.

### “La Educación del consumidor en la sociedad de la comunicación. Los servicios telefónicos 902, 905, 806 y SMS Premium”

16 de marzo de 11h. a 13h.

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

## Jornadas:

### XXXV Jornadas Aragonesas de Consumo

Con-Suma Magia: puesta en escena basada en Magia Educativa que transmite, educa y comunica los valores y conceptos propios del Consumo dirigido a niños de Primaria y la ESO. El acto tendrá lugar el 19 de marzo en el Salón de Actos del Colegio Sagrado Corazón-Corazonistas de Zaragoza.

### XXXVI Jornadas Aragonesas de Consumo

Mesa redonda y audiovisual dirigida a personas mayores. El tema a tratar es la educación para la movilidad y seguridad vial. Será el 24 de marzo en el Salón de Actos del Colegio Jesús María El Salvador de Zaragoza.

El “**Día del Consumidor**” se celebrará el 14 de marzo, con la presencia de puntos de información y actividades lúdico-formativas en el Paseo de la Independencia de Zaragoza.

Jornada “**La participación de los consumidores en la Unión Europea**”, enmarcada en los actos del Gobierno de Aragón con motivo de la Presidencia española de la UE. Se celebra el 26 de marzo en el Salón de actos del centro de tecnologías avanzadas. Avd Alcalde Sainz de Varanda, 15, Zaragoza.

# Publicaciones



### Cuadernos de Consumo, nº 41: “VIII Jornadas de información sobre Consumo en los Municipios”

En el que se compilan las diferentes ponencias y mesas redondas que tuvieron lugar en estas jornadas celebradas en Calatayud.



### “Programa de Educación del Consumidor en Aragón. 2009-10”

Destinado a centros educativos con la finalidad de divulgar los recursos disponibles para la realización de actividades sobre consumo en el aula.



### “La Factura: nuestra mejor garantía”

Folleto informativo de la serie ¿Qué saber?, contiene los consejos y requisitos que debe tener una factura para poder hacer una reclamación.



### “Consumo y cambio climático”

Dvd didáctico que promueve entre los alumnos los hábitos responsables y respetuosos con el medio ambiente y la defensa de un modelo de desarrollo sostenible.

**Cristina Rodríguez Arnedo**

Documentalista

# EDITORIAL

## Responsabilidad en época de rebajas

Tras las fiestas de Navidad, se abre paso la cuesta de enero y, junto a ella, como una ayuda o como una tentación, aparecen las rebajas. Suponen una ayuda porque podemos comprar a un precio más económico y beneficioso aquellos artículos que precisamos para nuestro hogar o nuestra familia; pero también suponen una importante tentación ya que nos sentimos impulsados a comprar objetos que no necesitamos. Por ello, es más conveniente que nunca efectuar una compra meditada y responsable.

El aumento de las ventas en este periodo sirve además de impulso al sector comercial, cuestión positiva para el fortalecimiento de la economía y la creación de empleo, teniendo siempre en cuenta que el consumidor debe actuar de forma responsable a la hora de efectuar sus adquisiciones, tratando de evitar las compras por impulso sin considerar si se necesita y es útil. Para esto último es muy recomendable hacer una lista de los artículos que se precisan y fijar la cantidad máxima que se desea gastar.

Los consumidores deben saber que los productos rebajados deben ser artículos de temporada y deben estar en perfectas condiciones; es decir, se trata de ofrecer la misma calidad a menor precio.

Los establecimientos deben cumplir una serie de obligaciones relacionadas con el precio o la publicidad. En relación al precio, en las etiquetas debe aparecer el precio normal y rebajado. Además, la información debe ser clara, comprensible y que no induzca a error.

Pero además de vendedores y compradores, las rebajas cuentan con una tercera figura poco conocida públicamente pero que contribuye a que las rebajas sean un periodo seguro, en el que se cumplen todos los derechos y todos los deberes. Se trata de los inspectores de la Dirección General de Consumo, que recorren estos días los comercios para comprobar que se cumple la normativa y, de esta forma, aportar tranquilidad a los consumidores.

Desde la Dirección General de Consumo se recuerda que en este periodo lo que se rebaja son los precios, pero en ningún caso la calidad y los derechos del ciudadano. Así, el producto comprado en rebajas si presenta algún defecto o problema, mantendrá la garantía legal, es decir, se podrá reparar, cambiar o devolver el dinero.<>



# Año nuevo, cambio de planes



Enero es el mes de las rebajas. En este periodo cambiar algunos hábitos que a simple vista parecen sencillos puede ayudar a conseguir un gran ahorro

El año 2010 ha comenzado con nuevos propósitos y reflexiones, sobre todo, referentes a la economía familiar. La habitual cuesta de enero y los escaparates de los comercios, con sus carteles de "Estamos de rebajas", pueden llegar a replantear ciertos hábitos y gastos para llegar a fin de mes.

Además, las compras de Navidad pueden haber mermado los presupuestos de los hogares aragoneses. A ello se le añade que en el inicio del año se producen las subidas de la mayor parte de los productos y servicios básicos. Por todo ello, enero se convierte en un momento idóneo para replantear ciertos hábitos y reflexionar sobre los gastos innecesarios dentro de la economía familiar.

Cambiar algunos hábitos que a simple vista parecen sencillos puede ayudar a conseguir un gran ahorro. Uno de ellos, por ejemplo, es utilizar de forma más frecuente los transportes públicos o racionaliza la electricidad, el gas y el agua. También conviene sopesar si compensa el pago de distintos canales televisivos o el mantenimiento de más de una tarjeta de crédito que a posteriori no es utilizada.

Estos planteamientos de racionalización no sólo han de ser cumplidos a título individual, sino que también se deben transmitir a las personas cercanas para que estos consejos se generalicen y se hagan continuamente.

## Las rebajas, una oportunidad o un gasto de más

Uno de los hitos del comienzo de año son las esperadas rebajas. En principio suponen una ayuda porque se puede comprar a un precio más económico y beneficioso aquellos artículos que se precisan para el hogar. Pero junto a esta vertiente positiva, no se debe obviar que las Rebajas suponen también una importante tentación ya que en muchas ocasiones se compran objetos innecesarios.

Desde el Departamento de Salud y Consumo se recuerda la importancia que tiene que los ciudadanos lleven a cabo un consumo responsable. Esta idea, junto a algunos consejos que da la Dirección General de Consumo, es complementaria a las decisiones individuales de cada hogar y no tienen porqué bajar el nivel de vida.

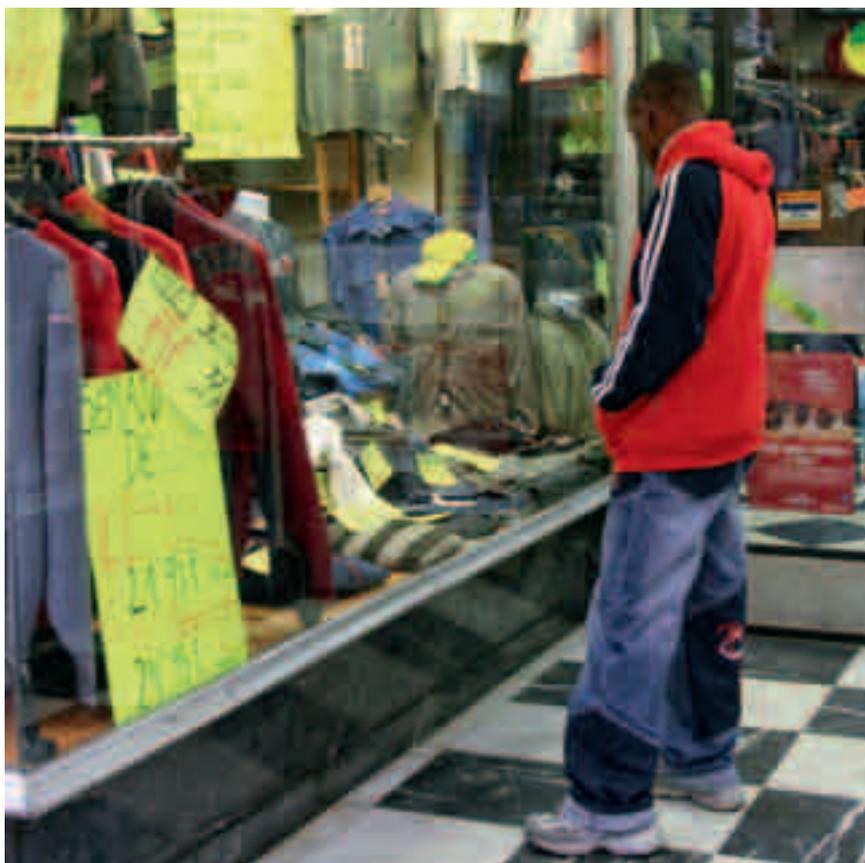
La campaña de rebajas, para la temporada invernal 2010, se inició el pasado 7 de enero y concluirá el 6 de marzo, de acuerdo con lo establecido por el Departamento de Industria, Comercio y

Turismo. Los comerciantes en los establecimientos de una superficie útil para la exposición y venta al público inferior a 300 metros cuadrados tienen libertad para determinar las fechas de inicio y fin de las mismas.

**Los productos rebajados deben ser artículos de temporada y deben estar en perfectas condiciones**

Los establecimientos deben cumplir una serie de obligaciones relacionadas con el precio o la publicidad. En relación al precio, en las etiquetas debe aparecer el precio normal y rebajado. Además, la información debe ser clara, comprensible y que no induzca a error.

Desde la Dirección General de Consumo se recuerda que en este periodo lo que



## El Departamento de Salud y Consumo recuerda la importancia que tiene que los ciudadanos lleven a cabo un consumo responsable



se rebaja son los precios, pero en ningún caso la calidad y los derechos del ciudadano. Así, si el producto comprado en rebajas presenta algún defecto o problema, se mantendrá la garantía legal, es decir, se podrá reparar, cambiar o devolver el dinero.

En lo referente a la publicidad, los carteles y la publicidad de los establecimientos y comercios tienen que anunciar los productos rebajados como "Rebajas".

### Saldos y liquidaciones

Los productos rebajados deben ser artículos de temporada y deben estar en perfectas condiciones. Es decir, se trata de ofrecer la misma calidad a menor precio. Hay que ser conscientes de que las rebajas no son saldos, ni liquidaciones.

Estas últimas son ventas especiales derivadas de una situación excepcional como cierre de negocio, cambio de orientación del mismo, revocación judicial o por causa mayor que impida el normal ejercicio del negocio.

En el caso de los saldos son de artículos que presentan algún defecto o tara de fabricación, o que han quedado obsoletos; por eso se venden más baratos. En ningún caso los productos que se venden en rebajas podrán tener esas características de los saldos.

### Creatividad ante la caída de ventas

No obstante, los comercios, con motivo de la crisis, han sacado la creatividad a la calle para aumentar las ventas. De este modo, las ofertas y promociones se han adelantado al periodo de rebajas. Las ofertas o las promociones se utilizan para potenciar algunos productos concretos o para potenciar el desarrollo del comercio. Los comercios las están





utilizando los meses antes de las rebajas e incluso durante todo el año.

Todos los tipos de promociones de ventas comentados deben cumplir además una serie de requisitos, que se resumen:

- En los anuncios se debe especificar la duración de la promoción y las reglas que le sean de aplicación.
- Cuando hay reducción de precio debe figurar también el anterior, salvo que sean artículos recién puestos a la venta.
- Cuando la oferta consiste en la reducción de un porcentaje del precio, basta con anunciarlo para todo el grupo de productos que disfruten de ese descuento.
- Los productos en promoción y los que no lo están deben estar lo suficientemente separados para que no se produzcan equívocos. <>



## Recomendaciones

- Evitar comprar por impulso sin considerar si se necesita. Puede ser útil hacer una lista de los artículos que se precisan y fijar la cantidad máxima que se desea gastar.
- Guardar siempre el resguardo de compra.
- Comparar, en la medida de lo posible, calidades y precios en distintos establecimientos.
- Asegurarse de que los productos rebajados no están deteriorados y son los mismos que estaban a la venta.
- En las rebajas el precio rebajado del producto tiene que figurar junto a su precio anterior.
- La rebaja del precio nunca debe implicar rebaja de calidad, no exime de la obligación de dar la garantía, ni de cambiar el producto o devolver su importe si resulta defectuoso.
- La publicidad es vinculante, como un contrato y por tanto el establecimiento ha de cumplir lo que promete.
- Comprar, siempre que sea posible, en los establecimientos que exhiben el logotipo de su adhesión al Sistema Arbitral de Consumo. Demuestra que el comerciante tiene confianza en los productos o servicios que presta y que cualquier discrepancia quedará resuelta de una forma rápida y gratuita.
- Finalmente, en caso de duda, dirigirse a las Asociaciones de Consumidores, Oficinas Municipales y Comarcales de Información al Consumidor, los Servicios Provinciales de Salud y Consumo o la Dirección General de Consumo.
- La Dirección General de Consumo tiene un teléfono gratuito de atención al consumidor (900121314) para resolver las dudas sobre las rebajas u otras cuestiones que afecten a los consumidores.

# Sin gluten en el cole



La Dirección General de Consumo ha puesto en marcha un programa educativo que busca divulgar la información necesaria para dar a conocer la enfermedad celiaca entre los jóvenes de la Comunidad Autónoma

**“bajo una línea de información, formación y educación se consigue mejorar y proteger a estos ciudadanos ”**

Un acto tan común como es el comer puede convertirse en un auténtico problema cuando se trata de personas intolerantes al gluten. Quienes padecen la enfermedad celiaca deben ser especialmente cuidadosas con su dieta ya que no debe contener gluten. El Gobierno de Aragón es consciente de los problemas que esto conlleva a este colectivo, pero también sabe que bajo una línea de información, formación y educación se consigue mejorar y proteger a estos ciudadanos.

Desde la Dirección General de Consumo se viene trabajando en programas y líneas de actuación con la Asociación

Celiaca Aragonesa para facilitar a los enfermos celiacos, sus familias y a la sociedad en general, instrumentos de ayuda en relación al tipo de alimentos que necesitan.

“Sin gluten en el cole” es uno de los programas más destacados en este sentido. Se trata de un programa educativo que tiene como objetivo la divulgación de esta enfermedad para darla a conocer, y adquirir los conocimientos necesarios sobre alimentación sin gluten, además de aprender a manipular los alimentos.

La población diana del proyecto es el personal de cocina de los colegios y los monitores de los comedores que serán

los que transmitan a los alumnos los conocimientos aprendidos a través del programa "Sin gluten en el cole".

Esta iniciativa se divide en varias partes. Primero, la Asociación Celiaca Aragonesa elabora el menú del día y después se lleva a cabo la divulgación de la información referente a la correcta manipulación de los alimentos. Además, se entrega a los colegios participantes la documentación oportuna para la formación en cuanto a la enfermedad celiaca. Finalmente se lleva a cabo la degustación del menú sin gluten.

Un ejemplo de menú escolar para alumnos celiacos consiste en una sopa de carne con conchitas sin gluten de primer plato; de segundo, escalope empanado, también sin gluten; y fruta del tiempo para el postre.

En la edición de 2009 han participado más de 1.000 alumnos de la provincia de Teruel. Durante el tiempo que ha durado la experiencia los escolares han sido conscientes de la realidad que vive una persona con la enfermedad celiaca.

Los celíacos tienen muy restringida la elección de los alimentos en su dieta habitual debido al uso frecuente de la harina de trigo, almidones y el propio gluten en la elaboración de productos

de consumo en general. Y, como el tratamiento es exclusivamente dietético, es vital conocer cuáles son los alimentos que contienen gluten y poder así confeccionar una alimentación variada y equilibrada para evitar carencias nutricionales.

La clave del tratamiento, por tanto, está en el correcto manejo de la alimentación para ayudar al paciente a normalizar su estado de salud y bienestar.

Para facilitar la dieta, la normativa establece el límite de cantidad de gluten que debe figurar en la composición y el etiquetado de todos los alimentos para ser considerados sin gluten de la siguiente manera:

- Alimentos sin gluten, que son aquellos cuyo contenido en gluten es inferior a 20 ppm (partículas por millón) o mg/kg.
- Alimentos con muy bajo contenido en gluten, cuyo contenido en gluten es inferior a 100 ppm o mg/kg.

Además, cualquier alimento de consumo cotidiano sólo podrá indicar en su etiquetado la declaración "sin gluten" cuando garantice que la presencia de esta sustancia es inferior a 20 ppm o mg/kg.<>

## Menú escolar apto para celiacos:

- Sopa de carne
- Escalope empanado
- Fruta



# Alumnas del IES Ramón y Cajal de Zaragoza ganan el premio “Consumopolis”



“Consumopolis” es uno de los programas de educación para el consumidor más destacados del panorama nacional. La ministra Trinidad Jiménez hizo entrega del galardón en Madrid.

La educación del consumidor es un compromiso educativo que pretende contribuir al desarrollo integral del alumnado. Desde los departamentos de Salud y Consumo y Educación, Cultura y Deporte, se trabaja conjuntamente para enseñar a los estudiantes conceptos, procedimientos y actitudes necesarios para conseguir así una sociedad de consumo cada vez más justa, solidaria y responsable, capaz de mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos, sin deteriorar el entorno.

Uno de los programas de educación al consumidor de ámbito nacional más destacados es el premio Consumopolis del Instituto Nacional del Consumo.

En esta última edición, las ganadoras fueron el grupo “The five girl” formado por cinco alumnas del IES Ramón y Cajal de Zaragoza. El acto de entrega de los premios, (un ordenador portátil para cada uno de los cinco integrantes de los equipos), estuvo presidido por la ministra de Sanidad y Política Social, Trinidad Jiménez.

El principal objetivo del concurso, que ya tiene cuatro años de vida, es sensibilizar a los escolares pertenecientes al tercer ciclo de Educación Primaria y de la ESO, sobre la importancia que tiene realizar actos de consumo de forma consciente, crítica, solidaria y responsable, incluso en los tiempos de ocio y diversión.

El concurso, en el que han participado más de 6.400 alumnos en esta edición, estaba formado por dos partes. En la primera actividad, los cinco integrantes del equipo debían completar su participación en un juego on-line interactivo, resolviendo diversas pruebas de carácter pedagógico y lúdico, recorriendo Consumópolis, la ciudad del Consumo Responsable.

La segunda actividad consistía en la elaboración de un libro virtual, sobre las formas de ocio y tiempo libre de los jóvenes en el pasado, presente y futuro.

### Cinco consumidoras responsables

Alodia Vergara Menal, Denisa Ciobanu, Alicia Chueca Crespo, Inés Caraballo Pamplona y Raquel Núñez Martínez, coordinadas por la profesora Teresa Navarrete del IES Ramón y Cajal de Zaragoza, forman el equipo "The Five Girl". Las cinco alumnas recibieron el premio Consumópolis de manos de la ministra de Sanidad y Política Social, Trinidad Jiménez.

Desde la Dirección General de Consumo se indica que esta actividad sirve para potenciar los valores educativos y pedagógicos del consumo responsable. Los alumnos aprenden a tener un uso responsable de los momentos de ocio, el trabajo en equipo y la valoración de la diversidad cultural de la sociedad actual.

Alodia Vergara Menal fue la portavoz del grupo en el momento de recibir el distintivo. Así explica qué significó para ellas ganar el concurso: "Fue una gran experiencia que no olvidaremos. En el discurso agradecemos, en primer lugar, a nuestra tutora, Teresa Navarrete, el habernos animado a participar y habernos ofrecido todo su apoyo. También dimos las gracias a familiares y compañeros del Instituto, en especial a los del Aula de Español por habernos aportado información".

Por su parte, Alicia Chueca Crespo explica qué métodos de trabajo utilizaron. "El

nombre de nuestro trabajo es 'El Reino del Ocio?'. Nos recordaba al título de una película y por eso pusimos en los demás apartados títulos de otras películas. El resto de la información la conseguimos a través de Internet, de nuestros compañeros, de los alumnos del Aula de Español y de nuestros padres".

Para Inés Caraballo lo más difícil del trabajo fue la parte del libro virtual. "Allí es donde más información hemos tenido que buscar porque fue la parte que necesita más elaboración y más tiempo".

**"Consumópolis" sirve para que los alumnos aprendan a tener un uso responsable del ocio, el trabajo en equipo y la valoración de la diversidad cultural**

"En la primera parte del libro- continúa Denisa Ciobanu - teníamos que hablar sobre cómo era el ocio en el pasado. Esto lo reflejamos mediante un diario que escribía una joven en los años 60. En la parte del presente elaboramos un blog. En esta parte también hablamos de cómo se divierte la gente en las diferentes culturas. Aquí se nos ocurrió hacer un chat en el que los jóvenes se contaban unos a otros lo que hacían en su tiempo libre. La última parte trataba del futuro. Lo contamos como una noticia que salía en el periódico sobre los "Hikikomoris" adolescentes, que se encierran en sus cuartos y sólo se relacionan mediante la tecnología".

Finalmente, Raquel Núñez Martínez reconoce que "lo recordaremos como una experiencia inolvidable, ya que ha sido el primer concurso en el que participamos. Además nos entrevistaron en la radio y en la prensa de Zaragoza, y eso no es algo que hagas todos los días".<>



# Derechos de los usuarios de estaciones de servicio

En Aragón la norma sobre protección de los derechos de los Consumidores en los Servicios de Suministro de Combustibles y Carburantes de Automoción en instalaciones de venta al público es un Decreto del Gobierno de Aragón.



**“El Decreto establece una serie de medidas de obligado cumplimiento por el titular de la estación de servicio, para garantizar su correcto funcionamiento de la instalación”**

Con este decreto se regula, en el ámbito del territorio de la Comunidad Autónoma, la prestación en instalaciones de venta al público al por menor de combustibles y carburantes de automoción, así como lo referente a los derechos de consumidores y usuarios.

Se consideran instalaciones de venta al público al por menor de gasolinas y gasóleos de automoción tanto las estaciones de servicio como las unidades de suministro o cualquier otro punto de venta al consumidor final debidamente autorizados para tal fin.

Por otra parte, los servicios y establecimientos anexos a las instalaciones a que se refiere la norma, como

tiendas, restaurantes, cafeterías, servicios, aseos, autolavado, talleres de reparación, cambio de aceite o venta de repuestos, se registrarán por sus normas específicas, y por las generales de publicidad y marcado de precios.

El Decreto además, establece una serie de medidas de obligado cumplimiento por el titular de la estación de servicio, para garantizar el correcto funcionamiento de la instalación.

En cuanto a la información que se debe suministrar a los usuarios, mediante pilares o carteles informativos situados al comienzo de los accesos a las instalaciones y en ambas direcciones de la calzada, se deberá indicar horario de apertura y cierre de la estación, precio de venta al público por litro de los distintos carburantes, indicando su octanaje, medios y modalidades de pago (tarjetas admitidas), y la expresión “autoservicio” cuando el suministro se produzca en dicho régimen.

Por otra parte, dentro del recinto de la propia estación se deberá exhibir al público de forma permanente y claramente visible, al menos en castellano y con caracteres que permitan su lectura desde el interior del vehículo, carteles informativos con unas dimensiones mínimas de 80x60, en los que se deben indicar las siguientes informaciones:

Nombre o anagrama de la empresa suministradora de los combustibles, y en su caso, nombre de la instalación de

venta, precio de venta al público del litro de los diferentes tipos de carburante, con indicación de su octanaje y medios de pago aceptados en la estación.

Si por medidas de seguridad se exige el pago previo o se suministra por importes exactos para evitar cambios en metálico, se deberá indicar con los correspondientes carteles, situados en imágenes visibles. Además deberá haber leyendas o pictogramas que recojan los siguientes derechos y obligaciones de los consumidores:

- a) Prohibido fumar o encender fuego.
- b) Prohibido repostar con las luces encendidas o el motor en marcha.
- c) Existen hojas de reclamaciones a disposición del consumidor.
- d) Existen medidas de comprobación del suministro a disposición del consumidor.

También deberá indicarse el horario de apertura y cierre de las instalaciones. Cuando se prevea el autoservicio por parte del consumidor, deberá indicarse claramente esta circunstancia, colocando en cada aparato suministrador carteles que de modo inequívoco y legible indiquen el tipo de combustible que suministra, su precio, condiciones de pago e instrucciones necesarias para su manejo. Asimismo, cuando se disponga de dispositivos para el suministro de agua y aire, mediante pago, los aparatos deberán incorporar las instrucciones necesarias para su correcta utilización.

En principio la expedición de ticket o factura no se hace automáticamente a todos los clientes, si no sólo a aquellos que lo soliciten expresamente. Los datos que, con carácter mínimo deben figurar son número de factura o ticket, nombre, razón social, domicilio y NIF del establecimiento suministrador, tipo de carburante suministrado, cantidad de litros, precio por litro, IVA incluido, importe total del suministro y lugar y fecha de la emisión

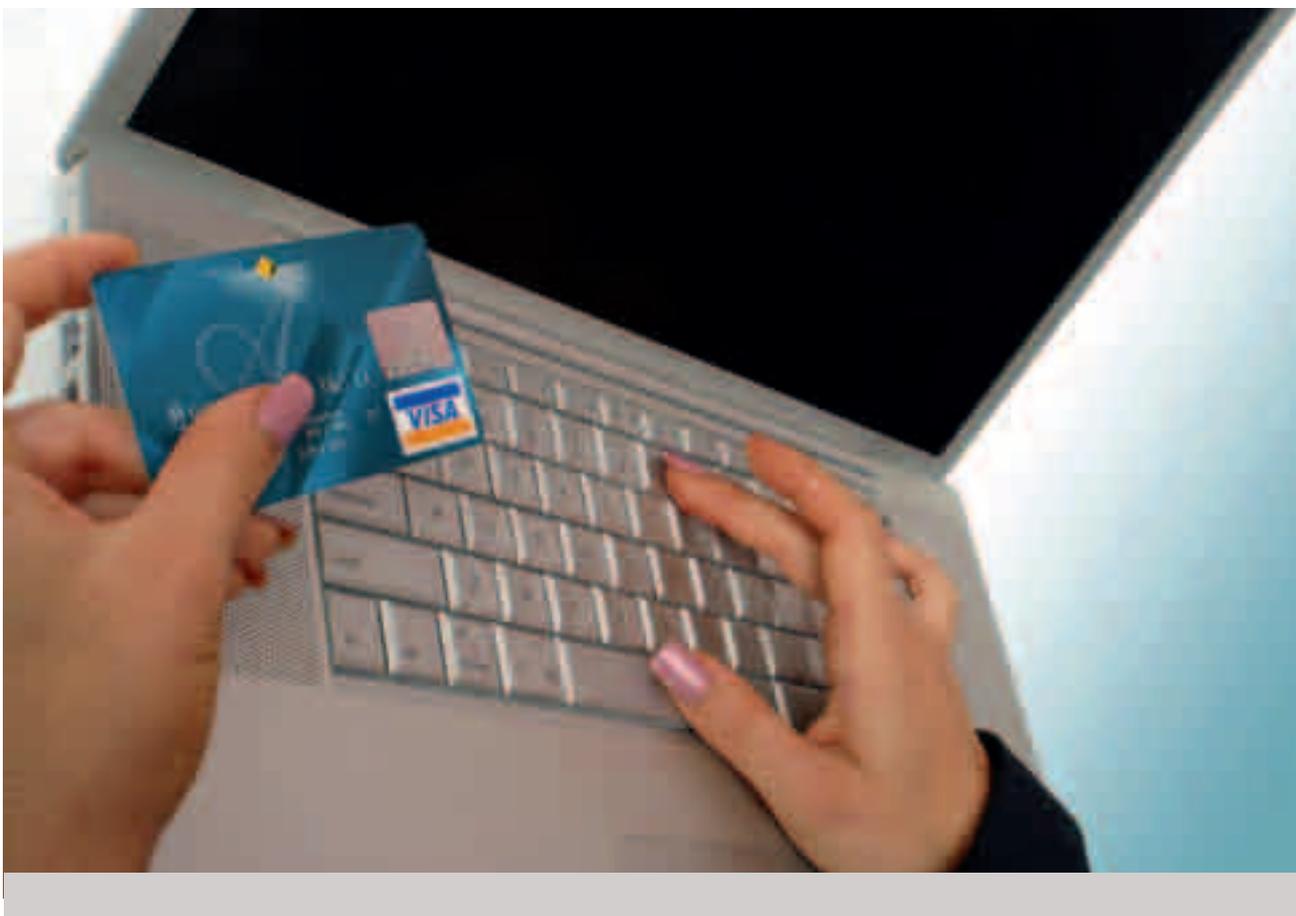
Todas las instalaciones de suministro al por menor de combustibles de automoción

deberán tener a disposición de los usuarios "Hojas de Reclamaciones" debidamente selladas por la Administración de acuerdo con el modelo oficial aprobado en el Decreto 311/2001 de 4.12 (BOA 19.12.01) y modificado por Orden del Departamento de Salud y Consumo de 18.9.2003 (BOA 3.10.2003). <>

### Medidas que establece el decreto:

- Dentro del horario de funcionamiento de la instalación, deben ser atendidas todas las peticiones de suministro que formulen los usuarios.
- Los responsables vienen obligados a adoptar las medidas precisas para garantizar el permanente abastecimiento y suministro.
- Están obligados también a mantener en correcto estado de conservación y funcionamiento los aparatos surtidores de gasolina y gasóleo, que deberán estar dotados de precintos reglamentarios.
- Deben vigilar el cumplimiento estricto de las normas de metrología, efectuando comprobaciones en relación con la correcta medición de la cantidad de combustible suministrado a los consumidores, evitando que los surtidores presenten defectos de suministro.
- Si se constata avería de un surtidor o que efectúa mediciones fuera de tolerancia, deberá suspenderse de inmediato el suministro a través de ese surtidor.
- En todo caso las características y calidad de las gasolinas y gasóleos suministrados en las instalaciones de venta se ajustarán a lo establecido en su normativa específica.
- Las instalaciones deben disponer de varillas de medición calibradas, sistema de extracción de líquidos con bombín de achique y pasta busca aguas.
- Los sistemas de suministro de aire y de agua deben funcionar correctamente. Si no funcionasen o lo hicieran de manera incorrecta deberá informarse a los usuarios mediante colocación de carteles.
- Se controlará que ni los empleados ni los usuarios fumen o enciendan cerillas o mecheros en las zonas destinadas al suministro de combustible.
- Se controlará que no se produzca abastecimiento de combustible a vehículos con el motor encendido o la luz encendida.
- En todo caso, las instalaciones contarán con equipos de extinción de incendios.

# Navegación segura por Internet



La informática hace la vida más fácil en el entorno laboral y entretiene en los ratos libres. Pero es necesario que el consumidor sea consciente de que el uso del ordenador y de Internet se debe llevar a cabo de forma responsable y segura.

Cuando se está delante de un ordenador no sólo hay que preocuparse por lo que se quiere comprar o por si se cumplen los derechos de los consumidores, sino que hay que tener en cuenta otros aspectos como el uso que hacen los niños y adolescentes o la salud de la personas que lo utilizan.

Este tipo de cuestiones relacionadas con la navegación segura por Internet, se han tratado en numerosas ocasiones por la Dirección General de Consumo.

Entre esas recomendaciones destaca la idea de no dar los datos bancarios ni personales a través de correo electrónico. Además es conveniente tener la información exacta que identifique a la empresa con la que el usuario mantiene algún tipo de contacto.

Por otra parte, el director del Departamento de Nuevas Tecnologías del Centro de Estudios Superiores y Técnicos de Empresa-CESTE, Enrique Rodríguez Rodríguez, también explicó en el aula cómo se consigue seguridad en la conexión y los problemas más frecuentes de los usuarios.

Esta Aula de Consumo sobre la navegación segura por Internet sirvió además para aportar nociones básicas sobre las normas de comportamiento, consejos

sobre cómo se debe actuar y cuáles son los principales riesgos a los que se puede enfrentar un usuario.

Las conclusiones a las que se llegó fueron, entre otras, que el ordenador debe estar apagado cuando se finaliza el trabajo, es aconsejable tener una contraseña y es importante navegar por la red con un antivirus adecuado ya que en la red residen virus, troyanos, el correo masivo o el spam.

En definitiva, las recomendaciones básicas para realizar una navegación segura por Internet se resumen: en que, por un lado, es importante configurar el PC y el navegador con cortafuegos que compruebe la información de las webs y bloquee o permita el paso al equipo. Vigilar el correo, (no abrir correos de personas desconocidas, no reenviar sin quitar la lista de destinatarios), poner un antispam o hacer una copia de seguridad son otros de los consejos que se dan desde la Dirección General de Consumo.

### Los menores e Internet

Los jóvenes son uno de los grupos de la sociedad que más utilizan Internet, pero también son los que más expuestos están a los posibles riesgos que residen en la red. "Un 98% de los jóvenes entre 15 y 24 años son usuarios de Internet y un 95% de niños entre 11 y 14 años también lo utilizan", según el director del Observatorio Aragonés de la Sociedad de la Información, José Félix Muñoz Soro.

En una charla sobre la navegación segura por la red, José Félix Muñoz, indicó que los niños y adolescentes son nativos digitales. Asimismo indicó que el conocimiento que tienen de la tecnología la han adquirido sin necesidad de una formación específica. De esta forma, los jóvenes entre 9 y 14 años usan el ordenador para los juegos on line, redes sociales, mensajería instantánea, buscar información, descargar música, películas o para los correos.

Entre la información que los menores pueden encontrar por Internet hay que

**"Un 98% de los jóvenes entre 15 y 24 años son usuarios de Internet y un 95% de niños entre 11 y 14 años también lo utilizan", director del Observatorio Aragonés de la Sociedad de la Información, José Félix Muñoz Soro.**

tener especial cuidado con las páginas de temática violenta, pornográfica y sobre todo, con aquellas que exigen los datos personales.

Ante este uso de las nuevas tecnologías por parte de los menores de edad y los posibles riesgos que ello conlleva, los padres deben vigilar y poner límites al uso de Internet por parte de los más pequeños de la casa.

Entre estas medidas se subraya alguna como poner el ordenador en las zonas comunes de la casa o limitar el tiempo de navegación. Además, hay que controlar que los niños no queden con nadie que conozcan a través de Internet y en el caso de reutilizar redes sociales es aconsejable que el perfil del usuario sólo lo vean los amigos. No obstante, la mejor forma de prevenir estas cuestiones es a través de la educación. <>



## “Desde CEPYME-Aragón trabajamos en defensa del consumidor dentro de la promoción de la actividad empresarial”

El turolense Aurelio López de Hita es desde hace cinco años el Presidente de la Confederación de la Pequeña y Mediana Empresa Aragonesa (CEPYME-ARAGÓN). La CEPYME afronta el nuevo año consciente de que se vive una realidad económica complicada, pero redoblando los esfuerzos y los apoyos.



“CEPYME-Aragón afronta el nuevo año consciente de una realidad económica complicada y con propósito de redoblar nuestros esfuerzos en apoyo a la pyme”

Antes de empezar, para el ciudadano que no conozca la función de CEPYME, ¿cómo definiría su trabajo?

CEPYME-Aragón es una organización empresarial suficientemente conocida que trabaja en defensa de las pymes y presta un amplio abanico de servicios de calidad contrastada tanto para las pequeñas y medianas empresas como para aquel ciudadano que no esté relacionado con el mundo empresarial, como son el Centro Permanente de Orientación Profesional (CPOP) o los departamentos de formación y empleo.

¿Cómo afronta CEPYME-Aragón el nuevo año?

CEPYME-Aragón lo afronta consciente de una realidad económica complicada y con propósito de redoblar nuestros esfuerzos en apoyo a la pyme que, como todos saben, está sufriendo las consecuencias de la actual crisis de una manera más aguda que el resto del sector empresarial.

¿Qué propuestas desarrollan para superar este momento?

Incentivar el consumo, mejorar la política fiscal, facilitar el acceso al crédito y mejorar los sistemas de producción, entre otras.

¿Hay que ser un osado para abrir un negocio hoy día o por el contrario es también una buena época para los emprendedores?

Incluso en épocas de crisis existen oportunidades para emprendedores, véase por ejemplo los negocios tipo low-cost, tiendas de segunda mano, asesorías laborales, etc. Se trata, en definitiva, de saber buscar y encontrar lo que llamamos un “nicho”. Sin embargo esto no es suficiente para garantizar la viabilidad futura del negocio: hay que elaborar un

plan de negocio o proyecto empresarial realista que nos permita llegar a unas conclusiones sobre dicha viabilidad y poder así realizar las correcciones oportunas y no tener que lamentarnos una vez realizada la inversión.

### ¿Qué ayudas dan al ciudadano, dispuesto a abrirse su camino profesional, para aumentar la viabilidad del negocio?

Desde el servicio de asesoría para la creación de empresas de CEPYME-Aragón, ofrecemos una atención individualizada a aquellos ciudadanos que tengan una idea de negocio, mediante el apoyo y seguimiento en la elaboración de su plan de negocio, con todos los aspectos que éste conlleva, es decir, desde la elección de la forma jurídica y trámites para la puesta en marcha de la empresa, hasta la búsqueda de ayudas y subvenciones que ofrecen las distintas administraciones para emprendedores.

### Antes también ha nombrado al CPOP, ¿en qué consiste el plan de formación?

Con el Gobierno de Aragón gestionamos el plan de formación intersectorial de Aragón dirigido prioritariamente a ocupados, y las acciones formativas encuadradas en el Plan de Formación e Inserción Profesional de Aragón. Ambos planes intentan dar respuesta y cubrir las necesidades formativas detectadas en el mercado de trabajo, facilitando tanto la recualificación de los trabajadores ocupados, como la reinserción de los trabajadores desempleados.

### ¿Cuáles son los cursos que imparten al respecto?

Desde nuestra organización hacemos un gran esfuerzo por descentralizar la formación a las distintas comarcas de Aragón para facilitar el acceso a todos los trabajadores de la comunidad.

La temática formativa que se programa intenta ser lo más amplia posible,

pretendiendo llegar tanto a las necesidades transversales a los sectores de actividad: (Administración, Gestión y Recursos Humanos, Calidad, Medio ambiente y Prevención de Riesgos, Comercial, Marketing y Ventas, Idiomas Informática y TICs, Logística y Producción,...) como a necesidades de los distintos sectores productivos (Técnicas Industriales -Electricidad y Automatización, Mecanización, Soldadura y Calderería, Diseño Asistido y Mecánico, Mantenimiento Industrial, Energía, Interpretación de planos, Instalaciones Industria-Viviendas-Construcción y Servicios -Docencia, Sanidad, Conducción, Hostelería.

### Por otra parte, los consumidores son también una de las fracciones de la sociedad fundamentales para que un negocio funcione. ¿Cómo trabajan con este colectivo?

Si de protección al colectivo de consumidor final hablamos, toda actuación de la empresa de ofrecer garantías o medios de defensa al consumidor (vías accesibles de reclamación, sometimiento a fórmulas de arbitraje, etc) redundan en su propio beneficio.

Esa forma de actuar es, en definitiva, un sello de calidad del producto o servicio ofertado por esa empresa que tendrá una mejor imagen ante el consumidor. Además del ahorro de costes y medios que para resolver tales problemas supone el adoptar cualquier política empresarial en ese sentido, que no dejaría de ser la pública demostración de un compromiso de calidad y garantía que le ayudaría a diferenciarse de otras empresas no tan comprometidas con el tema.

Por eso, desde CEPYME no cesamos de alentar no solo el cumplimiento de la normativa genéricamente exigible en tales temas, sino igualmente la voluntaria adopción de medidas y hábitos contractuales de transparencia y defensa del consumidor como una parte más de la labor de promoción de la actividad empresarial de la que se trate.<>

**“Incentivar el consumo, mejorar la política fiscal, facilitar el acceso al crédito y mejorar los sistemas de producción son algunas de las propuestas para superar el actual momento”**



# NOTICIAS BREVES

## Las necesidades y servicios de la población mayor de 65 años centran una nueva aula de Consumo



Una de las características de la sociedad moderna es el crecimiento de la población de la tercera edad. Como consecuencia de ello existe una creciente necesidad de enseñar a conservar y mejorar las habilidades funcionales de los ciudadanos al envejecer y, así, procurar una mejora de la calidad de vida, además de enseñar a este colectivo a manejarse de forma independiente.

“Es muy importante el papel que desempeñan las personas mayores porque entendemos que pueden transmitir a los jóvenes valores como el consumo social, responsable, sostenible y respetuoso con el medio ambiente y sobre todo, transmitir los derechos y obligaciones que los ciudadanos tenemos como consumidores” ha explicado el director general, Francisco Catalán

De esta forma, uno de los temas que han centrado el aula de consumo ha sido precisamente las necesidades de consumo y servicios en los ciudadanos mayores. En esta sesión se aportó una serie de pautas para que las personas mayores de 65 años consigan tener buena calidad de vida y autonomía en la Comunidad.

Las conferencias se centraron además en cómo llevar a cabo la gestión de los ahorros de forma segura y productiva, en el envejecimiento y en la salud funcional.

## Sabiñánigo acoge la VIII jornada de información sobre consumo en los municipios

La localidad oscense de Sabiñánigo acogió la VIII jornada de información sobre consumo en los municipios. Este encuentro sirve como vía permanente de diálogo entre los responsables de las Oficinas Municipales y Comarcales de Información al Consumidor, las distintas administraciones, técnicos, agentes sociales y los responsables de colectivos.

Durante las jornadas, se revisó y se puso en valor la protección de los usuarios de la sanidad pública y privada; los fraudes y delitos económicos, financieros e informáticos; la defensa de la competencia y publicidad y competencia desleal; el consumo y su relación con el cambio climático; y el acceso a la vivienda protegida. En definitiva se puso de manifiesto cuestiones básicas para la defensa de los derechos del consumidor.

## El Programa del Plan de Formación Continua para profesionales de Consumo se imparte en Jaraba

Uno de los cursos del Programa del Plan de Formación Continua se celebró en la localidad zaragozana de Jaraba. En esta ocasión los asistentes al curso de formación aprendieron las modificaciones y aspectos más novedosos en la normativa que regula la protección jurídica de los consumidores y usuarios.

Los cursos integrados en el Programa del Plan de Formación Continua para profesionales de Consumo, organizados por la Dirección General de Consumo del Gobierno de Aragón, con la colaboración del Instituto Nacional del Consumo, pretenden promover la actualización permanente de los conocimientos en este campo y profundizar en la preparación de los profesionales en materia de consumo, tal como establece la Ley de protección y defensa de los consumidores y usuarios de Aragón.

## Los alimentos de Aragón y sus denominaciones de calidad han protagonizado una jornada de Consumo



La calidad diferencial de los productos de la Comunidad Autónoma, que se reconoce a través de la figura de Denominaciones de Origen, alimentos artesanales o productos ecológicos, ha sido uno de los temas que se han tratado en las jornadas de Consumo.

“Los consumidores y usuarios participan en la elaboración de las disposiciones generales que les afectan en lo relativo a los alimentos, a través del trámite de audiencia del Consejo Aragonés de Consumidores y Usuarios. En las certificaciones alimentarias también está prevista la participación de consumidores, productores y administración”, explicó el director general de Consumo, Francisco Catalán.

Por su parte, la Denominación de Origen Protegida (DOP) es una figura de calidad que se otorga a productos agrícolas y alimenticios cuya singularidad se debe a los factores de producción propios del medio geográfico en el que se produce, transforma y elabora. En Aragón gozan de esta protección el Jamón de Teruel, el Melocotón de Calanda, el Aceite del Bajo Aragón y los vinos de Cariñena, Somontano, Calatayud y Borja.

En el caso de la marca de calidad correspondiente a la artesanía alimentaria, se consigue apostando por el uso de las técnicas tradicionales, respetuosas con el medio ambiente y con los consumidores, para realizar productos naturales y artesanales ligados a las más arraigadas tradiciones culturales y gastronómicas aragonesas. Por último, a la propia marca del Gobierno de Aragón, C' alial, se han acogido más de 50 productos.

# Un Aula de Consumo que muestra los hábitos de consumo de la población inmigrante



Hacer una aproximación rigurosa para conocer los hábitos de consumo de las personas de origen extranjero y, de esta forma, poder implementar las políticas de Consumo que den contenido a los espacios en los que se detectan necesidades informativas o educativas, han sido los objetivos de la primera Aula de Consumo de 2010. La jornada se centró en los hábitos de consumo en la población inmigrante. El director general de Consumo, Francisco Catalán, y el director general de Inmigración y Cooperación al Desarrollo, Pedro Coduras Marcén,

inauguraron esta sesión en la que también se ha presentado el Cuaderno de Consumo número 46.

Las ponencias estuvieron a cargo de Esther Jenine Sedney, licenciada en Servicios de Información y Administración de Información; Luz Marina Rendón, presidenta de la Asociación Sociocultural y de Cooperación al Desarrollo por Colombia e Ibero América "ACULCO" de Zaragoza; y Moussa Fall, presidente de la Asociación de Inmigrantes Senegaleses en Aragón. La población inmigrante es un colectivo especialmente vulnerable

en su condición de consumidores. Desde la Dirección General de Consumo se es consciente de que hay que valorar y tener en cuenta las inquietudes y hábitos de vida de estas personas, que tienen los mismos derechos como consumidores y usuarios que los aragoneses de origen.

Por otra parte, el Departamento de Salud y Consumo lleva a cabo diferentes actividades para potenciar el derecho a la educación, información y formación de los consumidores. Una de ellas consiste en la edición de los Cuadernos de Consumo. En el número 46 se expone precisamente la situación de los consumidores extranjeros y se estudian los hábitos de consumo de las personas extranjeras.

Los principales resultados de este estudio demuestran que:

- Para un 38% de los encuestados, la primera compra al llegar a España fue el teléfono móvil.
- El medio de transporte más usado es el autobús (43,8%).
- Un 6% compra un coche nuevo, y un 20% un coche de segunda mano.
- La mayoría de los encuestados (78%) vive en una vivienda de alquiler; Alrededor de un 13% de los encuestados vive en una propiedad con pagos pendientes.
- Alrededor de un 60% posee un teléfono móvil de tarjeta, y un 41% un teléfono móvil de contrato.
- Un 62% de los encuestados dispone de una línea de teléfono fijo.
- Para comunicarse con su familia en el país de origen, se usan primordialmente los servicios telefónicos de un locutorio (38,2%).
- La mayoría de los encuestados posee una tarjeta de débito (59,2%).
- Alrededor de un 68% dice leer las condiciones antes de firmar un contrato.
- A la mayoría de los encuestados (47,5%) les alcanza el dinero al llegar a final de mes.

- Más de la mitad de los encuestados (52,2%) no envía dinero a su país de origen.
- De las personas de origen extranjero que participaron en este estudio, un 67,2% tiene intenciones de regresar a su país de origen. Un 32,6% tiene intenciones de establecerse en España.

El objetivo de este estudio ha sido exponer la situación de los consumidores de origen extranjero desde un punto de vista económico. Con el se pretende crear un patrón de consumo de personas de origen extranjero en Aragón.

Los resultados de este estudio pueden ser utilizados para clasificar a personas de origen extranjero según sus hábitos de consumo y favorecer futuros estudios que traten temas concernientes a personas de origen extranjero en Aragón.

Por último desde la dirección general de Consumo se recuerda que en caso de reclamación o duda, los consumidores pueden dirigirse a las asociaciones de consumidores o a cualquiera de las oficinas municipales de información al consumidor o a los Servicios Provinciales de la Dirección General de Consumo. Además, la Dirección General de Consumo pone a disposición de los usuarios el Teléfono gratuito del Consumidor 900 12 13 14.<>



**El estudio tiene como objetivo crear un patrón de consumo desde el ámbito económico de las personas de origen extranjero que viven en Aragón**

# AULAS DE CONSUMO

## Programación para el 2010

Lugar de celebración: SALA JERÓNIMO ZURITA del Edificio Pignatelli, Paseo María Agustín, 36, Zaragoza • Horario: De 11 a 13 h.  
Información: Dirección General de Consumo. Teléfonos 976 715 648- 976 714 792. [www.aragon.es/consumo](http://www.aragon.es/consumo)

### ENERO

Ponencia: "Hábitos de consumo de las personas de origen extranjero en Aragón"

- La alimentación: tipos de alimentos, establecimientos comerciales y su control sanitario.
- Los medios de comunicación, ocio, vivienda, etc.

Fecha: martes 26 de enero de 2010

### ABRIL

Ponencia: "Los consumidores ante la ley de libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio"

- Servicios incluidos y excluidos
- Repercusiones y nuevas expectativas para los consumidores y usuarios.
- Derechos y obligaciones

Fecha: martes 20 de abril de 2010

### SEPTIEMBRE

Ponencia: "La competencia desleal ante los derechos de los consumidores y usuarios"

- Las prácticas comerciales desleales, engañosas o agresivas
- Publicidad y códigos de conducta.
- Cómo deben actuar y defenderse los consumidores.

Fecha: martes 28 de septiembre de 2010

### DICIEMBRE

Ponencia: "Consumidores celiacos, consumir en igualdad"

- Los consumidores celiacos. Alimentos sin gluten.
- Otras alergias e intolerancias. Alimentos y dieta indicada

Fecha: martes 14 de diciembre de 2010

### FEBRERO

Ponencia: "Venta a distancia"

- Modalidades: comercio electrónico, por catálogo, teletiendas, etc
- Garantías y derechos del consumidor.
- Los portales de subastas en la Web

Fecha: martes 23 de febrero de 2010

### MAYO

Ponencia: "Las cooperativas de viviendas"

- Los derechos y deberes de los cooperativistas
- La financiación
- Obligaciones de la cooperativa

Fecha: martes 18 de mayo de 2010

### Destinatarios:

- Personal de información y asesoramiento de las asociaciones de consumidores y usuarios y de las oficinas municipales y comarcales (OMIC/OCIC), así como de otras administraciones públicas que trabajen en áreas de consumo.
- Directivos y afiliados a las asociaciones de consumidores y usuarios
- Profesionales de los temas y estudiantes de formación especializada
- Público en general

### OCTUBRE

Ponencia: "Economía sostenible: nuevas tendencias de ahorro"

- Biocombustibles: características y utilización
- Viajes: low coast, cláusulas y condiciones
- Otros productos : bombillas, marcas blancas, tiendas outlet, etc.
- Reclamaciones

Fecha: martes 26 de octubre de 2010

### MARZO

Ponencia: "La Educación del consumidor en la sociedad de la comunicación. Los servicios telefónicos 902, 905, 806 y SMS Premium"

- La educación del consumidor en la sociedad actual
- Llamadas telefónicas a concursos televisivos y radiofónicos, líneas de adultos, astrología, información o atención al cliente, etc.
- Cómo y dónde reclamar

Fecha: martes 16 de marzo de 2010

### JUNIO

Ponencia: "Las inspecciones de consumo en sectores diversos"

- Venta de animales domésticos y productos para su alimentación y cuidado
- Establecimientos todo a 100
- Establecimientos de joyería

Fecha: martes 15 de junio de 2010

### NOVIEMBRE

Ponencia: "Las reclamaciones de consumidores y usuarios"

- Los Servicios de Atención al cliente de las empresas.
- Entidades y Organismos Públicos donde reclamar en materia de consumo. Las denuncias. Clases y características principales.
- La adhesión de establecimientos al Sistema Arbitral de Consumo. Ventajas para los consumidores

Fecha: martes 15 de junio de 2010

# Campañas de inspección de Consumo durante el 2010

La Dirección General de Consumo del Gobierno de Aragón coordina una serie de campañas y actuaciones de inspección que son materializadas por los servicios provinciales de Salud y Consumo, y que tienen el objetivo de control y vigilancia de una serie de productos y servicios.

Las distintas campañas de reconocimiento que se van a llevar a cabo en Aragón durante 2010, por la Dirección General de Consumo tienen presente las iniciativas de los servicios provinciales y las propuestas realizadas por los miembros del Consejo Aragonés de Consumidores y Usuarios

A la hora de elegir los sectores sobre los que se va a acometer un control más exhaustivo, se debe tener en cuenta los colectivos de consumidores especialmente protegibles y los productos y servicios que deben ser objeto de especial atención. Todo ello de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 5 y 6 de la Ley 16/2006 de Protección y Defensa de los Consumidores y Usuarios de Aragón. El número de reclamaciones de un sector, la entrada en vigor de una nueva normativa, o incluso el aumento de la demanda puntual de un determinado producto o servicio, son otros de los argumentos que pueden motivar el inicio de una determinada actuación programada.

Campañas en 2010:

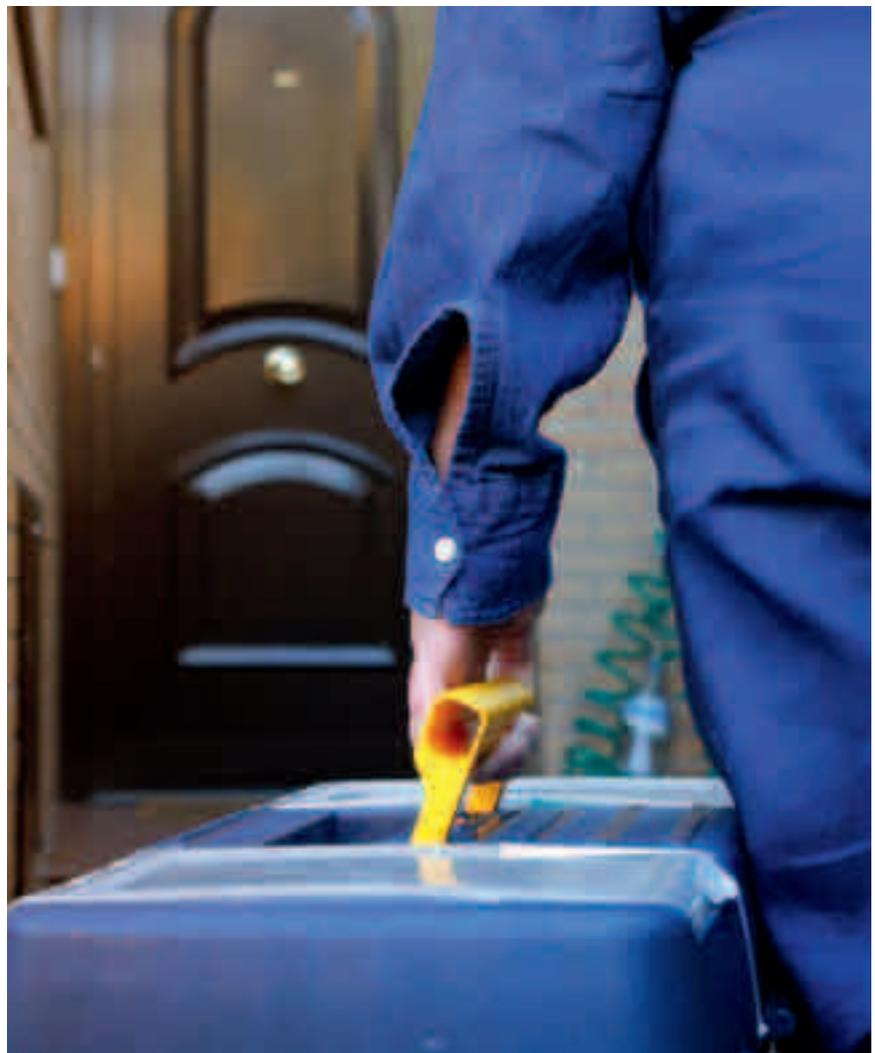
- Campaña de material escolar diseñada para controlar la información y los requisitos de seguridad del material que emplean los niños en sus actividades escolares.
- Campaña de productos textiles, basada preferentemente en aspectos informativos y de control de la calidad.
- Campaña de vehículos, programada específicamente para controlar la información sobre las emisiones de CO2 en la venta de vehículos.
- Campaña de servicios de reparación a domicilio, centrada en la información y documentación exigible.
- Campaña de autoescuelas, cuyo objetivo es el de controlar diversos aspectos informativos y contractuales.
- Campaña de control de la información del IVA en los precios de los servicios.
- Campaña de comercio electrónico, planificada especialmente para control de condiciones de venta y otros aspectos contractuales.
- Campaña de rebajas, con el objeto de comprobar la información de precios y las condiciones de venta.
- Campaña de venta automática, dirigida a la información de las máquinas automáticas.
- Campaña de vivienda, comprobando los derechos básicos y la información previa que debe facilitarse a los futuros adquirentes.
- Campaña general de derechos básicos, tickets, hojas de reclamaciones e información de precios.
- Campaña de servicios telefónicos de tarificación adicional en programas y concursos.<>



# Recomendaciones para el consumidor que necesita reparaciones a domicilio

En este ámbito y para proteger los intereses de los consumidores se articuló un detallado texto para regular estas prestaciones

En la hoja informativa se deben incluir las tarifas. Asimismo se incluirán los datos de identificación del prestador y las leyendas sobre tenencia de hojas de reclamaciones, sobre el derecho a un presupuesto previo y comprobación de las tarifas de piezas y materiales



Un grifo que gotea, una persiana bloqueada o un diferencial que salta. Se trata de pequeños, pero urgentes arreglos domésticos que en ocasiones deben ser reparados por un profesional, es decir, es necesario acudir al sector de servicios a domicilio.

Los servicios a domicilio los efectúan las empresas de prestación de servicios a domicilio y consisten esencialmente en trabajos de mantenimiento y reparación de la vivienda y zonas comunes. Para evitar situaciones de confrontación entre el prestador y el consumidor y

ante el temor de un crecimiento de las conductas perjudiciales a los intereses de los consumidores, se concretó un detallado y minucioso texto articulado que regula la prestación de servicios a domicilio a los consumidores.

Las empresas reguladas, que por ello deben cumplir los preceptos recogidos en la norma, son todas aquellas que realicen trabajos de mantenimiento y reforma de viviendas, de sus instalaciones y edificaciones anexas.

Uno de los principios básicos que se pretende proteger es el de la información, articulando una serie de requisitos que garanticen la transparencia en el servicio y la calidad del mismo.

Estos servicios se prestan a domicilio, por lo que es el titular de la vivienda, salvo que se contrate en el propio taller del profesional, el que debe permitir el acceso a la misma, debiendo exigir la presentación de una hoja informativa.

En ella se debe especificar los precios por tiempo de trabajo, por desplazamiento, por recargo de urgencia, por elaboración de presupuesto más IVA. Asimismo se incluirán los datos de identificación del prestador y las leyendas sobre tenencia de hojas de reclamaciones, sobre el derecho a un presupuesto previo y comprobación de las tarifas de piezas y materiales.

La concordancia del presupuesto, con las tarifas detalladas en la hoja informativa y de los materiales con las tarifas del sector, debe ser total. Por ello, el prestador del servicio entregará antes de la realización del mismo un documento detallando el trabajo a realizar que incluya, materiales e importes, mano de obra y desplazamiento. Es precisamente este documento el que sirve como base de justificación de muchos de los conflictos.

Por otra parte, la factura es el documento que acredita el pago del servicio y siempre hay que exigirla por muy pequeño que sea el importe. En algunos casos es el único documento, que relaciona al

profesional con el trabajo realizado y el consumidor. En este caso no es solo un derecho del consumidor, es un deber del profesional la entrega de la factura correctamente cumplimentada con todo tipo de datos.

La garantía es otro de los documentos extendido por el prestador del servicio en el que se concreta la cobertura y el plazo de validez del mismo, que no podrá ser ni inferior a tres meses ni excluir parte alguna del servicio prestado.

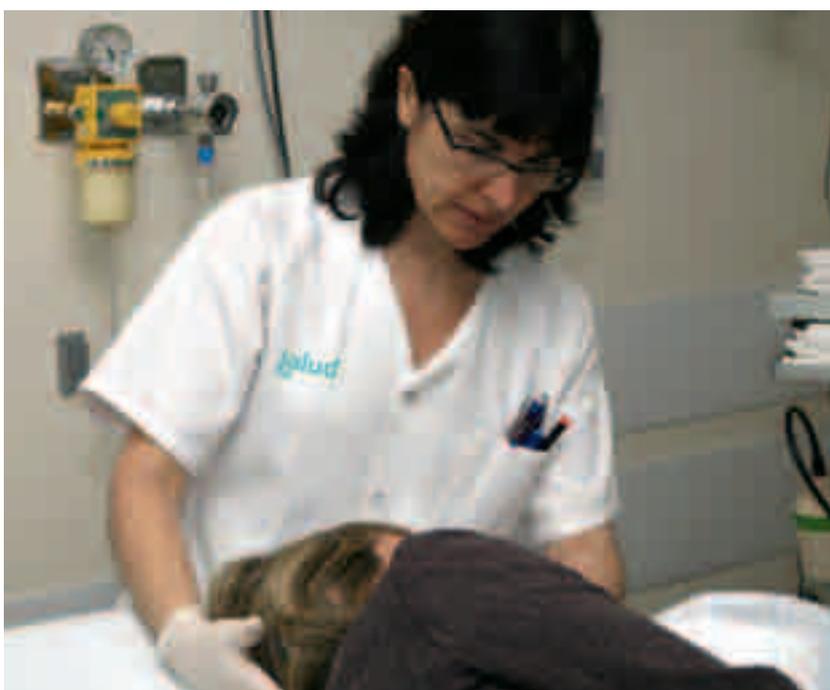
Para finalizar también existen las hojas de reclamaciones que deben ser más un punto de encuentro y solución que de enfrentamiento. <>

**El consumidor debe pedir siempre la factura que acredite el trabajo realizado**



# El Primer Plan de Atención a la Salud de la Mujer en Aragón desarrolla el principio de igualdad

El documento se basa en seis estrategias que agrupan 14 objetivos desarrollados en 90 acciones concretas



la dimensión de género y las funciones vinculadas con la reproducción determinan una especificidad en el tratamiento de la salud de las mujeres

Casi un centenar de acciones, que responden a 14 objetivos agrupados en seis líneas estratégicas, componen el primer Plan de Atención a la Salud de la Mujer en Aragón 2010-2012. Se trata de un documento que “responde a la voluntad política de contar con un instrumento que ayude a desarrollar el principio de igualdad y a paliar las desigualdades directas e indirectas que se producen por motivo de género”.

Así lo explicó la consejera de Salud y Consumo, Luisa María Noeno, durante su comparecencia a petición propia ante la Comisión de Sanidad de las Cortes de Aragón para dar a conocer esta iniciativa, elaborada a partir de la realidad de que hombres y mujeres no son iguales, ya que la dimensión de género y las

funciones vinculadas con la reproducción determinan una especificidad en el tratamiento de la salud de las mujeres.

El Plan de Atención a la Salud de la Mujer se inserta en las políticas del Gobierno de Aragón en materia de igualdad, tratando específicamente el ámbito de la salud para conocer la situación de la que se parte, definir unos objetivos para el sistema público de salud y sentar las bases de la futura planificación.

## Seis líneas estratégicas

La primera estrategia se centra en la salud en las diferentes etapas de la vida, que implica dar respuestas concretas a las necesidades que se plantean en cada momento de la vida de la mujer. Así, los objetivos que se establecen son promover tanto el cuidado personal y la mejora de la salud sexual y reproductiva, a través por ejemplo de estrategias de promoción de hábitos saludables en las consultas de Atención Primaria, como la participación de mujeres y hombres en la toma de decisiones en relación al embarazo, parto y puerperio.

También son objetivos de esta primera estrategia la mejora del bienestar y la calidad de vida de las mujeres adultas y en la madurez, la atención de los procesos de cáncer de mama, cérvix y endometrio de forma integral y la promoción de la salud con equidad de género.

La segunda estrategia recogida en el Plan es la atención integral a las mujeres con factores de riesgo para su salud

derivados de situaciones de vulnerabilidad, debidas a roles, a estilos de vida y a prácticas preventivas distintas en mujeres y hombres, y de modo fundamental a las condiciones estructurales en que esos roles se desarrollan.

En este sentido, los objetivos son dos: facilitar el acceso al sistema sanitario de mujeres en situación de riesgo de exclusión y adecuar la respuesta del propio sistema a las necesidades específicas de estas mujeres, con acciones como la adaptación y traducción de recursos y materiales informativos sobre cuidados de salud dirigidos a mujeres inmigrantes.

La tercera línea estratégica pretende implicar a las mujeres en la toma de decisiones que afectan a su salud, ámbito en el que formación e información son claves. Para favorecer esta participación se plantea, por ejemplo, definir la participación en la Comisión de Evaluación de Cartera de Servicios de mujeres en representación de asociaciones de pacientes.

La investigación y formación de los profesionales es el cuarto ámbito estratégico de este plan. Así, se plantea mejorar el conocimiento y la información sobre transversalidad de género en los servicios sanitarios, reducir el impacto de los condicionantes de género en el malestar bio-psico-social de las mujeres y potenciar las investigaciones sobre desigualdades de género en salud, a través, por ejemplo, de programas de sensibilización sobre factores de riesgo y enfermedades en las mujeres aragonesas.

Los hombres también tienen un papel destacado en este plan. Así, la quinta línea estratégica está enfocada a involucrar a los varones en la mejora de la salud de las mujeres desarrollando acciones como el fomento del uso de preservativos, la corresponsabilidad de los hombres en la toma de decisiones en la salud sexual y reproductiva que afectan a la pareja o la incorporación de los hombres a los programas de



“El Plan de Atención a la Salud de la Mujer en Aragón responde a la voluntad política de contar con un instrumento que ayude a desarrollar el principio de igualdad y a paliar las desigualdades directas e indirectas que se producen por motivo de género”, Luisa María Noeno.

preparación al parto de sus parejas y en el cuidado del bebé.

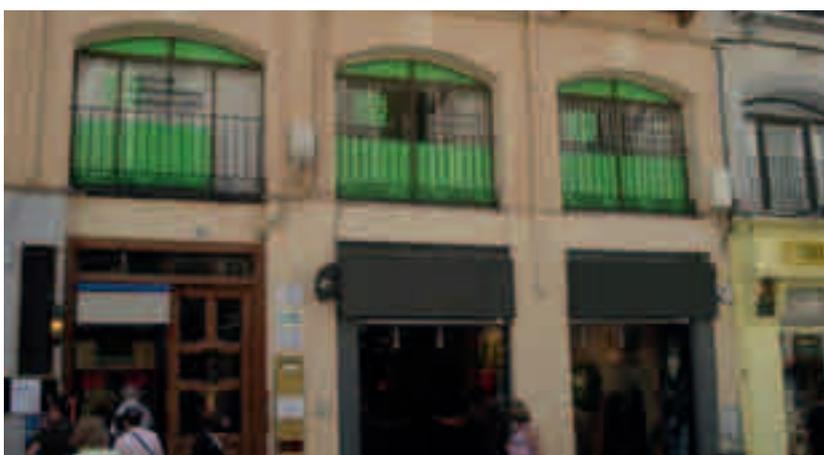
Por último, el primer Plan de Atención a la Salud de la Mujer plantea la actuación de los servicios de salud ante la violencia de género, un tipo de violencia que implica activamente a los profesionales del sistema sanitario en la detección del problema, la atención de las lesiones y la coordinación con otros sistemas de protección judicial o social.

Los objetivos en torno a esta sexta línea estratégica son la disminución del impacto que supone la violencia de género en la salud de las mujeres con acciones como la inclusión en la historia clínica electrónica de los indicadores del Programa de Atención a la Violencia de Género o la evaluación de la utilización de la Guía de Atención Sanitaria a la Mujer Víctima de Violencia Doméstica, que el Gobierno de Aragón elaboró en 2005; y potenciar la formación de los profesionales del sistema sanitario de Aragón, por medio de la sensibilización y formación en el tratamiento de la atención sanitaria a la violencia contra las mujeres en atención primaria, atención especializada, urgencias, salud mental, convalecencia y rehabilitación.<>

**la quinta línea  
estratégica está  
enfocada a involucrar  
a los varones en la  
mejora de la salud  
de las mujeres  
desarrollando acciones  
como el fomento del  
uso de preservativos,  
la corresponsabilidad  
de los hombres en la  
toma de decisiones  
en la salud sexual  
y reproductiva que  
afectan a la pareja  
o la incorporación  
de los hombres a  
los programas de  
preparación al parto  
de sus parejas y en el  
cuidado del bebé**

# La UCA, una asociación comprometida con el consumidor

El cambio de sede a la calle Alfonso I de Zaragoza y la edición de una revista ponen a la asociación más cerca del consumidor aragonés



**La filosofía de la asociación se basa en el servicio al consumidor**

Hace apenas un año, la Unión de Consumidores de Aragón se planteó el cambio de sede como una forma de acreditar y reforzar su implantación en la Comunidad Autónoma, haciéndose más pública y accesible desde el escaparate que supone ocupar un inmueble en la calle Alfonso I.

Desde su constitución, en 1987, la UCA ocupaba un viejo inmueble en la calle Espoz y Mina, donde se consolidó como una de las asociaciones de consumidores más influyentes en Aragón.

Sin olvidar su papel de atención personal al consumidor, la Unión de Consumidores de Aragón siempre se ha implicado en temas de gran envergadura social que son, un día sí y otro también, titulares en los medios de comunicación. Destaca su sensibilización con los temas de servicios sociales y de vivienda.

En el ámbito de la vivienda, la UCA es un referente en la comunidad autónoma y, desde hace tres años, gestiona

la Oficina de Información de Vivienda en Aragón, por medio de un convenio firmado con el Gobierno de Aragón para asesorar en temas de alquiler y compra. La Unión de Consumidores ha realizado numerosos estudios relacionados con temas de consumo durante sus 22 años de vida. Su publicación más reciente, una nueva Guía de Vivienda en Aragón, tiene en cuenta al colectivo inmigrante, uno de los más afectados por este tema, y se ofrece en seis idiomas: francés, inglés, chino, búlgaro, árabe y rumano.

Así mismo, en 2008 la asociación puso en marcha una publicación periódica: la revista de la UCA.

La vocación expansiva de la UCA, que no es nueva, se refleja en su esfuerzo por llegar a los consumidores de todo Aragón. Así, gestiona desde hace varios años, en la Oficina Municipal de información al consumidor de Utebo y, desde este verano, la OCIC de la Comarca de Campo de Belchite.

José Ángel Oliván, comprometido socialmente y especialmente sensibilizado con la defensa de los derechos de los consumidores, es el actual presidente de la Unión de Consumidores de Aragón. Este compromiso y una moderna visión del papel que tienen que jugar los consumidores y las asociaciones en el futuro, le ha colocado al frente de la presidencia del Consejo Aragonés de Consumidores y Usuarios y, desde el pasado año, también en la presidencia de la Unión de Consumidores de España.<>

# La Oficina Comarcal de Información al Consumidor (OCIC) de la Comarca del Aranda

La OCIC aporta soluciones a los conflictos ocasionados en materia de consumo

La Oficina de Atención al Consumidor de la Comarca del Aranda (OCIC) se encuentra ubicada en el Castillo-Palacio Papa Luna, sede de la Comarca. Tiene su origen en la oficina municipal de atención al consumidor (OMIC) de Illueca.

En enero de 2007 pasó a ser de ámbito comarcal, facilitando el servicio a los 7.600 vecinos de los trece municipios que constituyen la Comarca del Aranda, aunque la mayor parte de su población se condensa en su capital, Illueca, y en Brea de Aragón.

El primer objetivo que se propuso desde la OCIC fue dar a conocer los servicios que se ofertaban a los ciudadanos y el tipo de conflictos que se podían resolver. Para ello se realizó una publicidad a través de los periódicos comarcales y folletos explicativos.

Pero es la transmisión directa de las personas lo que realmente ha hecho que este servicio se haya implantado como una prestación comarcal sólida en el conjunto de servicios comarcales.

La resolución de conflictos en diversas materias de consumo es la función principal de esta oficina, siendo la mediación el primer paso a seguir. En caso de que no tenga éxito, se tramitan las reclamaciones a la Junta Arbitral de Consumo o a diversos órganos administrativos como el Banco de España, el Servicio de Telecomunicaciones, la Dirección General de Seguros o los



departamentos autonómicos competentes en la materia planteada.

La mayoría de las consultas y reclamaciones que han atendido en 2009 han estado relacionadas con los servicios de interés general, como la facturación de la luz, las telecomunicaciones, la automoción y la prestación de servicios a domicilio, así como las reclamaciones correspondientes a la protección de los derechos de los viajeros, las compras navideñas y los derechos en rebajas.

Los consumidores y usuarios también han mostrado especial interés en solicitar información del Plan 2000E para la compra de automóviles, la liberalización del mercado eléctrico y por el cambio de la tarifa nocturna a la tarifa de discriminación horaria.

Otras actividades desarrolladas por la OCIC, son las divulgativas a través del periódico comarcal y la edición de folletos, además de organizar charlas en materia de consumo.<>

## Datos de la OCIC

Nombre de la entidad:  
OCIC de la Comarca del Aranda

Localización:  
Plaza del Castillo s/n.  
50.250 ILLUECA (Zaragoza)

Teléfonos / Fax:  
976 54 80 90/ 976 82 15 03

Correo electrónico:  
[omicillueca@yahoo.es](mailto:omicillueca@yahoo.es)

Responsable y atención al público:  
M<sup>a</sup> José García Redondo

Horario:  
Lunes a viernes de 10:00 a 13:00 horas

# ARBITRAJE DE CONSUMO

Disconformidad con importes facturados. Comunicación entre dos líneas de móviles con contrato familiar. Utilizaban una tarjeta de prepago para llamadas internacionales



Una ciudadana presenta una solicitud de arbitraje contra una empresa de telefonía móvil adherida al sistema Arbitral de Consumo. En ella expone que el 6 de octubre de 2009 al consultar la promoción contratada llamada "Viaja y Habla", comprueba que el consumo de su línea ascendía a 279,4 euros.

Se pone en contacto con atención al cliente donde no le dan información ni del desfase ni de la causa, indicándole que en 4 o 5 días se le comunicará el resultado. Pasado dicho plazo a la afectada no se le dice nada. El 9 de octubre, el teléfono con esa línea en Londres arrojaba un gasto 435,15 euros. Nuevamente desde atención al cliente no dan explicaciones de lo ocurrido.

Mientras tanto, y sin previo aviso, el número telefónico de la ciudadana fue bloqueado dejando a su hija incomunicada en el Reino Unido. En una tienda (distribuidora de la compañía) le informaron que el corte era debido al elevado consumo, pero en el número de atención al cliente no le dieron solución al problema, negándose a abrir un parte de incidencias.

La factura a fecha 26 de septiembre de 2009 ascendía a 531,53 euros, de los que 428,8 correspondían al roaming desde el Reino Unido. Aproximadamente a 9 euros el minuto, precio muy superior al de las tarifas anunciadas en la web de la operadora. Al parecer el elevado gasto de la factura se debe a las llamadas mediante la tarjeta de prepago, a la cual se accede a través de una "línea 800", gratuita para esa conexión.

En este caso, la afectada solicita el desbloqueo de las dos líneas de teléfono y que el consumo en roaming de las

llamadas se cobre al precio publicitado.

Por su parte, la empresa de telefonía reclamada contestó por escrito, alegando que revisada la facturación de esta línea de teléfono no se detectaba incidencia alguna. La operadora argumenta que cada vez que un cliente recibe una llamada en roaming se le cobra la parte correspondiente al tramo internacional. El coste de los mensajes enviados hacia un móvil español se contabiliza sumando a la tarifa del operador extranjero 0,15 euros, por tránsito en la red de la operadora. En la factura se refleja el número de Servidor de la operadora que corresponde al número de teléfono de la ciudadana, así como los números a los que se remite el SMS, e indica que esta información puede ser consultada en la página web de la operadora. La numeración +448... corresponde a numeración Premium Internacional y llamadas a numeraciones satélite desde el extranjero. Y solicitan el archivo de la reclamación.

En el laudo, el Colegio Arbitral, acordó estimar la reclamación por entender que la información solicitada por el consumidor sobre tarifas y que figura en la página web de la reclamada no es completa. Ya que en la información específica sobre el coste de llamadas en roaming ni la referente a números 800, en principio gratuitos, no aparece que puedan ser considerados como servicios especiales o de tarificación adicional en el tráfico roaming. En consecuencia la operadora deberá desbloquear de inmediato las dos líneas telefónicas y reanudar totalmente el servicio y abonará a la usuaria la cantidad de 455,73 euros, impuestos incluidos.<>

# BUZÓN DEL CONSUMIDOR

A mi hijo le han diagnosticado recientemente su condición de celíaco. No puede tomar ningún alimento que contenga gluten. Bajo el punto de vista médico le han explicado las pautas que debe adoptar pero ¿qué precauciones debo tomar a la hora de comprar en cualquier establecimiento comercial los productos adecuados?



En Aragón se calcula que existen unas 1.500 familias en las que algún miembro es celiaco. Actualmente, se trata de un problema de salud que está debidamente tratado y canalizado por los servicios sanitarios de la Comunidad Autónoma.

En lo que respecta al ámbito doméstico se deben adoptar algunas medidas generales, sobre todo, en la compra de los alimentos. Desde la Dirección General de Consumo se dan una serie de recomendaciones para tener presentes.

El producto debe exhibir su precio de venta al público y debe disponer de su etiqueta con los datos relativos a: su denominación, ingredientes, peso por unidad de medida, fecha de caducidad o de consumo preferente, condiciones de conservación, identificación de la empresa que lo fabrica, distribuye o importa.

En el etiquetado de algunos alimentos se lee "puede contener trazas de .....". Esto significa que, aunque en los ingre-

dientes de ese producto no se incluya el gluten, podría ocurrir que en el proceso de fabricación, el alimento haya podido estar en contacto con algún resto de otros alimentos que hubieran podido manipularse y contengan gluten.

Además, es conveniente buscar aquellos productos en los que figure la leyenda "sin gluten". La seguridad exigible para la venta de estos alimentos, impone también la necesidad de que se encuentren separados de los productos que contengan gluten.<>



# La liberalización de las prestaciones de servicios en la UE y la seguridad de los usuarios



El Ejecutivo español ha impulsado un proyecto de Ley de cara a la incorporación al nuestro Derecho de los mandatos incluidos en la Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior, aprobándose la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio, y la Ley 25/2009, la 22 de diciembre, que modifica y adapta distintas leyes.

El objetivo de dicha Directiva es la eliminación de las barreras que obstaculizan el desarrollo de las actividades de servicios entre Estados miembros, para reforzar la integración entre los pueblos de Europa y así fomentar un progreso económico y social equilibrado y sostenible.

Esta normativa contempla algunos aspectos que pueden mejorar la protección de los usuarios o, al menos, reforzar la información sobre los servicios prestados por los distintos prestadores establecidos en la Comunidad. Así se establece un derecho de información en los siguientes términos:

Información sobre los prestadores y sus servicios

Los Estados miembros harán lo necesario para que los prestadores pongan a disposición del destinatario la información siguiente:

a) nombre, estatuto y forma jurídica del prestador, dirección geográfica donde tiene su establecimiento y los datos que permitan ponerse rápidamente en

contacto y comunicar directamente con él y, dado el caso, por vía electrónica;

b) en caso de que el prestador esté inscrito en un registro mercantil u otro registro público análogo, dicho registro mercantil y su número de inscripción, o los medios equivalentes de identificación que figuren en dicho registro;

c) en caso de que la actividad esté sometida a un régimen de autorización, los datos de la autoridad competente o de la ventanilla única;

d) en caso de que el prestador ejerza una actividad sujeta al IVA, el número de identificación asignado por el Sistema común del Impuesto sobre el Valor Añadido.

e) por lo que se refiere a las profesiones reguladas, todo colegio profesional u organismo análogo en el que esté inscrito el prestador, así como el título profesional y el Estado miembro en el que fue otorgado;

f) condiciones y cláusulas generales, en su caso, utilizadas por el prestador;

g) la existencia, en su caso, de cláusulas contractuales utilizadas por el prestador sobre la legislación aplicable al contrato y/o sobre los órganos judiciales competentes;

h) la existencia de una garantía posventa, de haberla, no impuesta por la ley;

i) el precio del servicio, cuando el prestador fije previamente un precio para un determinado tipo de servicio;

j) las principales características del servicio, si no quedan claras por el contexto.

# DIRECTORIO

## DEPARTAMENTO DE SALUD Y CONSUMO

Dirección General de Consumo  
Vía Universitat, 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 Universitat, 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"  
C/Alfonso I, 20. Entlo centro  
50003 ZARAGOZA  
Tel. 976 397 602

Asociación de Consumidores "TORRE  
RAMONA"  
San Miguel, 30, pral.  
50001 ZARAGOZA  
Tel. 976 211 321 / 976 215 161

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  
C/ Gibraltar, 26  
22002 HUESCA  
Tel. 974 241 202

A. Provincial de Amas de Casa,  
Consumidores y Usuarios "SANTA MARÍA"  
Yagüe de Salas, 16, 4º  
44001 TERUEL  
Tel. 978 602 466

## OFICINAS DE INFORMACION AL CONSUMIDOR DE LAS ENTIDADES LOCALES

PROVINCIA	Localidad OMIC/OCIC	Dirección de la OMIC/OCIC	CP	Teléfono
HUESCA	BOLTAÑA	Avda. de Ordesa, 79	22340	974 518 024
HUESCA	BENABARRE	Sres. de Entenza, 1, 1ª planta	22580	974 543 286
HUESCA	CASTEJON DE SOS	Avda. el Ral, 39	22466	974 553 536
HUESCA	GRAUS	Plaza Mayor, 17	22430	974 540 975
HUESCA	BARBASTRO	Plaza de la Constitución, 2	22300	974 310 150
HUESCA	CANFRANC - ESTACIÓN	Pza. del Ayuntamiento, 1	22880	974 373 141
HUESCA	JACA	C/ Ramón y Cajal, 8	22700	974 357 224
HUESCA	SABINÁNIGO	Pza. de España, 2	22600	974 484 200
HUESCA	FRAGA	Pº Barrón, 11	22620	974 470 050 / 974 473 166
HUESCA	HUESCA	c/ Plaza de la Catedral, 1	22004	974 292 135
HUESCA	BINEFAR	C/ Dr. Fleming, 1	22500	974 431 341
HUESCA	MONZON	C/ Blas Sorribas, 5-7	22400	974 416 826
HUESCA	SARINENA	Avda Huesca, 24 (pasaje)	22200	974 570 701
TERUEL	VALDERROBRES	Avda. Cortes de Aragón nº 7	44580	978 890 885
TERUEL	UTRILLAS	Pza. Ayuntamiento, 11	44760	978 757 001
TERUEL	HÍJAR	Pza. España, 13	44530	978 820 000
TERUEL	ANDORRA	Pza. de España, 1	44500	978 842 011
TERUEL	ALBARRACIN	Plaza Mayor, 1	44100	978 700 400
TERUEL	ALCANIZ	Plaza de España, 1	44600	978 870 565
TERUEL	TERUEL	Plaza de la Catedral, 1	44001	978 617 225
TERUEL	RUBIELOS DE MORA	Pza. de Hispanoamérica, 1	44415	978 804 605 / 974 804 001
TERUEL	CANTAVIEJA	C/ García Valiño, 7	44140	964 185 242
TERUEL	CALAMOCHA	c/ Justino Bernad, 15 bajo	44200	978 730 510 / 978 730 050
ZARAGOZA	BELCHITE	Ronda de Zaragoza, s/n	50130	976 830 186
ZARAGOZA	ILLUECA	Plaza del Castillo s/n	50250	976 548 090
ZARAGOZA	CARINENA	Avda. Goya, 23	50400	976 620 817 / 976 620 816
ZARAGOZA	BORJA	C/ Nueva, 6	50540	976 852 858
ZARAGOZA	ZARAGOZA	C/ San Jorge 1, 2ª planta	50001	976 396 150 / 976 396 154
ZARAGOZA	TARAZONA	Avda Ciudad de Teruel, 1, bajo	50500	976 644 347 / 976 199 110
ZARAGOZA	DAROCA	C/ Mayor, 60-62	50360	976 545 030
ZARAGOZA	CALATAYUD	Plaza Joaquín Costa, 14	50300	976 881 314
ZARAGOZA	EJEA DE LOS CABALLEROS	Avda. Coscolluela, 1	50600	976 661 515 / 976 661 660
ZARAGOZA	UTEBO	Edif Polifuncional	50180	976 785 049
ZARAGOZA	ALFAJARÍN	Pza. de España 16	50172	976 790 630
ZARAGOZA	ALAGÓN	Pza. España, 1	50630	976 612 713 / 976 610 300
ZARAGOZA	GALLUR	Pza. España, 1	50650	976 864 073
ZARAGOZA	ZUERA	C/ Jorge de Luna, 3	50800	976 681 119 / 976 681 352
ZARAGOZA	CASPE	Plaza de España, 1	50700	976 632 190
ZARAGOZA	LA ALMUNIA DE Dª. GODINA	Plaza de España, 1	50100	976 600 076
ZARAGOZA	QUINTO DE EBRO	Avda. de la Constitución, 16-5º	50770	976 179 230



## Ahora, la salud está en un solo número.



Concertar una cita en el Centro de Salud con su médico de familia, su pediatra o su enfermera, ahora es mucho más fácil. Sólo hay que llamar al 902 555 321 o entrar en [www.saludinforma.es](http://www.saludinforma.es)

Recuerde: esté donde esté, las 24 horas del día y los 7 días de la semana, la salud está en un solo número.