

EL TEMA

Consejos prácticos para afrontar la crisis

PÁG. 4 a 11

DE INTERÉS SOCIAL

La dedicación del perro-guía, clave de autonomía y seguridad para más de mil personas ciegas en España

PÁG. 22 v 23



María Rosa Sancho Celdrán

Jefa del Servicio de Defensa del Consumidor

«La publicidad incita a los jóvenes a comprar de forma compulsiva artículos que no necesitan»

PÁG. 14 v 15

DE INTERÉS

FEDERACIONES Y ASOCIACIONES
CONSUMIDORES Y USUARIOS

- Unión de Consumidores de Murcia (UCE). T. 968 295 501
- Federación Murciana de Asociaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios THADER. T. 968 203 246
- FACUA CONSUMUR. T. 968 964 433
- Unión Cívica Regional de Amas de Hogar de Murcia (UNAE). T. 968 293 252
- Asociación Regional de Consumo y Amas de Casa de La Alberca. T. 968 847 852
- Asociación Cultural y de Consumo de la Mujer de Ulea. Telefax: 968 698 406
- Asociación de Amas de Casa Virgen del Rosario en Orientación al Consumidor y a la Cultura de Balsicas (Torre Pacheco). T. 968 580 172
- Unión Independiente de Consumidores y Usuarios (UICU). T. 968 250 120
- Consumidores Asociados de Murcia CAM. C/ Costa Cálida, 6. 30500, Molina de Segura
- Asociación de Amas de Casa y Consejo al Consumidor y Usuario Virgen de la Consolación de El Jimenado (Torre Pacheco). T. 968 579 151
- Asociación para la Defensa de la Mujer, Consumidores y Usuarios de Dolores de Pacheco. T. 968 173 177
- Asociación para la Defensa de la Mujer, Consumidores y Usuarios de Roldán (Torre Pacheco). T. 968 589 326
- Asociación para la Defensa de la Mujer, Consumidores y Usuarios de San Cayetano (Torre Pacheco). T. 968 580 487
- Asociación de Consumidores y Usuarios Óvalo. T. 968 930 881
- Asociación de Consumidores Acua-Euroconsumo. T. 968 342 677
- Asociación de Consumidores y Usuarios de La Región de Murcia ACUREMU (Cieza). T. 968 767 503
- Asociación Murciana para la Defensa y Asesoramiento de Consumidores y Usuarios (DACU). T. 968 904 848

La recogida de envases de fármacos aumenta en Murcia

Los consejeros de Agricultura y Agua, Antonio Cerdá, y Sanidad, María Ángeles Palacios, presentaron en febrero de este año la campaña "receta salud + receta medio ambiente", del Sistema Integrado de Gestión y Recogida de Envases del Sector Farmacéutico (Sigre), que pretende sensibilizar a la opinión pública sobre la importancia de hacer un uso responsable del medicamento, tanto desde el punto de vista medioambiental como sanitario.

En la presentación de la campaña intervinieron también el presidente del Colegio Oficial de Farmacéuticos de la Región, Prudencio Rosique, y el director general de Sigre Medicamento y Medio Ambiente, Juan Carlos Mampaso.

Desde el mes de septiembre de 2001, cuando se puso en funcionamiento el sistema Sigre en la Región, "se han obtenido resultados muy fructíferos en la gestión de residuos de envases".

En el primer semestre de 2010 las farmacias de la Región recogieron un total de 58.732 kilos de envases de medicamentos, lo que



supone un incremento superior al 3% con respecto al mismo periodo de 2009.

Actualmente, en la Región de Murcia, prácticamente el cien por cien de las farmacias actúan como centros receptores de medicamentos y residuos de envases. Cada farmacia recoge de media 17,67 kilos de residuos de envases de medicamentos al mes.

El consejero de Agricultura y Agua de la Comunidad Autónoma explicó que los residuos de medicamentos recogidos por Sigre son sometidos a un tratamiento que garantiza el reciclado de los materiales que forman el envase (papel, vidrio, plástico...) y "la destrucción controlada de los restos de fármacos que pudieran quedar en ellos, evitando que puedan dañar el medio ambiente".

La web de Sanidad y Consumo

www.murciaconsumo.com / www.murciaconsumo.es

La Consejería habilita para el usuario la web <http://www.murciaconsumo.es> (y .com). Alberga, entre otros contenidos, la información relativa al arbitraje de consumo y a los establecimientos adheridos e inscritos en las Páginas Naranjas, a las asociaciones de consumidores, a la red de OMICs, a la legislación vigente y a los productos incluidos en el sistema de alerta de productos peligrosos para los consumidores de la Unión Europea (RAPEX).



OFICINAS DEL CONSUMIDOR

- **MURCIA.** C/ Arquitectos Francisco y Jacobo Forentín, 2, bajo. 30007, Murcia. T. 968 967 788
- **MURCIA.** C/ Sierra de la Pila, s/n. Galería de San Andrés (frente a Estación Autobuses). Murcia. T. 968 293 252
- **MURCIA.** C/ Lorca, 1, 1º Izqda. 30008, Murcia. T. 968 295 501
- **MURCIA.** C/ Granero, nº 3, 1º dcha. 30008, Murcia. T. 968 203 246
- **EL PALMAR.** C/ Mayor, s/n. Alcaldía. 30120, El Palmar. T. 968 884 351 - ext. 7
- **ALHAMA DE MURCIA.** Plaza Constitución, s/n. 30840, Alhama de Murcia. T. 968 639 006
- **LOS ALCÁZARES.** Avda. de la Libertad, 38. 30710, Los Alcázares. T. 968 575 047 - ext. 2631 / 2632
- **ALCANTARILLA.** C/ Mayor, 44. Plaza de Abastos. Alcantarilla. T. 968 898 506
- **YECLA.** Plaza Mayor, s/n. 30510, Yecla. T. 968 793 190
- **TOTANA.** C/ Arcipreste Gómez Pellicer, 3. Totana. T. 968 418 173 / 70
- **SANTOMERA.** C/ Fernando Giner, 14. 30140, Santomera. T. 968 861 619
- **ÁGUILAS.** C/ Floridablanca, 9, edificio Placetón. 30880, Águilas. T. 968 413 661
- **MORATALLA.** Constitución, 22. 30440, Moratalla. T. 968 730 258
- **MOLINA DE SEGURA.** C/ Mayor, 81. Edificio Retén, 1ª planta. Molina de Segura. T. 968 388 683
- **MAZARRÓN.** Plaza del Ayuntamiento, s/n. 30870, Mazarrón. T. 968 590 012
- **CARAVACA DE LA CRUZ.** Plaza del Arco, 1. Ayuntamiento. 30400, Caravaca de la Cruz. T. 968 708 457
- **LORCA.** Plaza del Negrito, s/n. Lorca. T. 968 466 542
- **CARTAGENA.** C/ Sor Francisca Armendáriz, 6-4º. Edif. Advo. del Ayuntamiento. 30202, Cartagena. T. 968 128 828



El consumo en tiempos de crisis

La crisis económica actual se constituye como uno de los últimos paradigmas de la globalización, afectando en mayor o menor grado a todas las economías mundiales. Y esta es precisamente una de sus especificidades ya que, si bien es generalmente asumido que la economía pasa por ciclos de expansión y recesión, hay acuerdo en señalar que nunca antes la crisis había alcanzado con similar virulencia al conjunto de las economías del planeta. Algunas de sus consecuencias nos empiezan a resultar bastante familiares: colapso crediticio y bancario, bancarrota de grandes imperios empresariales, destrucción de empleo, descenso de las rentas, caída del nivel de consumo, etc.

Que estamos en crisis es una realidad; y que se nota en la cesta de la compra, otra. Pero, curiosamente, ante la crisis hay dos medidas de ahorro que los consumidores españoles llevan a cabo: reducir gasto en telefonía y ahorrar en gas y electricidad; en menor medida dejan de comprar ropa y marcas de alimentación caras.

Pese a que buena parte del aumento en el consumo de pro-

ductos básicos se le achaca al incremento de los precios de los alimentos, lo cierto es que el consumidor abandona otras facetas del gasto menos importantes como el comercio textil, los artículos "de impulso" (compran sin analizarse si se necesitan) y los combustibles, y se centra en consumir de lo que no se puede prescindir, en este caso de la comida.

Otros dirán que los consumidores compran productos en el supermercado para evitar salir a comer fuera de sus casas, y que, como consecuencia de que no realizan ese trayecto hasta el bar o el restaurante, gastan menos combustible. Sin embargo, la percepción de la crisis añade el temor al endeudamiento (los consumidores no quieren 'engancharse' a nuevos compromisos de financiación y crédito, sino controlar su gasto, además de que cambian de comportamiento respecto a las marcas.

Para lidiar psicológicamente con esos cambios se necesita una educación mejor y un proceso de aprendizaje financiero.

Hace ya varias décadas que los valores, hábitos y objetivos de las personas que viven en las sociedades opulentas se con-

centran en la consecución de un alto grado de bienestar material, en la mejora constante de las condiciones de vida y en la satisfacción permanente e inmediata de necesidades y deseos, sean reales o creados artificialmente. Aunque el consumidor acostumbre a retraerse durante la fase baja de cualquier ciclo económico, la gravedad y las incertidumbres de la crisis actual tendrán mayores efectos prolongados en sus actitudes que en crisis anteriores, observan los expertos. El consumidor, dicen, acabará gastando de nuevo, pero sin el mismo ánimo proporcionado por el crédito fácil de los frenéticos años 2000.

Otra tendencia en épocas de crisis: los consumidores se decantan más por la compra de marcas blancas y ofertas, además de descontar en comidas y cenas fuera de casa y en los artículos menos necesarios, como cosméticos.

En estos tiempos difíciles, el consumidor regula su presupuesto para mantener el consumo de lo que más necesita, sacrificando otras compras menos imprescindibles; así el mercado no decrece pero la familia se ajusta. ▶

«Hace ya varias décadas que los valores, hábitos y objetivos de las personas que viven en las sociedades opulentas se concentran en la consecución de un alto grado de bienestar material, en la mejora constante de las condiciones de vida y en la satisfacción permanente e inmediata de necesidades y deseos»

SUMARIO



Tecnologías

Guía básica para comprar 'on line' y decálogo para evitar el fraude en Internet

12 y 13



OMICs

Las oficinas de Yecla y Torre Pacheco atienden cada vez más quejas y reclamaciones por la mayor concienciación de los consumidores

17 y 18



Unión Europea

La etiqueta ecológica como símbolo de respeto al medio ambiente

20 y 21

EL CONSUMIDOR ANTE LA CRISIS

Claves para ahorrar dentro y fuera de casa

El uso de pequeños créditos siempre que se reúnan las condiciones para su obtención y su amortización, la planificación en las compras o regenerar algunos malos hábitos son algunas de las pautas posibles para quitarse el 'miedo' a las consecuencias de las fiestas, de los gastos impulsivos, etc.

Conseguir un ahorro es más fácil de lo que se piensa, si se planifica un poco y no somos impulsivos. A la hora de comprar, es necesario hacer una lista y no salirse de ella, comparando bien los precios y aprovechando las ofertas de productos no perecederos.

Las marcas blancas de los supermercados son una opción con frecuencia más ventajosa económicamente, pues suelen ser de buena calidad. Tampoco hay que olvidar hábitos saludables como pasarse durante un tiempo a las verduras, las pastas y las frutas, muy nutritivas y más baratas que la carne y el pescado.

En cuanto a los gastos inevitables de luz, agua o la hipoteca, podemos ahorrarnos un buen pellizco en la factura. Apagar el televisor desde el propio aparato

(no desde el mando), moderar el consumo de la calefacción y abrir en lo posible las persianas para aprovechar la luz natural son algunos de los trucos que contribuirán a rebajar los gastos.

- Ir al cine el día del espectador, visitar museos públicos, hacer deporte en polideportivos...
- Es una buena época para dejar el coche y empezar a utilizar más el transporte público.
- Evaluar gastos innecesarios: los de una tarjeta de crédito que no utilizamos o la suscripción a algún organismo que no nos reporta mucho.
- Si puede, intente solventar las deudas grandes antes que las pequeñas, porque los intereses también cuentan y, cuanto más grande es la cantidad, mayores son los intereses.
- Cuando nos veamos con dificultades para atender las deudas, y para evitar vernos inmersos en un procedimiento judicial, tenemos que ir a la entidad acreedora y renegociar los créditos ampliando los plazos o reduciendo cuotas.

tiempo. Consumir de forma irreflexiva no sólo tiene un impacto negativo en nuestra economía y en el medio ambiente, sino que nos puede crear conflictos. Por ejemplo, al intentar devolver algo que en realidad no queremos y encontrarnos con que el establecimiento sólo acepta devoluciones de bienes defectuosos.

Al comprar, hay que tener criterio y saber priorizar, además de conocer nuestras propias necesidades. Es útil preguntarse: ¿realmente necesito este artículo o servicio? ¿Es necesario comprar el más caro? ¿Es éste el mejor? ¿Hay que adquirir el último modelo de DVD del mercado, cuando no se va a utilizar ni la mitad de sus prestaciones?

El hecho de no reflexionar antes de comprar o contratar puede llevar a equívocos. Un ejemplo habitual se da en la contratación de líneas ADSL: en su publicidad se ofrecen altas velocidades, como 20 megas, pero, antes de confirmar su pedido, muchos usuarios no comprueban si la línea y el equipo que emplean soportan dicha velocidad. Una vez contratado el servicio, y al ver que la velocidad no es la prometida, ven que no es posible reclamar porque el problema no es de la compañía que, por cierto, suele incluir en el contrato una penalización económica en caso de que el usuario quiera darse de baja antes de determinado plazo.

30 CONSEJOS PARA NO TENER QUE RECLAMAR

1. PENSAR ANTES DE COMPRAR

Vivimos en una sociedad de consumo en la que hay un afán imparable por comprar toda clase de productos; una sociedad en la que, para muchas personas, el consumo es una forma habitual de pasar el tiempo. Comprar artículos que apenas se van a utilizar es una pérdida de dinero y

02. EVITAR COMPRAR POR COMPRAR

La compra compulsiva es una realidad en nuestra sociedad. La ➤





EL CONSUMIDOR ANTE LA CRISIS

➤ mayor parte de los consumidores reconoce haber salido a comprar como modo de distracción para escapar de situaciones de estrés. La adquisición de productos en este contexto aumenta las posibilidades de adquirir artículos innecesarios que se intentarán devolver al día siguiente para recuperar el dinero malgastado.

03. BUSQUE, COMPARE...

Buscar y comparar precios y características en distintas empresas puede resultar pesado, pero es la única manera de conseguir encontrar los productos con las mejores condiciones. Además, guiarse sólo por las marcas no suele ser buena idea, ya que pueden encontrarse artículos con la misma calidad a precio inferior.

Una herramienta útil son las comparativas que publican las asociaciones de consumidores.

Ciertos comercios ofertan sus productos anunciando la posibilidad de compensar a sus clientes en caso de encontrar lo mismo a menor precio. Este tipo de ofertas suelen tener limitaciones, como el ámbito de la compra (que el producto más barato se haya adquirido en la misma localidad), y la compensación económica suele requerir farragosos trámites.

04. BUSCAR ESTABLECIMIENTOS ADHERIDOS A ARBITRAJE

Los establecimientos adheridos al sistema arbitral de consumo ofrecen una garantía añadida: en caso de plantearse un problema entre empresario y consumidor, éste puede solicitar que se resuelva mediante



arbitraje. Sus ventajas son que es gratuito y eficaz.

El Colegio Arbitral estudia la reclamación y dicta un laudo arbitral, que tiene carácter vinculante y produce efectos idénticos a la cosa juzgada; ahora bien, tenga muy en cuenta que, si el laudo no le es favorable (ocurre en el 30% de los casos), no podrá someter la cuestión de nuevo ante los tribunales. El laudo debe dictarse en el plazo máximo de cuatro meses desde la designación del Colegio Arbitral.

No pueden someterse a arbitraje las cuestiones sobre las que ya exista resolución judicial firme, aquellas en las que se haya producido una intoxicación, lesión o muerte y en las que existan indicios racionales de delito.

El arbitraje ahorra preocupaciones; por tanto, se recomienda contratar con empresas que le ofrezcan esta garantía. Para ello, busque el símbolo de arbitraje en escaparates, publicidad y webs.

05. SER CRÍTICO CON LA PUBLICIDAD

Hay que ser consciente de que la publicidad pretende incitarnos a adquirir un producto que no siempre responde a nuestras necesidades reales. Hemos de tener claras nuestras posibilidades y necesidades reales.

Para evitar sorpresas, hay que conocer todas las condiciones y prestaciones del producto que se oferta, ya que es muy habitual que las condiciones que verdaderamente interesa que un consumidor conozca aparezcan en sitios poco visibles y en tamaño reducido. Se recomienda leer toda la información de los anuncios, especialmente la letra pequeña que aparece detrás de un

asterisco en los anuncios en prensa y la que recorre a gran velocidad la parte inferior de la televisión en los *spots*.

Las condiciones ofrecidas en la publicidad son tan exigibles como las de un contrato.

Información parcial

Las empresas de telefonía omiten condiciones importantes en las ofertas, encontrándonos –al adquirir el producto– con situaciones ‘distintas’. Es el caso de una reciente promoción de una compañía que, al contratar una línea, invitaba a ir gratis al cine cada semana previo envío de un mensaje SMS que, por supuesto, cobraba. Lo que no destacaba la publicidad es que la oferta se limitaba a ciertas salas y a unas películas concretas, con lo que el consumidor se podía encontrar con que, tras haber contratado la línea, tenía problemas para acceder a las películas o, sencillamente, no le interesaban.

06. COMPROBAR QUE EL PRECIO ESTÁ VISIBLE

El precio de venta del producto debe estar visible al público. Debe ser el total, incluyendo impuestos, inequívoco, fácilmente identificable y claramente legible.

Continúa en la página siguiente



EL CONSUMIDOR ANTE LA CRISIS

Viene de la página anterior
ble, situándose en el mismo campo visual del consumidor, sin que éste tenga que interesarse por él. Además, los precios deben figurar en las etiquetas y en los escaparates.

07. FIJAR POR ESCRITO LA FECHA DE FINALIZACIÓN DE UN SERVICIO O ENTREGA DE UN PRODUCTO

La fecha de finalización de un servicio o la de entrega de un bien debe figurar, siempre que sea posible, por escrito. Esto es esencial a la hora de hacer valer la garantía y ante posibles devoluciones.

Del mismo modo, si en el contrato figura una fecha de entrega cerrada, como puede ser un inmueble en una compraventa, ha de ceñirse a lo pactado. En este caso, si la constructora no cumpliera respecto a la fecha prevista de entrega de la vivienda, el comprador tendría derecho a reclamar los daños y perjuicios su-

fridos por el retraso, siempre que éste sea imputable al vendedor.

08. INFORMARSE

Cuando se compran productos pueden surgir dudas. Para eso están los dependientes y los profesionales que, como tales, poseerán una información más específica sobre aquéllos. Hay que conocer todas las características de un bien o servicio antes de decantarse por él.

Es interesante preguntar por el mecanismo de los productos que se va a comprar. Hay bienes como las viviendas o los vehículos que, por su elevado precio y larga duración, requieren mayor información y tiempo de dedicación para su elección.

Detalles de la financiación

Es recomendable, cuando se pide financiación, saber la forma de pago, plazos y costes, así como los intereses que le va a suponer, ya que el precio inicial puede verse bastante incrementado.

Los establecimientos no tienen la obligación de sustituir un producto no defectuoso por otro, a no ser que esté indicado en el ticket o en la tienda. Sólo habrá obligación si el bien está defectuoso. Por ello, si tiene dudas, pregunte antes de adquirirlo.

La información es importante para evitar pagar de más. Por ejemplo, hay restaurantes de comida rápida en los que, si no se especifica el tipo de menú que se pide, el cajero automáticamente cobra y sirve el más grande.

09. PEDIR PRESUPUESTO

Es aconsejable solicitar un presupuesto cuando se lleva a reparar un bien o se pide una obra o servicio. En todo presupuesto de-

berán aparecer los siguientes datos: empresa y usuario, objeto del presupuesto y, de forma detallada, descripción del servicio y materiales que se van a utilizar.

Además, tendrá que aparecer el precio total desglosado. Otros datos importantes son fecha y firma del profesional, así como la fecha prevista de terminación del servicio o entrega del bien, a partir del día en que dé su aprobación el consumidor al presupuesto.

Además, deberán aparecer los gastos de la mano de obra y los desplazamientos, si los hubiese.

Contenidos mínimos

El presupuesto deberá contener la indicación de su validez, que variará dependiendo del sector. El plazo mínimo en reparación de automóviles es de 12 días, mientras que para los electrodomésticos es de 30.

Por otro lado, si el consumidor solicita un presupuesto, y luego no lo acepta, la empresa le puede obligar a abonar el gasto que le haya supuesto su elaboración.

El usuario también tiene que tener cuidado con el almacenaje. Si tras la entrega del presupuesto no da una contestación, o bien, siendo ésta negativa, no acude a retirar su producto, la empresa le cobrará un importe en concepto de depósito. Por ejemplo, si se deja el coche en el taller más de 3 días, desde entonces podrán cobrarle costes de almacenaje, mientras que, si es un electrodoméstico, el plazo es de 30 días.

Es común pedir presupuestos a la hora de amueblar una cocina o un dormitorio. Es importante que esté todo bien definido, incluso el color de los muebles; de no ser así no podrá reclamar que el sofá que le llevaron no es el





EL CONSUMIDOR ANTE LA CRISIS



que pidió, y evitará encontrarse con que no se lo devuelven.

10. PEDIR FACTURA O TIQUE

Es importante guardar todas las facturas y tiques de compra durante una temporada. En las facturas tienen que aparecer los datos de la empresa y del usuario, el producto, la fecha y la firma o sello. En ella también se tiene que indicar el importe total desglosado, así como los gastos extras.

La factura es la principal prueba que tenemos de la compra. Hay empresas que suelen ofrecer un servicio en el que le pueden proponer no pagar IVA a cambio de no proporcionar factura. Con ello se está privando de ese documento esencial que le permitirá reclamar si surgiera algún problema con el servicio prestado.

La factura debe estar hecha siempre a nombre del consumidor, nunca de una empresa.

Otro ejemplo habitual en el que, debido a la urgencia, no se pide presupuesto es la asistencia de un cerrajero. Esta simple acción puede costar cara.

11. EXIGIR LA GARANTÍA

Cuando se compra un producto, tenemos una garantía llamada legal, si bien hay otra que puede ofrecer el comerciante volunta-

riamente: la comercial. La primera es obligatoria, abarca los bienes de consumo y tiene una duración de 2 años en productos nuevos y de 1 año en los de segunda mano. Durante este periodo, si el consumidor detecta un defecto en el bien que ha adquirido dentro de los seis meses posteriores a su compra, podrá pedir responsabilidades al vendedor (o, si lo prefiere, al fabricante), teniendo éste que demostrar que el bien estaba en perfectas condiciones. En caso de que el defecto del bien lo detecte con posterioridad a los seis meses, será el comprador el que tenga que demostrar que era defectuoso desde su adquisición.

La garantía comprende la obligación de incluir la mano de obra, los gastos de envío, las piezas a sustituir y el desplazamiento del operario, sin coste adicional. Así mismo, hay que saber que durante el tiempo de reparación del bien se paraliza el plazo de garantía, ya que no se está disfrutando de él.

Por otro lado, hay una garantía añadida, la comercial, que ofrece el fabricante o vendedor. No es obligatoria pero, si la hay, tiene que constar por escrito e incluir todas las condiciones: por ejemplo, posibles gastos. En ella tiene que aparecer el bien garan-

tizado, el nombre y la dirección del comerciante, los derechos concedidos al consumidor, el plazo de duración de la garantía y los días que se tienen para reclamar, con las direcciones y teléfonos a los que el consumidor se tiene que dirigir para ello.

Para la garantía legal, el plazo para iniciar acciones de reclamación es de 3 años desde que se recibe el bien, mientras que para la comercial es de 6 meses desde la finalización del periodo de garantía del fabricante.

12. COMPRAR SÓLO EN PÁGINAS WEB SEGURAS

Sin duda las transacciones electrónicas son cada vez más seguras. No obstante, las precauciones siempre son pocas.

En el correo se suelen recibir mensajes en los que se invita al consumidor a pinchar en un enlace y acceder a la página de un banco, obviamente falsa, en la que se le pide que introduzca sus datos. Es el *phising*. Recuerde que su banco nunca empleará ese medio para pedirle nada.

Existe otra modalidad de fraude, el *pharming*, que es una alteración de la barra de direcciones del navegador del usuario que provoca que, cuando acceda a una tienda *on line* o banco, aparezca en su lugar una página falsa, imitada, a través de la cual se obtienen las claves secretas y números de cuenta bancaria.

13. LEER EL CONTRATO

Los contratos han de leerse detenidamente para poder decidir, de manera plena y consciente, si se firman o no. Puede resultar tedioso leer las cláusulas, pero es recomendable preguntar las

Continúa en la página siguiente

EL CONSUMIDOR ANTE LA CRISIS



Viene de la página anterior

dudas antes de firmar; una vez firmados los contratos, obligan a las partes en todos sus extremos. No dude en ejercitar sus derechos si entiende que alguna cláusula puede ser abusiva. Asesórese debidamente acudiendo a una asociación de consumidores o a las autoridades competentes en materia de consumo.

Un problema habitual tiene que ver con los seguros. Por ejemplo, el consumidor puede haber sufrido un escape de agua que le ha estropeado una zona de parque. Cuando la compañía le comunica que sólo le va a reparar las tablas afectadas, el consumidor pide que se arregle toda la superficie para que no haya contrastes entre el nuevo y el viejo, y el seguro le comunica que en su contrato no se incluyó una cláusula que cubriera los daños estéticos. En ese momento ya no hay remedio.

Calidades de la vivienda

Leer los contratos es aún más importante cuando vamos a hacer una inversión de envergadura, como es la compra de una vivienda. Al adquirirla se firma un contrato donde han de constar todos los derechos y obligaciones de las partes y, fundamentalmente, las características del inmueble. La me-

moria de calidades es uno de los principales instrumentos de garantía para aquellos que adquieran la vivienda sobre plano.

La memoria refleja las características de la vivienda y los materiales empleados. El promotor tiene la obligación de ajustarse a ella y a entregar la vivienda según lo estipulado. Igualmente está obligado a entregar al comprador, si lo exige, copia de las autorizaciones legalmente exigidas, cédula urbanística o certificación acreditativa de las circunstancias urbanísticas de la finca, así como de las licencias exigidas y de los estatutos y normas de funcionamiento de la comunidad de propietarios.

14. FIJARSE EN LA LETRA PEQUEÑA

En la publicidad y en los contratos nos podemos encontrar con 'trampas' indeseadas. Solemos leer la letra grande, pero en la pequeña es donde suele aparecer información que no se quiere destacar.

Así, la letra pequeña está detrás de muchas reclamaciones en el sector de la telefonía e Internet. Hay que fijarse si existe coste inicial al darse de alta en la promoción o coste mensual de la tarifa; qué tipo de llamadas se pueden realizar y a qué compañías. En ocasiones la franja horaria está limitada y existe un límite de consumo o fecha tope.

15. INFORMARSE DE SI EL COMERCIO ACEPTA DEVOLUCIONES

Los comercios no están obligados a devolverle el dinero cuando ha comprado un producto y ha decidido que no le interesa. No obstante, hay establecimientos que asumen un compromiso de devolución del precio si éstos no están

conformes con lo adquirido. Este hecho excepcional suele estar condicionado a un plazo concreto (por ejemplo, 7 días) y a la devolución en forma de vale de compra que en ocasiones tiene fecha de caducidad. Pregunte por las condiciones de la garantía comercial, que debe figurar en lugar visible.

Así, el establecimiento se puede negar al cambio de un producto, a no ser que tuviera un defecto. En ese caso, el consumidor podrá optar por el cambio del producto o por la reparación sin coste. Si esto no es posible o la reparación no ha sido satisfactoria, podrá exigir la rebaja del precio e incluso la devolución de éste.

Una de las reclamaciones más frecuentes está relacionada con la firma de un contrato de compra de vivienda en la que el comprador se compromete a pagar la plusvalía. La ley establece que vendedor y comprador podrán pactar quién la paga, pero muchas inmobiliarias incluyen en los contratos cláusulas por las que el cliente se hace cargo. Tal cláusula puede declararse nula en un proceso de reclamación judicial si un grupo de clientes de una misma inmobiliaria demuestra que sus contratos comparten la misma imposición.

16. CONSULTAR CON UN EXPERTO

Antes de proceder a la compra de ciertos artículos, en especial los de larga duración, es aconsejable consultar con profesionales del ramo. Además, conviene hacerlo con expertos independientes, personas que nos sean cercanas y que se dediquen profesionalmente al sector que nos interesa, los propios organismos públicos relacionados con el tema en cuestión o las entidades de defensa del con-



EL CONSUMIDOR ANTE LA CRISIS

➤sumidor (oficinas de consumo, asociaciones, etc.).

17. COMPROBAR SI HAY GASTOS EXTRA

Cuando se compra un producto o se contrata un servicio es frecuente encontrar gastos por desplazamiento, mano de obra o correo. Asegúrese de que la información que le dan sobre el precio incluye el IVA y otras tasas, si las hay.

La mayoría de billetes de avión que se anuncian a precios irrisorios cuestan, en realidad, mucho más, una vez que se les suman gastos de emisión, tasas, seguros de cancelación, etc.

18. EXIGIR LAS HOJAS DE RECLAMACIÓN

“Existen hojas de reclamaciones a disposición del consumidor” es la frase que debe aparecer legible y visible en todos los establecimientos, que están obligados a tener y poner a disposición del público esas hojas. Deberán facilitarlas de manera obligatoria y gratuita al consumidor que lo solicite.

En el caso de que en un local se negasen a entregarle una hoja o no la tuviesen, podría reclamar ante la oficina de consumo por tratarse de una infracción.

Las hojas de reclamación deben rellenarse en el instante por el empleado del establecimiento y por el reclamante con los datos de las dos partes y la explicación de lo ocurrido, la fecha y la solicitud que hace el consumidor. El empleado, a su vez, tiene derecho a hacer sus alegaciones a la reclamación, y debe sellar y firmar los impresos. Las hojas de reclamación están integradas por un juego unitario de impresos autocalcables, compuesto por un folio original de color blanco, que el

consumidor debe llevar a la Administración; otro rosa, con el que se queda la empresa o el profesional, y el verde, que se queda el consumidor. Además, se recomienda adjuntar la factura, publicidad y cualquier otro documento a la hoja de reclamación destinada a la Administración, para que tenga mayor soporte probatorio.

El establecimiento puede facilitarle algún tipo de libro de quejas interno. Sepa que le asiste igualmente el derecho a obtener las oficiales, que implican una comunicación a la Administración.

19. EN CASO DE CONTRADICCIONES EN LOS PRECIOS, EXIGIR EL MÁS FAVORABLE

Cuando se va a comprar un producto, el precio aparece normalmente adherido al artículo en forma de etiqueta, pero también en folletos publicitarios, en los escaparates e incluso en expositores dedicados a productos rebajados, de descuento o en promoción. Si en ellos figuraran precios distintos para un mismo producto, podrá exigir el más favorable.

20. GUARDAR LA PUBLICIDAD

Cuando vea un anuncio que le interese, guárdelo; así, podrá ir al establecimiento y pedir ese producto con las condiciones ofertadas en la publicidad. Es muy normal ver un viaje con “todo incluido” en folletos pero, cuando se decide a contratarlo, el hotel no es el mismo que aparecía en la publicidad.

También puede ocurrir, si lo contempla el contrato, que se produzcan cambios en la oferta, pero éstos deben ser comunicados por escrito al cliente antes de firmar.

A veces, la compra de una vivienda se hace estando el inmue-

ble en proyecto o construcción. La promotora presenta folletos y, en ocasiones, aparecen características que luego no se plasman, como zonas comunes ajardinadas y con piscina. Tales características son exigibles al vendedor.

21. CONTRATOS POR TELÉFONO E INTERNET: PEDIR CONDICIONES

La contratación por teléfono o por vía electrónica se ha generalizado por su rapidez y comodidad. Es muy normal recibir llamadas para ofrecernos productos y servicios: la empresa ha de identificarse e indicar que se trata de una llamada comercial. Durante la llamada, el oferente tiene que proporcionar todas las características del bien o servicio, con su precio, incluidos los impuestos. Tiene que informar de la forma de pago y de todos los gastos que conllevará. Otros puntos que debe señalar son el plazo de validez de la oferta y la duración mínima del contrato.

Con la antelación necesaria a la firma del contrato (como mínimo en los 3 días naturales anteriores a ésta), el oferente deberá facilitar al usuario, de modo veraz, eficaz y completo, información sobre todas las cláusulas del contrato y remitirle el texto completo de sus condiciones. Una vez celebrado el contrato, deberá entregarse justificación por escrito, donde han constar todos sus términos.

Continúa en la página siguiente

Facilidades para los comercios

Las cámaras de Comercio de Murcia y Cartagena ponen a disposición de los comercios de su demarcación un juego de cartel informa-

tivo y diez hojas de reclamaciones, para que éstos puedan cumplir sus obligaciones respecto a consumidores y usuarios. ▶

EL CONSUMIDOR ANTE LA CRISIS

Viene de la página anterior

Tras informar al usuario de todas las condiciones, la empresa no puede dar por aceptada la oferta si el comprador no ha dado respuesta. En este tipo de contratos a distancia, la ley concede al comprador el derecho de desistimiento, consistente en rechazar el contrato dentro de los 7 días hábiles posteriores a la recepción del bien o el inicio del servicio, sin indicar los motivos ni ser penalizado. El vendedor sólo podrá exigirle el coste directo de la devolución.

Si el usuario está conforme con lo ofertado tendrá que recibirlo en un plazo de 30 días a partir del día siguiente al que el comprador haya comunicado su pedido.

Es importante que el consumidor se quede siempre con un documento escrito con el que acreditar tanto las condiciones del contrato firmado como de su revocación. El burofax con acuse de recibo es la vía más eficaz.

22. COMPROBAR EL ETIQUETADO

Comprobar el etiquetado de los productos de la cesta de la compra es una obligación para ahorrar-nos las molestias de tener que ir a reclamar, y por seguridad. Las etiquetas informan de la composi-

ción del producto (puede que resulte incompatible para la persona a la que va dirigido) y las indicaciones de uso (edad a la que va destinado, condiciones de uso).

En muchos productos, los fabricantes están obligados a incluir la marca CE, que indica que cumple las exigencias de la Unión Europea. Un ejemplo, los juguetes.

Fecha de caducidad

Muchos productos llevan una fecha impresa, de caducidad o consumo preferente. La primera señala el momento a partir del cual un producto no se debe ingerir para evitar problemas sanitarios. La de consumo preferente suele aparecer en alimentos de mayor duración e indica que su contenido, tras ese día, no ofrece toda su calidad. Si adquiere un alimento con una fecha ya pasada tiene derecho a que se lo cambien por otro.

En España, las instrucciones de los productos tienen que aparecer correctamente, al menos, en español.

23. EVITAR ENTRAR EN LAS LISTAS DE MOROSOS

El impago de la letra de un coche o no pagar una factura de teléfono o un electrodoméstico comprado a plazos, por pequeña que sea la cuantía, puede acarrear consecuencias especialmente negativas: su inclusión en una lista de morosos. En las ocasiones en las que no se está conforme con el servicio prestado, el usuario se ve tentado a dar directamente una orden a su banco para que no atienda las facturas presentadas por la empresa. En ese momento puede aparecer el problema.

La consecuencia de que aparezca su nombre en dichas listas es que probablemente le denega-

rán cualquier tipo de préstamo que solicite o le impedirán realizar operaciones como la reserva de una habitación en un hotel.

En cualquier caso, antes de ser incluido en una lista de morosos, la entidad acreedora debe haberle requerido el pago y, tras la inclusión, la empresa responsable del fichero ha de comunicársela.

Si le incluyen en una lista de morosos indebidamente, puede ejercer su derecho de cancelación o rectificación mediante escrito dirigido al responsable del fichero de la entidad, utilizando el medio que permita acreditar el envío y recogida de su solicitud, acompañándola de una copia de su DNI.

Si en el plazo de 10 días no recibe contestación o ésta es insatisfactoria, puede reclamar ante la Agencia Española de Protección de Datos, acompañando la documentación acreditativa de haber solicitado la cancelación de datos. Además, puede acudir a los tribunales para exigir los daños y perjuicios que el hecho de la inclusión indebida en el registro de morosidad le hubiera causado.

Por ello, ha de tener cuidado en estar al día de sus pagos. Y si la empresa no cumple con sus obligaciones, bien porque no le esté suministrando el servicio o por cualquier otra causa de incumplimiento, comuníquelo fehacientemente la baja del contrato antes de tomar la decisión de dejar de atender los recibos presentados, sin perjuicio de reclamar por los cobros que considere indebidos.

24. COMPROBAR SI LOS SERVICIOS OFICIALES QUE SE PRESENTAN COMO TALES LO SON

Las revisiones de las instalaciones de suministros, como el gas, ➤





EL CONSUMIDOR ANTE LA CRISIS

son obligatorias, y algunas empresas se valen de este hecho para presentarse en los domicilios de los consumidores ofreciendo sus servicios sin estar oficialmente acreditadas para ello o sin que haya transcurrido el plazo para la realización de la nueva revisión. Otro motivo de reclamación habitual se produce cuando el consumidor llama a una empresa que emplea en su publicidad el logotipo de determinada marca de electrodoméstico para arreglar un aparato que está en garantía comercial (la que el fabricante suele sumar a la garantía legal de 2 años). Si el técnico no ha sido enviado directamente por la marca, los beneficios de la garantía (la reparación gratuita) se esfuman.

25. INFORMARSE DEL MEDIO DE PAGO ACEPTADO

Cuando se accede a un establecimiento suelen aparecer en el exterior las formas de pago. Si se admite el pago con tarjeta, figuran los adhesivos de las tarjetas aceptadas. Si al entrar no viese indicaciones en ese sentido, es recomendable preguntar al empleado o responsable del establecimiento, para que éste le informe de los medios de pago que aceptan. Es la mejor manera de evitar situaciones embarazosas, como las que pueden darse si al ir a pagar la cuenta del restaurante nos informan de que no disponen de pago con tarjeta, y comprobamos que no llevamos dinero en efectivo.

26. EXIGIR DERECHOS TAMBIÉN EN REBAJAS

Las rebajas suponen ofrecer la misma calidad en los mismos productos pero a un precio inferior. Antes del inicio de la rebaja, los artículos tienen que haber esta-

do, como mínimo, un mes a la venta y estar en perfecto estado.

Durante este periodo, en las etiquetas de los artículos tiene que aparecer, de manera visible, el precio anterior y el rebajado.

Los derechos de los consumidores son los mismos en rebajas.

27. NO PAGAR LA FACTURA SIN QUE EL TRABAJO ESTÉ TERMINADO

Si le están haciendo una reforma en casa, no pacte el pago total antes de que le hayan rematado el trabajo. Se ahorrará problemas si el resultado final no es conforme a lo convenido. Pague el importe presupuestado a medida que vaya avanzando la obra o servicio.

28. COMUNICAR POR ESCRITO LAS INCIDENCIAS A LAS EMPRESAS, ESPECIALMENTE LAS BAJAS

Se recomienda que cualquier comunicación con la empresa se realice mediante un medio que deje constancia. La forma más común es el empleo del fax o carta con acuse de recibo. Esto es muy útil cuando comuniquemos una baja en la contratación de un servicio. Un buen consejo es guardar el reporte del envío hasta que esté todo solucionado, sobre todo en materia de telefonía móvil e Internet.

29. COMPROBAR EL ESTADO DEL PRODUCTO ANTES DE SALIR DEL ESTABLECIMIENTO

Algo tan sencillo como comprobar si le falta un botón a una blusa o si la limpieza en la tintorería no ha dejado manchas evita tener que volver a la tienda y que, ante una reclamación, el empresario alegue que el bien estaba en per-



fectas condiciones cuando fue recogido por el consumidor. En muchas ocasiones, los consumidores aprecian la existencia de los defectos cuando llegan a casa. Es importante guardar siempre el ticket y no quitar al producto la etiqueta ni, si es posible, el precinto, para evitar problemas a la hora de cambiarlo.

30. INFORMARSE DE LOS USOS Y COSTUMBRES DE CADA PAÍS

Hay factores ajenos a la legislación, como son los usos y costumbres de cada país, que nos pueden acarrear sorpresas. Así, puede encontrarse con el caso de que estando de viaje se siente a disfrutar de un menú que incluya en el precio el postre o el café, a elección, y que, tras elegir un café con leche, el restaurante quiera cobrarlo fuera del menú porque en esa zona del mundo por café se entiende café a secas, sin añadidos. Sólo cabe un consejo: allá donde fueres, haz lo que vieres. ▶

Guía básica para comprar 'on line'

Aumentan las reclamaciones de usuarios de comercio electrónico

Es importante conocer cuáles son nuestros derechos a la hora de efectuar compras *on line*. El comercio electrónico es un sector que ha registrado un notable incremento en cuanto a las reclamaciones presentadas por los consumidores. Las empresas de este sector deben poner a disposición del cliente su nombre, los datos de inscripción en el Registro Mercantil, el domicilio o la dirección de uno de sus establecimientos permanentes en España, así como una dirección de correo electrónico o cualquier otro dato que permita establecer una comunicación directa y efectiva. Además, la página web debe mostrar información clara y exacta sobre gastos de envío y precio del producto o servicio, precisando si incluye los impuestos aplicables.

Los consumidores deben recordar que estas páginas web deben especificar datos como la fecha de entrega y las garantías ofrecidas, así como el plazo de que disponen para ejercer el derecho de desistimiento y, en su caso, si hay que abonar costes de devolución. Deben quedar claras las características del bien o servicio, el plazo de vigencia de la oferta y del precio e información sobre la forma de pago y modalidades de entrega o de ejecución.

EN CASO DE DEVOLUCIÓN

El comprador de bienes y servicios a través de Internet puede desistir de los contratos firmados. En ese caso, el empresario debe devolver el dinero abonado por el consumidor, sin retención de gastos, en un plazo de 30 días.



Si no lo devuelve en ese plazo, el consumidor tendrá derecho a reclamar esa cantidad duplicada. Por su parte, el empresario podrá exigir que el consumidor se haga cargo del coste directo de devolución. El plazo mínimo para desistir es siete días desde la recepción, aunque, si no se informa sobre el plazo, será de 3 meses.

PARA RECLAMAR

En caso de que sea necesario reclamar, se recomienda imprimir la página que resume la transacción y el correo electrónico de confirmación. Es necesario conservar cuanta comunicación haya podido mantenerse con la empresa vendedora y, además, imprimir la página que contiene el nombre del negocio, la dirección, el número telefónico y los términos legales de su compra. Como precaución, hay que guardar esta información hasta que finalice el periodo de garantía.

SEGURIDAD

Entre las recomendaciones básicas de seguridad están cerciorarse de que el protocolo es seguro (debe aparecer <https://> al comienzo de la dirección de la

página). Además, en la mayoría de los navegadores, cuando el usuario se encuentra en un entorno seguro aparece el símbolo de un candado cerrado en la parte inferior de la pantalla.

Sobre las modalidades de pago, contra reembolso es la más segura. Sin embargo, los medios más utilizados son el pago por tarjeta, la pasarela de pago (proveedor de servicios de aplicación de comercio electrónico) y el pago a través del móvil. Precisamente en éstos es donde más se está invirtiendo en seguridad por parte de las entidades bancarias.

Sólo debe realizarse el pago por transferencia bancaria si el banco de destino y el comercio vendedor son de acreditada solvencia. Además, si las compras se han llevado a cabo en páginas web extranjeras, se recuerda que las leyes de un país tercero pueden ser diferentes y no proteger a los consumidores como en España. Por ello, es recomendable comprobar si la empresa tiene delegación en España. Si la web pertenece a un país miembro de la Unión Europea, el cliente tiene derecho a consultar al Centro Europeo del Consumidor.

Cuando el entorno es seguro suele aparecer el símbolo de un candado cerrado en la parte inferior de la pantalla

PREVENIR EL FRAUDE

- Desconfíe de la oferta "demasiado buena para ser verdad".
- No crea en sorteos en los que no ha participado: nadie regala nada.
- Utilice medios de pago seguros, no remesas de dinero.
- Contraste al máximo la identidad de los vendedores.
- Proteja su privacidad. No facilite su e-mail de forma indiscriminada.

Decálogo del 'cibercomprador'

- **Aprovéchese de Internet con "sentido común".** El mejor consejo es usar el sentido común: nadie regala nada, los errores ortográficos y gramaticales no son buena señal, etc. Cualquiera puede ser víctima de un engaño, desde un informático hasta un usuario inexperto. Debemos conocer nuestros derechos básicos.
- **Dedíquele tiempo. No compre con prisas.** Los errores en las compras *on line* tienen difícil solución. Ante una duda inicie de nuevo el proceso de compra o acuda a otras webs.
- **Compruebe el sitio antes de comprar.** El consumidor tiene derecho a la siguiente información: nombre, domicilio o dirección de uno de sus establecimientos permanentes en España, e-mail y cualquier otro dato que permita establecer una comunicación directa y efectiva; datos de inscripción en el Registro Mercantil; información clara y exacta sobre el precio; fecha de entrega y garantías; plazo para ejercer el derecho de desistimiento y si se deben abonar costes de devolución; dirección completa en la que puede presentar quejas y reclamaciones; características esenciales del bien/servicio; el plazo de vigencia de la oferta y del precio; forma de pago y modalidades de entrega o ejecución, e información sobre asistencia técnica.
- **Compre en "sitios seguros".** a. "https://" debe figurar en la dirección de la página.



Si aparece con la "s", es seguro.

- b. Candado: al final de la página. Debe estar cerrado como prueba de seguridad.
- c. Llave: puede encontrarse a pie de página. Debe estar entera.
- d. SSL: el lema "Secure Socket Layer" indica seguridad.
- e. Confianza Online: asociación cuyos miembros se comprometen a cumplir normas que tienen por objetivo aumentar la confianza del consumidor.
- **Ojo con las webs extranjeras.** Los problemas se multiplican ante una entrega incorrecta del producto.
- **No preste más datos de los necesarios.** Lea la "Política de privacidad" y "Aviso legal". La empresa debe informar sobre si los datos serán incorporados a un fichero de datos de carácter personal; del carácter obligatorio o facultativo de su respuesta; de la posibilidad de ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición; de la identidad y dirección del responsable del tratamiento; de si sus datos serán cedidos a terceros, y si acepta recibir publicidad.
- **Pague sin riesgos:**
 - a. Contra reembolso: el método más seguro.
 - b. Tarjeta de crédito/ débito: el más utilizado. El riesgo es exponer nuestro número en la red. Los bancos están implementando sistemas de seguridad como las contraseñas de pagos que imposibilitan que un tercero pueda usar nuestra tarjeta.
 - c. Transferencia: debe asegurarse de que el banco de destino es de acreditada solvencia.
 - d. Pasarelas de pago: cada vez más usadas. Debe asegurarse de que el sitio es seguro y la pasarela, conocida y fiable.
 - e. Teléfono móvil: seguro, en fase de expansión.
- **Derecho de desistimiento.** Serán nulas las cláusulas de desistimiento que impongan una penalización por el ejercicio del derecho. No se podrá ejercer el derecho cuando se

trate de productos personalizados o que puedan deteriorarse o caducar con rapidez; grabaciones sonoras o de vídeo, discos y programas informáticos que hubiesen sido desprecintados, así como de ficheros informáticos, suministrados por vía electrónica; prensa y publicaciones periódicas, y contratos de servicios de apuestas y loterías.

- **Garantías.** Puede ejercer los derechos de reparación y sustitución del producto adquirido y de resolución y rebaja del precio cuando no haya sido entregado conforme al contrato. Los plazos son: 6 primeros meses: existe una presunción a favor del consumidor de que la falta de conformidad es de origen; 2 años: el vendedor responderá de la falta de conformidad del bien; 3 años tiene el consumidor para reclamar, y 2 meses para comunicar la falta de conformidad. Reparación y sustitución serán gratuitas y deberán realizarse en un plazo razonable. La rebaja del precio y la resolución del contrato procederán, a elección del consumidor, cuando no pudiera exigir la reparación o la sustitución y en los casos en que no se hubieran llevado a cabo en un plazo razonable.
- **Guarde copias del justificante de compra.** Todo consumidor tiene derecho a reclamar y a solicitar una indemnización por los daños y perjuicios que hubiera podido sufrir. Las cláusulas de exoneración o limitación de la responsabilidad civil son ineficaces frente al perjudicado. ▶

ENTREVISTA CON

María Rosa Sancho Celdrán, jefa del Servicio de Defensa del Consumidor

«La publicidad incita a los jóvenes a comprar de forma compulsiva artículos que no necesitan»

El Servicio de Defensa del Consumidor, dirigido por María Rosa Sancho, vela por la información y la educación del usuario

● REVISTA 'CONSUMO'
REGIÓN DE MURCIA



Defender los derechos de los consumidores y usuarios, fomentar acciones de información y realizar actividades de educación en consumo responsable con niños y jóvenes son los tres pilares de actuación del servicio que dirige María Rosa Sancho Celdrán.

Consumo. ¿Cuál es el máximo objetivo que tiene como jefa del Servicio de Defensa del Consumidor?

María Rosa Sancho Celdrán. No es otro que la defensa de los consumidores murcianos, ante cualquier problema que puedan tener por la adquisición de un bien o la contratación de la prestación de un servicio.

Pero además está el fomento de la información y la educación del consumidor. La información, porque es la base de toda defensa. Un consumidor informado sabe cuáles son sus derechos y obligaciones, dónde dirigirse y qué medios tiene a su alcance para

hacer valer sus derechos. Y la educación, porque va unida a la información. Se trata de educar, y sobre todo en el consumo responsable tanto a pequeños como a adultos; todos tenemos algo que aprender. Ahora, en concreto, estamos haciendo hincapié en el tema de reciclar, reutilizar, reducir y reflexionar.

C. ¿Qué papel ocupan los jóvenes en el consumo responsable?

M. R. S. Hoy día, los jóvenes son el objetivo principal de casi todas las campañas publicitarias y por tanto de la mayoría de las empresas y establecimientos comerciales. Son más vulnerables que los adultos y son objetivo y presa fácil para los vendedores.

La mayor parte de la publicidad está dirigida a captar la atención de los más jóvenes, ofreciéndoles productos maravillosos y servicios a precios increíbles. La publicidad suele unir el producto o servicio ofertado al éxito social, al atractivo, a la mejor imagen, a

estar a la última en moda, a destacar sobre todos los demás, al poder... Se incita a los jóvenes a comprar de forma compulsiva, a crearles unas necesidades que en principio no tienen, a comprar determinadas marcas...

Las consecuencias son graves, se crean consumidores compulsivos, sobreendeudamiento familiar, malos hábitos de consumo, de alimentación, incluso de comportamiento, la cultura del "todo vale", el consumidor caprichoso y nada responsable.

Los jóvenes son un reto para nosotros, de ahí que se dé tanta importancia a la educación al consumidor y a los concursos escolares de consumo responsable.

C. ¿Qué consejos le daría a un consumidor ante una vulneración de sus derechos?

M. R. S. En primer lugar, que no tenga miedo a reclamar. Tenemos que ser conscientes de que somos consumidores con derechos y que en caso de que ➤

« Los anuncios suelen unir el producto o servicio ofertado al éxito social »

« **Tenemos derechos; si se vulneran podemos y debemos reclamar** »

➤ sean vulnerados podemos y debemos reclamar.

En segundo lugar, debe informarse de cuáles son sus derechos antes de reclamar. Esta información puede obtenerla de una Oficina Municipal de Información al Consumidor [OMIC], de una asociación de consumidores, del Teléfono del Consumidor [901 501 601] o en nuestra web [www.murciaconsumo.com].

En tercer lugar, hay que ser objetivo, mantener la calma y ceñirse a los hechos que realmente hayan acaecido. También hay que saber qué se pretende, ya que no es lo mismo una disculpa que un cambio de producto, la devolución del dinero, la mejora del servicio o una compensación.

Después, solicitar que acuda un responsable del establecimiento o el encargado para conseguir un acuerdo a través de la mediación, si es posible. E identificar a la persona con quien se está hablando, pero también el nombre del establecimiento, su dirección, teléfono, correo electrónico, etcétera. Si no hay acuerdo, hay que solicitar las hojas de reclamaciones y rellenarlas correctamente.

Después hay que ir a una oficina de información o asociación de consumidores a presentar las hojas de reclamaciones junto con toda la documentación de la que se disponga: tiques, recibos, garantía, facturas, presupuestos, folletos, cartas, etc. Es necesario guardar en una carpeta toda la documentación posible.

C. ¿Cuáles son las reclamaciones de consumo más populares?

M. R. S. Las mayores reclamaciones se refieren a comuni-

caciones electrónicas: telefonía fija y móvil, acceso a Internet; servicios generales: luz, agua, gas...; vivienda; servicios financieros, reparaciones de pequeños electrodomésticos y reparaciones de vehículos.

C. Hemos hablado de los derechos del consumidor, pero ¿cuáles son exactamente los derechos básicos del consumidor?

M. R. S. Los derechos básicos de los consumidores y usuarios son los siguientes:

- La protección contra los riesgos que puedan afectar a su salud o seguridad.
- La protección de sus legítimos intereses económicos y sociales, y en particular frente a la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos.
- La indemnización de los daños y la reparación de los perjuicios sufridos.
- La información correcta sobre los diferentes bienes o servicios y la educación y divulgación para facilitar el conocimiento sobre su adecuado uso, consumo o disfrute.
- La audiencia en consulta, la participación en el procedimiento de elaboración de las disposiciones generales que les afectan directamente y la representación de sus intereses, a través de las asociaciones, agrupaciones, federaciones o confederaciones de consumidores y usuarios legalmente constituidas.

- La protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, en especial, ante situaciones de inferioridad, subordinación e indefensión.

C. Por último, ¿cómo andamos de seguridad en los productos?

M. R. S. La seguridad de los productos está regulada por el Real Decreto 1801/2003, de 26 de diciembre, donde se establece que los productos comercializados en España tienen que ser seguros, es decir, que no impliquen riesgos al consumidor para su salud o seguridad, salvo los usuales o reglamentariamente admisibles en condiciones normales y previsibles de utilización; habida cuenta, entre otros elementos, las características del bien, su posible efecto o utilización junto con otros productos, su forma de presentación y etiquetado y las características de los consumidores a los que van destinados.

Por tanto, un producto se considera seguro cuando cumpla:

- Con la normativa de seguridad de obligado cumplimiento.
- Con las normas técnicas armonizadas que le sean de aplicación.
- Las normas técnicas nacionales que sean transposición de normas europeas o armonizadas.
- Con las normas UNE.
- Con las recomendaciones de la Comisión Europea que establezcan directrices sobre la evaluación de la seguridad de los productos.
- Con los códigos de buenas prácticas en materia de seguridad de los productos que estén en vigor en el sector. ▶



C ACTUALIDAD

La especialización y modernización de los procedimientos de inspección, retos de futuro

El director general de Consumo celebra en Torre Pacheco el Día Internacional del Consumidor

La Junta Arbitral de Consumo de la Región de Murcia recibió durante 2010 un 30% más de solicitudes que en el año 2008. Así lo afirmó el director general de Atención al Ciudadano, Drogodependencias y Consumo de la Comunidad Autónoma, Juan Manuel Ruiz Ros, con motivo del Día Mundial del Consumidor. Ruiz realizó estas declaraciones acompañado por el alcalde de Torre Pacheco, Daniel García, durante la presentación del 'Programa de Actividades de Consumo 2011'. El acto tuvo lugar el pasado 15 de marzo en la sede del antiguo Ayuntamiento de Torre Pacheco.

Durante 2008 llegaron a la Junta Arbitral de Consumo un total de 2.777 registros, mientras que en 2010 fueron 3.888, lo cual refleja, en palabras del director general, que "la población tiene un alto grado de confianza, que ha ido aumentando con los años, en este organismo".

Asimismo, Ruiz Ros aseguró que es "fundamental" fomentar el consumo responsable y que los consumidores sean conscientes de que tienen deberes y obligaciones. Por ello, y con la finalidad de facilitar al consumidor el acceso a la información, desde la Consejería de Sanidad y Consumo se pone a disposición de los ciudadanos el teléfono del consumidor (901 501 601), para que puedan realizar sus consultas.

CONSUMO RESPONSABLE
El director general de Atención al Ciudadano, Drogodependen-



Daniel García y Juan Manuel Ruiz, en Torre Pacheco el pasado 15 de marzo.



Gran acogida al acto, celebrado en el antiguo Consistorio de Torre Pacheco.

cias y Consumo aseguró que la información y el reciclaje de conocimientos de los profesionales de consumo "son imprescindibles para la especialización y modernización de los procedimientos de inspección". Ade-

más, matizó que en este proceso es "esencial" el uso de Internet y de las nuevas tecnologías.

En cuanto al 'Programa de Actividades de Consumo 2011', García y Ruiz Ros expusieron que la iniciativa consta, entre otras acciones, de campañas informativas, programas de radio, charlas-coloquio, campañas de adhesión al sistema arbitral de consumo, cursos sobre diversas materias relacionadas con el consumo y campañas de verano y Navidad. ▶

C
La Junta Arbitral de Consumo de la Región recibió durante 2010 un 30% más de solicitudes que en el año 2008



Las ondas de radio, al servicio del consumidor de Torre Pacheco

La Oficina Municipal al Consumidor (OMIC) de Torre Pacheco realiza desde hace años una original acción difusora a través de un programa de radio semanal que se emite en la emisora municipal Radio Torre Pacheco, en el dial 87.7, y que también puede ser escuchado a través de Internet en la dirección <http://www.radiotorrepacheco.es/>

El programa, denominado 'Agenda de Desarrollo Local', se emite en directo los martes en horario de 12:30 a 13:00 h. Este programa está guiado y dirigido por los propios técnicos de la OMIC, en donde también se encuentra el Departamento de Empleo y Desarrollo Local; son los propios técnicos de la OMIC los que realizan la labor de locutores y a la vez de entrevistadores de personas relevantes en materia de consumo.

En los contenidos de este programa semanal se abordan temas que son de interés para el consumidor. Se trata de un medio cercano y ágil que se utiliza para sensibilizar e informar al consumidor y para difundir los servicios de la OMIC, así como los de la Dirección General de Consumo y el arbitraje.

CONSEJOS Y NOTICIAS

También se aprovecha este espacio radiofónico para realizar campañas de difusión de actividades concretas de consumo como son las páginas naranjas del consumidor, los derechos del consumidor y el usuario, consejos para la compra eficiente, las rebajas, consejos para el verano,



Oficina del Consumidor de Torre Pacheco

(Departamento de Empleo y Desarrollo Local). Paseo Villa Esperanza, nº 1, primera planta. 30700, Torre Pacheco

Teléfono: 968585838 - Fax: 968585808. omic@torrepacheco.es

Horario: de lunes a viernes, de 9 a 14.00 h, y martes, de 16.00 a 19.00 h

La oficina depende del Ayuntamiento de Torre Pacheco y abarca el ámbito municipal

campaña escolar y recomendaciones para padres, iniciativas dirigidas a empresas para fomentar la adhesión al sistema de arbitraje, etc.

Asimismo, 'Agenda de Desarrollo Local' sirve para dar difusión a temas de actualidad en materia de consumo, problemá-

El programa 'Agenda de Desarrollo Local' puede seguirse en directo a través de la web radiotorrepacheco.es

ticas actuales, consejos para evitar fraudes o engaños, recomendaciones para el ahorro de energía en el hogar, etcétera.

Este espacio de radio semanal agiliza y da un alcance municipal a todas aquellas campañas de información y sensibilización al consumidor que se realizan, además de que gracias a Internet se puede seguir en directo desde cualquier parte del

mundo. Así, se ha convertido en un elemento más que el personal de la OMIC utiliza y realiza en su faceta normal de trabajo; ya no sólo se atienden y tramitan reclamaciones de consumo, sino que se da un paso más a través de este medio de comunicación para difundir toda la información que es de interés para los consumidores

Por tanto, desde la OMIC del Ayuntamiento de Torre Pacheco no sólo existen los medios habituales para atender y tramitar las reclamaciones de consumidores y usuarios o para la realización de audiencias de arbitraje de consumo a través de videoconferencia, sino que se realiza la labor más importante, seguramente, en materia de consumo: informar y sensibilizar al usuario sobre sus derechos y, cómo no, sobre sus obligaciones, con el fin de que todos nos convirtamos en consumidores eficientes y se eviten así muchos problemas a la hora de comprar o contratar cualquier producto o servicio. ▶

ACTUALIDAD

La telefonía móvil genera cuatro de cada diez reclamaciones registradas en la OMIC de Yecla

La Oficina Municipal de Información al Consumidor inició su funcionamiento en el año 1985

Las reclamaciones derivadas de la telefonía móvil han supuesto el 43% del total de las quejas planteadas durante 2010 en la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) de Yecla. La telefonía móvil, Internet y los aparatos electrónicos acapararon gran número de consultas y reclamaciones de este servicio, muy por encima de otros asuntos como los servicios de gas y electricidad, servicios financieros o seguros.

En concreto, las reclamaciones sobre telefonía móvil han estado relacionadas con el periodo de permanencia exigido por los operadores para darse de baja, la portabilidad de la línea y el ADSL.

La mayoría de las reclamaciones que se formulan en esta OMIC se resuelven por media-



Oficina del Consumidor de Yecla

Casa Consistorial. Plaza Mayor, s/n. Primera planta. 30510, Yecla

Teléfono: 968793190 - Fax: 968793190. omic@yecla.es

Horario: de lunes a jueves de 10:30 a 15:00 horas

La oficina depende del Ayuntamiento de Yecla y abarca el ámbito municipal

ción o se tramitan por arbitraje. Yecla es sede de la Junta Arbitral de Consumo de la Región de Murcia desde el año 2004, celebrándose las audiencias de forma presencial o por videoconferencias. Además, los consumidores disponen de un servicio jurídico de asesoramiento, que atiende al público tres horas semanales.

MAYOR CONCIENCIACIÓN

La Oficina Municipal de Información al Consumidor de Yecla, dependiente de la Concejalía de Consumo, inició su funcionamiento en el año 1985. Desde entonces, el número de consultas, reclamaciones, quejas y denuncias se ha ido incrementando de forma notable. Este incremento se debe a la mayor conciencia del consumidor sobre sus derechos y a la mayor presencia de las nuevas tecnologías en el mercado.

Desde la Concejalía de Consumo, y también en colaboración con otras concejalías del

Ayuntamiento, se han realizado una serie de actividades informativas y formativas dirigidas a los ciudadanos de la localidad en materia de consumo.

Así, durante el pasado año se han llevado a cabo los talleres 'Seguridad infantil', para alumnos de Primaria; 'Trastornos de alimentación', dirigido a alumnos de Secundaria, o 'La compra y la cocina en Navidad'.

En cuanto a las actividades informativas, se ha elaborado un calendario con consejos útiles para ejercer nuestros derechos como consumidores. Asimismo, se ha facilitado información a través de los medios de comunicación, con cuñas informativas de recomendaciones para las compras en periodos de rebajas y Navidad, sobre etiquetado y marcado de precios, etcétera.

Para la realización de todas estas actividades se ha contado con una subvención de la Consejería de Sanidad y Consumo de la Región de Murcia. ▶



Concha Palao, concejala de Consumo de Yecla.



CONSULTAS, DUDAS Y SUGERENCIAS

Resoluciones de la Junta Arbitral de Consumo

Esta página de la revista *Consumo* pretende exponer a los lectores casos reales de conflictos y reclamaciones resueltas por la vía del arbitraje.

Más información sobre la Junta Arbitral: [http://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=8826&IDTIPO=100&RASTRO=c1055\\$m](http://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=8826&IDTIPO=100&RASTRO=c1055$m).

REGALOS QUE NO LO FUERON

La reclamante efectuó la compra de unos libros a una empresa de venta telefónica y se siente engañada porque, en la hoja de pedido, constan además de la compra unos regalos que al final le cobran, y entre los que se hallan dos relojes, un sillón, un robot de cocina y unos DVD. Ha llamado en diversas ocasiones para explicar lo sucedido y decir que no quiere el pedido, pero no la atienden. Desea que recojan la totalidad del pedido y que se anule cualquier cantidad que le quieran cobrar. Examinada la documentación, el Colegio Arbitral acordó estimar la pretensión de la solicitante, debiendo declararse resuelto el contrato suscrito por las partes. Dentro de un plazo de cumplimiento otorgado de treinta días, la empresa retirará el pedido del domicilio de la solicitante sin coste adicional.

ACCIDENTADO VIAJE EN FERRY

El reclamante adquirió un billete para viajar en ferry, servicio que fue suspendido por la empresa prestataria. Como quiera que el reclamante tuvo que viajar con otra compañía, solicita el abono de la diferencia de precio con el nuevo billete y, además, el gasto del transporte de su coche, es decir, un total de 300 euros. La empresa reclamada sólo ofrecía el abono del billete de ferry adquirido, no el posterior ni los gastos de transporte del

automóvil. Una vez examinada la documentación aportada, el Colegio Arbitral decidió otorgar la razón al reclamante, por lo que la compañía naviera tuvo que abonar los 300 euros reclamados.

OFERTA INCUMPLIDA

La reclamante se acogió a una oferta de una compañía de telefonía móvil por la cual, si desistía de una portabilidad a otra compañía, recibiría un teléfono y un descuento del 50% en su factura de consumo durante los doce meses posteriores. De esta manera solicita que se aplique dicha rebaja ofertada y no sólo en el consumo o la anulación del contrato por incumplimiento. Por su parte, la empresa reclamada manifestó que se ofreció a la reclamante una oferta por cancelación de portabilidad consistente en la entrega de un terminal nuevo y la aplicación de un descuento del 50% durante doce meses sobre el consumo del mismo y que, verificado esto, confirma la entrega del terminal y el descuento mencionado aplicado en la facturación emitida sobre el consumo realizado desde su línea del 2/8/09 al 2/8/10.

Escuchadas las partes y examinada la documentación, el órgano arbitral estimó la pretensión de la reclamante, por cuanto se concluye que el descuento se aplica sobre el importe total facturado antes de impuestos (consumo y cuotas), de modo que la empresa reclamada deberá reintegrar a la reclamante el im-



porte del 50% sobre las cuotas facturadas hasta el día de la fecha, y en las facturas que emita posteriormente, hasta la finalización del período de doce meses ofertado, aplicará el 50% de descuento sobre el importe total que se facture antes de impuestos.

A TODO GAS

El consumidor llamó a una empresa de asistencia urgente porque la caldera de su casa no funcionaba. El técnico acudió en pocas horas y, sin abrirla, le dijo que se trataba de un problema de juntas. Cobró 324 euros por el servicio de urgencia realizado. Sin embargo, la caldera fue incorrectamente reparada, por lo que el técnico de la empresa tuvo que volver al día siguiente. Al no solucionar el problema, pues la caldera seguía rezumando agua, el reclamante llamó a otra empresa que sí consiguió reparar el aparato.

La empresa rechazó la reclamación señalando que, al acudir el técnico por segunda vez, éste le recomendó al cliente que acudiera a una empresa de mantenimiento de calderas.

El Tribunal Arbitral, tras estudiar el caso y escuchar a ambas partes, decidió dar la razón al reclamante, ya que la reparación no logró solucionar el problema, así que la compañía reclamada tuvo que abonar al cliente en el plazo de un mes los 324 euros que le había cobrado indebidamente.

MUCHO DINERO PARA DIEZ MINUTOS

La consumidora explicó que una empresa de reparaciones le había cobrado un precio abusivo tras arreglar en diez minutos una fuga en la llave del paso del agua. Le cobró 394,40 euros, incluyendo el plus de urgencia, cuando la consumidora mantenía que no había pedido ninguna intervención urgente. La clienta se quejaba de no haber sido informada previamente de las tarifas.

La empresa se opuso a la reclamación señalando que el presupuesto se facilitó por teléfono, y explicó que no había entregado factura porque la persona que le atendió en el domicilio se negó a facilitar su DNI. También negó haber empleado sólo 10 minutos en la reparación, "porque no hay en el mercado una pasta que selle estas fugas en diez minutos".

El Colegio Arbitral decidió que se le devolvieran 169 euros a la reclamante porque la empresa no demostró en documento alguno (presupuesto, factura...) haber trabajado más de media hora. No se le devolvió más porque el presupuesto sí tenía anotado el concepto de servicio urgente. ▶

Etiqueta ecológica europea, garantía de eficiencia medioambiental

La etiqueta ecológica europea o ecoetiqueta europea es un símbolo oficial de la Unión Europea (UE), regulado mediante el Reglamento CE/1980/2000, de 17 de julio, y que denota que un producto ha sido valorado como más eficiente medioambientalmente que otros productos similares de su categoría.

Con ella se quiere fomentar la adopción de métodos de producción más eficaces, evitando vertidos y emisiones, minimizando residuos y facilitando el reciclaje, con lo que se ahorran gastos de gestión en la producción.

La etiqueta ecológica está reconocida y valorada en todos los

países de la Unión Europea y permite a los fabricantes informar al consumidor de que sus productos son más respetuosos con el medio ambiente que otros de la misma gama, lo que supone un valor añadido para el producto que la ostente.

BUENA PARA EL USUARIO

Los criterios ecológicos aplicables para la concesión de la ecoetiqueta europea son establecidos por organismos oficiales de carácter público y objetivos, por lo que ofrece a los consumidores información veraz y fiable sobre la repercusión ambiental del producto a lo largo de todo su ciclo de vida.

La ecoetiqueta europea identifica a los productos que, en su misma gama, tienen limitada la presencia de sustancias tóxicas, tanto para el medio ambiente como para la salud de las personas, sometiéndose, asimismo, a una rigurosa prueba de acreditación de su aptitud para el uso, a fin de satisfacer las necesidades de los consumidores.

BUENA PARA EL ENTORNO

Que un producto ostente la ecoetiqueta europea significa que cumple con unos criterios ecológicos establecidos para la Unión Europea. Estos criterios vienen definidos por el Análisis del Ciclo de Vida (ACV) del producto, lo que ➤

OPINIÓN

Alimentos de calidad, etiquetado y UE



● JESÚS ESTEBAN CÁRCAR BENITO

DOCTOR EN DERECHO Y ASESOR DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO, DROGODEPENDENCIAS Y CONSUMO

«La Comisión Europea ha adoptado el llamado "paquete de calidad" que busca un doble objetivo: garantizar la calidad a los consumidores y un precio justo a los agricultores»

La política agrícola de la Unión Europea (UE) está en evolución constante. Hace 50 años, su fin principal era abastecer de alimentos a una Europa que intentaba recuperarse de una década de escasez inducida por la guerra. Hoy día, subvencionar una producción a gran escala y comprar los excedentes en interés de la seguridad alimentaria es en gran parte agua pasada. Ahora, su objetivo es que los productores de alimentos en todas sus formas –desde cultivos y ganado a frutas y hortalizas o vino– sean capaces por sí mismos de sobrevivir en los mercados europeos y mundiales. Para ello, la política agrícola europea ha

sufrido transformaciones considerables en los últimos años. Los textos legislativos son ahora más cortos y más fáciles de leer. Se han suprimido casi 80 actos normativos como parte de lo que técnicamente se conoce como "organización común de mercados".

Las reformas han puesto a disposición fondos para fomentar alimentos de calidad que sean competitivos en los mercados internacionales, la innovación en el cultivo y transformación de alimentos, así como el desarrollo y la diversificación de las economías rurales. Cuando se les consulta sobre la política de calidad de los productos agrícolas, los agricultores europeos

señalan como problemas principales "competir en los mercados mundiales" y "satisfacer la demanda de los consumidores".

Los consumidores son ahora cada vez más exigentes y aprecian las etiquetas voluntarias de la UE que les permiten conocer lo que compran. Hay etiquetas alimentarias para indicar claramente el origen geográfico, la elaboración con ingredientes o métodos tradicionales, o la producción ecológica.

Para afirmar esto, existe una base de datos del sistema de etiquetado de calidad de la Unión Europea (DOOR) que contempla la Denominación de Origen Protegida (DOP), la Indicación Geográfica Pro-

CONSUMO RESPONSABLE

➤ implica que se evalúan todas las variables ambientales relacionadas con éste, desde su diseño en la producción hasta la gestión de sus residuos (“desde la cuna a la tumba”): uso de recursos naturales y energía, emisiones atmosféricas y acústicas, contaminación hídrica, producción y gestión de residuos, efectos en los ecosistemas, etc.

RAZONES DE ELECCIÓN

La ecoetiqueta europea está basada en sólidos estudios científicos y de consulta. Los criterios para su otorgamiento se definen sobre la base de los análisis científicos de los impactos del producto en todo su ciclo de vida y tras extensas consultas con las partes interesadas.

- Está reconocida en el ámbito europeo. Dispone del apoyo de los sectores empresaria-



les europeos, los ambientalistas y las organizaciones de consumidores.

- Está respaldada por las autoridades europeas: Comisión Europea y estados miembros de la Unión Europea. Además, está reconocida por los estados del Área Económica Europea (AEE).
- Es certificada por un organismo independiente. Los organismos competentes que la conceden en cada estado miembro son designados por las comunidades autónomas.
- En el caso de la Región de Murcia, el organismo designado es la Dirección General de Agricultura y Pesca.
- Simplifica la elección de los consumidores. La utilización de un solo logotipo, la flor europea, en todos los productos certificados hace que la identificación por parte del consumidor sea simple y rápida, facilitando su elección en el momento de la compra.
- Ofrece valor añadido a las ventas europeas. Es válida en todo el mercado interior y no es preciso solicitar diferentes etiquetas para la exportación a otros países europeos.
- Cubre una gran variedad de gamas de productos. Actualmente son certificables 23 grupos de productos, encontrándose en desarrollo otras categorías. ▶

tegida (IGP) y la Especialidad Tradicional Garantizada (ETG); un producto que cuenta con una de estas designaciones tiene la garantía de ser único en la UE.

MÁS DE MIL PRODUCTOS

Para que un producto pueda estar presente en esta base, debe cumplir determinados parámetros y realizar ciertos trámites y procedimientos. Se pueden tardar algunos años hasta que un alimento cuenta con la certificación de calidad. Desde la creación de la base en 1992, se han certificado con una de las designaciones 1.000 productos, aunque quedan todavía varios expedientes en trámite.

En diciembre de 2010, siguiendo estas líneas directrices, la Co-

misión ha realizado, en primer lugar, una propuesta de “Reglamento sobre los sistemas de calidad de los productos agrícolas”, que modifica el Reglamento (CE) nº 1234/2007 en lo que se refiere a las normas de comercialización, que aportará coherencia y claridad a los sistemas de la UE (consolidación del sistema insignia de DOP e IGP, revisión del sistema de ETG y establecimiento de un nuevo marco para la creación de expresiones de calidad facultativas para proporcionar a los consumidores la información que reclaman cada vez más, tales como “campero” y “primera presión en frío”); en segundo lugar, una propuesta de racionalizar la adopción de normas de comercialización por la

Comisión, incluida la facultad de ampliar el lugar del etiquetado de producción de acuerdo con las características específicas de cada sector agrícola; en tercer lugar, directrices sobre buenas prácticas para los sistemas de certificación voluntarios y sobre el etiquetado de productos que utilicen indicaciones geográficas como ingredientes. Es decir, directrices sobre las mejores prácticas aplicables a los regímenes voluntarios de certificación de productos agrícolas y alimenticios, y sobre el etiquetado de los productos alimenticios que utilizan como ingredientes DOP e IGP.

La Comisión Europea ha adoptado, por tanto, el llamado “paquete de calidad” que busca un

doble objetivo: garantizar la calidad a los consumidores y un precio justo a los agricultores. Formula por primera vez una política global sobre los sistemas de certificación, las condiciones de adición de valor para las calidades de los productos agrícolas y las normas de los productos. Estas políticas se repartían hasta ahora entre numerosas disposiciones jurídicas. Con este paquete, la CE cubre todos los aspectos de la calidad, desde el cumplimiento de las normas mínimas hasta los productos muy específicos. El paquete de calidad es el resultado de 3 años de consultas con la participación de los interesados, y sienta las bases de una política más coherente de calidad de los productos agrícolas. ▶

DE INTERÉS SOCIAL

Más de mil perros-guía conducen a personas ciegas por la calle de forma segura y autónoma

La Fundación ONCE del Perro-Guía gradúa anualmente a unos cien animales

La Fundación ONCE del Perro-Guía (FOPG) tiene como finalidad proporcionar perros-guía, como auxiliares de movilidad, a las personas ciegas o deficientes visuales.

Actualmente hay 1.000 personas con ceguera o grave discapacidad visual utilizando perro-guía como auxiliar de movilidad, unas veinte en la Región de Murcia, según la Asociación del perro-guía de la Comunidad de Murcia. La mayoría de los perros-guía se han graduado en la escuela de la Fundación ONCE, mientras que otros proceden de la escuela norteamericana Leader Dogs For The Blind, en Rochester (Nueva York), merced al acuerdo concertado entre ésta, la FOPG y la Federación de Clubes de Leones de España.

Un patronato formado por representantes de la ONCE y su fundación, usuarios de perro-guía y personalidades del mundo del perro vela por el correcto funcionamiento de la FOPG. Su centro consta de residencia, oficinas, aislamiento y perreras, dotados de los últimos avances para conseguir una máxima eficiencia en la calidad y sanidad de los perros.

En la Región hay una veintena de usuarios, según la Asociación del perro-guía de la Comunidad de Murcia

La FOPG gradúa anualmente alrededor de 100 nuevos perros-guía, a los que se añaden aproximadamente 24 procedentes de la escuela norteamericana. El objetivo de esta fundación pasa por superar las 120 unidades anuales.

El derecho de acceso de las personas ciegas o con deficiencia visual usuarias de perro-guía al entorno y, en particular, a los lugares y espacios de uso público, está garantizado por leyes dictadas por las distintas comunidades autónomas. Concretamente en la Región de Murcia se aplica la Ley 3/1994, de 26 de julio.

En aquellos casos en los que la normativa autonómica no prevea nada sobre esta materia, se aplicará la regulación estatal contenida en el Real Decreto 3250/1983, de 7 de diciembre.

Se trabaja principalmente con tres razas: labrador, golden retriever y pastor alemán. Los animales de estas razas, y fruto de cruces entre ellas, son muy adecuados para la función que de ellos se va a solicitar, buscando, en todo momento, un correcto equilibrio temperamental. Son animales vivaces e inteligentes, con muchas ganas de aprender y gusto por el trabajo. Su tamaño varía según raza, sexo y edad, aunque suele oscilar entre los 28 y los 45 kilos.

El trabajo de un perro-guía es una de las labores más complicadas que se le puede pedir a un animal. Pensemos que, de manera natural, los perros tienen una serie de instintos como el de caza, guarda y protección. Un buen perro-guía tiene que tener estos instintos minimizados para realizar bien su labor, lo que se consigue trabajando todas las etapas de su vida, incluso antes de su nacimiento, a través de la selección de sus progenitores.

COMPLICADA LABOR

La instrucción es el proceso que incluye desde que el perro entra en la escuela, de vuelta de su familia educadora, hasta que, finalmente, es adjudicado a una persona con ceguera que lo haya solicitado previamente. Este periodo dura entre 6 y 10 meses. Se inicia reforzando la obediencia básica ("sienta", "échate"...), que el perro ya ha aprendido durante su etapa de cachorro. A continuación se le "introduce al arnés", a partir de ese momento, el animal tiene que asumir que, cuando esté con él puesto, una persona irá a su lado; que, cuando pase por un lugar estrecho, una puerta o cerca de una farola, tendrá que dejar el espacio suficiente para ambos. Es un trabajo en el que no solo son necesarias la paciencia y el cariño; mucho más importantes son los conocimientos de técnicas de enseñanza y manejo. La formación de un instructor de movilidad con perro-guía es compleja, y consta de unos dos años de duración en los que tiene que aprender todo lo relacionado con el perro y con la ceguera, técnicas de ➤



DE INTERÉS SOCIAL

➤ guía, orientación y movilidad y muchas otras disciplinas que harán de él un magnífico profesional.

Una vez que el perro ha sido introducido al arnés y se encuentra totalmente adaptado a éste y a la persona responsable, se inicia todo el proceso. El perro tendrá que aprender a cruzar las calles en línea recta, evitar obstáculos, marcar puertas, escaleras o bordillos, añadiendo dificultad a su trabajo según progrese en los logros conseguidos, y siempre reforzando la labor bien hecha con premios que pueden ser desde una caricia en el cuello o una palabra de halago hasta incluso una bolita de pienso. El castigo también se utiliza a veces pero no se usa la violencia física. Un simple tirón de correa acompañado de un energético "¡no!" es suficiente para que el perro sepa que hay alguna cosa que ha hecho mal. Luego se repite el ejercicio, premiándole cuando el objetivo se ha conseguido.

Completado el aprendizaje, cuando el instructor determina que su perro está listo, y basándose en las características de éste, buscará al solicitante más adecuado. A partir de los criterios de prioridad entre los solicitantes, se analizan y tienen en cuenta factores como la velocidad de paso, el peso, la altura y la iniciativa, entre otros muchas otras características, tanto del perro como de la persona y su entorno, para lograr una compenetración perfecta en la unidad "perro-usuario".

Desde el nacimiento hasta su muerte y en todas las fases del proceso, estos perros son constantemente supervisados por veterinarios especialistas. Desde pequeños son sometidos a vacunaciones y desparasitaciones, análisis y todo tipo de estudios radiológicos. Si exceptuamos a los machos y hembras de cría, todos

los animales son castrados cuando han madurado física y psíquicamente (alrededor del año). La castración es también aconsejable para todo tipo de perros que no vayan a ser destinados a criaderos especializados. De esta manera no solo atemperamos el carácter dominante de los machos, sino que también se evitan los celos de las hembras, gestaciones indeseadas y, muy importante, se disminuye la incidencia de enfermedades tanto en machos como en hembras. Siguiendo una dieta adecuada evitaremos el sobrepeso de estos animales que, por otra parte, seguirán alegres y felices.

Los perros-guía son una buena carta de presentación y va a ser su aspecto, en primera instancia, y su comportamiento social lo que va a abrir o cerrar puertas. Los usuarios lo saben y llevan a sus perros limpios, pues

La ley recoge el derecho de acceso del usuario de perro-guía al entorno y, en especial, a los espacios de uso público

Desde el nacimiento hasta su muerte, veterinarios especialistas supervisan de forma constante a los animales

limpios y bien educados van a tener menos problemas para poder acceder a todo tipo de locales públicos y medios de transporte. La higiene y el propio comportamiento del usuario se convierten en este punto en grandes aliados.



Otro aspecto muy importante es la comida. Son perros alimentados con piensos de gama alta, con cantidades y frecuencias acordes a su raza, sexo y trabajo que realiza. Se siguen las recomendaciones del veterinario de la escuela de la FOPG para que los perros se mantengan en un peso ideal, con unos límites que no deben sobrepasar. No se permite que se dé comida a un perro-guía o que éste coma lo que se encuentre en la calle. De esta manera se evitarán distracciones y posibles intoxicaciones.

Las visitas al veterinario se hacen de manera regular. La ley obliga a tener al perro-guía perfectamente vacunado y desparasitado.

En una sociedad moderna y solidaria, es deber de todos facilitar el acceso y la movilidad a todos los ciudadanos. Todos podemos ayudar al perro-guía a cumplir esta misión.

Más información en la Fundación ONCE del Perro-Guía (FOPG). Camino de Alcorcón, s/n, Boadilla del Monte (Madrid). Teléfono: 91 632 46 30. Página web <http://www.perrosguia.once.es>

CÓMO ACTUAR

- No des de comer ni llares a un perro-guía cuando está trabajando. Los silbidos le distraen.
- Si quieres saludarle, pregunta primero a la persona a la que guía.
- No dejes tu perro suelto cerca de él. Intenta controlarlo.
- Para dar una indicación al dueño, no tires de la correa ni te agarres al arnés.
- Recuerda que los perros-guía son los ojos de una persona. No impidas el paso a los establecimientos ni transportes. La ley les ampara.
- No les tengas miedo. Ni son agresivos ni transmiten enfermedades.
- Si cuando vas conduciendo ves que una persona ciega y su perro intentan cruzar, ten precaución y pasa a una distancia suficiente para no asustarles.
- Facilitales una ubicación cómoda en los transportes públicos.
- Son perros limpios: pipí y cacas, siempre lejos de las aceras, en los lugares adecuados.
- Y si están trabajando, vendiendo el cupón... ¡cómprales uno o dos!



Las etiquetas que alimentan

Comprender el etiquetado nutricional es importante para elegir y seguir una dieta saludable

¿SABÍAS QUE...?

Los alimentos funcionales surgieron en Japón en los años 80. Se introdujo un nuevo concepto de alimentos, que se desarrollaron para mejorar la salud y reducir el riesgo de contraer enfermedades. Existen tres tipos. En el primero, se encuentran alimentos tradicionales y presentes en nuestra dieta que, por sus componentes, son beneficiosos: el aceite de oliva, las frutas o las verduras. En el segundo se encuentran los alimentos a los que se les ha quitado un componente mediante medios tecnológicos (alimentos sin sal o de bajo contenido en azúcar), y, por último, aquellos a los que se les ha añadido un componente, que son los más comercializados (yogures prebióticos y probióticos, que cuentan con componentes que mejoran el funcionamiento intestinal; margarinas con componentes vegetales que reducen el colesterol LDL (el 'malo'), o las leches enriquecidas con omega 3, ácido graso presente en el pescado y que reduce el riesgo de enfermedades cardiovasculares).

Los fabricantes enumeran los nutrientes contenidos en los productos alimenticios que ponen en el mercado (proteínas, hidratos de carbono, grasas, fibra, sodio, ciertas vitaminas y sales minerales) e indican las cantidades de cada uno de ellos para que sepamos qué estamos comiendo y en qué cantidad. Examinar y comprender el etiquetado nutricional es importante para elegir bien los alimentos y seguir así una dieta saludable y equilibrada.

El etiquetado de los productos alimenticios no debe inducir a engaños con respecto a la naturaleza, identidad, calidad, composición, duración, origen y métodos de fabricación; no debe atribuir al producto cualidades o efectos que no posee; no debe sugerir que el producto tiene cualidades especiales cuando éstas son comunes a productos similares, y no debe

atribuir al producto efectos terapéuticos ni preventivos.

El etiquetado nutricional es voluntario. Sólo será obligatorio si en la etiqueta aparecen "alegaciones nutricionales"; es decir, indicaciones o mensajes que atribuyan al alimento propiedades nutritivas. Por ejemplo, en los que se indique "bajo en colesterol", "alto en calcio y vitamina D", etc. Algunos productos están obligados a llevar siempre etiquetado nutricional, como los dietéticos.

CONTENIDOS

El contenido del nutriente se expresa por cien gramos (100 g) o por cien mililitros (100 ml). También puede darse por unidad o por porción del alimento, siempre y cuando se indique el número de porciones contenidas en el envase. Las cantidades mencionadas corresponderán al alimento tal y como se vende, aunque se podrá

dar esta información respecto del alimento ya preparado, cuando se indiquen las instrucciones de preparación con suficiente detalle.

El contenido nutricional refleja la energía que aporta, la que aporta en proporción reducida o aumentada o la que deja de aportar, y los nutrientes que contiene, los que contiene en proporción reducida o aumentada o los que no contiene.

MODELOS

Se permiten dos modelos de información nutricional. En ambos, la energía del alimento o la bebida debe encabezar la lista.

- Modelo básico: incluye, además del contenido energético, la cantidad de proteínas, hidratos de carbono y grasas.
- Modelo detallado: indica lo mismo que el básico, pero añade los azúcares, las grasas saturadas, la fibra y el sodio. Opcionalmente, si el fabricante lo desea, pueden aparecer las cantidades de almidón, polialcoholes, ácidos grasos mono y poliinsaturados, salatrim y colesterol, minerales o vitaminas.

Si se menciona el contenido en azúcares, grasas saturadas, fibra o sodio, el producto debe llevar el modelo detallado.

Si se indica la cantidad de azúcares, almidón o polialcoholes, esta información debe figurar en la etiqueta a continuación de la cantidad de hidratos de carbono, para precisar qué cantidades de estos elementos están contenidas en los hidratos de carbono.

Si en la etiqueta se especifican los ácidos grasos mono o poliinsaturados o el colesterol, también es necesario indicar la cantidad de grasas saturadas.

La cantidad de nutrientes debe expresarse en las unidades indicadas en las tablas. ▶

MODELO DETALLADO DE ETIQUETADO

Contenido	Cantidad	Contenido adicional
Energía	kilojulios (kJ) y kilocalorías (kcal)	
Proteínas	Gramos (g)	
Hidratos de carbono, de los cuales, azúcares	Gramos (g)	Polialcoholes y almidón
Grasas, de las cuales, grasas saturadas	Gramos (g)	Monoinsaturadas, poliinsaturadas, colesterol, salatrim
Fibra alimentaria	Gramos (g)	
Sodio	Gramos (g)	
		Vitaminas y minerales

VITAMINAS Y SALES MINERALES QUE PUEDEN DECLARARSE Y SUS CANTIDADES DIARIAS RECOMENDADAS (CDR)

Vitamina A (retinol): 800 µg	Vitamina B12 (cianocobalamina): 1 µg
Vitamina D (ergocalciferol o colecalciferol): 5 µg	Biotina: 0,15 mg
Vitamina E (tocoferol): 10 mg	Ácido pantoténico: 6 mg
Vitamina C (ácido ascórbico): 60 mg	Calcio: 800 mg
Vitamina B1 (tiamina): 1,4 mg	Hierro: 14 mg
Vitamina B2 (riboflavina): 1,6 mg	Magnesio: 300 mg
Vitamina B3 (niacina): 18 mg	Zinc: 15 mg
Vitamina B6 (piridoxina o piridoxal o piridoxamina): 2 mg	Yodo: 150 µg
Vitamina B9 (ácido fólico o folatos): 200 µg	



España vulnera los derechos de los consumidores, según la Comisión Europea

Un prestador de servicios puede en España usar un sistema automático de llamadas o envío de faxes para ponerse en contacto con un consumidor sin que éste lo solicite

La Comisión Europea envió en el mes de junio un dictamen motivado a España, Países Bajos, Suecia e Italia por no adaptar correctamente a sus legislaciones nacionales la directiva europea relativa a la comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores.

En España, un prestador de servicios puede usar un sistema automático de llamadas o de envío de faxes para ponerse en contacto con un consumidor cualquiera, sin que éste lo haya



solicitado. En este sentido, la directiva europea exige que haya un consentimiento previo del usuario. ▶

Los europeos malgastan la mitad del agua que consumen

La Organización Mundial de la Salud recomienda una media de consumo de agua al día de 80 litros por persona para cubrir necesidades vitales e higiene personal. La Asociación General de Consumidores (ASGECO) afirma que cada europeo gasta una media de 180 litros de agua al día, de los cuales tres cuartas partes se utilizan en el cuarto de baño; el 50% se malgasta. A la vista de los datos, ASGECO ha publicado un decálogo sobre consumo racional. ▶

La UE podrá limitar los precios de las llamadas a móviles desde el extranjero

La Comisión Europea tiene capacidad para limitar los precios de las llamadas itinerantes (*roaming*) a los operadores de telefonía móvil, según ha considerado el Tribunal de Justicia de la Unión Europea. Con esta sentencia, el Tribunal da la razón a Bruselas frente a las cuatro mayores compañías de telefonía móvil de Europa, que habían cuestionado si esta capacidad de la CE vulneraba los principios comunitarios de subsidiariedad y proporcionalidad. ▶



Bruselas considera ilegal el canon digital español

El canon digital español ha sido declarado ilegal por parte del Tribunal de Justicia de la Unión Europea. El canon que se aplica a los fabricantes de CD, DVD, MP3 y otros equipos de reproducción "de forma indiscriminada" es incompatible con la legislación europea, según el Tribunal. En 2003 la ley española de propiedad intelectual

amplió su ámbito e impuso tasas a los aparatos e instrumentos de reproducción que puedan ser empleados para hacer copias. No obstante, la normativa no respeta el concepto de "compensación equitativa" que viene recogido en la directiva europea de 2001 sobre derechos de autor ni "el justo equilibrio entre los afectados". ▶

La CE pretende reducir el consumo de energía en 2020

La Comisión Europea ha presentado un plan con cien medidas para rebajar hasta en 100.000 millones de euros anuales la factura energética en el conjunto de la Unión Europea para 2020, así como reducir el gasto en los hogares, de manera que puedan cumplirse los compromisos adquiridos para hacer frente al cambio climático. La CE cree que los ciudadanos no son conscientes

de que las bombillas tradicionales gastan demasiado y de que las de bajo consumo –que duran entre 6 y 12 veces más– pueden reducir su factura hasta un 60%.

A la desconexión de electrodomésticos de la red, añade la CE la energía que consumen los aparatos en situación de reserva (*stand by*): casi un 7% del total del gasto eléctrico en el conjunto de la UE. ▶

CONSULTAS, DUDAS Y SUGERENCIAS

Página de encuentro con los lectores de 'Consumo'

Esta página pretende ser un lugar de encuentro con los lectores. Desde la revista *Consumo* invitamos a todos ellos a que nos envíen sus sugerencias y las dudas que tengan en materia de consumo. Así, sugerencias

y dudas deben dirigirse a: Revista *Consumo*. Dirección General de Atención al Ciudadano, Drogodependencias y Consumo de la Comunidad Autónoma, Ronda Levante, 11, 3ª planta. 30071, Murcia.

El contenido enviado podrá ser resumido y editado por Consumo para su adecuada reproducción. Es imprescindible reseñar el DNI, nombre y apellidos, dirección y número de teléfono del lector. No se hará uso de los datos personales, salvo con el fin para el que fueron facilitados. ▶

CONSULTAS

¿Cómo puedo estar segura de que un juguete cumple toda la normativa de consumo y mi hijo lo puede usar sin riesgo?

Todos los juguetes tienen que llevar una marca CE en el exterior. Esto indica que el fabricante o importador ha hecho los controles que marca la normativa sobre el producto, y que éste es seguro.

¿Cómo puedo saber que un juego de ordenador o de consola es adecuado para la edad de mi hijo?

Existe un código de calificación de videojuegos para orientar a los padres y consumidores sobre la edad adecuada de cada juego, en función de su contenido: es el código PEGI (*Pan European Game Information*, Información

Paneuropea sobre Juegos). Se trata del primer sistema de calificación para juegos de ordenador y videoconsolas promocionado por los fabricantes del sector. La calificación se realiza en función de su contenido y utiliza una serie de iconos para una identificación más fácil de dicho contenido.

¿Es cierto que no todas las tiendas admiten la devolución de un producto?

La vigente normativa no obliga a un establecimiento a admitir la devolución de un producto, salvo que éste presente un defecto de origen o que publicite en su establecimiento o en su publicidad que sí admite dichas devoluciones. Por eso, antes de realizar una compra es importante asegurarse de las condiciones

de devolución del producto, en cada caso.

Cuando la sustitución no es posible, usted tiene derecho a elegir entre una rebaja en el precio o la devolución del producto a cambio del dinero abonado. Usted decide.

Hace unos días me descargué una canción en el móvil y desde entonces recibo todos los días mensajes SMS procedentes de una empresa. ¿Qué puedo hacer?

Se consideran mensajes de texto y multimedia con tarificación adicional los que tienen asociados algún servicio especial (por ejemplo, votaciones, concursos, descarga de melodías, imágenes, etc.) y que conllevan un coste añadido. La numeración de estos mensajes es de cinco, seis o siete cifras. Las dos primeras (o sólo la primera, según el servicio) indican el precio y las posteriores, el tipo de servicio. La nueva regulación obliga a que los operadores que presten estos servicios informen, en su publicidad, del tipo de servicio prestado, precio e identidad del operador. El mensaje informativo debe ser previo a la contratación, de forma que sólo si el usuario lo acepta expresamente puede prestarse el servicio.

Se indicará, además, el precio de los mensajes que recibirá el usuario o, en su caso, las cuotas que deberá abonar periódicamente. ▶



TABLÓN DEL CONSUMIDOR

➤ La contratación de estos servicios se debe hacer por escrito utilizando la palabra "ALTA". Para cancelar la suscripción, el usuario debe enviar la palabra "BAJA". Recibida la solicitud, el prestador del servicio debe enviar al usuario un mensaje que confirme su baja. La normativa prohíbe exigir a los consumidores el envío de dos o más mensajes consecutivos sujetos a tarificación adicional para solicitar un servicio, así como que continúe la suscripción si la empresa ha recibido del usuario un mensaje en el que se da de baja, y prohíbe también enviar mensajes publicitarios o promocionales no solicitados o no autorizados expresamente por el usuario.

Por otro lado, puede solicitar a su operadora la desconexión de los servicios de tarificación adicional; de esta manera, evitará que desde su teléfono móvil se envíen mensajes superiores al coste de un SMS ordinario o con determinados contenidos para adultos.

Además, el operador de móvil está obligado a identificar al proveedor de los SMS en la factura y a separar el coste de las llamadas del coste del servicio proporcionado por el proveedor de los mensajes SMS.

He contratado un viaje para pasar la Semana Santa fuera de España, pero por un problema de trabajo no podré realizarlo. ¿Qué derechos tengo?

Si el consumidor cancela un viaje, tiene derecho a la devolución de los pagos que ha realizado, pero debe abonar al organizador o detallista una indemnización en concepto de gastos de gestión y de anulación, si los hay.

Además, debe pagar las penalizaciones siguientes:

- Un 5% del precio total, si la cancelación se produce entre



10 y 15 días antes de la fecha de salida.

- Un 15%, si es entre 3 y 10 días.
- Un 25%, si ocurre 48 horas antes.

Si el consumidor no se presenta en el momento de la salida, deberá abonar el importe total del viaje. Y en caso de que el viaje esté sujeto a condiciones económicas especiales de contratación tales como flete de aviones, buques, tarifas especiales, etc., los gastos de cancelación se establecerán de acuerdo con las condiciones acordadas entre las partes. También existen unos seguros de cancelación que cubren los gastos de los titulares del viaje hasta un importe máximo.

SUGERENCIAS Y DUDAS

¿Qué papel juegan las asociaciones de consumidores y usuarios en el arbitraje?

Las asociaciones de consumidores participan en el sistema arbitral de consumo aportando uno de los tres árbitros que forman el tribunal arbitral. Proponen una serie de personas de la asociación para que el presidente de la Junta Arbitral escoja a una, que hará

la función de árbitro. Los otros dos miembros del Colegio Arbitral son un vocal de los empresarios y el propio presidente, que representa a la Administración.

Además, las asociaciones están legitimadas para presentar, ante la Junta Arbitral de Consumo, solicitudes de arbitraje en representación de los consumidores, con el fin de que cualquier conflicto surgido entre un usuario y un empresario se pueda solucionar a través de esta vía extrajudicial.

Medidas para mejorar la cadena alimentaria

Los ministros de Agricultura de la Unión Europea acordaron un documento sobre cómo mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria a través de cuatro medidas: promover unas relaciones de mercado sostenible entre las partes interesadas; incrementar la transparencia en la cadena alimentaria para impulsar la competencia; mejorar la integración y competitividad de la cadena agroalimentaria, y eliminar los obstáculos para acabar con las prácticas que fragmentan el mercado interior. ▶

REPARACIÓN DE VEHÍCULOS

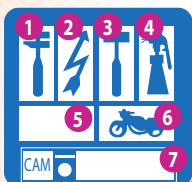
De un buen taller puede depender tu vida

INFORMACIÓN QUE DEBEN EXHIBIR

- Precios por hora de trabajo y otros servicios especiales (incluirlán cargas o gravámenes, diferenciando dichas cargas).
- Leyendas que especifiquen el derecho del usuario a presupuesto escrito de las reparaciones o servicios que solicite; la garantía, y la disponibilidad de hojas de reclamaciones.
- Horario de prestación de servicio al público.

TALLERES LEGALMENTE RECONOCIDOS

Todos los talleres deben situar en la fachada una placa de la clase de taller o servicio que presta.



1. Mecánica
2. Electricidad
3. Carrocería
4. Pintura
5. Centro de diagnóstico
6. Reparación de motocicletas
7. Número de inscripción en el registro especial de talleres

REPUESTOS

Deberán ser nuevos y adecuados al modelo de vehículo, salvo excepciones en que existe la previa conformidad escrita del cliente. Son obligaciones del taller: entregar al cliente las piezas sustituidas, salvo que el usuario renuncie a ello expresamente. Ha de tener a disposición del público justificación documental que acredite el origen y precio de los repuestos utilizados en las reparaciones.

PRESUPUESTO

Todo usuario que desee efectuar una reparación tiene derecho a un presupuesto por escrito, con validez mínima de 12 días hábiles. Si el presupuesto no es aceptado por el usuario, deberá devolverse

el vehículo en análogas condiciones a las que fue entregado. Si iniciada la reparación aparecen nuevas averías o defectos no previstos, es obligación del taller comunicarlo al cliente con expresión de su importe, para que dé su conformidad expresa.

DEPÓSITO Y GASTOS DE ESTANCIA

En todos los casos en que el vehículo quede depositado en el taller, deberá entregarse al usuario un resguardo. El usuario podrá retirar su vehículo en cualquier momento y desistir de la reparación encargada, abonando al taller el importe de los trabajos realizados.

Únicamente podrán cobrarse gastos de estancia cuando, confectionado el presupuesto o reparado el vehículo, y habiendo sido informado el usuario, éste, en el plazo de 3 días hábiles, no proceda a la aceptación del presupuesto o a la retirada del vehículo.

FACTURA

Todo taller está obligado a entregar al cliente factura escrita, firmada y sellada, en la que deberá constar detalladamente cada una de las piezas o elementos utilizados, operaciones realizadas y horas empleadas, con sus importes y cargos devengados.

GARANTÍA

Todas las reparaciones o instalaciones efectuadas quedarán garantizadas por tres meses o 2.000 km recorridos. Para los vehículos industria-

les, la garantía será de 15 días o 2.000 km recorridos. En todos los casos, la garantía empieza a contar desde la fecha de entrega y tendrá validez siempre que el vehículo no sea manipulado o reparado por terceros. La garantía será total incluyendo materiales y mano de obra, así como los gastos que se puedan ocasionar, transporte, desplazamiento de operarios o nuevos impuestos.

CÓMO RECLAMAR

El taller debe tener hojas de reclamación a disposición del usuario.

