

ACTUALIDAD DE CONSUMO
BOLETÍN TRIMESTRAL

ACTUALIDAD DE CONSUMO

BOLETÍN TRIMESTRAL

ENERO-MARZO 2005

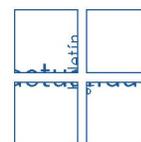
ESTUDIO MONOGRÁFICO:

**EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA SOCIEDAD
DE LA INFORMACIÓN
DERECHOS DEL CONSUMIDOR**

Junta de Castilla y León
Consejería de Sanidad
Dirección General de Salud Pública
y Consumo

Diseño y maquetación: G.P&M Gestión Publicitaria y Marketing.
Depósito Legal: LE-942-2005

Imprime: Gráficas Celarayn s.a.



1.-MONOGRÁFICO

EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN DERECHOS DEL CONSUMIDOR

1.-LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN	10
2.- INTERNET	10
3.-EL COMERCIO ELECTRÓNICO	11
4.-PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO.	11
5.-EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA LEY DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN.	12
5.1.-OBLIGACIONES DE LAS EMPRESAS	13
5.2.-LA PUBLICIDAD-COMUNICACIONES COMERCIALES POR VÍA ELECTRÓNICA.	15
5.3.-LOS CONTRATOS ELECTRÓNICOS	16
5.4.-CÓDIGOS DE CONDUCTA-SOLUCIÓN DE CONFLICTOS CONFIANZA ON-LINE	17
6- NORMATIVA SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO	20

2.-SUMARIO DE PUBLICACIONES (*)

AUTOCONTROL DE LA PUBLICIDAD

Nº 93 enero	22
Nº 94 febrero	22
Nº 95 marzo	23

COMPRA MAESTRA

Nº 289 enero	24
Nº 291 marzo	24

DINERO Y DERECHOS

Nº 86 enero-febrero	24
Nº 87 marzo-abril	24

DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

Nº 79 enero-febrero	24
---------------------	----

ESTUDIOS SOBRE CONSUMO

Nº 70	25
-------	----

INFOCONSUMO

Nº 131 enero	25
Nº 132 febrero	25
Nº 133 marzo	25

JUSTICIA Y DERECHOS

Nº 88 enero 26

ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES

Al-Andalus 26

*Sumarios de las publicaciones existentes al cierre de la presente edición

3.-NOVEDADES LEGISLATIVAS

(Legislación comunitaria, nacional, autonómica y de otras comunidades autónomas)

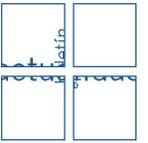
enero 28
febrero 28
marzo 29

4.-RESOLUCIONES JUDICIALES

Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas 32
Tribunal Supremo 32
Tribunales Superiores de Justicia 33
Juzgado de lo Contencioso 33

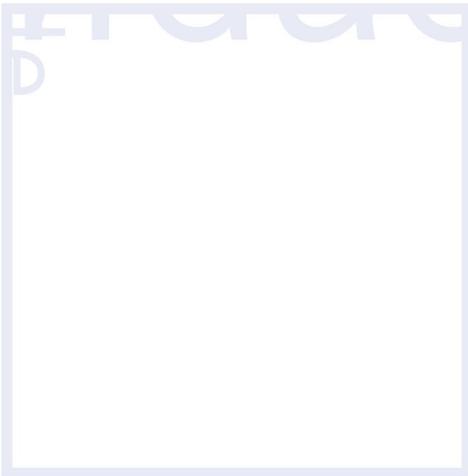
5.-ULTIMAS NOTICIAS SOBRE CONSUMO

enero 38
febrero 44
marzo 51



1.-MONOGRÁFICO:

EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA SOCIEDAD DE LA
INFORMACIÓN - DERECHOS DEL CONSUMIDOR.



COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN. DERECHOS DEL CONSUMIDOR

1-LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

El desarrollo tecnológico ha posibilitado en los últimos años la aparición de nuevos medios de información y de comunicación que han dado lugar a la llamada "sociedad de la información"

Donde más se han manifestado los progresos técnicos ha sido precisamente en el campo informático. La aparición de sistemas más avanzados, con mayor capacidad de almacenamiento y la reducción de costes han sido circunstancias que han llevado a una penetración creciente de las tecnologías informáticas en los hogares, las empresas y la administración. A todo ello se ha unido el desarrollo de nuevas técnicas de telecomunicaciones que ofrecen un amplio abanico de servicios.

Todo este proceso todavía en marcha, que ha llevado al surgimiento de las nuevas tecnologías de la información ha determinado una modificación sustancial de la economía, las relaciones humanas, la cultura y la vida social.

2-INTERNET

Es precisamente Internet y los servicios que ofrece, uno de los exponentes más importantes del cambio social que implica la sociedad de la información.

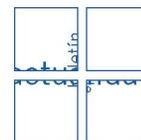
La Internet Society, (ISOC) sociedad formada por las empresas, agencias gubernamentales y fundaciones que crearon Internet lo definen como "una red global de redes que permite a toda clase de ordenadores comunicarse y compartir servicios de forma directa y transparente a través de buena parte del mundo. Puesto que Internet es un potencial enormemente valioso y que ofrece tantas posibilidades para tantas personas y organizaciones, también constituye un recurso global y compartido de información y conocimiento, y un medio de colaboración y cooperación entre innumerables comunidades diferentes."

Internet ofrece un amplio abanico de servicios, entre los más destacados citamos:

- El comercio electrónico.
- La navegación por la red a través de la Word Wide Web, que ofrece información en el llamado formato hipertexto y que esta sustentado en una trama o red a nivel mundial de servicios distribuidos en Internet.
- Listas y grupos de debate, Internet Chat Relay. Permite al usuario abonarse a una lista y recibir por correo electrónico las informaciones sobre el tema de la lista de debate. Participa así en un foro de debate abierto sobre un tema determinado.
- Protocolos que permiten la transferencia de ficheros entre ordenadores. File Transfer Protocol.
- La telefonía y videoconferencia.
- Televisión y radio por Internet.
- La Intranet.

Una visión general sobre esta gama de servicios y las posibilidades que ofrece al usuario nos ayuda a entender como Internet se está convirtiendo en el centro de la Sociedad de la Información. Es además de su símbolo más característico, el lugar de encuentro de todas las tecnologías básicas de la información y la comunicación.

Una de las utilidades más relevantes de Internet es la posibilidad de concluir operaciones comerciales. Tanto es así que se ha convertido en los últimos años en un nuevo mercado y el comercio electrónico en un procedimiento naciente para la realización de los negocios.



3-EL COMERCIO ELECTRÓNICO

Son muy diversas las definiciones de comercio electrónico. En sentido amplio, se entiende por comercio electrónico todo intercambio de datos por medios electrónicos, esté relacionado o no con la actividad comercial. Sin embargo desde un punto de vista más estricto debe ceñirse exclusivamente a las transacciones comerciales, pues son éstas las que constituyen el núcleo básico del comercio electrónico. Así podría definirse como toda actividad que tiene por objeto realizar una operación comercial empleando una herramienta electrónica, que será generalmente informática.

Dicha operación comercial puede ser tanto la compraventa de bienes o la prestación de servicios, como las actividades y negociaciones previas y otras actividades ulteriores relacionadas con las mismas, aunque no sean estrictamente contractuales, como la publicidad, la búsqueda de información, el servicio post-venta, etc.

La utilización de Internet como instrumento para el desarrollo del comercio electrónico conlleva indudables ventajas. Hace posible una mayor competitividad, favorece el surgimiento de nuevas oportunidades de negocio, reducción de costes, así como un desarrollo de las relaciones comerciales más ágil. Este orden de cosas favorece al consumidor, como destinatario de los bienes y servicios pues surge un nuevo mercado más competitivo. El consumidor se encuentra con la posibilidad de efectuar la compra de productos y servicios en el momento y lugar que desee, sin necesidad de desplazarse, el proceso de selección y compra es más rápido, se logra mayor ahorro pues es posible la reducción de costes que acarrearán otros canales de distribución, cuentan con mayor información para tomar la decisión de compra, al ser posible acceder a diversas páginas comerciales y obtener información detallada y precisa sobre los productos que se desean adquirir, comparando precios y sopesando las ventajas de un oferente frente a otro.

Todas estas ventajas sin embargo, van acompañadas de riesgos e incertidumbres. Es innegable que la contratación electrónica plantea al consumidor ciertos inconvenientes. Entre otros la validez y la eficacia de las transacciones electrónicas, la problemática del perfeccionamiento del contrato celebrado por esos medios, la prueba del mismo, o bien el peligro de ataque a la privacidad de los datos transmitidos por la red.

Es preciso eliminar, o al menos reducir, los riesgos e incertidumbres inherentes actualmente a las transacciones por medios electrónicos para hacer posible un comercio electrónico seguro.

El ordenamiento jurídico trata de hallar soluciones idóneas para garantizar un desarrollo adecuado del comercio electrónico, y en ese sentido se manifiesta la Comisión Europea. Es preciso que tanto los consumidores como las empresas tengan confianza en que sus transacciones no serán interceptadas ni modificadas, el comprador y el vendedor son los que dicen que son, y los mecanismos de las transacciones son accesibles, legales y seguros.

4-PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

Al comercio electrónico le son de aplicación con carácter general las normas jurídicas que regulan el tráfico económico en el comercio tradicional. Por tanto el usuario disfruta de la protección que le brinda ese conjunto de normas aplicables a la contratación general y a la contratación a distancia en particular.

Estas son:

- El Código Civil
- La Ley General para Defensa de los Consumidores y Usuarios (Ley 26/1984 de 19 de julio)
- Ley para la Defensa de los Consumidores y Usuarios de Castilla y León. (Ley 11/1998, de 5 de diciembre)

- Ley de Contratos Celebrados fuera de los Establecimientos Mercantiles (Ley 26/1991 de 21 de noviembre)
- El Código Penal (Ley Orgánica 10/1995 de 23 de noviembre)
- Ley de Ordenación del Comercio Minorista (Ley 7/1996 de 15 de enero)
- Ley de Comercio de Castilla y León (Ley 16/2002 de 19 de diciembre)
- Ley de Condiciones Generales de la Contratación (Ley 7/1998 de 13 de abril)
- Ley General de Publicidad (Ley 34/1988 de 11 de noviembre)
- Ley Orgánica de Protección de Datos (Ley 15/1999 de 13 de diciembre)
- Real Decreto 1906/1999, de 17 de diciembre, por el que se regula la contratación telefónica o electrónica con condiciones generales de la contratación.

Sin embargo el comercio electrónico por su peculiaridad, demanda del legislador la adopción de medidas legislativas adecuadas y eficaces que atenúen los principales riesgos e inconvenientes que conlleva esta nueva forma de comercio y que permita generar las condiciones necesarias para instaurar un clima de seguridad jurídica. El fomento y consolidación del comercio electrónico pasa por generar confianza.

Con ese objetivo existe normativa específica, tanto a nivel europeo como a nivel estatal, cuyo núcleo básico lo constituyen:

- El ya citado Real Decreto 1906/1999, de 17 de diciembre, por el que se regula la contratación telefónica o electrónica con condiciones generales de la contratación,
- Ley 34/2002 de 11 de julio de Servicios de la Sociedad de la Información.

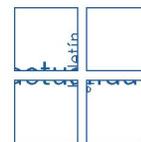
5-EI COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA LEY DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACION.(LSSI)

-Especial referencia a los derechos del consumidor contenidos en la LSSI-

La Ley de Servicios de la Sociedad de la Información tiene como objeto la incorporación al ordenamiento jurídico español de la Directiva 2000/31/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio, relativo a determinados aspectos de los servicios de la sociedad de la información, en particular, el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico).

Asimismo, incorpora parcialmente la Directiva 98/27/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de mayo, relativa a las acciones de cesación en materia de protección de los intereses de los consumidores, al regular, de conformidad con lo establecido en ella, una acción de cesación contra las conductas que contravengan lo dispuesto en esta ley.

Lo que la Directiva 2000/31/CE denomina "Sociedad de la Información" viene determinado por la extraordinaria expansión de las redes de telecomunicaciones y, en especial, de Internet como vehículo de transmisión e intercambio de todo tipo de información. Su incorporación a la vida económica y social ofrece innumerables ventajas. Pero la implantación de Internet y las nuevas tecnologías tropieza con algunas incertidumbres jurídicas, que es preciso aclarar con el establecimiento de un marco jurídico adecuado, que genere en todos los actores intervinientes la confianza necesaria para el empleo de este nuevo medio, y eso, tal y como indica en su Exposición de Motivos, es lo que pretende la Ley, que parte de la aplicación, a las actividades realizadas por medios electrónicos de las normas tanto generales como especiales que las regulan, y a las que



anteriormente hemos hecho referencia, ocupándose tan sólo de aquellos aspectos que, ya sea por su novedad por las peculiaridades que implica su ejercicio por vía electrónica, no están cubiertos por dicha regulación.

En la Ley, se recoge un concepto amplio de "servicios de la sociedad de la información", que engloba además de la contratación de bienes y servicios por vía electrónica el suministro de información por dicho medio, siempre que represente una actividad económica para el prestador.

Estos servicios son ofrecidos por los operadores de telecomunicaciones, los proveedores de acceso a Internet, los portales, los motores de búsqueda o cualquier otro sujeto que disponga de un sitio en Internet a través del que realice alguna de las actividades indicadas, incluido el comercio electrónico.

La ley regula múltiples aspectos, pero a modo de resumen trataremos los puntos más básicos de su regulación incidiendo especialmente en aquellos que se refieren más directamente a los derechos del consumidor.

La LSSI regula:

- Obligaciones de las empresas
- Códigos de Conducta
- Publicidad
- Contratación
- Régimen Sancionador

5.1.-OBLIGACIONES DE LAS EMPRESAS

5.1.1-EMPRESAS OBLIGADAS POR LA LEY, ÁMBITO SUBJETIVO DE APLICACIÓN.

La Ley se aplica con carácter general a los prestadores de servicios **establecidos en España**. Entendiéndose por "establecimiento" el lugar desde el que se dirige y gestiona una actividad económica, definición esta que se inspira en el concepto de domicilio fiscal recogido en las normas tributarias españolas y que resulta compatible con la noción material de establecimiento predicada por el Derecho Comunitario.

La Ley resulta igualmente aplicable a quienes sin ser residentes en España prestan servicios de la sociedad de la información a través de un "establecimiento permanente" situado en España. En este último caso la sujeción a la ley es únicamente parcial respecto a aquellos servicios que se presten desde España.

Cuando los servicios ofertados por las empresas afecten a **obligaciones nacidas de los contratos celebrados por personas físicas que tengan la condición de consumidores**, la ley obligará al prestador de servicios aunque esté establecido en otro estado miembro de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo cuando el destinatario de los servicios radique en España.

Cuando se trata de prestadores establecidos en terceros países, se regirán por los acuerdos internacionales. Sólo estarán obligados a lo establecido por la ley en el caso de que sus servicios se dirijan específicamente al territorio español. En todo caso, sean o no miembros de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo se podrá restringir su servicio cuando este atente o pueda atentar entre otras cuestiones **contra la protección de la salud pública o de las personas físicas que tengan la condición de consumidores o usuarios**.

5.1.2-LIBRE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

La Ley consagra el Principio de Libre Prestación de Servicios, lo que implica que cualquier empresa puede prestar cualquier servicio.

Sin embargo se introducen restricciones a esa libre prestación que facultan a las autoridades a restringir los servicios cuando atenten o puedan atentar:

- Contra el orden público, la investigación penal, la seguridad pública y la defensa nacional.
- La protección de la salud pública o de las personas físicas que tengan la condición de consumidores o usuarios, incluso cuando actúen como inversores.
- El respeto a la dignidad de la persona y al principio de no discriminación.
- La protección de la juventud y la infancia.

5.1.3-OBLIGACIONES

A-Notificar al Registro:

El prestador de servicios establecido en España deberá comunicar al Registro Mercantil, o al que se encuentre inscrito para adquirir su personalidad jurídica, un nombre de dominio o dirección de Internet que utilice, así como los cambios que se produzcan de ese dato. Si bien esa comunicación es sólo a efectos informativos y ello porque también establece claramente la norma que la prestación de servicios de la sociedad de la información no estará sujeta a autorización previa.

El fin de esta obligación, y así lo indica la exposición de motivos de la Ley, es garantizar que la vinculación entre el prestador, su establecimiento físico y su "establecimiento" o localización en la red, que proporciona su dirección de Internet, sea fácilmente accesible para los ciudadanos y la Administración Pública.

B-Información:

En el marco de las obligaciones que la LSSI impone a los prestadores de servicios son precisamente las de información una de las más directamente relacionadas con la garantía de los derechos de los consumidores. El desconocimiento de datos esenciales de identificación de la empresa constituye el mayor obstáculo para tratar de solventar las eventualidades que en la ejecución de un contrato celebrado por vía electrónica pueden surgir. Es precisamente la dificultad que teme encontrar el consumidor a la hora de comunicarse de forma efectiva con la empresa una de las mayores desconfianzas que genera el comercio electrónico. Para tratar de paliar este inconveniente la LSSI concreta el deber de información de las empresas, a través de su web y de forma permanente, fácil, directa y gratuita sobre:

1.-Los datos de identificación de la empresa a fin de hacer posible una comunicación con la misma directa y efectiva.

¿Qué datos de identificación deberá indicar?

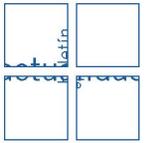
- Nombre o denominación social.
- Su residencia o domicilio o, en su defecto la dirección de uno de sus establecimientos permanentes en España.
- Dirección de correo electrónico.
- La inscripción registral.
- Los datos de autorización y del órgano que la concedió si la actividad está sujeta a autorización administrativa.
- El Número de Identificación Fiscal.

Si se trata de profesiones reguladas ¿Qué datos del profesional deben figurar en su web?

- Los datos del colegio profesional al que, en su caso, pertenezca y número de colegiado.
- El título académico oficial o profesional con que cuente.
- El Estado de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo en el que se expidió dicho título y en su caso, la correspondiente homologación o reconocimiento.
- Las normas profesionales aplicables al ejercicio de su profesión y los medios a través de los cuales se puedan conocer incluidos los electrónicos.

2.-El precio del producto o servicio:

La web debe incluir información clara y exacta sobre el precio del producto o servicio, indicando si incluye o no los impuestos aplicables, y en su caso, sobre los gastos de envío.



3.-Los Códigos de Conducta

La obligación de información que impone la Ley a las empresas, en consonancia con su objetivo de promover los códigos de conducta como sistemas de autorregulación, se extiende a estos. Las empresas deben informar sobre los Códigos de Conducta a los que en su caso estén adheridos y la manera de consultarlos electrónicamente.

C.-Otras obligaciones: deber de colaboración y deber de retención de datos

Además de las obligaciones antes referidas y que podríamos entender inciden más directamente en la protección de los derechos de los consumidores, la Ley establece las obligaciones y responsabilidades de los prestadores de servicios que realicen labores de intermediación como las de transmisión, copia, alojamiento y localización de datos en la red. En general, se imponen a dichos prestadores un deber de colaboración para impedir que determinados servicios o contenidos ilícitos se sigan divulgando.

Estas obligaciones se concretan en el deber de colaboración para la retirada de contenidos o suspensión cuando así lo requiera un órgano competente y en el deber de retener los datos de conexión y tráfico generados por las comunicaciones establecidas durante la prestación de un servicio de la sociedad de la información por un periodo máximo de doce meses con la finalidad de poder realizar una investigación criminal o de salvaguardar la seguridad pública y la defensa nacional. Esta última obligación afecta a los proveedores de acceso a Internet, los prestadores de servicios de alojamiento y a los operadores de telecomunicaciones.

Al mismo tiempo es preciso aclarar que los proveedores no serán responsables de la información ilícita transmitida o almacenada en sus redes, salvo que hayan tenido conocimiento de su existencia, o si la han tenido, no han actuado con diligencia para retirarla.

Los prestadores que faciliten un vínculo a un contenido ilícito o que lesione bienes o derechos de un tercero NO son responsables si no tenían conocimiento efectivo de la licitud del contenido o, si lo tenían, cuando no actuaron con diligencia para retirar el vínculo.

5.2.-LA PUBLICIDAD

-Comunicaciones Comerciales por vía electrónica.

De entre las cuestiones contenidas en la Ley relativas a la publicidad destaca la prohibición de lo que se conoce como "spam". Esto es, el envío de comunicaciones publicitarias o promocionales por vía electrónica que no hayan sido solicitadas o expresamente autorizadas por los destinatarios de las mismas.

Por otra parte la norma determina los requisitos de información que deben contener las comunicaciones comerciales de manera que quede garantizado que los mensajes publicitarios se identifiquen con claridad.

Así impone que se indique claramente, la persona física o jurídica en nombre de la cual se realiza la comunicación y que al comienzo del mensaje se incluya la palabra "publicidad".

Cuando se trate de ofertas promocionales, será necesario que queden claramente identificadas como tales y que las condiciones de acceso, y en su caso, de participación se expresen de forma clara e inequívoca.

Como derechos de los destinatarios de los servicios la Ley reconoce, en primer lugar, el derecho a revocar en cualquier momento el consentimiento prestado a la recepción de comunicaciones comerciales. -Recordemos que como se indica más arriba las comunicaciones comerciales enviadas sin la existencia de ese consentimiento están prohibidas por la Ley-, además impone a los prestadores de servicios habilitar procedimientos sencillos y gratuitos para esa revocación, y a prestar información sobre esos procedimientos.

En segundo lugar, se refiere al derecho de los usuarios a ser informados de la utilización y finalidad que se va a dar a sus datos cuando estos queden almacenados, y deben tener oportunidad de rechazar el tratamiento de sus datos.

Podríamos resumir el tratamiento que la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información hace de las comunicaciones comerciales extractando las obligaciones que impone a las empresas y los derechos que reconoce a los usuarios

Obligaciones de los Prestadores de Servicios:

- Prohibición del "spam". Sólo puede enviarse publicidad si se ha solicitado previamente o ha sido expresamente autorizada.
- Debe identificarse claramente que se trata de publicidad.
- Debe incluirse la palabra "publicidad" al comienzo del mensaje.
- Debe indicarse la persona física o jurídica en nombre de la cual se realiza el envío de publicidad.
- Debe establecerse un procedimiento sencillo y gratuito para que los usuarios puedan revocar el consentimiento.
- Debe informarse por medios electrónicos del procedimiento de revocación del consentimiento.
- Debe indicarse las condiciones de acceso y participación en promociones, juegos, sorteos.

Derechos de los Usuarios:

- Derecho a conocer antes de contratar si los datos van a emplearse con fines publicitarios.
- Derecho a solicitar en cualquier momento el cese del envío de publicidad.

5.3.-LOS CONTRATOS ELECTRÓNICOS

Con el fin de favorecer la celebración de contratos electrónicos la Ley afirma la validez y eficacia del consentimiento prestado por vía electrónica, declarando además no ser necesaria la admisión expresa de esa técnica para que el contrato surta efecto entre las partes y asegurando la equivalencia entre los documentos en soporte papel y los documentos electrónicos a efectos de cumplimiento del requisito de "forma escrita".

Por otra parte la Ley fija el momento y lugar de celebración de los contratos electrónicos adoptando una solución única, también válida para otros tipos de contratos celebrados a distancia, y logra así unificar el criterio dispar hasta ahora contenido en los Códigos Civil y de Comercio.

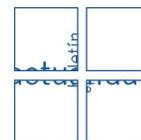
Especial mención hace la Ley a las **normas de protección de los consumidores y usuarios** al referirse al régimen de los contratos electrónicos. La Ley reconoce su plena validez y eficacia y declara la aplicación a los mismos de las normas que correspondan a su naturaleza, fundamentalmente, el Código Civil y de Comercio las restantes normas sobre contratos y especialmente, dice la Ley, las normas de protección a los consumidores.

Dentro de la regulación que del Contrato electrónico hace la LSSI, es de especial incidencia para los derechos de los Consumidores y Usuarios las **obligaciones de información** que impone a los prestadores antes y después de la celebración del contrato.

Obligaciones del prestador **antes de la celebración del contrato:**

-Informar de manera clara, comprensible e inequívoca sobre:

- Los tramites a seguir para celebrar el contrato.
- Si el prestador va a archivar el documento en el que se formalice el contrato y si este va a ser accesible.
- Los medios técnicos para identificar y corregir errores en la introducción de datos.
- Lengua o lenguas en que puede formalizarse el contrato.



- Poner a disposición del destinatario las condiciones generales a que deba sujetarse el contrato para que pueda almacenarlas y reproducirlas.
- Indicar el plazo de validez de la oferta, de manera que si no se fija, la oferta será válida durante el tiempo que permanezca accesible.

Obligaciones del prestador después de la celebración del contrato:

- Confirmar la recepción del pedido.
 - Podrá realizarse por correo electrónico u otro medio equivalente en el plazo de 24 horas después de recibir la aceptación.
 - Por un medio similar utilizado en el procedimiento de contratación siempre que, la confirmación pueda ser archivada y se envíe tan pronto el aceptante complete el proceso de contratación, esto es al término de la sesión de compra.

En cuanto al **Lugar de Celebración del Contrato**, también aquí muestra la Ley el estar presidida por el principio de protección de los derechos del consumidor. Así si el contrato se celebra con un consumidor, el lugar de celebración será el de aquel donde este resida. En el caso de contratos entre empresas se entenderá celebrado allí donde tenga su establecimiento el prestador de servicios.

Refiriéndose a la **prueba del contrato** afirma que el soporte electrónico donde quede almacenado el contrato hace prueba documental en juicio.

5.4.-CÓDIGOS DE CONDUCTA - SOLUCIÓN DE CONFLICTOS

La Ley promueve la elaboración de códigos de conducta sobre las materias reguladas en la misma al considerar que son un instrumento de autorregulación especialmente apto para adaptar los diversos preceptos de la Ley a las características específicas de cada sector.

Así mismo, por su sencillez, rapidez y comodidad para los usuarios, se potencia igualmente el recurso al **arbitraje** y a los procedimientos alternativos de resolución de conflictos que puedan crearse mediante los citados códigos de conducta para dirimir las disputas que puedan surgir de la contratación electrónica.

Además se favorece el uso de **medios electrónicos** en la tramitación de dichos procedimientos.

Expresamente la LSSI establece el compromiso de las Administraciones Públicas de impulsar la elaboración y aplicación de estos códigos de conducta voluntarios, que establecen deberán elaborar asociaciones y organizaciones comerciales y profesionales y de consumidores.

Procedimientos para la detección de contenidos ilícitos y, la protección de los destinatarios frente al "spam" y el establecimiento de procedimiento extrajudiciales para la resolución de los conflictos, son los contenidos que según la Ley deberán tratar los códigos de conducta.

El compromiso se concreta en la Disposición Final VIII de la Ley, concediendo el plazo de un año al Gobierno para la aprobación de un distintivo que permita identificar a los prestadores de servicios que respeten códigos de conducta, que incluyan entre otros contenidos, la adhesión al Sistema Arbitral de Consumo o a otros sistemas de resolución extrajudicial de conflictos, respetuosos con la normativa comunitaria.

Dicha previsión legal se lleva a efecto por el Real Decreto 292/2004, de 20 de febrero por el que se crea el distintivo público de **confianza en los servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico** y se regulan los requisitos y procedimiento de concesión.

El citado Real Decreto atribuye a la Administración General del Estado, a través del Instituto Nacional de Consumo las competencias para los actos de concesión y retirada de este distintivo

público, así como las competencias para el seguimiento de la supervisión del cumplimiento de los códigos y de las obligaciones de las entidades promotoras de estos.

Fruto de un requerimiento de incompetencia formulado por la Generalitat de Catalunya el Gobierno acordó la tramitación de un proyecto de Real Decreto de reforma del anterior en el sentido de reconocer a las Comunidades Autónomas la competencia respecto de los actos de concesión y de retirada del distintivo, al considerarlo actos de mera ejecución una vez comprobado el cumplimiento de las condiciones de los códigos de conducta establecidos por la norma. Dicho proyecto de Real Decreto aún se encuentra en trámite.

CONFIANZA ON-LINE

El distintivo oficial fue otorgado a Confianza On-Line, como sistema de autorregulación integral para el Comercio Electrónico y la Publicidad Interactiva.

Hasta la aprobación del Código Ético de Confianza On-line, en España existían ya dos sistemas de autorregulación operativos para Internet: por un lado, el Código Ético de Protección de Datos Personales en Internet de la AECE (1998) y, por otro, el Código Ético de Publicidad en Internet AUTOCONTROL (1999). Ambos sistemas contaban también con sus respectivos mecanismos de aplicación de tales normas éticas en caso de controversia. Estos sistemas de autorregulación fueron pioneros, en un momento en el que aún no existían normas legales específicas sobre la materia.

La fuerte apuesta de los poderes públicos por el desarrollo de sistemas de autorregulación plasmada en la Directiva 2000/31/CE de Comercio Electrónico, y la Ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico, determinó que la AECE y AUTONCONTROL, decidieran que tanto para los consumidores como para la industria y la sociedad en general, era más eficaz aunar los esfuerzos de ambas entidades para establecer un sistema de autorregulación integral para la publicidad interactiva y el comercio electrónico.

Confianza On-line tiene como **objetivos** principales:

- **Aumentar la confianza de los consumidores** en el comercio electrónico y la publicidad interactiva.
- Ofrecer a la industria un instrumento para mostrar a través de su adhesión al sistema, su **compromiso ético** y de este modo recabar la necesaria confianza de los consumidores en los nuevos medios.
- Superar la fragmentación legislativa, con ordenaciones globales y además dotar a la industria del comercio electrónico de un **instrumento de resolución extrajudicial** de controversias rápido, económico y eficaz.

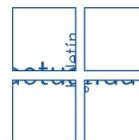
El Código Ético, Confianza On-line abarca tanto las comunicaciones comerciales como los aspectos contractuales derivados de las transacciones comerciales que las empresas realicen con los consumidores a través de Internet y otros medios electrónicos interactivos. Asimismo, comprende la protección de datos personales.

El sistema de Confianza On-Line se basa en **4 pilares**:

1.-"El Código Ético de Comercio Electrónico y Publicidad Interactiva". Este código que incluye normas sobre publicidad interactiva, sobre comercio electrónico, y sobre protección de datos personales establece principios y reglas de conducta exigibles a los operadores en sus transacciones con los consumidores con el fin de garantizar altos niveles de protección de sus derechos e intereses.

2.-Un mecanismo de aplicación de esas reglas que se encarga de resolver las controversias y reclamaciones que se presenten. El sistema se basa en la actividad de dos órganos:

- El Jurado de la publicidad de Autocontrol
- La Junta Arbitral Nacional de Consumo



Tanto el uno como otro forman parte de la Red EJE de la Comisión Europea.

3.-Una Secretaría, encargada de la gestión del sistema.

4.-Un Sello de Confianza, que permita identificar a las empresas y compañías adheridas a este sistema de autorregulación.

Confianza on line como sistema de autoregulación define un sistema de **tramitación de reclamaciones**, que se asientan sobre la base de la mediación y el Arbitraje de Consumo como vía de solución.

1.-Quién puede reclamar:

Cualquier empresa, adherida o no al sistema de reclamación, asociación empresarial o profesional, así como consumidores individuales o asociaciones de consumidores, las Administraciones Públicas o cualquier tercero con un interés legítimo que considere que se han vulnerado las normas de este Código.

2.-Contenido de la reclamación:

- Datos del Reclamante
- Datos del Reclamado
- Identificación de la conducta reclamada
- Documentación y pruebas

La tramitación debe hacerse ante la Secretaria de Confianza On-Line y tiene carácter gratuito.

3.-Cómo se resuelven:

Las reclamaciones por presuntas infracciones de las normas del "Código Ético" en relación con transacciones contractuales con consumidores realizadas íntegramente por medios electrónicos serán inmediatamente trasladadas a AECE por la Secretaría de Confianza On-line.

AECE procederá a un intento de mediación, en un plazo de siete días laborables, con el fin de que las partes alcancen un acuerdo amistoso de la controversia.

De no alcanzarse acuerdo en el plazo de siete días, la Secretaría dará traslado de la reclamación a la Junta Arbitral Nacional de Consumo, que la tramitará de conformidad con las normas que le resulten de aplicación.

Las resoluciones, una vez comunicadas a las partes interesadas se harán públicas a través de su inserción en la página web de Confianza On-Line, así como a través de las páginas web de la AECE y de AUTOCONTROL.

Las resoluciones son vinculantes. Para las empresas no adheridas y que no se sometan al procedimiento no son vinculantes las resoluciones del Jurado de la Publicidad, sin olvidar que las dictadas por la Junta Arbitral Nacional de Consumo, tienen el valor de laudos arbitrales.

En caso de incumplimiento de las resoluciones de Jurado y / o de la Junta Arbitral Nacional de Consumo, las empresas podrían ser privadas de la utilización del Sello de Confianza.

Asimismo en caso de grave incumplimiento de las resoluciones del Jurado o de reiterada infracción de las normas del Código es posible la expulsión lo que supondría la retirada del Sello.

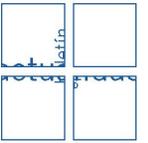
6-NORMATIVA-COMERCIO ELECTRÓNICO

Normativa específica

- Real Decreto 1906/1999, de 17 de diciembre, por el que se regula la contratación telefónica o electrónica con condiciones generales de la contratación.
- Ley 34/2002 de 11 de julio de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico

Legislación aplicable

- Código Civil
- Ley General para Defensa de los Consumidores y Usuarios (Ley 26/1984 de 19 de julio)
- Ley para la Defensa de los Consumidores y Usuarios de Castilla y León. (Ley 11/1998, de 5 de diciembre)
- Ley de Contratos Celebrados fuera de los Establecimientos Mercantiles (Ley 26/1991 de 21 de noviembre)
- Código Penal (Ley Orgánica 10/1995 de 23 de noviembre)
- Ley de Ordenación del Comercio Minorista (Ley 7/1996 de 15 de enero)
- Ley de Comercio de Castilla y León (Ley 16/2002 de 19 de diciembre)
- Ley de Condiciones Generales de la Contratación (Ley 7/1998 de 13 de abril)
- Ley General de Publicidad (Ley 34/1988 de 11 de noviembre)
- Ley Orgánica de Protección de Datos (Ley 15/1999 de 13 de diciembre)



2.-SUMARIO DE PUBLICACIONES

- AUTOCONTROL DE LA PUBLICIDAD
- COMPRA MAESTRA
- DINERO Y DERECHOS
- DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO
- ESTUDIOS SOBRE CONSUMO
- INFOCONSUMO
- JUSTICIA Y DERECHOS
- ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES

AUTOCONTROL DE LA PUBLICIDAD

Nº 93/ ENERO 2005

Noticias

- AUTOCONTROL recibió en 2004 cerca de 2700 consultas previas
- Aprobación Ley contra la violencia de género
- AUTOCONTROL organiza el 7º Curso de Iniciación al Derecho de la Publicidad
- Decisión de la Comisión Europea acerca del consumo de fitosteroles/fitostanoles añadidos
- Estimada la solicitud de medidas cautelares contra la publicidad de "Gala"
- La Audiencia confirma la condena a Mitsubishi por publicidad ilícita
- Dictamen del Comité de las Regiones sobre el "spam"
- Dictamen del Comité de las Regiones sobre el futuro de la política reguladora europea en el sector audiovisual

Colaboraciones

- Régimen legal de la publicidad de alimentos. Primera Parte.

Resoluciones del Jurado

- Unilever España, S.A., "Mimosín Flor de la Pasión y Ylang-Ylang y Mimosín Lirio y Flor de Riz"
- Yacom Internet Factory, S.A., "ADSL 1Mb"
- Laboratorios Juventus, S.A., "Incentivos"
- Plus Supermercados, S.A., "Plus Supermercados"
- Sfera, S.A. (El Corte Inglés), "Sfera"
- Marketing Telefónico y Publicidad Directa del Mediterráneo, S.L., "Minicadena radio CD digital"
- Cruz Verde - Sara Lee / D.E. España, S.A., "Ambipur - Página web II"
- Marketing Telefónico y Publicidad Directa del Mediterráneo, S.L., "Tarjeta regalo"
- Estée Lauder, S.A., "True Star de Tommy Hilfiger"
- Operadora de Telecomunicaciones Opera, S.L., "11838"
- Brother Iberia, S.A., "Brother Iberia"

Mediaciones

- Este mes no hay contenidos en esta sección

Nº 94 / FEBRERO 2005

Noticias

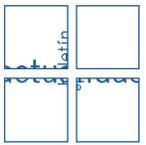
- AUTOCONTROL recibió en 2004 cerca de 2700 consultas previas
- Aprobación Ley contra la violencia de género
- AUTOCONTROL organiza el 7º Curso de Iniciación al Derecho de la Publicidad
- Decisión de la Comisión Europea acerca del consumo de fitosteroles/fitostanoles añadidos
- Estimada la solicitud de medidas cautelares contra la publicidad de "Gala"
- La Audiencia confirma la condena a Mitsubishi por publicidad ilícita
- Dictamen del Comité de las Regiones sobre el futuro de la política reguladora europea en el sector audiovisual
- Dictamen del Comité de las Regiones sobre el "spam"

Colaboraciones

- Régimen legal de la publicidad de alimentos. Primera Parte.

Resoluciones del Jurado

- Unilever España, S.A., "Mimosín Flor de la Pasión y Ylang-Ylang y Mimosín Lirio y Flor de Riz"
- Yacom Internet Factory, S.A., "ADSL 1Mb"
- Laboratorios Juventus, S.A., "Incentivos"



- Plus Supermercados, S.A., "Plus Supermercados"
- Sfera, S.A. (El Corte Inglés), "Sfera"
- Marketing Telefónico y Publicidad Directa del Mediterráneo, S.L., "Minicadena radio CD digital"
- Cruz Verde - Sara Lee / D.E. España, S.A., "Ambipur - Página web II"
- Marketing Telefónico y Publicidad Directa del Mediterráneo, S.L., "Tarjeta regalo"
- Estée Lauder, S.A., "True Star de Tommy Hilfiger"
- Operadora de Telecomunicaciones Opera, S.L., "11838"
- Brother Iberia, S.A., "Brother Iberia"

Mediaciones

- Este mes no hay contenidos en esta sección.

Nº 95 / MARZO 2005

Noticias

- AUTOCONTROL organiza el 7º Curso de Iniciación al Derecho de la Publicidad
- Asamblea General de AUTOCONTROL
- Creación del Consejo Audiovisual de Andalucía
- Declarado ilegal el uso publicitario, por Biomanán, del término "adelgazante"
- La Audiencia Provincial confirma la condena por publicidad ilícita del producto "Ponchesterol"
- EE.UU. reduce los minutos publicitarios durante la programación infantil
- El TJE considera contraria al Tratado la "etiqueta de calidad Valona"
- El CAC aprueba medidas de protección de la infancia y la adolescencia
- La APD abrirá expedientes sancionadores para luchar contra el spam
- Valencia aprueba la Ley de la Vivienda
- Cambios en el Boletín de AUTOCONTROL

Colaboraciones

- Régimen legal de la publicidad de alimentos. Segunda parte.

Resoluciones del Jurado

- Laboratorios Cinfa, S.A., "Incentivos (Cinfa)"
- Estée Lauder, S.A., "Origins"
- Lancaster Group España, S.A., "Davidoff"
- She Herencia, S.L., "She Herencia"
- Brasserie Fischer, "Cerveza Desperados"
- Ratiopharm España, S.A., "Incentivos (Ratiopharm)"
- LG Electronic España, "Folleto de invierno"
- Laboratorios Alter, S.A., "Incentivos (Alter)"

Mediaciones

- Este mes no hay contenidos en esta sección.

COMPRA MAESTRA

Nº 289 / ENERO 2005

4.-Al Oído. 7.-www.ocu.org 8.-conecta 10.-Cafeteras exprés 19.-Lavadoras 24.-Cámaras compactas. 34.-Toallitas de usar y tirar. 37.-Jamón y salmón en lonchas 40.-Pantallas TFT de 17 pulgadas. 43.-Lectores de MP3 48.-Interesa saber 50.- Línea Abierta. 53.-Índice

Nº 291 / MARZO 2005

4.-Al Oído. 7.-www.ocu.org 8.-conecta 10.-Monovolúmenes compactos y pequeños 15.-Grabadores de DVD 24.-100.000 europeos opinan sobre sus vacaciones. 34.-Cocinas de gas con horno. 38.-¿Satisfecho con su línea telefónica? 41.-Vestirse con fuego. 44.-Equipos multifunción 48.-Interesa saber 51.- Línea Abierta. 54.-Índice

DINERO Y DERECHOS

Nº 86 / ENERO - FEBRERO 2005

4.-Casos Vividos. 6.-Multas de tráfico: sepa que alegar. 11.-Malas prácticas de las aseguradoras. 14.-Alternativas a un préstamo. 18.-Actualización de salario 20.-Compra de una casa de segunda mano 26.-Fondos globales. 28.-Retrasos del vendedor. 31.-Problemas medioambientales a quién reclamar. 34.-Hilo Directo. 36.-Justicia. 38.-Breves. 39.-Reclamar vale la pena.

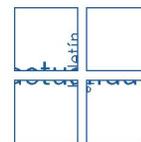
Nº 87 / MARZO – ABRIL 2005

4.-Casos Vividos. 6.-¿Problemas con el Taller? 8.-Arbitraje de Consumo. 12.-La OCU en el 2004. 14.-Usos Bancarios y mejores cuentas. 19.-Como optimizar inversiones durante la jubilación. 22.-Alquiler de vivienda ¿quién puede seguir con el contrato? 24.-Herencias Conflictivas. 28.-Como reconocer y combatir el mobbing. 30.-Seguros: los justos ni más ni menos. 33.-Hilo Directo. 35.-Justicia 37.-Breves. 38.-Reclamar vale la pena. 39.-Índice.

DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

Nº 79 ENERO/ FEBRERO 2005

5.-Calidad en el servicio de la distribución comercial. 24.-La Calidad en el comercio minorista. 28.-La Calidad desde la perspectiva de la mejora de la competitividad de las empresas comerciales. 34.-Claves para el éxito de la calidad en el comercio detallista. 39.- Efectos de la aplicación de la trazabilidad y la normativa de higiene en la cadena de producción de alimentos. 51.-El papel del comercio mayorista en la aplicación de la trazabilidad 57.-Normativa ISO de aplicación a la calidad alimentaria. 69.-MERCAMÁLAGA. El mayor centro de abastecimiento alimentario de la Costa del Sol. 79.-La nueva restauración en España. 91.-El Consumo de platos preparados en España, Francia y Gran Bretaña. 105.-Enciclopedia de los alimentos: Huevos. 116.-Novedades Legislativas. 119.-Notas de prensa / Noticias. 125.-Amores incomprensidos.



ESTUDIOS SOBRE CONSUMO

Nº 70/ 2004

ESTUDIOS 9.-. Conceptualización del comportamiento del consumidor en los entornos virtuales. Un análisis cualitativo. 21.-El efecto de la situación de uso en la formación del conjunto considerado: incorporación a los modelos probabilísticas de elección de marca. 31-Los fondos de pensiones individuales: estudio de la difusión entre los consumidores de un producto de ahorro para la jubilación en España 45.- La participación de los consumidores y usuarios en el procedimiento de elaboración de reglamentos. DOCUMENTACIÓN –informes.81.-La Ley del vino. 87.- Determinación de segmentos objetivos para los vinos de denominación de origen Alicante. 97.- Perfil de los consumidores de carne de ternera con denominación de origen. 109.-Programa de prevención de lesiones: red de detección de accidentes domésticos y de ocio. Resultados 2003. 133.-Balance de consultas y reclamaciones presentadas en las organizaciones de consumidores de ámbito nacional: Año 2003 Legislación. 145.-Orden PRE/2410/2004, de 20 de julio, por la que se modifica la Orden PRE/361/2002, de 14 de febrero, de desarrollo, en lo relativo a los derechos de los usuarios y a los servicios de tarificación adicional, del título IV del Real Decreto 1736/1998, de 31 de julio, por el que se aprueba el Reglamento por el que se desarrolla el Título III de la Ley General de Telecomunicaciones. Jurisprudencia: 159.-Derecho privado. 173.-Derecho público. 181.-Derecho Comunitario. 191.-Relación de legislación.

INFO CONSUMO BBS

Nº 131 / ENERO 2005

1.-Editorial: Llega la nueva Ley de Horarios Comerciales. **2-4.-Noticias:** Plan contra la obesidad. Gasto en juguetes. 167 euros por niño. Del productor al consumidor un 540% de diferencia Iberia facturará con 45 minutos de antelación. Hacienda controlará los alquileres de viviendas. Difundir el código de clasificación de los videojuegos. Bio-Bac no podrá comercializarse ni como alimento dietético, ni como complemento. Huelga en Italia contra la telebasura. Altos niveles de bacterias. Multa de mil millones por enviar spam. Denuncian que el consumidor no sabe si compra transgénicos. Piden la retirada de varios juguetes. Coca Cola y Pepsi obligadas a advertir de que contienen residuos de pesticidas. **5-7.-Educación del Consumidor 8.-BBS**

Nº 132 / FEBRERO 2005

1.-Editorial: El Riesgo del Teléfono Móvil para los niños. **2-4.-Noticias:** Riesgo con las tarjetas prepago. 600.000 Familias deberán actualizar sus datos. Los niños ven unos cien anuncios al día. El Comercio Justo crece un 50% en 3 años. La Deuda media por español está ya en 20.000 euros. El Sexismo en los videojuegos. Contra los cargos por emisión de los billetes aéreos. Las tabaqueras silencian los riesgos del Tabaco. El Sarcasmo de las eléctricas. Pudo causar la muerte a 140.000 personas. Uni2 acumula el 70% de los fraudes de tarificación adicional. Menos accidentes mortales con limitadores de velocidad. Previstos casi 150 nuevos centros comerciales. **5-7.-Educación del Consumidor 8.-BBS**

Nº 133 / MARZO 2005

1.-Editorial: Retirada salsa con un posible agente cancerígeno. **2-4.-Noticias:** Perfumarse puede ser peligroso. Declarado ilegal el registro bancario de morosos. La demanda de viviendas en alquiler quintuplica a la oferta. Mas de dos millones de anuncios en 2004. Retirado un lote de leche infantil "Nieda Plus". Freno en EEUU a las Demandas millonarias contra las empresas. Las aerolíneas pagarán más por overbooking. Nuevos trucos para estafar con los números 807. MC Donald's paga seis millones para evitar un juicio. Los bancos deberán devolver el dinero a los

alumnos de "opening". El 6.5% del parque de vehículos circulan en España sin seguro. La Agencia de Protección de Datos contra el Spam. Quieren prohibir en el Reino Unido el uso de móviles en las escuelas. **5-7.-Educación del Consumidor 8.-BBS**

JUSTICIA Y DERECHOS

Nº 88 / ENERO 2005

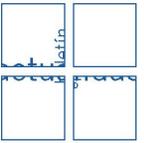
TEMA ESPECIAL 4.-Se sientan las bases para la futura Ley de Mediación de los Seguros Privados. **8.-** Una nueva figura: los operadores de banca seguros. **OTROS TEMAS 13.-**incidencia de la LCGC en la contratación de cupos hoteleros. **22.-**Retirada de Productos del mercado ¿Utopía o Realidad? **25.-**Jornadas sobre el uso fraudulento de tarjetas. **26.-**Jornadas sobre arbitraje de telefonía. **14.-**II Jornadas de Ausbanc Internacional **JURISPRUDENCIA 28.-**De cómo una mala pregunta conduce a una peor respuesta. **36.-**Condenadas Carrefour, Asnef/Equifax y Experien por inclusión indebida en un registro de morosos. **40.-**Setencia del JPI nº 9 de Madrid. **RESEÑAS 46.-** **NOVEDADES LEGISLATIVAS Y NOTICIAS 47.-**

OTRAS PUBLICACIONES

ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES

-Al Andalus-Federación Andaluza de Consumidores y Amas de Casa
º 27/ Enero – Febrero 2005

3.- **Editorial.** Nuestros 25 años. 4-7.-Al Andalus Noticias. 8-9.-Al Andalus Informa. 10.-**Convenio con la Consejería de Agricultura y Pesca.** 11.-**Al Andalus Denuncia.** 12-13.-**Vivienda.** 14-15.-**Guía vivienda en formato CD.** 17.-**Buzón de consultas.** Devoluciones. Premiada en un sorteo. 18-19.-**Estudio.** Decir "Te quiero" el 14 de febrero es mucho más caro que el resto del año. 20-21.-**Reportaje.** Como subir la cuenta del enero sin que nos cueste el bolsillo. 24-26 **Anuario.** Un año de propuestas para un consumidor consciente y feliz. 27-29 **Provincias.** 30-31.-**Salud.** Actitudes de los consumidores ante los alimentos funcionales. 32-33.-**Medio Ambiente.** Saber Consumir, de forma sostenible. 34.-**Noticias de ASPEC y Odecu.** ASPEC quiere mejorar la atención que reciben los pacientes en los hospitales de Perú. Entregan una propuesta de reglamento que regula los plaguicidas de uso doméstico. 35.-**Nuestras publicaciones.** Curso básico para el acceso a Internet.



3.-NOVEDADES LEGISLATIVAS

ENERO-FEBRERO-MARZO

- LEGISLACIÓN COMUNITARIA**
- LEGISLACIÓN ESTATAL**
- LEGISLACIÓN AUTONÓMICA**
- LEGISLACIÓN DE OTRAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS**

LEGISLACIÓN

ENERO

NORMATIVA COMUNITARIA

REGLAMENTO CE 6/2005, de 4 de enero, por el que se rectifican los Reglamentos 46/2003 y 47/2003 en lo que atañe a las mezclas de frutas y hortalizas frescas de diferentes especies en un mismo envase de venta. (DOUE L2, 05-01-05)

REGLAMENTO CE 37/2005, de 12 de enero, relativo al control de las temperaturas en los medios de transporte y los locales de depósito y almacenamientos de alimentos ultracongelados destinados al consumo humano (DOUE L10, 13-01-05)

DIRECTIVA 2005/10/CE de la Comisión, de 4 de febrero de 2005, por la que se establecen los métodos de muestreo y de análisis para el control oficial del contenido de benzo(a)pireno en los productos alimenticios.

DIRECTIVA 2005/5/CE, de 26 de enero de 2005 de la Comisión por la que se modifica la Directiva 2002/26/CE con respecto a los métodos de toma de muestras y de análisis para el control oficial del contenido de ocratoxina A en determinados productos alimenticios.

DIRECTIVA 2005/4/CE, de 19 de enero que modifica la Directiva 2001/22/CE, por la que se fijan métodos de toma de muestras de análisis para el control oficial del contenido máximo de plomo, cadmio, mercurio y 3-MCPD en los productos alimenticios.

LEGISLACIÓN ESTATAL

REAL DECRETO 61/2005, de 21 de enero, por el que se fijan los métodos de toma de muestras y de análisis para el control oficial del contenido máximo de estaño en los alimentos enlatados (BOE nº19 de 22 de enero de 2005)

REAL DECRETO 12/2005, de 14 de enero por el que se modifica el Real Decreto 293/2003, relativo a la utilización de determinados derivados apoxidicos en materiales y objetos destinados a entrar en contacto con los alimentos. (BOE del 22 de enero de 2005)

LEGISLACIÓN AUTONÓMICA

ORDEN EYE/25/2005, de 14 de enero, por la que se regulan determinados aspectos para efectuar el control petrológico de los sistemas de medida de líquidos distintos del agua destinados al suministro de carburantes y combustibles líquidos, en sus fases de verificación después de reparación o modificación y de verificación periódica y por las que se fijan las condiciones y requisitos que deben reunir las entidades autorizadas para su ejecución. (Bocyl, del 25 de enero de 2005)

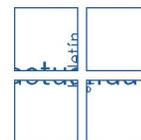
LEGISLACIÓN DE OTRAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Ley 8/2004, de 23 de diciembre de horarios comerciales (BOE de 31 de enero de 2005)

FEBRERO

NORMATIVA COMUNITARIA

DIRECTIVA 2005/10/CE de la Comisión, de 4 de febrero de 2005, por la que se establecen los métodos de muestreo y de análisis para el control oficial del contenido de benzo(a)pireno en los productos alimenticios.



LEGISLACIÓN ESTATAL

CORRECCIÓN de errores del Real Decreto Legislativo 6/2004, de 29 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de ordenación y supervisión de los seguros privados. (BOE nº28 de 2 de febrero de 2005)

REAL DECRETO 119/2005, de 4 de febrero, por el que se modifica el Real Decreto 1254/1999, de 16 de julio, por el que se aprueban medidas de control de los riesgos inherentes a los accidentes graves en los que intervengan sustancias peligrosas.

REAL DECRETO 209/2005, de 25 de febrero, por el que se modifica el Real Decreto 1599/1997, de 17 de octubre, sobre productos cosméticos. (BOE nº49 de 26 de febrero de 2005)

REAL DECRETO 208/2005, de 25 de febrero, sobre aparatos eléctricos y electrónicos y la gestión de sus residuos. (BOE nº49 de 26 de febrero de 2005)

LEGISLACIÓN AUTONÓMICA

ORDEN SAN/160/2005, de 9 de febrero por la que se convocan subvenciones para el año 2005 en materia de consumo destinadas a Organizaciones de Consumidores y Usuarios de Castilla y León. (Bocyl de 15 de febrero de 2005, suplemento nº2 al 31)

ORDEN SAN/161/2005, de 9 de febrero, por la que se fijan los programas de actividades a realizar y se establece su financiación al amparo de los convenios de colaboración suscritos con Entidades Locales de la Comunidad de Castilla y León en materia de consumo para el año 2005. (Bocyl de 15 de febrero de 2005, suplemento nº 2 al 31)

MARZO

NORMATIVA COMUNITARIA

REGLAMENTO (CE) nº 379/2005 de la Comisión, de 4 de marzo de 2005, que modifica el Reglamento (CE) nº1168/1999 por el que se establecen las normas de comercialización de cereales.

REGLAMENTO (CE) nº 205/2005 de la comisión de 4 de febrero de 2005, que completa el anexo del Reglamento (CE) nº2400/96 en lo que atañe al registro de determinadas denominaciones en el Registro de Denominaciones de Origen Protegidas y de Indicaciones Geográficas protegidas.

DIRECTIVA 2005/10/CE, de la comisión, de 4 de febrero de 2005, por la que se establecen los métodos de muestreo y de análisis para el control oficial del contenido de benzo(a)pireno en los productos alimenticios.

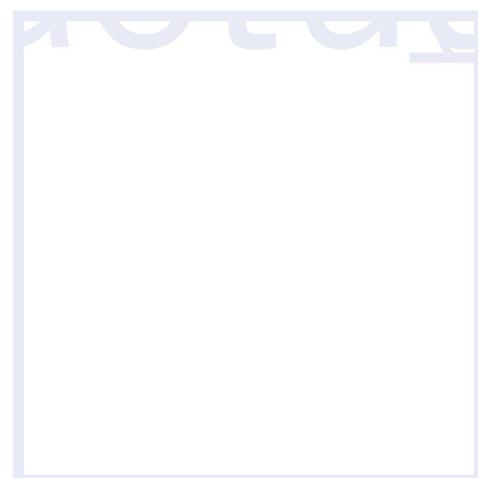
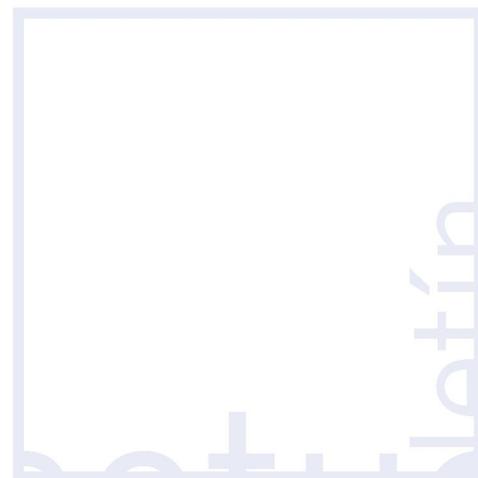
REGLAMENTO (CE) nº 387/2005 de la Comisión, de 8 de marzo de 2005, que modifica el Reglamento (CE) nº831/97, por el que se establecen normas de comercialización aplicables a los aguacates.

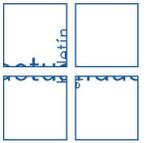
LEGISLACIÓN ESTATAL

ORDEN SCO/544/2005, de 8 de marzo, por la que se modifican los anexos II y III y se establece el contenido del anexo IX del R.D. 1599/1997, de 17 de octubre, sobre productos cosméticos (BOE nº 059 de 10 de marzo de 2005)

ORDEN PRE/556/2005, de 25 de febrero por la que se modifica la Orden PRE/473/2004 de 25 de febrero, por la que se modifica el anexo I del R.D. 1406/1989, de 10 de noviembre, por el que se imponen limitaciones a la comercialización y al uso de ciertas sustancias y preparados peligrosos. (BOE nº 060 de 11 de marzo de 2005.)

Corrección de Errores del Real Decreto 2392/2004 de 30 de diciembre, por el que se establece la tarifa eléctrica para 2005. (BOE nº 054 de 4 marzo de 2005)





4.-RESOLUCIONES JUDICIALES:

ÚLTIMAS NOVEDADES

- TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS
- TRIBUNAL SUPREMO
- AUDIENCIA NACIONAL
- TRIBUNALES SUPERIORES DE JUSTICIA
- JUZGADOS DE LO CONTENCIOSO

RESOLUCIONES JUDICIALES

TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS

Sentencia 15 de julio de 2004

Etiquetado de Alimentos.

El Tribunal de Justicia Europeo dicta sentencia en la que establece limitaciones en materia de etiquetado y publicidad de los productos alimentarios cuando hacen referencia a determinadas denominaciones y aspectos de la salud de las personas. La sentencia permite que en el mercado comunitario los alimentos comercializados bajo nombres comerciales de fantasía puedan hacer referencia, sin engaño, a sus aspectos saludables sin contener referencias a enfermedades. De este modo indica que los Estados miembros no pueden prohibir su comercialización sobre la base de irregularidades en el etiquetado, si bien se permite en esos productos, pero siempre que estén justificadas por cuestiones de protección de la salud pública y de los consumidores. Una prohibición de hacer constar en la etiqueta de productos alimenticios determinadas indicaciones sobre adelgazamiento o las recomendaciones médicas sin que se examine caso por caso, ante esta posibilidad efectiva de la inducción de error en el comprador, daría lugar a que los productos que llevaran tales indicaciones no pudieran ser libremente comercializados en un Estado miembro, por eso el Tribunal declara que una medida de ese tipo no está justificada al exceder de lo que se entiende necesario para alcanzar el objetivo de protección de los consumidores contra los fraudes. Por eso el Tribunal concluye que la vía y referencia entre los posibles engaños de una indicación en el etiquetado de un producto alimenticio es la reclamación judicial ante los tribunales nacionales que deben resolver tomando en consideración las expectativas que presumiblemente tiene el consumidor medio, normalmente informado y razonablemente atento.

TRIBUNAL SUPREMO

Sentencia 25 de mayo de 2004

Vivienda: Tipicidad de las infracciones en materia de Vivienda. Vivienda como bien de Uso Común.

El Tribunal Supremo resuelve desestimando la impugnación de una decisión de imponer una multa de 50 millones de pesetas por la comisión de una falta muy grave como consecuencia de una infracción por la venta de viviendas con numerosos defectos de construcción. El principal motivo de impugnación en que la parte actora fundamenta su recurso consiste en afirmar que la conducta sancionada –la venta de viviendas defectuosas– no es subsumible en el tipo contemplado en el art. 34 de la Ley General de Defensa de Consumidores y Usuarios y en consecuencia, se quiebra el principio de tipicidad. En concreto entiende la recurrente que los Reales Decretos 1945/1983 y 515/1989 sobre protección de los consumidores en materia de vivienda no amparan la conducta infractora que se imputa, porque la vivienda no puede ser considerada bien consumible en el sentido contemplado en estas normas.

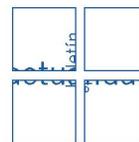
El T.S. declara, por el contrario, que el régimen administrativo sancionador establecido en la normativa de defensa de consumidores y usuarios es perfectamente aplicable a las conductas relacionadas con la vivienda, por tratarse de un bien de uso ordinario y generalizado, tipología contemplada en la propia Ley General de Defensa de Consumidores y Usuarios. Por ello, entiende aplicables las citadas normas al asunto en cuestión y, en consecuencia, desestima el recurso.

AUDIENCIA NACIONAL

Sentencia de 11 de febrero de 2004

Protección de Datos: incumplimiento de los datos necesarios para la creación de ficheros de datos de carácter personal.

La Audiencia Nacional conoce de la imposición de una sanción de multa por parte del Director de la Agencia de Protección de Datos por el incumplimiento de los requisitos necesarios para la



creación de ficheros de datos de carácter personal, así como para su tratamiento y cesión de sus contenidos, todo ello en relación con lo previsto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.

La Audiencia Nacional confirma las sanciones impuestas por la Agencia de Protección de Datos. Las sanciones se aplicaron a varias empresas de marketing a las que se encargó una campaña de publicidad para la que era necesaria la creación de un fichero con datos personales. Se produjo la cesión de datos personales entre las mencionadas empresas sin las condiciones de seguridad necesarias para ello.

TRIBUNALES SUPERIORES DE JUSTICIA

MADRID

Sentencia 30 de enero de 2004. Sala de lo Contencioso-Administrativo-Sección 9ª

Suministro Eléctrico: Sanción por fraude en la prestación de servicios incumpliendo la naturaleza de los mismos al producir corte de energía eléctrica en un domicilio, por falta de pago, habiéndose justificado el abono de la cantidad facturada.

Desestima el recurso presentado por IBERDROLA, S.A., confirmando la resolución de la Dirección General de Comercio y Consumo de la Comunidad Autónoma de Madrid, resultando acreditada la concurrencia de una defectuosa e irregular prestación del servicio al corte del suministro sin causa alguna que lo justifique y en ningún caso imputable al usuario. La posible defectuosa comunicación entre la entidad bancaria y la entidad sancionada respecto a la fecha del abono de la factura, no puede repercutir en perjuicio del consumidor. Los hechos se tipifican como infracción de la Ley 26/1984, de 19 de julio General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios en su artículo 34.4.

JUZGADOS DE LO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO

CASTILLA Y LEÓN

SORIA

Sentencia 10/11/04 Juzgado de lo Contencioso – Soria

Vivienda: Desestima recurso, confirmando sanción impuesta por la comisión de seis infracciones y dos bloques de cláusulas abusivas. Siendo estas: realizar la promoción y venta en primera transmisión de viviendas:

- Sin tener a disposición del público y de las autoridades competentes nota informativa en la que se indique la fase en que se encuentra la edificación.
- Sin disponer de nota informativa en la que figure el domicilio del arquitecto, así como el nombre o razón social y domicilio del constructor.
- Sin hacer constar en contratos de compraventa el derecho del consumidor a elegir Notario.
- Sin incluir en la nota explicativa relativa al precio: la forma de pago, que del importe total se deducirán las cantidades entregadas a cuenta antes de formalizar la operación.
- Sin probar fehacientemente que a la firma del contrato entrega al comprador toda la documentación prevista en el R.D. 515/89.
- Sin entregar a los adquirentes que no las solicitan certificaciones individuales de garantía de cantidades anticipadas.
- Incluyendo en el contrato una serie de cláusulas abusivas.

OTRAS COMUNIDADES

GUADALAJARA

Sentencia 03/01/05, Juzgado de lo Contencioso Administrativo nº 1

Vivienda: Desestimatoria del recurso formulado por la empresa sancionada, contra la resolución de la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha imponiendo sanciones por la comisión de las siguientes infracciones: no disponer de Hojas de Reclamaciones ni Cartel anunciador de las

mismas. Existencia de Cláusulas Abusivas en la Memoria de Calidades, -en el Contrato de Compraventa y en el Documento de Señal.

GUADALAJARA

Sentencia 27/12/04, Juzgado de lo Contencioso Administrativo nº 1

Servicios a Domicilio. Fontanería: Desestimación del recurso presentado por el Sancionado contra la Resolución de la Consejería de Sanidad y Consumo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha. Se confirma la sanción impuesta por la facturación excesiva, inexistencia de presupuesto previo, inexistencia de lista de precios, negativa a la entrega de factura desglosada. Desestima la alegación de indefensión de la demandada. Desestima la alegación de extemporaneidad del recurso formulada por el Letrado de la Administración.

LOGROÑO

Sentencia 11/01/05, Juzgado de lo Contencioso Administrativo nº1

Venta fuera de establecimiento mercantil: Desestimación del recurso presentado por la empresa contra el acto administrativo que impone la sanción. Se confirma la infracción de las normas sobre Venta fuera de establecimiento mercantil pues se considera probado que no se acompañó documento de revocación alguno al contrato de compraventa, tampoco se hace constar en el documento contractual una referencia clara y precisa del derecho del consumidor a revocar el consentimiento.

MADRID

Sentencia 11/01/05, Juzgado de lo Mercantil nº5

Publicidad ilícita: Estimación de la demanda de la Asociación de usuarios de la Comunicación contra la Mercantil Merck Farma y Química, S.A. y el Diario "EL PAIS" S.L. ordena la Cesación de publicidad ilícita del producto BIOMANAN. A requerimiento del Juzgado se desiste, de la demanda a El Pais, S.L. por acumulación de acciones. Publicidad ilícita del producto. Cesación de campaña publicitaria. Ilícitud de la palabra "adelgazante" relacionada con "sana" y "salud". No podrá volver a utilizar dicha palabra en futura publicidad.

VALENCIA

Sentencia 23/11/04, Juzgado de lo Contencioso Administrativo nº 1

Vivienda: Desestimación del recurso interpuesto contra la resolución administrativa por la que se sanciona a una empresa promotora de viviendas por la comisión de una infracción administrativa grave consistente en no entregar el documento en que se formalizan las garantías constituidas en relación con las cantidades entregadas a cuenta.

OVIEDO

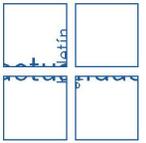
Sentencia 27/01/05 Juzgado de lo Contencioso Administrativo Nº 5

Contrato de Aparcamiento de Vehículos: Estima el recurso interpuesto por Hostelería Asturiana, S.A. "Parking Hotel Reconquista", contra la resolución de la Consejería de Salud y Servicios Sanitarios del Gobierno del Principado de Asturias por la que se impuso sanción a la empresa antedicha por utilización de cláusulas abusivas en contrato de aparcamiento al aplicar el llamado "redondeo al alza" en las tarifas percibidas. La sentencia considera que no concurren motivos para considerar abusivo el sistema de cálculo del precio aplicado por la empresa sancionada. En base entre otras consideraciones a la la libertad de precios proclamada por la Ley 40/2002 de 14 de noviembre reguladora del Contrato de Aparcamiento de Vehículos.

OVIEDO

Sentencia 09/02/05 Juzgado de lo Contencioso Administrativo Nº 3

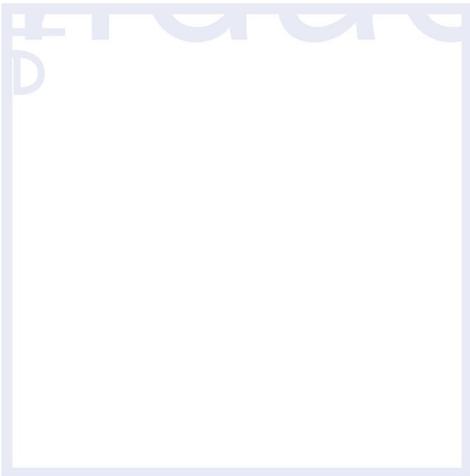
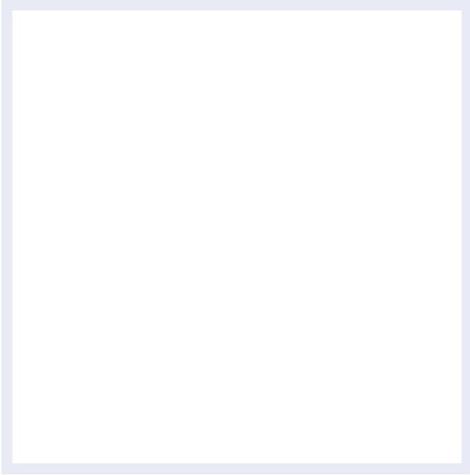
Contrato de Aparcamiento de Vehículos: Estima el recurso presentado por la empresa de OÑATE 1921, S.A. (PARKING COVADONGA), contra la resolución de la Consejería de Salud y Servicios Sanitarios del Gobierno del Principado de Asturias. Entiende que no existe cláusula abusiva, declara que no concurre de forma inequívoca la culpabilidad en la conducta desplegada por la recurrente, inconsecuencia anular resolución sancionadora impuesta.

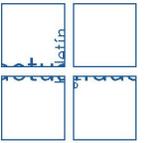


OVIEDO

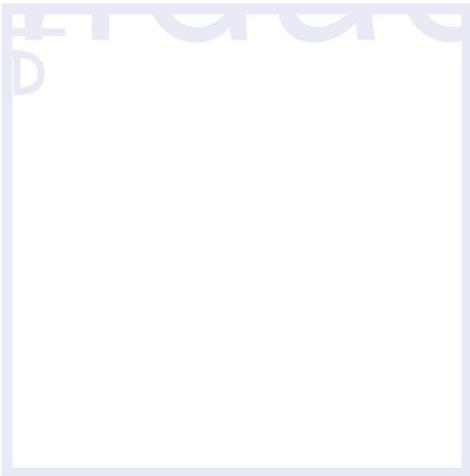
Sentencia 02/02/05 Juzgado de lo Contencioso Administrativo. Nº 5

Contrato de Aparcamiento de Vehículos: Estima Parcialmente el recurso Contencioso Administrativo de Garaje Quintana, S.A. contra la resolución de la Consejería de Salud y Servicios Sanitarios del Gobierno del Principado de Asturias. No considera abusivo el sistema de cálculo del precio aplicado por la empresa sancionada. Se basa en la libertad de precios proclamada en la Ley 40/2002 de 14 de noviembre reguladora del Contrato de Aparcamiento de Vehículos. Considera adecuada la calificación de la infracción y sanción impuesta por la falta de disponibilidad de hojas de reclamaciones.





5.- ÚLTIMAS NOTICIAS SOBRE CONSUMO



NOTICIAS

enero

4/01/05

La Agencia de Protección de Datos multa a Endesa con 60.000 euros por cambiar los datos de un usuario.

La Agencia Española de Protección de Datos ha impuesto una sanción de 60.101,21 euros a Endesa Distribución Eléctrica por modificar los datos personales de un usuario sin su consentimiento, informó hoy la Federación de Consumidores en Acción (Facua).

La Federación considera que la multa, contra la que cabe recurso, crea precedente frente al "cúmulo de irregularidades" que, según denuncia, vienen cometiéndose en los últimos años en las contrataciones telefónicas, donde miles de usuarios han denunciado que empresas de distintos sectores, aunque muy especialmente el telefónico, dan de alta o modifican servicios sin su autorización.

La denuncia, presentada por Facua Sevilla en agosto de 2003 en representación de uno de sus socios, ponía de manifiesto que Sevillana de Electricidad, filial del Grupo Endesa en Andalucía, había dejado de enviarle las facturas al domicilio y a la cuenta bancaria que figuraba en su contrato con la compañía para remitirlas a otra dirección y cuenta, también de su titularidad, pero sin haber mediado en ningún momento su consentimiento.

Aunque Endesa argumentó a la Agencia Española de Protección de Datos que el cambio sí había sido autorizado por el usuario a través del teléfono, el organismo ha resuelto que la inexistencia de pruebas al respecto, así como de un documento firmado por el cliente consintiendo la modificación conlleva que se ha producido una infracción grave de la Ley Orgánica de Protección de Datos.

El artículo 6 de la Ley establece que "el tratamiento de los datos de carácter personal requerirá el consentimiento inequívoco del afectado".

Facua critica que los protocolos de seguridad que utiliza Endesa para modificar los datos de sus clientes no pasan por el consentimiento por escrito del usuario, sino que se limitan a la confirmación por la vía telefónica de datos que aparecen en cualquier factura eléctrica y que, por tanto, pueden ser accesibles a terceras personas.

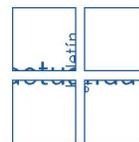
Por ello, advierte de que los usuarios deben exigir a todas las empresas de servicios que les ofrezcan por escrito las condiciones contractuales así como cualquier modificación de sus datos o de las condiciones del contrato.

Fuente: Noticias.com

05/01/05

Todos los abonados a líneas TRAC pueden solicitar ya el cambio de tecnología para acceder a Internet.

Todos los abonados en España al servicio telefónico fijo pueden disponer ya de acceso a Internet, después de que el pasado 31 de diciembre concluyera el último plazo para que Telefónica de España dotara a todos los clientes de líneas TRAC (Telefonía Rural de Acceso Celular) de una tecnología alternativa que permitiera la conexión a la Red.



Un portavoz de Telefónica de España confirmó hoy a Europa Press que la operadora "ha cumplido el plazo" y que la cobertura es del "cien por cien", por lo que los casi 240.000 abonados españoles a líneas TRAC tienen la posibilidad de solicitar el cambio de tecnología para disponer de una conexión a la Red con capacidad para transmitir datos a velocidad suficiente para acceder de forma funcional a Internet.

El plan, aprobado por el Gobierno en enero de 2003, garantizaba que todos los abonados de zonas rurales pudieran tener acceso a Internet, de acuerdo con lo establecido en la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico, de julio de 2002, y en la Directiva Europea de Servicio Universal, del mismo año.

Las mismas fuentes de Telefónica explicaron que todos los abonados pueden ya solicitar de forma gratuita a sus servicios de atención comercial la instalación de los terminales oportunos para acceder a Internet, ya sea mediante tecnología móvil (GSM y GPRS), el convencional par de cobre, vía satélite o LMDS (telefonía fija inalámbrica).

Para el desarrollo del Plan, Telefónica consideró necesaria la combinación de soluciones tecnológicas que permitieran adaptarse a los distintos entornos geográficos y de densidad de usuarios. La mayor parte de las sustituciones se han hecho mediante el par de cobre y tecnología móvil, mientras que "a mucha distancia" figura el LMDS (todavía se está desplegando la infraestructura radioeléctrica) y el satélite, que ya está listo, pero cuyo uso es minoritario.

No obstante, Telefónica explicó que estas cuotas estarán sujetas a cambios posteriores puesto que el compromiso de la operadora era que los casi 240.000 pudieran solicitar ya la conexión a Internet. Por lo tanto, hasta que no se produzca el 'apagón tecnológico' del TRAC el 1 de enero de 2007, momento en el que ya no podrán seguir funcionando equipos e infraestructuras TRAC, "se pueden producir ajustes", apuntó el portavoz de la compañía.

El plan, que ha supuesto un desembolso de 475 millones de euros, de los que 108 proceden de fondos comunitarios, preveía el cumplimiento de unos porcentajes mínimos en diferentes momentos temporales y por Comunidad Autónoma. Así, el 30% de las líneas TRAC fueron sustituidas en junio de 2003; el 70%, a finales de 2003, además del 50% en cada Comunidad Autónoma; y el 100%, a finales de 2004.

Fuente: Noticias.com, Agencia Europa Press

13/01/05

La Banca abre la vía al cobro de comisiones a sus clientes por el uso de los cajeros automáticos.

El Banco de España ya ha autorizado al Banco Popular para percibir hasta 0.30 euros por operación.

Según informa el Norte de Castilla, el Banco Popular ha abierto el camino para cobrar por sacar dinero de los cajeros automáticos instalados en sus propias sucursales, una práctica hasta ahora inédita en la actividad de las entidades financieras, y que ha provocado alarma entre consumidores y usuarios que consideran "extremadamente grave" la medida y demandan explicaciones.

En principio el Banco de España ha autorizado a la entidad a cobrar hasta 0.30 euros, por las operaciones de extracción de fondos que se realicen "fuera de horario de oficina".

Desde la entidad bancaria se ha precisado que aún no se ha decidido cuándo se empezará a aplicar este nuevo recargo, pues actuarán en función "de las condiciones del mercado". Fuentes del sector afirman que otros bancos estudian seguir el mismo camino a medio plazo,

pero no quieren afrontar "el desgaste mediático y de imagen que tendrá el primero en hacerlo", por lo que esperaran a ver la respuesta del público que recibe el Popular. El argumento defendido por esta entidad para iniciar el cobro por la prestación de este servicio es que el mantenimiento de los cajeros automáticos les supone un "coste elevado".

Asociaciones de Consumidores como Adicae y Ausbanc han rebatido esta tesis, y consideran lo ocurrido de "injustificado e inaceptable". Estas organizaciones recuerdan que son las propias entidades las que fomentan desde hace años el uso de los cajeros para ahorrarse gastos de personal, por lo que reclamarán explicaciones.

El papel del Banco de España como organismo rector se limita a comprobar que las subidas de tarifas, presentadas por las entidades financieras, "respondan siempre a servicios efectivamente prestados y gastos habidos", al tiempo que exigen a aquéllas que informen de manera pública a sus clientes, para lo que bastan los tablones de anuncios de las oficinas y su propia página web.

En el caso del Banco Popular, el aumento tiene el visto bueno desde el pasado 7 de septiembre, aunque sólo se aplicaría, "fuera del horario de oficina", que comprende de 8:30 a 14:00 entre lunes y viernes y hasta las 13.00 horas los sábados.

Según "El Norte de Castilla" el Popular y el Banco de Santander ya cobraban una comisión de hasta 52 céntimos por sacar dinero en sus cajeros "desplazados", es decir, aquellos de su red que se encuentran fuera de las oficinas, por ejemplo en centros comerciales o estaciones de transporte.

A su vez, casi todas las entidades financieras perciben una cantidad por retirar fondos de cualquier máquina de una entidad rival, pese a que funcionen como sistemas compatibles, como 4B o Servired, circunstancia que ha reducido algo el número de clientes de las mismas pero no el importe de las operaciones.

La banca da cada vez más importancia a las comisiones dentro de su negocio, en el que suponen ya la cuarta parte de los ingresos, debido a los problemas que suponen para su rentabilidad los bajos tipos de interés y la posible desaceleración del mercado hipotecario.

En especial, destacan las operaciones con tarjetas de crédito y débito, que aportan el 40% de esa recaudación. Por este motivo, todas las entidades han subido desde enero la cantidad que cobran por sacar dinero del cajero, algunas hasta un 100% más, como Banesto, que cobra 0,60 euros por retiradas de otras instalaciones de la red 4B.

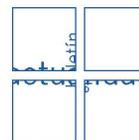
Fuente: El Norte de Castilla

17/01/04

Nueva norma sobre la seguridad de los envases en los que se contienen los alimentos.

El Consejo de Ministros aprueba un Real Decreto que incorpora la Directiva 2004/13 de la Comisión Europea, y viene a actualizar la legislación vigente en nuestro país.

Según informa en nota de prensa el Ministerio de Sanidad y Consumo, el Consejo de Ministros aprobó en su reunión del pasado viernes día 14, a propuesta de la Ministra de Sanidad y Consumo, un Real Decreto por el que se actualiza la legislación española relativa a la utilización de determinados derivados epoxídicos en materiales y objetos destinados a entrar en contacto con alimentos, incrementando así la protección de la salud de los consumidores.



De esta forma se incorpora a nuestro ordenamiento jurídico la Directiva 2004/13 de la Comisión Europea, de 29 de enero de 2004, y viene a modificar el Real Decreto actualmente en vigor sobre el empleo de estos compuestos (Real Decreto 293/2003, de 7 de marzo). Los compuestos epoxídicos son recubrimientos plásticos utilizados en la fabricación de envases y utensilios para los alimentos, ya sea de pequeñas dimensiones, como las latas, o de grandes contenedores de cemento o metal. Estos recubrimientos, si están mal formulados o aplicados, pueden ser fuente de contaminación tóxica, a causa de la migración de las sustancias químicas que los componen hacia los productos alimenticios con los que entre en contacto.

Para un mejor control de estas sustancias, el Real Decreto 293/2003 hasta ahora en vigor establecía que su autorización debía realizarse mediante listas positivas, es decir, que sólo estaban autorizadas las sustancias especificadas en dicho Real Decreto, que reciben las nomenclaturas abreviadas de "BADGE", "BFGDE" y "NOGE", con los límites controlados de migración que se determinan.

La Directiva 2004/13/CE que ahora se incorpora supone la actualización del régimen de empleo de los derivados epoxídicos, motivada por dos circunstancias: por un lado, los avances científicos que ha experimentado el análisis de estas sustancias, que permiten una detección más precisa que antes no era posible y, por otro, la necesidad de precisar el modo en que podrá figurar en ellas la fecha de envasado.

Además, se aprovecha la ocasión normativa para corregir una ambigüedad en el Real Decreto vigente, cuya disposición transitoria prescinde del "BFDGE" y el "NOGE" y tiene en cuenta sólo el "BADGE". Si bien es cierto que sólo este último epoxídico está autorizado a nivel nacional, las otras dos sustancias pueden utilizarse en materiales importados de países que tengan autorizada su fabricación.

Fuente: MSC

17/01/04

El Banco Popular da marcha atrás y renuncia a cobrar a los clientes por usar sus cajeros.

La impopularidad que había generado la intención de cobrar esta nueva tasa, inédita en el sistema financiero español, ha obligado al banco a eliminarla de su listado de tarifas.

Según el diario Cinco Días, el Banco Popular ha dado marcha atrás, ante la polémica desatada por la comisión que pensaba cobrar a sus clientes por sacar dinero de sus cajeros fuera del horario de oficina, la entidad ha decidido renunciar a ella.

Si la hubiera aplicado, los clientes del Popular habrían tenido que retirar efectivo de los cajeros sólo en horario comercial de la entidad para evitar que les cargara una comisión de hasta 0.30 euros por retirar efectivo (con tarjeta de débito, la que más se usa) en sus cajeros. Y lo mismo en el caso de la clientela de sus filiales (Banco de Castilla, de Andalucía, de Vasconia, de Crédito Balear y de Galicia).

El banco justifica la retirada porque "en este momento no se dan las circunstancias de mercado que hagan posible su aplicación", según señala en un comunicado. Con ello pone de manifiesto que no es descartable que la rescate en un futuro.

Al margen de esta excepción que constituye el que un banco retire una comisión, la política general de las entidades financieras de los últimos años ha sido subir las comisiones e incluso implantar cargos por servicios que antes no cobraban. De hecho, cada vez es más habitual que bancos y cajas exijan una tasa por sacar dinero en cajeros de otras entidades aunque sean de la misma red de tarjetas.

Por su parte el Banco de España, no tiene que autorizar las comisiones porque hay libertad de tarifas pero si comprobar que aquellas se imponen por servicios efectivamente prestados o gastos incurridos.

Fuente: Cinco Dias

20/01/04

Denuncia a Iberia, Spanair y Air Europa ante la subida del recargo por la emisión de billetes.

La denuncia ha sido formulada por FACUA ante el Ministerio de Sanidad y Consumo. Esta organización denunció en su día el cobro por la gestión de la emisión de billetes por considerarlo una práctica abusiva e ilegal.

Según informa FACUA en una nota de prensa, ha denunciado ante el Instituto Nacional de Consumo del Ministerio de Sanidad y Consumo a las tres principales aerolíneas españolas, Iberia, Spanair, y Air Europa, que han aumentado sus recargos por emisión de billetes, recargos denominados fees.

En el mes de mayo, Facua ya denunció a estas compañías por considerar abusivo e ilegal el cobro de un recargo sobre el billete por la gestión de su emisión, teniendo en cuenta lo indicado sobre cláusulas abusivas en la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. Dicha norma considera como cláusula abusiva la imposición al consumidor de los gastos de documentación y tramitación que correspondan al profesional.

Además, la Federación recuerda que según el artículo 3 del Convenio de Varsovia, que regula el transporte aéreo internacional, el billete es el título de transporte con el que se formaliza el contrato de viaje entre el pasajero y la compañía, de ahí que se señale que la empresa está obligada a expedirlo.

Iberia y Air Europa han introducido en 2005 idénticos incrementos en los cargos de emisión que cobran a sus pasajeros, de modo que se aplica una subida de 3 euros para los vuelos de las rutas domésticas, 5 euros para conexiones hacia destinos europeos y 10 euros en las rutas de largo recorrido. Por su parte, Spanair ha aumentado sus tarifas en menor proporción, con subidas de 2 euros en los viajes y 9 euros en conexiones de largo radio.

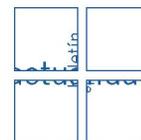
Por otra parte, según FACUA, estas subidas se producen después de que el Servicio de Defensa de la Competencia, dependiente del Ministerio de Economía y Hacienda, abriera en octubre de 2004 un expediente sancionador a las tres compañías aéreas y a la Cúpula Asociativa de Agencias de Viajes Españolas por el cobro a sus clientes de un recargo "idéntico" en concepto de emisión de billetes, de que se encuentran indicios de la existencia de un acuerdo para la fijación de las tarifas.

Fuente: Facua.org

24/01/05

Nuevo Real Decreto regulador del muestreo y análisis de estaño en los alimentos enlatados.

La norma aumentará las garantías de seguridad a los consumidores, puesto que permitirá rechazar lotes de alimentos cuyos contenidos de estaño superen los límites legales. Con el Real Decreto aprobado hoy se incorpora a nuestro ordenamiento jurídico la Directiva Europea 2004/16, de 12 de febrero de 2004.



El Consejo de Ministros aprobó el pasado día 21, a propuesta de la Ministra de Sanidad y Consumo, Elena Salgado, un Real Decreto por el que se fijan **los métodos de toma de muestras y de análisis para el control oficial del contenido máximo de estaño en los alimentos enlatados**. Dicho control oficial, que realizan las autoridades sanitarias españolas (estatales, autonómicas y locales) con toma de muestras y análisis de estaño en determinados grupos de alimentos, ofrece al consumidor mayores garantías de seguridad.

ESTAÑO Y ALIMENTOS

El **estaño** se utiliza para **proteger las latas de la corrosión**, tanto interna como externamente, **y puede pasar al alimento en cantidades muy pequeñas**. El Reglamento 242/2004, de 12 de febrero, que modifica el Reglamento 466/2001 por lo que respecta al estaño inorgánico en los alimentos, recoge los grupos de alimentos susceptibles de contener estaño, así como los límites máximos de estaño que debe contener cada grupo de alimento.

Los **grupos de alimentos** a los que se aplica esta normativa son: alimentos enlatados, bebidas enlatadas y alimentos enlatados para lactantes y niños de corta edad.

Por su parte, el **Real Decreto aprobado hoy** regula los **procedimientos de muestreo y los métodos de análisis** que se aplicarán al estaño en los alimentos que son susceptibles de contenerlo.

PROTECCIÓN PARA EL CIUDADANO

El nuevo Real Decreto ofrece al ciudadano una **mayor protección** frente a los alimentos que se consumen, puesto que se va a controlar el estaño, que antes no estaba regulado, en los alimentos susceptibles de contenerlo, que son los enlatados.

El sistema de muestreo representativo y el uso de los mismos procedimientos en la preparación de la muestra y en los métodos de análisis, aspectos recogidos en el Real Decreto, garantizarán que se están realizando los muestreos y los análisis en las **mejores condiciones técnicas** y que el **método aplicado es el mismo en todos los laboratorios de la Unión Europea**, protegiendo, de esta forma, tanto los intereses de los consumidores como los de los operadores económicos.

De esta forma, la nueva normativa va a garantizar la circulación en el territorio comunitario de alimentos que no contengan estaño en cantidades que puedan afectar a la salud de los consumidores, y se van a poder **rechazar los lotes de alimentos cuyo contenido de este producto supere los límites establecidos**, lo que constituye una novedad en nuestro ordenamiento jurídico. Así, la norma conjuga los **principios comunitarios** de libre circulación de mercancías y defensa de la competencia con la necesaria protección de la salud de los consumidores y las garantías establecidas en los procedimientos de control oficial de los alimentos.

CONTROL DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

La toma de muestras y el método de análisis que se regula en esta disposición van dirigidos al **control oficial** que realizan los órganos competentes de las **Comunidades Autónomas** para el mercado interior y los órganos correspondientes del **Ministerio de Sanidad y Consumo** para el comercio extracomunitario en los **Puntos de Inspección Fronterizos (PIFs)**, siguiendo el procedimiento establecido consistente en levantar acta, tomar tres muestras legales, analizarlas y rechazar o aceptar el producto.

Fuente: MSC

28/01/04

Hoy se celebra el juicio oral por la demanda de 2.000 alumnos contra las academias Opening.

Comienza en Madrid el juicio oral de demanda colectiva por el caso de las academias de inglés Opening que se sigue en el juzgado de primera instancia nº17.

La Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros (Adicae) está personada en el caso y pedirá la extensión de los efectos de la sentencia a los 160.000 alumnos en toda España afectados por el caso.

La demanda, según informa, ADICAE, se interpuso ante Open English Master Spain y Aidea y las entidades financieras implicadas en la concesión de créditos vinculados a los alumnos de las academias de inglés cerradas.

La titular del Juzgado ya ordenó en el auto de medidas cautelares solicitadas en el procedimiento 1018/2002 que las entidades financieras Pastor Serfin, BSCH, Eurocrédito, Financia BBVA, Caja Madrid y Banesto "se abstuvieran de reclamar judicial o extrajudicial los créditos concedidos para la financiación de los cursos contratados por los alumnos de Opening y Aidea".

La decisión judicial respondió a la ampliación de la demanda presentada por Adicae en representación de 600 alumnos afectados por el cierre de Opening.

De momento han sido tres las sentencias judiciales dictadas a favor de los usuarios (juzgados de Zaragoza, A Coruña y la Audiencia Provincial de Cáceres), estableciendo la no obligación de pago de los créditos contratados e incluso la devolución a los estudiantes por parte de los bancos de las cantidades pagadas desde el cierre de las academias,.

Fuente: el Mundo; Adicae

febrero

2/02/05

Correos alerta sobre un posible fraude telefónico en el que se utiliza su nombre.

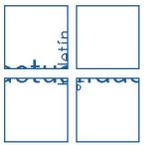
Los presuntos estafadores utilizan como excusa la devolución de un paquete y remiten al usuario a un teléfono de con prefijo 80X de alto coste.

Correos ha detectado la comisión de un nuevo fraude telefónico, tanto en Valladolid como en Salamanca, en el que se utiliza el nombre de la empresa postal de forma fraudulenta por lo que se ha presentado la correspondiente denuncia ante la policía.

El procedimiento utilizado por los autores consiste en realizar una llamada telefónica a nombre de esta empresa postal informando al interlocutor de que tienen un paquete a su nombre y que no lo han podido entregar por figurar una dirección incorrecta. Al mismo tiempo se les comunica un número de teléfono de alto coste para solucionar el problema, donde supuestamente recibirán información sobre donde recoger el paquete en cuestión.

Una vez que el usuario realiza la llamada, esta se alarga de forma innecesaria y finalmente no recibe instrucción alguna sobre como recuperar el paquete inexistente.

Correos aclaró que le empresa postal no utiliza ningún número de teléfono de estas características y que sólo devuelve paquetes que los destinatarios han rehusado o que tras perma-



necer en las dependencias postales el tiempo establecido se reenvían al remitente cuando caduca el plazo de entrega especificado en el aviso.

Fuente: el Día de Valladolid, El Norte de Castilla, Agencia Efe, Europa Press

11/02/05

El INC advierte de que los vehículos de juguete no pueden superar los 4 kilómetros hora.

La publicidad y la presentación de estos vehículos no pueden ser tales que induzcan a pensar que se trata de un juguete.

Según publica Consumer, el Instituto Nacional de Consumo ha señalado que aunque la venta de motocicletas y "quads" para niños esta permitida no se consideran juguetes y no pueden ser vendidos como tales, puesto que un vehículo de juguete "no puede superar los 4 kilómetros por hora".

De acuerdo con la normativa actualmente en vigor, estos vehículos no pueden alcanzar los 50 kilómetros hora, están destinados a mayores de 14 años, no pueden circular por la vía pública sin certificado de homologación, debiendo estar todas estas condiciones especificadas en el momento de la venta.

La publicidad y la presentación de estos vehículos no pueden ser tales que induzcan a pensar que se trata de un juguete.

Así estos artículos serán retirados de la venta cuando se oferten en tiendas de juguetes o estén situados junto a los mismos, sin indicarse claramente que no se trata de un juguete o cuando se incluya publicidad en la que aparezcan niños o que induzca a pensar que se trata de un juguete.

La polémica ha surgido tras la muerte en Lerida de un niño tras sufrir un accidente con un "quad infantil".

Según informa Consumer, bajo la denominación de "quad infantil" se puede encontrar en Internet numerosos modelos que pueden alcanzar una velocidad de 50 kilómetros por hora.

Fuente: Consumer

15/02/05

El Boletín Oficial de Castilla y León publica hoy la convocatoria de Subvenciones en materia de Consumo.

Las subvenciones están destinadas a Organizaciones de Consumidores y Usuarios de Castilla y León y a Entidades Locales de la Comunidad Autónoma.

El BOCYL (Boletín Oficial de Castilla y León) publica hoy la convocatoria de Subvenciones en materia de consumo para el año 2005, a las que se destinarán una partida presupuestaria que casi alcanza los 610.000 euros.

Las subvenciones, cuyo plazo de solicitud finaliza el próximo 17 de marzo, tienen como objeto, financiar determinados gastos necesarios para el desarrollo de su actividad y el equipamiento de las sedes de las Organizaciones de Consumidores y usuarios. En el caso de las entidades locales se persigue hacer efectivos los mecanismos de cooperación y coordinación puestos en marcha a través de la firma de convenios de colaboración entre la Consejería de Sanidad y las mismas.

De esta forma la Administración Regional colabora, un año más, mediante la necesaria ayuda económica, para garantizar la continuidad y consolidación de las organizaciones de consu-

midores, fomentando su funcionamiento y el adecuado desarrollo de su actividad, indispensable como cauce natural de participación activa de los consumidores y usuarios Castellanos y Leoneses en la toma de decisiones y en la defensa de sus derechos y legítimos intereses. Las subvenciones convocadas irán destinadas al mantenimiento y equipamiento de sus sedes, a la creación y funcionamiento de sus gabinetes técnico-jurídicos y el desarrollo de actividades y programas destinados a la protección y asesoramiento al consumidor.

Por otra parte, y en relación a la convocatoria destinada a las entidades locales, se persigue garantizar la cooperación y coordinación entre la Junta de Castilla y León y las Entidades Locales, en aras a conseguir una mejor protección de los derechos de los consumidores y usuarios.

Como novedad, en esta convocatoria se facilitará el acceso al modelo oficial de solicitud y su cumplimentación a través de Internet.

En el portal de Consumo de la página web de la Junta de Castilla y León, www.jcyl.es/consumo los ciudadanos podrán acceder al contenido de la orden, y podrán obtener el modelo oficial de solicitud, el cual podrán incluso cumplimentar electrónicamente, si bien la presentación continuará siendo como en años anteriores a través de los Registros Administrativos correspondientes.

Fuente: Boletín Oficial de Castilla y León

17/02/05

Hoy entra en vigor el Reglamento Comunitario que establece las nuevas indemnizaciones por overbooking.

Las organizaciones de consumidores y usuarios valoran positivamente la nueva regulación pero la consideran insuficiente.

A partir de hoy entra en vigor del nuevo Reglamento Comunitario 261/2004 aprobado por el Parlamento Europeo el 11 de febrero de 2004, que establece normas comunes para las compañías aéreas en materia de indemnización y asistencia a los pasajeros en caso de denegación de embarque, cancelación o gran retraso de un vuelo programado.

Con esta nueva normativa, que deroga la hasta ahora vigente, el Reglamento 295/91, los pasajeros aéreos verán reforzados sus derechos al aumentar las compensaciones en caso de denegación de embarque hasta un máximo de 600 euros y extiende por primera vez las indemnizaciones a los casos de cancelaciones o retrasos de vuelos.

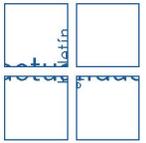
Denegación de embarque.

En los casos de denegación de embarque u "overbooking", practica legal que afecta cada año a una media de 250.000 usuarios en la U.E., el nuevo Reglamento exige a las compañías a negociar primero con pasajeros voluntarios la cesión de su plaza ya confirmada, a cambio de una compensación generalmente de carácter económico.

Sólo si no hay número suficiente de voluntarios para liberar plazas podrá denegarse el embarque a un pasajero contra su voluntad.

En este caso las compensaciones que deberán abonarse a los afectados son muy superiores a las hasta ahora aplicables y que fueron establecidas en el año 1991. El objetivo de esta normativa más dura para las compañías es disuadirlas de la práctica del "overbooking".

En este caso, a partir de hoy, las indemnizaciones serán de 150 € para viajes de menos de 1.500 km, 400 € para viajes intracomunitarios de más de 1.500 km y resto de viajes de entre 1.500 y 3.500 km y de 600 € en el caso de viajes de más de 3.500 km que no sean intracomunitarios.



La norma prevé la posibilidad de reducir al 50% estas indemnizaciones en el caso de que se ofrezca a los pasajeros llegar al destino final en un transporte alternativo con una diferencia en la hora de llegada respecto a la inicialmente prevista, no superior a dos horas en los vuelos de menos de 1.500km, de tres horas en los intracomunitarios de distancia superior a 1.500 km y resto de vuelos de entre 1.500 y 3.000 km y de cuatro horas en los vuelos de más de 3.500 km.

Además de estas indemnizaciones, y como ya ocurría en la anterior normativa, la compañía debe ofrecer a los pasajeros afectados la posibilidad de optar entre cuatro alternativas: la devolución del importe del billete en 7 días, o un vuelo de vuelta al primer punto de partida lo más rápidamente posible, finalizar el viaje ya iniciado en condiciones comparables, o concluir el trayecto final en la fecha que convenga al pasajero, dependiendo de las plazas disponibles.

En caso de overbooking, el transportista aéreo está también obligado a prestar gratuitamente lo que se denomina "derecho de atención" consistente en ofrecer gratuitamente comida y refrescos suficientes en función del tiempo que sea necesario esperar, alojamiento en un hotel en casos en que sea necesario pernoctar una o varias noches o que sea necesaria una estancia adicional a la prevista por el pasajero, así como el transporte entre el aeropuerto y el lugar de alojamientos.

Además se ofrecerán a los pasajeros gratuitamente dos llamadas telefónicas, télex o mensajes de fax, o correos electrónicos.

Cancelaciones.

La nueva legislación a diferencia de la hasta ahora en vigor, reconoce a los pasajeros cuyos vuelos se cancelan por causa imputable a la compañía, el derecho a una compensación basada en los mismos criterios que la prevista para los supuestos de denegación de embarque, (250,400 y 600 euros en función de la distancia), salvo que la aerolínea haya avisado con al menos 15 días de antelación o bien que lo haga con al menos 7 días pero ofreciendo vuelos alternativos con horarios parecidos a los del vuelo anulado.

Así mismo se reconoce, en esos casos, derecho a optar entre el reembolso del precio del billete o un transporte alternativo, además de los derechos de asistencia también previstos para el overbooking.

Retrasos.

Regulados por primera vez en el nuevo reglamento, se establece que si superan las dos horas (para los vuelos de menos de 1.500 km), las tres horas (entre 1.500 y 3.500) y más de cuatro horas en los viajes de más de 3.500 km. El transportista debe hacerse cargo de la comida, refrescos y de las noches de hotel extra. Si el retraso supera las 5 horas, se reconoce a los pasajeros el derecho a que se les devuelva el importe del billete, o retornar al punto de origen y cobrar el importe del billete, concluir el viaje en transporte similar, o posponer el trayecto.

Las autoridades comunitarias consideran muy elevado el número de personas a las que se deniega el embarque contra su voluntad, al igual que el de los afectados por cancelaciones o por retrasos.

Por su parte las Organizaciones de Consumidores y Usuarios, FACUA, OCU Y CECU valoran positivamente el nuevo Reglamento sobre "overbooking", aunque lo consideran insuficiente ya que no termina con esta práctica que, a su juicio, es ilegal.

Fuente: el Mundo, ABC., Diario Oficial de la Unión Europea.(Reglamento 261/2004)

18/02/05

Sanidad comunica la retirada de un lote de la leche "Nieda Plus", destinada a niños alérgicos a la leche de vaca, al detectar que contenía proteínas no hidrolizadas.

La Agencia Española de Seguridad Alimentaria ha retirado el lote a través de la Red de Alerta y recuerda que sólo el 19110 QU está afectado, y no el resto de lotes de la producción.

La Agencia Española de Seguridad Alimentaria (AESA), dependiente del Ministerio de Sanidad y Consumo, ha comunicado la retirada de las farmacias de un lote de la leche "Nieda Plus", de Abbott Laboratorios, una fórmula desarrollada para el **tratamiento dietético de niños con riesgo de alergia a la leche de vaca** que se comercializa en España desde 1981, al haber detectado la presencia accidental de pequeñas cantidades de **proteína no hidrolizada**.

La reciente aparición de algunos casos de **reacción alérgica** en niños con alergia a las proteínas de la leche de vaca ha sido asociada al consumo de este producto. Concretamente, el **lote 19110 QU** de este producto ha sido identificado como causante de dichos problemas, al contener pequeñas cantidades de proteína no hidrolizada.

Hasta el momento, se han constatado **cuatro afectados por reacciones alérgicas de carácter leve y uno con reacción anafiláctica**, aunque todos ellos **han evolucionado favorablemente**. Tras la detección de estos problemas, **la empresa inició la retirada voluntaria del lote afectado**.

INMOVILIZACIÓN DEL LOTE AFECTADO

Además de las medidas ya adoptadas por la empresa, que fueron puestas en conocimiento de la AESA, la Agencia ha difundido a través de la **Red de Alerta** el correspondiente comunicado, a fin de proceder a la **localización e inmovilización** de todas las existencias del lote, desde la fabricación hasta la venta.

No obstante, la AESA advierte a las personas que pudieran tener en su domicilio algún envase de "Nieda Plus" del lote 19110 QU que **no deben utilizarlo**. De acuerdo con la información facilitada por Abbott, pueden devolverlo a su farmacia habitual a efectos de su **sustitución por un envase similar de otro lote seguro**. La empresa ha puesto en funcionamiento un teléfono de contacto (**901 200 102**), a efectos de facilitar estas gestiones.

La Agencia de Seguridad Alimentaria recuerda que **sólo el lote 19110 QU está afectado por esta medida**, no estando afectados los otros lotes de la producción.

Fuente: Ministerio de Sanidad y Consumo

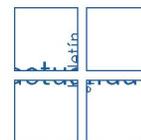
22/02/05

La Agencia Española de Seguridad Alimentaria retira 22 alimentos con el colorante "Sudan I"

La localización y retirada de estos productos se lleva a cabo con la colaboración de las Comunidades Autónomas.

La Agencia Española de Seguridad Alimentaria (AESA) ha retirado 22 productos de alimentación con el colorante rojo "Sudan I" desde mayo de 2003, fecha en que se incluyó en la red de alerta europea.

La última de esas alertas se produjo en el día de ayer, al detectarse una salsa Worcester de guindilla procedente de Italia. Para la localización y retirada de estos productos la agencia cuenta con la colaboración de los importadores y de las comunidades autónomas.



Según informa La Razón la presidenta de la Agencia de Seguridad Alimentaria, María Neira manifestó que "en España esta salsa se usa como mucho a nivel individual para añadir a una carne o algo así, pero no entra a formar parte de los productos".

Las autoridades en materia de seguridad alimentaria del Reino Unido extendieron ayer la recomendación de no consumir, por contener el citado aditivo cancerígeno, a otros 100 productos. Muchos de los alimentos afectados por la medida pertenecen a marcas conocidas entre el público británico, tales como Asda, Marks and Spencer, Morrison, Sainsbury, Somerfield, Makro, Tesaco, Heinz, McDonalds, Schweppes/Coca Cola y Waitrose.

La AESA ya está investigando si alguno de estos alimentos contaminados con el aditivo cancerígeno está comercializándose en España.

23-02-05

El 44% de las reclamaciones tras la compra de un piso se deben a que mide menos de lo pactado.

Los datos fueron aportados por la Asociación de Defensa del Propietario de Vivienda, que considera que la información que se facilita a los usuarios continúa siendo deficiente.

Según informa El Norte de Castilla, un estudio realizado por la **Asociación de Defensa del Propietario de Vivienda (Adeprovi)**, indica que el 44% de las quejas presentadas en el 2004 referidas a viviendas nuevas denunciaban que el piso entregado tenía una superficie menor a la pactada.

Además el 57% de las deficiencias detectadas en los pisos de nueva construcción se referían a humedades producidas por filtraciones a través del suelo, fachadas o cubiertas mal aisladas.

La Asociación de Defensa del Propietario de Vivienda, según informa El Norte de Castilla atendió 4.856 llamadas en el 2004 de compradores de pisos nuevos que exponían su queja respecto a los inmuebles entregados. Un 21% de las quejas se refería a una instalación inapropiada de elementos accesorios no móviles, por ejemplo radiadores o sanitarios, y el 10% denunciaba la imposibilidad de utilizar con normalidad la plaza de garaje adquirida por menor tamaño al esperado o porque las maniobras de aparcamiento eran muy dificultosas cuando no imposibles.

Otro 5% de las quejas se refería a una ubicación de la vivienda en el conjunto del que forma parte en lugar no deseado y un 15 denunciaba una alteración sustancial de la distribución de la vivienda, como la supresión de un dormitorio, o conversión de un espacio cuadrado en otro triangular.

En cuanto a deficiencias además de las humedades el 18% de las quejas estaban motivadas por defectos de los suelos de madera, el 15% por aislamiento deficiente, el 7% por alicatados mal ejecutados y el 3% por otras causas como pintura con defectos, puertas arañadas, etc.

Ante estos datos la Asociación considera que la compraventa de vivienda "sigue estando deficientemente documentada" y destaca que "el aumento de precio de la vivienda no se ha correspondido con un aumento proporcional en la calidad de las mismas, puesto que las quejas van aumentando año a año".

Por ello, la asociación recuerda a los futuros compradores de vivienda sobre plano que tienen reconocidos por ley "importantes derechos" en cuanto a la información que las promo-

toras deben facilitar, y que tengan especificadas las características de los pisos mediante la documentación oportuna. Además instan a los propietarios que tengan problemas a reclamar sus derechos.

Fuente: El Norte de Castilla.

24/02/05

Sentencia del Juzgado de 1ª Instancia nº 6 de Valladolid a favor de los afectados de Opening.

Obliga a Opening y al Banco de Santander a la devolución de las cantidades cobradas indebidamente a los alumnos.

El juzgado de Primera Instancia nº 6 de Valladolid ha dictado Sentencia estimando las pretensiones de los 25 alumnos de la academia de inglés "Opening" calculadas en unos 24.000 euros, ordenando que las abonen el Banco Santander y dicho centro, aunque se encuentre en suspensión de pagos.

La Sentencia además impone las costas del juicio a la entidad financiera.

Durante la vista oral, celebrada el pasado 11 de febrero, los alumnos declararon que desde este centro les limitaron la forma de pago de los cursos a dos opciones, al contado o con un banco determinados previamente, y que la entidad les giró recibos tras cerrar la academia.

El cierre de las academias, en agosto de 2002, afectó en Valladolid a unas 200 personas y cerca de 90.000 en toda España.

La cantidad media que cada estudiante reclamó es de 1.800 euros, cantidades correspondientes al importe del curso y a las que cada estudiante pagó de manera indebida por el incumplimiento del contrato. Los estudiantes además de la devolución del dinero, solicitaron tras el cierre, la resolución del contrato, y la no inclusión o retirada de sus datos en los registros de morosos.

La sentencia, contra la que aún cabe recurso, se refiere a los casos de 25 de los cerca de cien que representa en Valladolid el letrado perteneciente a la coordinadora Nacional de Afectados de opening, y se dirigió contra la academia y el Banco de Santander como demandados.

Por su parte el letrado del Banco de Santander apuntó que se estableció una relación de gratuidad, ya que los alumnos no pagaron intereses y opinó que los demandantes debieron haber instado a la ineficacia de contrato de servicio que hubiera llevado aparejada la de financiación.

Se prevé sobre este mismo caso el desarrollo de otros juicios en los que más de setenta alumnos de Valladolid reclamarán a Eurocrédito, BBVA y Banco Pastor.

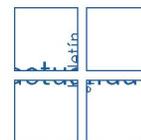
Fuente: Diario de Valladolid

marzo

10/03/05

El Instituto Nacional del Consumo ha tramitado 652 alertas sobre productos inseguros durante el 2004.

La vigilancia fue especialmente rigurosa con los juguetes y con los artículos infantiles que, junto con luminarias y el material eléctrico, fueron los productos más alertados.



El Instituto Nacional del Consumo, dependiente del **Ministerio de Sanidad y Consumo**, ha tramitado durante el año pasado 652 alertas sobre productos no alimenticios, de las que 229 fueron generadas por la Comunidades Autónomas, 420 se recibieron de la Comisión Europea y 3 han sido emitidas por el propio Instituto. La mayoría de estas notificaciones correspondía a un riesgo grave.

Estas cifras suponen un incremento de más del 125% con respecto al año anterior, en el que se generaron un total de 289 alertas.

Los productos sobre los que más han incidido las alertas, según datos facilitados por la Directora General de Consumo y Atención al Ciudadano, Ángeles Heras, han sido los juguetes (23,9%), las luminarias (17,1%) y el material eléctrico (12%) y en cuarto lugar los artículos infantiles (9,8%)

En cuanto a riesgos, el que afectaba a mayor número de artículos era el choque eléctrico (19,88%), seguido del de asfixia (19,4%) y las cortes y heridas (19,4%)

Respecto al origen, la mayoría de los productos alertados en 2004 proceden de países asiáticos (46%) y su origen es desconocido en el 26%. Los productos de origen comunitario notificados representan el 22%.

De un total de 420 alertas comunicadas por la Comisión Europea, 41 fueron notificadas por España, número superado por Alemania con 75 y por Hungría con 54. Sin embargo, nuestro país solo figura como origen del producto en 6 alertas europeas y 28 nacionales.

De las 229 notificaciones generadas por CCAA, la estadística muestra que Madrid ha sido la Comunidad Autónoma que ha emitido más notificaciones (41), seguida de Valencia (33)

Se han recibido de los productores un total de 85 notificaciones, a lo largo de 2004, y los vehículos han sido productos más notificados, representando más del 40%.

Durante el año, el Instituto Nacional del Consumo ha recibido información de la retirada de 195.739 productos correspondientes a alertas generadas en 2004 y en años anteriores.

Fuente: Ministerio de Sanidad y Consumo

La Audiencia Provincial de Alicante declara ilegal la comisión de descubierto en cuenta corriente.

Esta resolución judicial es pionera y considera que la comisión de descubierto no tiene causa, no corresponde a una efectiva prestación de un servicio y, por tanto, su cobro es irregular. La sentencia es de enorme trascendencia, ya que sobre la base de esa fundamentación, aquellos afectados a los que se le haya repercutido esta comisión pueden reclamar su reintegro.

La Audiencia Provincial de Alicante, Sección 6ª, ha condenado al Banco Popular Español, S.A. a reintegrar a una empresa la cantidad íntegra repercutida en concepto de comisión de descubierto (7.795,54 euros), ya que dicha comisión no se corresponde con la prestación de servicio alguno por parte de la entidad bancaria, carece de causa y, por tanto, es contraria a derecho.

Cuando se produce un descubierto en cuenta corriente, las entidades bancarias repercuten intereses por ese descubierto –intereses, por cierto, mucho más elevados que los ordinarios y que en ocasiones bordean el límite de la usura-. En este caso, el banco tenía establecido en el contrato el 29 % nominal anual.

Pero, además de este interés de descubierto, el banco repercutía una comisión por ese descubierto, con el agravante que dicha comisión se calculaba sobre el mayor saldo en descu-

bierto del periodo de liquidación. La Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios, (Ausbanc) considera que esta comisión es contraria a derecho, ya que el "crédito" en descubierto se remunera vía tipo de interés, por lo que repercutir, además, una comisión de descubierto, supone un doble cobro que genera un enriquecimiento injusto para la entidad bancaria.

En este sentido se pronuncia la Audiencia Provincial de Alicante . En el Fundamento de Derecho Cuarto de la Sentencia, se declara:

(...) Como recuerda la Sentencia del Tribunal Supremo de 28 de junio de 2001, la función de los intereses de demora es la indemnizatoria de daños y perjuicios, imputable al incumplimiento o retardo en el cumplimiento de la obligación y viene determinada por el abono de los pactados, y, en su defecto, del interés legal. Y hay que tener en cuenta sin embargo que además de los intereses moratorios se cargaron en la cuenta también ciertas cantidades por comisiones de descubierto.

No cabe considerar justificada la existencia de los servicios que el demandado dice prestados a la demandante, pues como queda dicho las gestiones realizadas para atender la financiación de clientes se remuneran mediante los intereses de demora; y librar determinados apuntes contables se perciben por las comisiones de mantenimiento y administración.

De todo ello debe concluirse que las referidas comisiones, aunque pactadas en el contrato, no describen ningún servicio o gestión concretos realizados por el Banco . (...)"

Esta comisión de descubierto es repercutida por la práctica totalidad de las entidades de crédito, no sólo a las personas jurídicas o empresas, sino también a las personas físicas o consumidores.

Por ello, se trata de una sentencia de enorme trascendencia, ya que permitirá a todos aquellos afectados a los que se le haya repercutido esta comisión, reclamar su inmediato reintegro.

Además, es una sentencia pionera en España, desde el momento que es la primera Audiencia Provincial que se pronuncia al respecto, declarando que la comisión de descubierto no supone la prestación de servicio alguno para el cliente.

Fuente: Ausbanc

22/03/05

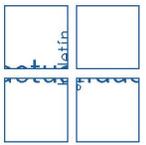
El Servicio de Defensa de la Competencia ve indicios de que algunas compañías aéreas pactaron precios con las Agencias de viajes.

La Federación Española de Agencias de Viajes insiste en que no ha habido ningún tipo de acuerdo.

Según informa Consumer, el Servicio de Defensa de la Competencia (SDC), dependiente del Ministerio de Economía y Hacienda, ve indicios de que Iberia, Spanair y Air Europa acordaron, con la Cúpula Asociativa de Agencias de Viajes Españolas (CAAVE), los precios de emisión de billetes que empezaron a cobrar en enero de 2004.

Un dictamen preliminar de este ente, recoge que las tarifas de las tres aerolíneas por este concepto eran "idénticas" (de 20 a 70 euros, según el vuelo) fruto de las negociaciones que mantuvieron. Este documento se hizo público por la Unión de Consumidores de España, que fue la que interpuso la denuncia ante el SDC en enero del año pasado.

Concluido, hace unos días el plazo para presentar alegaciones al documento, el Servicio tiene ahora hasta el 15 de abril para redactar su informe definitivo. En esa resolución, se decidirá si se eleva el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia (TDC) que, tendría un año para definir su posición.



La Unión de Consumidores de España, considera que la solución definitiva puede retrasarse hasta ocho años pues son posibles los recursos ante la justicia ordinaria.

Por otra parte esta Asociación de Consumidores, según Consumer, tiene previsto promover acciones legales para que las aerolíneas y las agencias de viajes reparen el "daño individual" supuestamente realizado a los consumidores, y les reintegren lo que les ha cobrado "ilegalmente".

Las Agencias de viajes, a través del presidente de la Federación Española de Asociaciones de Agencias de Viajes, han negado la existencia de cualquier pacto, asegurando que las aerolíneas les han impuesto de un nuevo modelo que supone la desaparición de las comisiones de las agencias, y a partir de ahí se han fijado unos precios.

Fuente: Consumer

28/03/05

El Gobierno quiere facilitar la movilidad de las hipotecas regulando los gastos notariales y registrales.

Economía apuesta incluso por eliminar estos costes, en algunos casos.

Según publica Consumer, el Ministerio de Economía y Hacienda, en concreto la Dirección General del Tesoro, trabaja sobre la nueva ley para la reforma del Mercado Hipotecario con la intención de dinamizar más ese sector y hacerlo más transparente.

Puesto que al parecer, uno de los mayores problemas para la movilidad de las hipotecas son los costes registrales y de notaría, cuya cuantía, además, se desconoce en la mayor parte de los casos por la diversidad de los porcentajes a aplicar, el Gobierno se plantea como objetivo aclarar el coste exacto de cada operación, y hacerla más proporcional al trabajo que notarios y registradores realizan, llegando incluso a retirar las tasas en los casos en que no sea absolutamente necesario tener que contar con un fedatario público.

Otros de los objetivos será mejorar la información a los usuarios sobre los tipos de interés y se hará una campaña en favor de la contratación de hipotecas con tipo mixto (fijo-variable), de manera que una subida de tipos de interés no genere graves problemas en las familias endeudadas.

En este sentido, según consumer, se prevé realizar modificaciones jurídicas para potenciar ajustes de hipotecas para poder enfrentarse a cambios en los tipos de interés o en la renta disponible del hogar.

Fuente: Consumer

29/03/05

El billete de autobús interurbano subirá un 0.22% a partir del próximo 1 de abril.

Esta subida se suma a la aprobada en enero para compensar el encarecimiento de combustible.

A partir del próximo viernes 1 de abril el precio del billete de autobús interurbano subirá un 0.22% según publica Consumer en base a la información facilitada por la patronal de empresas de transporte de viajeros por carretera **Asintra**.

Este incremento se sumará al del 2.82% que Fomento autorizó adelantar el pasado 1 de enero para compensar a las empresas del sector por la subida registrada en el precio del combustible en el conjunto del ejercicio 2004.

El aumento del precio del billete de autobús aprobado por Fomento supuso un adelanto de la revisión anual de tarifas que las empresas de autobús aplican cada 1 de abril en función del nuevo sistema de actualización automática de precios diseñado por el sector.

El incremento que el sector aplicará a sus tarifas el próximo 1 de abril será el resultado de restar al porcentaje resultante de la mencionada fórmula de actualización de precios el del 2.82% de subida adelantada a enero.

En concreto, y según datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística (INE), el incremento medio del **Índice de Precios de Consumo (IPC)** en 2004 fue del 3.093% . A este porcentaje es preciso restar la subida del 2.82% que ya se adelantó a enero, lo que arroja el mencionado incremento medio del 0.22% que se aplicará el 1 de abril.

Fuente: Consumer

