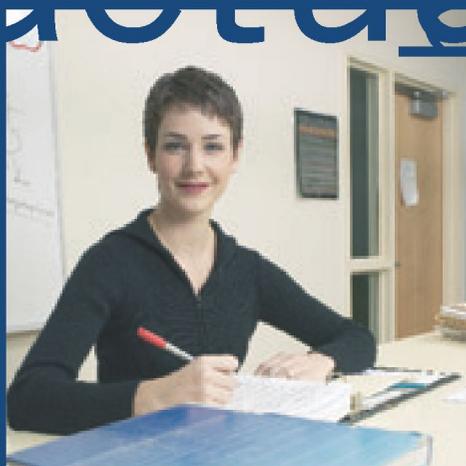


boletín de actualidad de consumo



3/2005

ACTUALIDAD DE CONSUMO
BOLETÍN TRIMESTRAL

ACTUALIDAD DE CONSUMO

BOLETÍN TRIMESTRAL

JULIO - SEPTIEMBRE 2005

ESTUDIO MONOGRÁFICO:

**LOS DERECHOS DE LOS USUARIOS DE LAS
ACADEMIAS DE ENSEÑANZA**

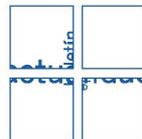
**Crisis de las academias de enseñanza: causa de la
reforma de la normativa sobre crédito al consumo**



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

LOS DERECHOS DE LOS USUARIOS DE LAS ACADEMIAS DE ENSEÑANZA

1.-LA CRISIS DE LAS ACADEMIAS DE ENSEÑANZA: CAUSA DE LA REFORMA DE LA NORMATIVA SOBRE CRÉDITO AL CONSUMO	10
2.-REGULACIÓN AUTÓNOMICA SOBRE DERECHOS DE LOS USUARIOS DE ACADEMIAS DE ENSEÑANZA	17
2.1.-DERECHO A LA INFORMACIÓN	22
2.2.-DERECHO A LA PROTECCIÓN DE LOS LEGÍTIMOS INTERESES ECONÓMICOS	24

2.-SUMARIO DE PUBLICACIONES (*)

AUTOCONTROL DE LA PUBLICIDAD

Nº 99 julio-agosto	36
Nº 100 septiembre	36

DINERO Y DERECHOS

Nº 89 julio-agosto	38
Nº 90 septiembre-octubre	38

DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

Nº 81 mayo-junio	38
Nº 82 julio-agosto	

ESTUDIOS SOBRE CONSUMO

Nº 73	38
-------	----

INFOCONSUMO

Nº 137 julio	39
Nº 139 septiembre	40

OCU COMPRA MAESTRA

Nº 295 julio-agosto	40
Nº 296 septiembre	

OCU SALUD

Nº 60 junio-julio	40
Nº 61 agosto-septiembre	

OTRAS PUBLICACIONES

Organizaciones de Consumidores

Al-Andalus
Adicae

CC.AA.
Consumo Aragón

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

3.-NOVEDADES LEGISLATIVAS

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

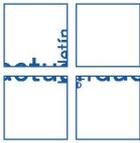
julio	44
agosto	44

4.-RESOLUCIONES JUDICIALES

Juzgados de lo Contencioso Administrativo	50
---	----

5.-ÚLTIMAS NOTICIAS SOBRE CONSUMO

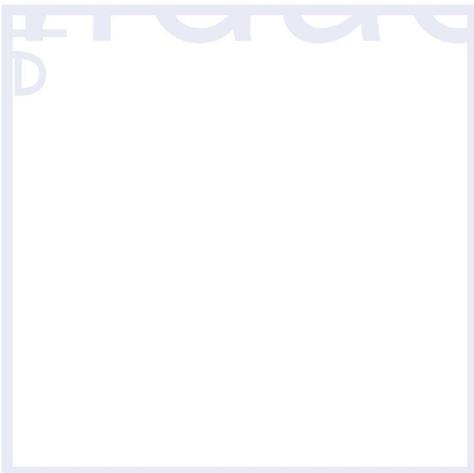
julio	52
agosto	58
septiembre	61



1.-MONOGRÁFICO:

DERECHOS DE LOS USUARIOS DE ACADEMIAS DE ENSEÑANZA

**LA CRISIS DE LAS ACADEMIAS DE ENSEÑANZA:
CAUSA DE LA REFORMA DE LA NORMATIVA SOBRE
EL CRÉDITO AL CONSUMO**



1-LOS DERECHOS DE LOS USUARIOS DE ACADEMIAS DE ENSEÑANZA

LA CRISIS DE LAS ACADEMIAS DE ENSEÑANZA: CAUSA DE LA REFORMA DE LA NORMATIVA SOBRE EL CRÉDITO AL CONSUMO.

El inicio de un nuevo curso escolar suele coincidir con el aumento de la contratación de cursos en academias privadas. La mayor parte de los usuarios de estos cursos buscan apoyar sus estudios académicos, la preparación de oposiciones o bien una formación complementaria que les permita lograr mejoras profesionales.

Sin embargo su contratación, en ocasiones de elevado coste, implica una serie de riesgos, nada despreciables. Todos tenemos presente los todavía recientes casos de quiebra de las academias de idiomas "Opening" que afectaron a un número importante de usuarios en toda España y a las que le siguieron otras como "oxford", "aula magna", "Wall street", "Aidea", "Brighton", o "Cambridge".

La quiebra de "Opening" puso de manifiesto la necesidad de abordar una reforma de la protección de los consumidores en materia de crédito al consumo vinculados a la contratación de contratos de servicios de enseñanza. Y por ello fue precisamente el caso "Opening" el revulsivo en nuestro país de la reforma de la Ley de Crédito al Consumo del año 95, la cual se llevo a cabo mediante la transposición de una Directiva Europea sobre la materia por la Ley 39/2002 de 28 de octubre y la Ley 62/2003 de 30 de diciembre, de medidas fiscales, administrativas y del orden social.

El principal problema que la crisis de las academias de enseñanza puso de manifiesto fue la contratación por parte de los usuarios de créditos encubiertos, por los que tras la situación de quiebra, estos se vieron atrapados en importantes deudas bancarias que desconocían haber concertado.

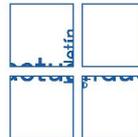
El sistema establecido por Opening y de forma similar por otras academias, para las matrículas que no se pagaban al contado, era la suscripción por el alumno de un contrato de financiación o de crédito en el que intervenía una entidad financiera, que no estaba representada por nadie en el momento de la firma. Al firmar se estipulaba que el centro realizaba una cesión de crédito al estudiante, y que este último se convertía en el deudor de la cantidad pactada con Opening. Es decir la Controvertida técnica de captación de clientes de Opening consistía en lo siguiente. Los alumnos contrataban la financiación de sus matrículas en las propias academias, esto es, suscribían créditos sin contactar físicamente con las entidades bancarias que los concedían. Por lo que muchos de estos estudiantes, cuando se matricularon no eran conscientes de estar firmando un crédito.

Se trataba así de una contratación con petición encubierta de un crédito para financiar los cursos. No se solía dar la debida información sobre el crédito concedido y por el que el alumno se comprometía mediante la suscripción de un contrato.

A continuación analizaremos los mecanismos de protección que nuestro ordenamiento jurídico ofrecía y ofrece tras la reforma operada en la Ley, ante estas situaciones.

Vinculación de los contratos.

La ley de crédito al consumo trata de evitar la indefensión del consumidor cuando el vendedor no cumple con sus obligaciones creando la figura de los **contratos vinculados**, por la que todo contrato de venta de bienes o servicios anulado acarrea la anulación del contrato de financiación asociado.



Tal sería el supuesto de un contrato que contuviese condiciones abusivas o imposibles de cumplir, lo que daría lugar a la nulidad tanto del contrato del curso como del de crédito.

Sin embargo la Ley para poder vincular los contratos, exigía una serie de requisitos que supusieron una posibilidad más teórica que real, cuando se dio la quiebra de las academias de inglés. Así la ley establecía que para que lo que suceda con el contrato de adquisición del curso influya en el de crédito, es necesario que entre el proveedor de los servicios y la financiera prestamista exista un acuerdo de colaboración **en exclusiva** para facilitar la financiación de dichos cursos. Requisito por un lado difícil de probar por el usuario afectado y por otro lado fácil de eludir por el prestador del servicio, simplemente concertando con varias financieras, y así evitar la aplicación de la ley.

A fin de evitar el fraude de ley que suponía la concertación de varios acuerdos por parte de la academia, existen resoluciones judiciales que consideraron la existencia de acuerdo siempre que el consumidor no tuviera la posibilidad real de elegir financiera, pues es la academia la que se la impone, y esto aunque en el contrato con la academia se hiciera referencia a más de una financiera.

Reforma de la Ley:

Las reformas llevadas a cabo en la Ley de Crédito al Consumo, por la Ley 39/2002 y la Ley 62/2003, tratan de paliar este problema añadiendo a la redacción del artículo 15,b un párrafo específicamente dedicado a los contratos de prestación de servicios de tracto sucesivo y prestación continuada, como son los de enseñanza, en el que simplemente se exige la existencia de acuerdo previo sin incluir el término “en exclusiva”.

Responsabilidad de la financiera.

Ya con anterioridad a la reforma, la ley de Crédito al Consumo responsabiliza a la financiera cuando aunque el contrato no sea abusivo o imposible de aplicar, el prestador de servicios lo incumpla. En ese caso el consumidor podría ejercitar frente a la financiera los derechos que le correspondan frente al centro de enseñanza, siempre y cuando existiera la vinculación antes referida entre el contrato de prestación de servicios y el de financiación.

Para que dicha responsabilidad de la financiera tenga lugar, además de los requisitos de los que hemos hablado para el caso anterior, la ley en el artículo 15.1 Apdo. -e exige que el consumidor haya reclamado previamente contra el centro de enseñanza y no haya obtenido la satisfacción a la que tiene derecho. No es necesario que la reclamación sea judicial, puede ser extrajudicial, como por ejemplo, un escrito de reclamación fehacientemente comunicado.

Préstamos encubiertos.

El incumplimiento de las obligaciones de información contenidas no sólo en la ley de Crédito al Consumo sino también en la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios, Ley de Defensa de Consumidores y Usuarios de Castilla y León, y en la normativa de protección de la clientela bancaria, llevó a que los usuarios de las academias descubrieran tras su quiebra que se encontraban endeudados sin saberlo. Pensaban que estaban pagando directamente a la academia con un simple aplazamiento de pago.

En este sentido y para evitar el fraude, la Ley de Crédito al Consumo ya obligaba antes de la reforma, a la formalización de los contratos de financiación por escrito y en tantos ejemplares como partes intervengan.

La penalización que la norma prevé en caso de incumplimiento de este requisito de la forma escrita es la nulidad del contrato.

En el mismo sentido y con carácter más general las normas de protección de los consumidores antes citadas exigen expresamente información veraz, eficaz y suficiente sobre las características

esenciales del producto, entre las que se encuentran los costes por financiación o aplazamiento. Por otra parte en nuestra Comunidad Autónoma el Decreto 13/2005, se ocupa de la protección de los derechos de los usuarios de academias de enseñanza. Dicha norma que sustituyendo la norma anterior adaptó su regulación tras los casos de quiebra de las academias, incide de manera importante, como veremos más adelante, en la obligación de información, especialmente si se prevén formas de financiación.

Contenido informativo del contrato.

El contrato escrito que debe entregarse al consumidor ha de incluir un contenido mínimo obligatorio. Así debe indicar la Tasa Anual Equivalente (T.A.E. o coste total del crédito en porcentaje anual) o bien el interés nominal anual cuando no sea posible indicar dicha tasa. Si en el contrato se omitiera ese dato el consumidor sólo estaría obligado a abonar el interés legal del dinero, en los plazos establecidos.

Por otra parte, el contrato, según la Ley de Crédito al Consumo debe contener una relación del importe, el número y la periodicidad de las fechas de los pagos que deba realizar el usuario para el reembolso del crédito y el pago de los intereses y los demás gastos, así como el importe total de esos pagos, cuando sea posible. La omisión de dicho requisito implica que el consumidor sólo esté obligado a pagar el precio al contado o el nominal del crédito en los plazos convenidos, en el caso de omisión o inexactitud de los plazos, dicho pago no podrá ser exigido al consumidor antes de la finalización del contrato.

No es raro encontrar estas omisiones en contratos ofrecidos por los vendedores por cuenta de las entidades financieras. De hecho en la mayor parte de los casos de los afectados por la quiebra de Opening y otras academias no disponían de esa información en sus contratos, a menudo ni siquiera se les entregó copia del contrato que firmaban, es más ni tan siquiera habían sido conscientes de la firma de contrato de financiación alguno.

En estos y otros aspectos incide la normativa autonómica sobre la materia a cuyo análisis nos referimos a continuación.

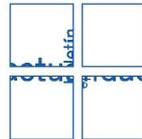
2- REGULACIÓN AUTONÓMICA SOBRE ACADEMIAS DE ENSEÑANZA

DERECHO A LA INFORMACIÓN Y DERECHOS ECONÓMICOS DE LOS USUARIOS DE CENTROS PRIVADOS EN LOS QUE SE IMPARTEN ENSEÑANZAS NO REGLADAS.

En nuestra Comunidad Autónoma los derechos de los usuarios de centros privados de enseñanza se regulan en el Decreto 13/2005, de 3 de febrero.

La citada norma tiene por objeto regular los derechos a la información y a la protección de los intereses económicos de los consumidores y usuarios en sus relaciones con ese tipo de centros. La aprobación de esta nueva normativa que sustituye a la anteriormente vigente se justifica por la necesidad de dar respuesta a las nuevas circunstancias del sector generadas por la evolución de nuevas técnicas de aprendizaje, y sobre todo por el surgimiento de nuevos sistemas de financiación de los servicios prestados que requieren nuevas medidas de garantía de los derechos de los usuarios.

La oferta, promoción, publicidad e información sobre los cursos a impartir, el contrato, la prestación del servicio, la factura o justificante de pago, el sistema de reclamaciones, son las principales cuestiones sobre las que se trata.



De forma más destacada se regula por primera vez y en consonancia con las reformas llevadas a cabo a nivel nacional en materia de crédito al consumo, la información relativa a las formas de pago y de financiación posible con el fin de lograr la mayor transparencia y claridad en el pago, ya sea al contado, a plazos o mediante la financiación de un tercero.

Como indica la propia rúbrica del Decreto son dos de los derechos básicos reconocidos al consumidor por nuestra Ley 11/1998 de 5 de noviembre los que principalmente se tratan de garantizar, el derecho a la información, y el derecho a la protección de los legítimos intereses económicos.

2.1- DERECHO A LA INFORMACIÓN

Son dos las obligaciones básicas que se imponen a los empresarios para salvaguardar el derecho a la información de los usuarios.

- La existencia de un Tablón de Anuncios.
- Facilitar Folletos Informativos a disposición del público.

Tablón de Anuncios.

En todos los centros debe existir un Tablón de Anuncios en la zona más concurrida, en la que se debe exponer como mínimo la siguiente información:

- Nombre, apellidos o razón social y domicilio de la persona física o jurídica titular o responsable del centro, y en su caso, del número de inscripción en el registro correspondiente así como página web y correo electrónico, en caso de disponer de ellos.
- Relación de los cursos que se imparten.
- Si el centro de enseñanza exige el precio total del curso por adelantado, al contado o mediante cualquier fórmula de financiación, por el propio centro o por terceros, deberá indicarlo expresamente.
Así mismo deberá indicarse, en su caso, la existencia de aval o seguro que garantice las cantidades anticipadas.
- Horario de atención al público.
- La existencia o no del derecho de desistimiento y, en su caso, plazo y forma de ejercicio de este derecho.
- En el caso de la adhesión al sistema arbitral de consumo se indicará con la siguiente leyenda “Este centro se encuentra adherido al Sistema Arbitral de Consumo”. Si la adhesión se hubiera realizado de forma condicionada, se indicarán expresamente las limitaciones de la oferta pública de sometimiento.
- Mención de las siguientes leyendas:

“Las partes tienen derecho a exigir la formalización de un contrato en los términos previstos en el artículo 7 del Decreto 13/2005, del 3 de febrero”. “las enseñanzas impartidas por este centro no conducen a la obtención de un título con validez académica oficial”.

“los folletos o documentos informativos sobre los cursos impartidos, precios y modalidades de pago, así como los modelos de contratos utilizados por el centro, en su caso, están a disposición del público en...” (Indicando el lugar concreto)

“el texto concreto del Decreto que regula el derecho a la información y los derechos económicos de los alumnos se encuentra a disposición del público en...” (Indicando el lugar concreto)

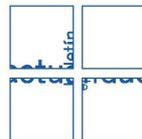
“Existen hojas de reclamaciones a disposición del usuario que lo solicite”

Toda esa información debe figurar de forma permanente, clara, visible y al menos en castellano, colocarse agrupada y separada de cualquier otra información o publicidad existente en el tablón de anuncios.

Folletos Informativos.

El Decreto impone la obligación a los centros de tener a disposición del público, folletos o documentos informativos, desde la fecha en que se anuncien los cursos hasta la conclusión del plazo de inscripción o, si no existiese dicho plazo, hasta su finalización, en los que se especifiquen, al menos en castellano, los siguientes extremos:

- Identificación del centro: denominación y dirección, en su caso, número de inscripción en el registro correspondiente, así como la página web y correo electrónico si disponen de ello.
- Identificación de la persona física o jurídica titular o responsable del centro.
- Prestaciones pedagógicas o características de la enseñanza, haciendo constar que la enseñanza no es oficial.
- Denominación del curso, programa detallado del mismo y duración prevista indicando las fechas de inicio y finalización, así como el número total de horas lectivas de curso.
- Material necesario para el desarrollo del curso.
- Horario en el que se va a impartir.
- En el caso de formación a distancia o no presencial, se informará sobre los materiales informáticos o audiovisuales o de cualquier otra índole que no se facilitaran por el centro y que el alumno precisa para poder seguir el curso y sobre el sistema para contactar con el profesorado a distancia, así como para las gestiones administrativas y de atención al público, con expresión del coste por hora, o minuto de la conexión, el tiempo necesario de comunicación estimado para el seguimiento del curso.
- Número máximo y mínimo de alumnos por clase.
- Plazo de inscripción, si lo hubiera.
- Características del derecho de reserva de plaza, en su caso.
- Indicación de la titulación o cualificación profesional acreditada de los profesores que van a impartir el curso.
- Precio del curso con indicación del precio de los derechos de matrícula o inscripción y material didáctico, si los hubiere y del importe de cada mensualidad o periodo de facturación pactada, así como su fecha de vencimiento o precio total del curso, en su caso.
- Forma de pago.
- Si el centro tiene concertado un seguro o aval para garantizar las cantidades anticipadas, deberá informarse de cual es la compañía aseguradora y del número de póliza correspondiente, o en su caso la entidad financiera avalista.
- Derecho al desistimiento del alumno, en el supuesto, que goce de ese derecho, en cuyo caso dispondrá de un plazo de siete días hábiles, con arreglo al calendario oficial de su domicilio para desistir del contrato, lo cual implicará el reintegro por parte del centro del total de las cantidades abonadas, sin cumplimentar formalidad alguna, salvo la comunicación escrita al centro, y sin que ello suponga penalización distinta del coste directo de devolución de los materiales.
- Causas, formalidades y consecuencias de la resolución de los contratos.
- Si los cursos tienen por objeto la adquisición de conocimientos que pueden servir para obtener determinadas becas o incluirse en bolsas de trabajo, listas de espera o procesos de selección de empresas o entidades, deberán especificarse las condiciones de incorpo-



ración a las mismas, así como la existencia, si lo hubiere, de convenio con la empresa o entidad que selecciona el personal, o que elabora la bolsa de trabajo o la lista de espera.

2.2- DERECHO A LA PROTECCIÓN DE LOS LEGÍTIMOS INTERESES ECONÓMICOS.

Para garantizar este derecho, la regulación autonómica, en consonancia con las reformas llevadas a cabo a nivel estatal, incide especialmente en el establecimiento de medidas que garanticen el conocimiento claro por parte del consumidor de las condiciones y forma de financiación del curso que contrata.

Se trata así de evitar nuevos casos de fraude como el de las academias “opening” y otros que se destaparon a continuación, en los cuales los alumnos se comprometían al pago de créditos que ni siquiera eran conscientes de haber contratado.

Contrato

Obligación de suscribir un contrato:

Todo centro debe suscribir con el alumno, antes del comienzo de los cursos o clases, un contrato de enseñanza en el que además de identificar a las partes, se especifiquen los derechos y obligaciones que se deriven para cada uno de los contratantes.

El contrato se extenderá por duplicado, entregándose un duplicado al alumno o representante legal, quedando el otro archivado en el centro, con la obligación de conservarlo a disposición de las autoridades competentes en materia de consumo, al menos durante tres años a contar desde la extinción del contrato.

Contenido del contrato, requisitos:

El contenido y las condiciones del contrato debe ajustarse a lo dispuesto en la Ley 11/1998 de 5 de diciembre, para la Defensa de los Consumidores y Usuarios de Castilla y León.

En todo caso deben cumplir los siguientes requisitos:

- Concreción, claridad y sencillez en la redacción, con posibilidad de comprensión directa, sin reenvíos a textos o documentos que no se faciliten previa o simultáneamente a la conclusión del contrato y a los que en todo caso, deberán hacerse referencia expresa en el documento contractual.
- Buena fe y justo equilibrio entre las obligaciones de las partes, con exclusión en todo caso de cláusulas abusivas.

Exigibilidad del contenido del folleto:

Junto al contrato se debe entregar el folleto o documento informativo al que hicimos referencia anteriormente. El contenido de este folleto o documento será exigible por los usuarios aunque no figure expresamente en el contrato celebrado, conforme al art. 7 de la Ley para la Defensa de los Consumidores y Usuarios de Castilla y León.

Contrato de financiación.

Si se concierta un crédito, préstamo o cualquier medio equivalente de financiación y se formaliza en documento distinto del contrato de enseñanza, el centro está obligado a entregar un ejemplar del contrato de financiación al alumno o representante legal.

FORMA DE PAGO.

Obligación de indicación expresa.

En el caso de que se pacte el **pago anticipado** de la totalidad del precio, o de alguna cuantía, deberá indicarse expresamente esta circunstancia.

Asimismo deberá indicarse si se exige el pago al contado o se prevé el **pago aplazado** y en este último caso, si existe o no financiación.

En el caso de aplazamiento de pago, deberá indicarse:

- El importe de las cuotas en que se divide el precio total
- Fechas de sus vencimientos
- Número de aquellas.

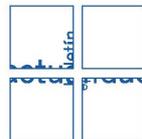
Información sobre la fórmula de financiación.

Cuando se haya previsto una fórmula de financiación, con el propio centro o con un tercero, se debe dar una información clara, precisa e inequívoca sobre la naturaleza, modalidad y condiciones de financiación, en particular sobre:

- Razón y domicilio social de la entidad financiera o prestamista.
- En los casos en que expresamente se ofrezca la posibilidad de abonar el importe del curso a través de un crédito, se informará al usuario sobre la aplicación de la Ley 7/1995, de 23 de marzo, de Crédito al Consumo. Esta información se resaltará de manera especial sobre el resto del texto informativo para facilitar al máximo su lectura.
- Importe del desembolso inicial cuando exista, la parte que se aplaza y la parte financiada.
- Cuando se trate de operaciones con interés fijo o variable, una relación del importe, el número y la periodicidad o las fechas de los pagos que debe realizar el alumno para el reembolso de los plazos o del crédito y el pago de los intereses, y los demás gastos, así como el importe total de estos pagos cuando sea posible.
- El **tipo de interés nominal**. En el supuesto de operaciones concertadas a interés variable se establecerá la fórmula para su determinación y siempre en relación con un índice de referencia objetivo.
- La indicación de la **tasa anual equivalente**, mediante un ejemplo representativo, y de las condiciones en que ese porcentaje podrá, en su caso, modificarse.
- El nombre, razón social y domicilio del cesionario, cuando se pacte la cesión de los derechos del crédito del prestador frente al prestatario y las condiciones de la cesión. En su caso, si el centro se reserva la facultad de ceder el crédito a un tercero, deberá advertirse al usuario de que es preciso su consentimiento para tal cesión, así como del derecho a conocerle cesionario cuando se produzca cesión.

Oferta vinculante-obligación de entrega.

Siempre que el consumidor lo solicite y tal y como preceptúa el artículo 16 de la Ley de Crédito al Consumo, el Centro está obligado a entregar, antes de la celebración del contrato, un documento con todas las condiciones del crédito, como oferta vinculante, que deberá mantener durante un plazo mínimo de 10 días hábiles desde su entrega, salvo que medien circunstancias extraordinarias o no imputables a él.



FACTURA O JUSTIFICANTE DE PAGO.

El centro está obligado a extender a favor de los alumnos, factura, recibo o justificante por cada uno de los pagos efectuados por aquellos en los que en todo caso figurarán:

- Número de factura o justificante de pago.
- Razón y domicilio social y número o código de identificación fiscal del expedidor de la factura o justificante.
- Nombre y apellidos del alumno.
- Denominación del curso.
- Periodo de liquidación al que se refiere.
- Importe total desglosado por conceptos; IVA incluido, en su caso.
- Lugar de emisión.

Finalmente y al margen de la regulación básica contenida en el Decreto y que afecta a estos dos derechos se regulan otros aspectos referidos a la garantía de la calidad del servicio, al registro de alumnos, su seguimiento y la expedición de diplomas.

PRESTACIÓN DEL SERVICIO.

Con el fin de garantizar la calidad del servicio prestado, el centro será responsable del cumplimiento de lo ofertado en la publicidad, y en particular, de que se cumpla lo referente al profesorado, medios materiales y equipamiento, programación y horarios, número máximo de alumnos que reciban clase simultáneamente y homogeneidad de los grupos o niveles.

SEGUIMIENTO DE LOS ALUMNOS Y EXPEDICIÓN DE DIPLOMAS.

Si los alumnos lo piden, los centros están obligados a expedir **boletines o certificaciones** sobre el rendimiento escolar, que deberá contener el grado de aprovechamiento del curso y sobre la asistencia.

Diploma o certificado.

En el supuesto de que se expida diploma o certificado, este se realizará únicamente cuando se haya terminado el curso y figurará como mínimo la siguiente información:

- Denominación del centro y domicilio
- Denominación y contenido del curso, número de horas lectivas y, en su caso, de horas prácticas.
- Identificación del alumno a favor del que se expide.
- Lugar y fecha de expedición, certificación o acreditación de la asistencia o aptitud del alumno.

REGISTRO DE ALUMNOS.

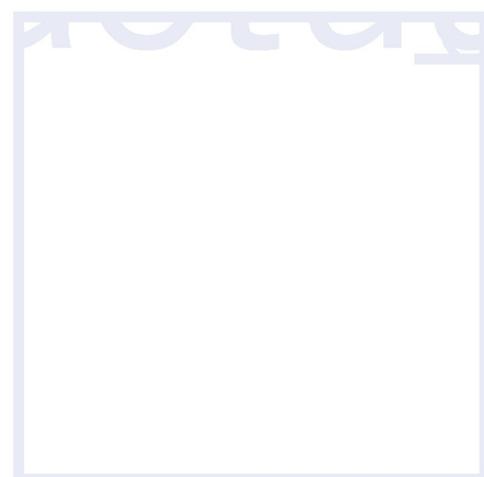
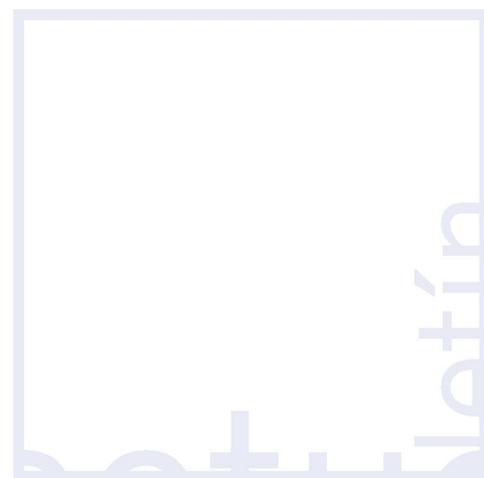
El centro debe conservar a disposición de las autoridades competentes y durante tres años a contar desde la finalización del curso un registro de alumnos matriculados en el que deberá constar:

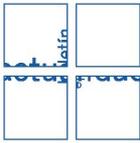
- La denominación del curso
- Nombre y apellidos del alumno
- Fecha de inscripción
- Fecha de la firma del contrato y fecha en su caso de expedición del certificado o título.

Siempre cumpliendo la normativa en materia de datos de carácter personal contenido en la ley orgánica 15/1999 de 13 de diciembre.

RECLAMACIONES.

Todos los centros privados en los que se imparten enseñanzas no regladas, tendrán a disposición de los usuarios “Hojas de Reclamaciones” de acuerdo con lo previsto en el Decreto 109/2004 de 14 de octubre por el que se regulan las hojas de reclamaciones de los Consumidores y Usuarios.





2.-SUMARIO DE PUBLICACIONES

- **AUTOCONTROL DE LA PUBLICIDAD**
- **DINERO Y DERECHOS**
- **DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO**
- **ESTUDIOS SOBRE CONSUMO**
- **INFOCONSUMO**
- **OCU COMPRA MAESTRA**
- **OCU SALUD**
- **OTRAS PUBLICACIONES**

AUTOCONTROL DE LA PUBLICIDAD

Nº 99 / JULIO - AGOSTO 2005

Noticias

- Nuevo código de Autorregulación de la Publicidad de alimentos dirigido a menores de FIAB: Autocontrol encargada de su aplicación
- Sentencia del TJCEE sobre publicidad engañosa
- La Audiencia confirma la sentencia que consideraba ilícita una publicidad de Allied Domecq
- Anulada resolución de la Agencia Antidroga de Madrid que condenaba a Hiper Usera por publicidad de cerveza
- Corporación Dermoestética condenada por publicidad engañosa
- Proyecto de ley regulador de la publicidad del tabaco
- Aprobación de la Ley sobre la promoción y defensa de la calidad alimentaria de Galicia
- Aprobación de la Ley de Ordenación de la actividad comercial de La Rioja
- Autocontrol celebró el Seminario la publicidad de los productos alimenticios
- Novedades editoriales .

Colaboraciones

- Nociones básicas sobre la regulación jurídica de la publicidad de medicamentos de uso humano

Resoluciones del Jurado

- Laboratorios Cinfa, S.A, "Incentivos"
- Corporación Dermoestética, "Corporación Dermoestética"
- Laboratorios Francisco Durbán, S.A., "Incentivos"
- Química Farmacéutica Bayer, S.A., "Hospitalidad"
- Laboratorios Boi, S.A., "Ibercal - D"

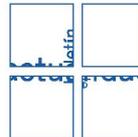
Mediaciones

- Asociación de Usuarios de la Comunicación - Catalysis, S.L, "Catalysis"
- Particular - Uni2 Telecomunicaciones, S.A., "Uni-2"
- Sociedad Española de Radiodifusión - Sociedad Radio Autonomía Valenciana, S.A., "Radio Autonomía Valenciana"

Nº100 / SEPTIEMBRE 2005

Noticias

- CONFIANZA ONLINE obtiene el Distintivo Público de Confianza otorgado por el Gobierno
- Anteproyecto de Ley del medicamento: nuevo control previo a la publicidad con alegaciones salud
- AUTOCONTROL Y FIAB organizan el Seminario: "La autorregulación de la publicidad de alimentos y bebidas dirigida a menores: Código PAOS"
- ADESE encarga a Autocontrol la aplicación de su nuevo Código de Buenas Prácticas
- Una sentencia del TJCEE considera ilícito el uso del término "bio" para productos no ecológicos
- Nuevo Código de Farmaindustria
- El TS se pronuncia a favor de Nike por el uso de su marca en España
- BVP presenta el Código "Internet como soporte publicitario"



- 100 Números de la Revista de AUTOCONTROL
- Confianza Online: El número de empresas que incorporan el sello de "confianza on-line" en sus Webs sigue creciendo

Colaboraciones

- Código de autorregulación de la publicidad de alimentos dirigida a menores, prevención de la obesidad y salud (Código PAOS)

Resoluciones del Jurado

- Campofrío Alimentación, "Centros de jamón, pavo y pollo"
- Johnson & Johnson, "Clean & clear"
- A.D.E.F. FADESA Expert, "Escaparate de electrodomésticos"
- Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona, "La Caixa"
- Nissan Motor España, "Nissan Pathfinder"
- Laboratorios Fernández y Canivell, S.A., "Isogumil de Ceregumil"
- Multalia España Servicios Jurídicos, "Multalia"
- Inmobiliaria Osuna, "Edificio Las Hilanderas"

Mediaciones

- Asociación de Usuarios de la Comunicación - Salus Floradix España, "Salus Floradix"
- Asociación de Usuarios de la Comunicación - The Body Clinic, "Beauty builders"
- Mataró. Ayuntamiento. Servei d'Atenció al Consumidor - Compañía Internacional para la Financiación de la Distribución, "Venca"

DINERO Y DERECHOS

Nº 89 / JULIO - AGOSTO 2005

4.-Casos Vividos. 6.-Sus derechos no se van de vacaciones. 12.-Gastos en la comunidad de propietarios. 15.-Impuestos y tasas del ayuntamiento. 20.-Invertir: póngase a prueba. 22.-Seguros sanitarios. 26.-Protección de datos personales. 29.-Cosas de niños que acaban mal. 32.-Ofertas que no lo son tanto. 34.-Hilo Directo. 36.-Justicia. 38.-Breves. 39.-Reclamar vale la pena.

Nº 90 / SEPTIEMBRE - OCTUBRE 2005

4.-Casos Vividos. 13.-Responsabilidad civil familiar. 16.-Satisfechos con nuestras tarjetas. 19.-Hilo Directo. 23.-Inversión inmobiliaria. 26.-Impuestos los justos. 28.-Herencia y donación de vivienda. 32.-Necesito un empleado de hogar. 35.-Justicia. 37.-Miscelánea. 39.-Índice.

DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

Nº 81 MAYO / JUNIO 2005

5. El Sistema alimentario español desde la perspectiva de los sectores productivos (I) 9.-El sistema de producción de carnes. 30.-La cadena de producción de leche y productos lácteos. 35.-La cadena de producción de aceites y grasas. 41.-La cadena de producción de arroz. 44.-La cadena de producción de azúcar. 46.-La cadena de producción de vinos. 53.-La cadena de producción de pan, pastas y bollos. 59.-Aumenta la oferta de carnes frescas con Indicación Geográfica Protegida y otras denominaciones de calidad diferenciada. 72.-Barómetro del Clima de Confianza Agroalimentaria. 80.-Aguas Envasadas. 88.-Distribución de droguería y perfumería. 94.-Responsabilidad administrativa de la empresa alimentaria. 100.-Novedades legislativas. 103.-Notas de prensa /noticias. 110.-Cine, sociedad, comercio y consumo. "anoche soñe que volvía a Maderley". 117.-Mercados y Literaturas. Entre merluzas y princesas.

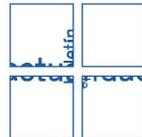
Nº 82 JULIO / AGOSTO 2005

5.-El sistema alimentario español desde la perspectiva de los sectores productivos (y II) 5.-la cadena de producción de pescado fresco y transformado. 15.-la cadena de producción de frutas y hortalizas frescas. 26.-El sistema de producción de frutas y hortalizas transformadas. 41.-Consumo de frutas frescas en España-principales características. 57.-Características básicas del consumo de frutas frescas por variedades. 65.-Análisis de las principales variedades de frutas-Evolución y tendencias en los mercados de frutas y hortalizas (I). 65.-El protagonista de la red de Mercas en el comercio de frutas y hortalizas Análisis de mercado. Cambios y tendencias. 146.-Hábitos de consumo de frutas. 151.-Novedades legislativas. 154.-Notas de prensa/noticias. 171.-Discreción.

ESTUDIOS SOBRE CONSUMO

Nº 73 / 2005

ESTUDIOS 9.-Las relaciones del televidente español con el medio televisivo: un análisis de dependencia. 21.-Ciclomotores y seguro. Daños personales causados por ciclomotores y seguro obligatorio. 39- Notas apresuradas y resumidas sobre Kioto. DOCUMENTACIÓN informes. 55.- La protección del consumidor como principio general del derecho. 69.-La protección de los consumido-



res y usuarios en la Constitución Europea. Legislación. 93.-Real Decreto 424/2005, de 15 de abril, por el que se aprueba el Reglamento sobre las condiciones para la prestación de servicios de comunicaciones electrónicas, el servicio universal y la protección de los usuarios. Jurisprudencia 149.-Derecho privado 159.-Derecho público 171.-Derecho Comunitario 177.-Relación de Legislación

INFO CONSUMO BBS

Nº 137 / JULIO 2005

1.-Editorial: La deuda hipotecaria de las familias españolas alcanza un nuevo récord. **2-4.-Noticias:** La Banca pretende cobrar comisiones por recibir transferencias. Aumenta el comercio electrónico un 20%. Se puede denunciar el “phishing” por e-mail. Mensajes sms anuncian premios inexistentes. Las palomitas de los cines, poco saludables. La mitad de los accidentes mortales podrían evitarse con sillas para niños. Hay piscinas que no se adaptan al Reglamento. Desaconsejadas las lámparas de bronceado artificial en los menores de veinte años. Expedientes a Bancos y Cajas. Denuncian a Tele2 por cobrar las bajas de internet. Afectadas 53.000 tarjetas en España por el Fraude de cardsystems. Los seguros del hogar. La mayoría de los tratamientos estéticos se hacen sin consulta médica. **5-7.-Educación del Consumidor 8.-BBS**

Nº139 / SEPTIEMBRE 2005

1.-Editorial: Las compañías aéreas inseguras. **2-4.-Noticias:** Intentan acuerdo con los afectados por el VIOXX. 2.000 muertes por accidentes domésticos. Subida del 6% en la vuelta al colegio. Coca-cola retira sus productos en algunas escuelas. Bajan las ventas de los pollos, por la intoxicación. Las comisiones de los bancos. Las operadoras de móviles deberían cobrar por segundos. Un virus informático ataca a los móviles. El 46% de los españoles comprueban la etiqueta Nuevo intento de fraude a los clientes del BBVA. Los Fabricantes deben recoger los viejos electrodomésticos. El 60% de las compras de los españoles se financian con créditos. Aumentan las reclamaciones en verano un 130%. **5-7.-Educación del consumidor:** Agenda Europa: Jóvenes Consumidores (2) **8.-Centro Documental:** Diario Oficial de las Comunidades Europeas

COMPRA MAESTRA

Nº 295 / JULIO - AGOSTO 2005

4.-Al Oído. 7.-www.ocu.org. 8.-Conecta. 10.-Lechugas y hortalizas de hoja para ensalada.14.-Lavadoras de 800 y 900 rpm.19.-Pruebas de colisión. 26.-Pescado: una guía para comprar bien. 34.-Impresoras de inyección. 38.-Sartenes antiadherentes. 41.-Detergentes 3 en 1 para lavavajillas. 44.-Marcos de ventana. 48.-Interesa saber. 50.-Línea Abierta. 53.-Índice.

Nº 296 / SEPTIEMBRE 2005

4.-AL Oído 7.-www.ocu.org 8.-Conecta 10.-Vacaciones en la montaña. 12.-Alimentos y etiquetado nutricional. 16.-Microcadenas de música. 24.-Puesta al día de los móviles. 33.-Comparamos tres sistemas operativos. 36.-Domótica. 40.-A cada tarea su lijadora. 43.-Pintura plástica. 48.-Interesa saber. 50.- Línea abierta. 53.-Índice

OCU SALUD

Nº 60 / JUNIO-JULIO 2005

8.-Métodos Anticonceptivos 12.-El Consumo de Tabaco. 15.-Precios de las actividades deportivas municipales. 20.-Palomitas en los cines. 23.-Personas mayores y calor. 24.-Obsesiones y Compulsiones. 28.-Alteradores endocrinos. 32.-Intoxicación histamínica. 34.-Infecciones hospitalarias.

Nº 61 / AGOSTO - SEPTIEMBRE 2005

9.-Salud de dientes y encías. 14.-Análisis de alimentos con fibra. 18.-la hipertensión. 22.-El mareo. 26.-Pérdida de la visión central. 30.-Terapias para la mente, alivio para el cuerpo.34.-Los ayuntamientos y la basura orgánica.

OTRAS PUBLICACIONES

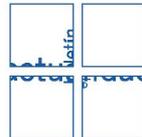
ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES

-Al Andalus-Federación Andaluza de Consumidores y Amas de Casa
29/ Junio - Julio 2005

3.- Editorial. Los consumidores deben estar en el Consejo Audiovisual de Andalucía. 4-6.-Al Andalus Noticias. Al-Andalus defiende las alegaciones del Consejo de Consumidores de Andalucía al PORN y el PRUG del Parque "Sierra de Grazalema". Jornadas sobre agricultura y pesca. Al-Andalus celebra su XXV aniversario. Participación en las Jornadas sobre Calidad de Bienes y Servicios. 6-7.-Al Andalus Informa.-Entra, estás en tu derecho. Cuidado con los puntos negros. Distintivos en los establecimientos hoteleros. Tríptico informativo sobre tarificación adicional. 8-9.- Al Andalus Denuncia. Pishing, robos en internet. Juguete de contenido bélico. Cuando calor es igual a apagón otra vez. 10-11.-Telefonía Más protección y derechos para los usuarios de telefonía. 12-13.-Vivienda Instrucciones de uso de las instalaciones de la vivienda VII. 14-15.- Alimentación. Comer en verano. 16.- En tres colores. 17.-Buzón de Consultas. Planes de pensiones y planes de jubilación. Cortes de suministro eléctrico. El libro del edificio. 18-20 Estudio Amueblar una vivienda de 70 m2 cuesta más de 14.400 euros de media. 22-26.- Verano. Cuando calienta el sol...cuidado. De vacaciones en coche. Por un verano de calidad. Evitar el calor extremo es vital. 27-29.-Provincias. 30-31.-Salud. Los productos milagro. 34.-Noticias de ASPEC y ODECU, ASPEC: Campaña para evitar el consumo inadecuado de aceites comestibles. ODECU: Exigen la destrucción y prohibición de venta de jurel en mal estado. 35.-Nuestras publicaciones Los alimentos funcionales.

ADICAE-Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros.
Número 70-Verano 2005

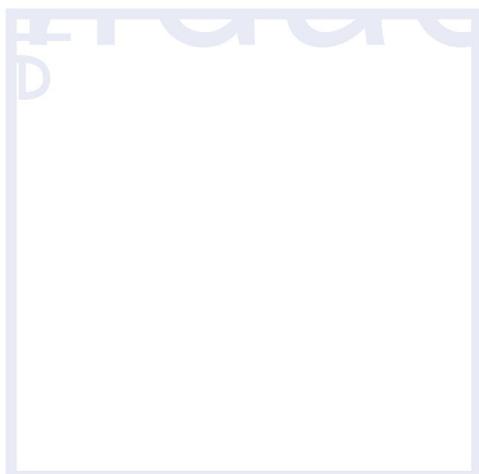
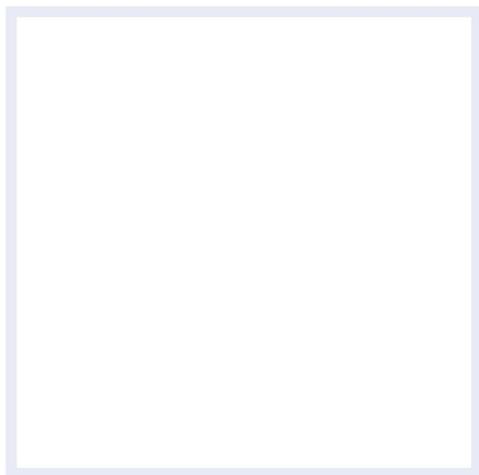
3.-Carta al director: algo se mueve en la política de consumo. 4.-En portada: Arbitraje de consumo: un impulso necesario. 9.-Sobreendeudamiento: Los consumidores españoles pendientes de una ley de sobreendeudamiento. 12.-Seguros ¿qué ocurre si mi Aseguradora suspende pagos? 15.- Punto de vista: Ausbanc y su inútil estrategia de calamar. Sociedad de propietarios o el escándalo de un mundo desencantado. 17.-Paraísos Fiscales: Un fraude social rentable para los bancos españoles. 21.-Cláusulas abusivas: Irregularidades en contratos de cuentas corrientes y libretas. 24.-El ojo crítico: Noticias sobre el mundo financiero que afectan a los usuarios. 27.-Libros y revistas: selección de bibliografía comentada.

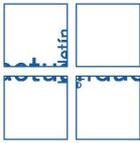


COMUNIDADES AUTÓNOMAS CONSUMO - ARAGÓN

nº28-julio 2005

6.-En portada: Alojamientos turísticos. 10.-Ante la sequía: consumo eficiente de agua. 14.-Consejo Aragonés de Consumo. 16.-Verano y Salud. 19.-Control de Mercado: retirada de biberones. 22.-Reclamaciones Transfronterizas. 24.-Opinión: Consumo y Comercio.25.-Aulas de Consumo: Cosméticos, Bronceadores y Gafas de Sol. 28.-Educación: COMARCTIVA. 31.-OMIC: Mancomunidad Ribera Izquierda.





3.-NOVEDADES LEGISLATIVAS

JULIO-AGOSTO-SEPTIEMBRE

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

LEGISLACIÓN

JULIO

LEGISLACIÓN ESTATAL

REAL DECRETO 894/2005, de 22 de julio por el que se regula el Consejo de Consumidores y Usuarios.

REAL DECRETO 942/2005, de 29 de julio, por el que se modifican determinadas disposiciones en materia de hidrocarburos.

LEGISLACIÓN OTRAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS

NAVARRA

LEY 9/2005, de 6 de julio del Taxi (BOE n ° 192 de 12 de julio de 2005)

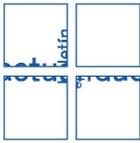
AGOSTO

NORMATIVA COMUNITARIA

DECISIÓN de la Comisión, de 18 de agosto de 2005, por la que se modifica la Directiva 2002/95/CE del Parlamento Europeo y del Consejo con objeto de establecer los valores máximos de concentración de determinadas sustancias peligrosas en aparatos eléctricos y electrónicos.

REGLAMENTO (CE) 1336/2005 de la Comisión, de 12 de agosto de 2005, por el que se modifica el anexo III del Reglamento (CEE) 2092/91 del Consejo sobre la producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios.

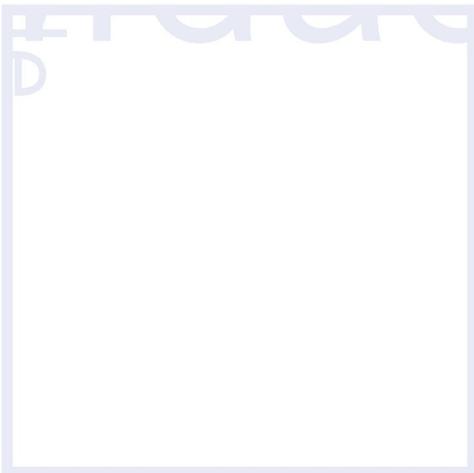
REGLAMENTO (CE) 1318/2005 de la Comisión, de 11 de agosto de 2005, por el que se modifica el anexo II del Reglamento (CEE) 2092/91 del Consejo, sobre la producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios.



4.-RESOLUCIONES JUDICIALES:

ÚLTIMAS NOVEDADES

- JUZGADOS DE LO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO



RESOLUCIONES JUDICIALES

JUZGADOS DE LO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO

ALBACETE

Sentencia nº97/04 de 12 de mayo de 2004. Juzgado de lo Contencioso Administrativo nº 1

BANCA: Cláusulas abusivas. Desestima la demanda formulada por la entidad bancaria sancionada, Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Huelva, confirmando la sanción al considerar abusivas las siguientes cláusulas: cláusula obrante en el contrato de préstamo hipotecario por la que el deudor renuncia a la notificación de la cesión y cláusula relativa a la compensación de créditos, no negociada individualmente.

MADRID

Sentencia nº5/04 de 19 de enero de 2004. Juzgado de lo Contencioso Administrativo nº12

Comercio: desestima el recurso interpuesto por la entidad mercantil sancionada "LEROY MERLIN". La sentencia confirma la sanción impuesta por falta de la mercancía ofertada a través de folletos. Desestimando la alegaciones efectuadas por la empresa sobre el modo de operar cuando falta mercancía en oferta, (ofrecimiento de otro producto similar, ir a otro establecimiento de la cadena, formalizar hoja de pedido, etc), pues la infracción imputada es simplemente la falta de presencia de la mercancía, sin que la empresa haya justificado que la empresa demandante se la hubiese procurado en una cantidad razonable. La buena disposición de la demandante podría exonerar de responsabilidad en caso de haberse agotado la mercancía, pero no en caso de no haberse llegado a disponer de ella. Se desestiman también otras alegaciones sobre defectos en el procedimiento, como caducidad y otros.

MADRID

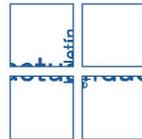
Sentencia nº254/2003, de 4 de diciembre de 2003. Juzgado de lo Contencioso Administrativo nº 27

Vivienda: la empresa constructora sancionada "MERCAR 98 S.L." recurre la desestimación parcial en vía administrativa, del recurso contra la resolución sancionadora de la D.G. de consumo de la Comunidad de Madrid. Las infracciones sancionadas y recurridas giran en torno a incumplimientos a la legislación protectora de consumidores y usuarios en el marco de compraventa de viviendas. La primera de ellas se refiere a la no inserción literal de determinados preceptos del código civil (sanción calificada como leve y mantenida en alza); la segunda se refiere a la inserción de cláusulas abusivas. El recurso de alza es estimatorio parcial en cuanto no considera abusiva una de las cláusulas utilizadas, reputando como abusivas el resto, y reduciendo la sanción.

La sentencia confirma la sanción por no incluir en el contrato de compraventa la transcripción literal de los artículos 1279 y 1280 del código civil.

Confirma también la existencia de cláusulas abusivas en las condiciones generales de la contratación, una vez que desestima la alegación de la constructora de que no existen tales condiciones generales.

Considera la sentencia abusiva: la reserva a favor del vendedor de introducir modificaciones unilaterales en el proyecto cuando así lo determine el arquitecto o venga impuestas por normativa legal, técnica o jurídica. También considera abusiva la indeterminación en la fecha de entrega, además de no dejar claro el derecho a la elección del notario.



MADRID

Sentencia nº 224/03 de 18 de noviembre de 2003. Juzgado de lo Contencioso Administrativo nº 1.

Procedimiento: Declara ajustada a derecho la resolución impugnada desestimando el recurso interpuesto por la empresa sancionada "CAMPSARED", recurso fundado en la inadecuada in admisión por extemporaneidad del recurso de alzada.

La sentencia analiza la interpretación del art. 48.2 de la Ley 30/92 en el que se establece que el computo de los plazos fijados en meses o años, se inicia a partir del día siguiente al de la notificación o publicación del correspondiente acto, concluyendo el plazo el mismo día ordinal de la notificación. Cita en la sentencia la interpretación reiterada del T.S. en este sentido que establece "en los plazos señalados por meses, y aunque el cómputo de fecha a fecha se inicie al día siguiente al de la notificación o publicación, el día final de dichos plazos será siempre el correspondiente al mismo número ordinal del día de la notificación o publicación del mes o año que corresponda.

SALAMANCA

Sentencia nº 228 de 21 de mayo de 2004. Juzgado de lo Contencioso Administrativo.

Prestación de Servicios: El juzgado desestima el recurso contencioso administrativo interpuesto por la empresa sancionada "SIRESA SALMANTINA S.A."

En primer lugar la sentencia desestima la alegación basada en la caducidad del procedimiento, por cuanto el criterio que mantiene la parte actora para el cómputo de los plazos en el procedimiento sancionador, no se ajusta a la normativa reguladora.

El Decreto 189/1994, de 25 de agosto en su artículo 14, establece que la duración de los procedimientos sancionadores será de seis meses contados desde la iniciación del mismo, no puede sostenerse que el acto de iniciación se produzca con la fecha de presentación de la denuncia, ya que tal acto es previo a la existencia de cualquier procedimiento sancionador, dado que no resulta comprensible que el momento de iniciación del procedimiento sancionador quede al libre arbitrio de la persona denunciante, excluyendo cualquier tipo de actividad comprobante previa, por lo que la denuncia actúa como uno de los medios que puede llevar al órgano competente a iniciar el procedimiento sancionador, actuación que opera siempre de oficio.

Por otra parte, se desestima también las alegaciones relativas a la inexistencia de infracción administrativa en materia de consumo. La sentencia confirma la sanción impuesta fundamentalmente por la ausencia de ciertos servicios adicionales contratados (calefacción eléctrica, acceso a Internet, gimnasio, entre otras) que no existían en el momento de ocupar las plazas por los reclamantes. La empresa alega que como los apartamentos estaban disponibles desde la entrada de los residentes quedaban cumplidas "las legítimas expectativas de uso". La sentencia declara inadmisibles la alegación pues no ha de entenderse que la obligación esencial de la recurrente era proporcionar el alojamiento, pues cuando se produce la contratación de un servicio con unas determinadas características la expectativa de uso se refiere a todas ellas, a que en caso de no interesar la prestación de la totalidad de las mismas se hubieran rechazado por el usuario, y eso no consta probado, por lo que, si el arrendamiento en que se traduce, el alojamiento se proyecta sobre todas las prestaciones ofrecidas, y en función de las mismas se constituye la causa del contrato, la ausencia de esas prestaciones, en función de las cuales se ha concretado el precio, ha actuado como error en el consentimiento del residente, propiciado por la actuación engañosa de la empresa que regenta el colegio universitario.

SALAMANCA

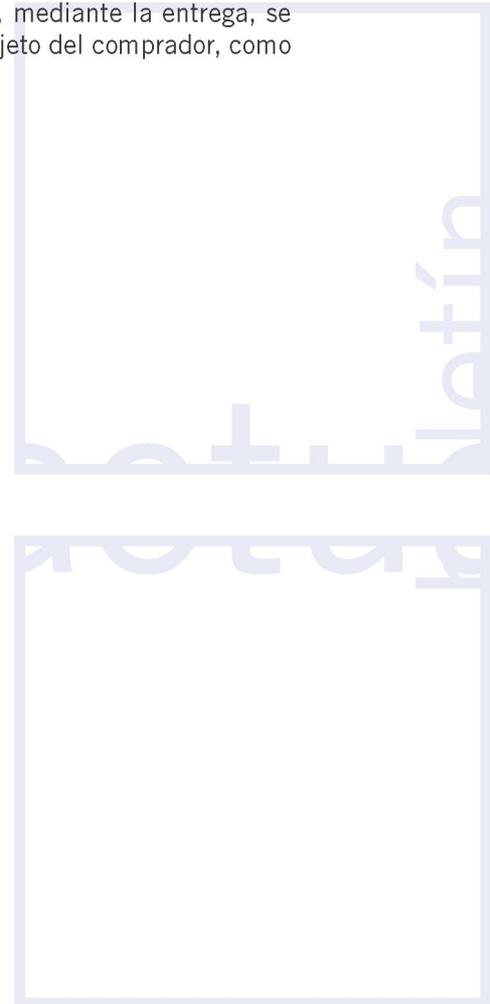
Sentencia nº 225/2004 de 20 de mayo de 2004. Juzgado de lo Contencioso Administrativo.

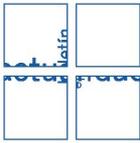
Vivienda: El juzgado desestima el recurso interpuesto contra la resolución de la Delegación Territorial de la Junta de Castilla y León en Salamanca sancionando a la entidad mercantil "PROSA PROMOTORA DE SALAMANCA, S.A." por las siguientes infracciones que confirma la sentencia:

- Fraude en la calidad de bienes y servicios, como consecuencia de los defectos generalizados apreciados en diversos elementos de las viviendas de los denunciantes (pavimentos de parquet, humedades y alicatados).

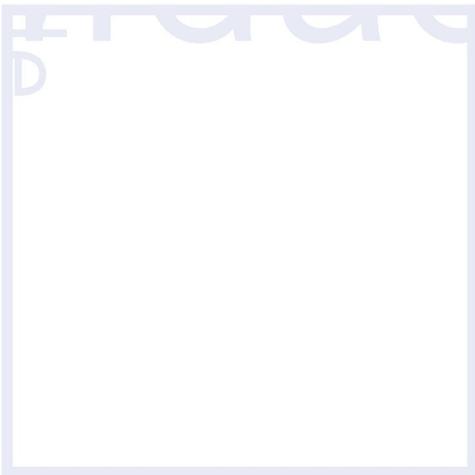
-Oferta promoción o publicidad engañosa, dado que no se han revestido interiormente los armarios al carecer de cajones como figura en la Memoria de Calidades.

-Incumplimiento del contenido de la garantía, que como obligación no se agota con el simple depósito en las oficinas de la empresa a disposición de los compradores, sino que exige la entrega del preceptivo documento, porque debe contener la identificación del producto, garante, plazo de duración y derechos del comprador. En definitiva no se trata de una simple formalidad que se cumpla con el simple depósito del documento, sino que es preciso que, mediante la entrega, se reciba por el comprador que de saber la identidad y características del objeto del comprador, como elemento real del contrato de compraventa.





5.- ÚLTIMAS NOTICIAS SOBRE CONSUMO



NOTICIAS

Julio

11/07/05

Novedades normativas para la mejora de la protección de los consumidores, centran la 20ª conferencia sectorial de consumo.

Presentado el Anteproyecto de Ley de mejora de la protección de los consumidores y usuarios, que incluye, entre otras, una cláusula para garantizar el derecho de los usuarios a darse de baja sin trabas en los servicios de duración indefinida.

La Ministra de Sanidad y Consumo, Elena Salgado, presidió el pasado día 5, del presente mes, la 20ª Conferencia Sectorial de Consumo, integrada por los Consejeros de las Comunidades Autónomas con competencias en materia de protección de los derechos de los consumidores y usuarios.

Los acuerdos más importantes se refieren, por un lado, a la elaboración de un borrador de anteproyecto para modificar la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios en el sentido, entre otros, de evitar las dificultades que se presentan a quienes desean darse de baja en contratos de servicios, como los de suministro de energía, telecomunicaciones, etc.

Por otro lado, en el mismo anteproyecto se acordó modificar la Ley Reguladora del Contrato de Aparcamiento para que el precio de la estancia se compute de la forma más aproximada al tiempo de estacionamiento real.

DERECHO A DARSE DE BAJA DE LOS CONTRATOS

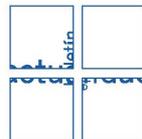
Respecto a los contratos de suministro de los servicios antes citados, se introducen reformas para que el derecho a darse de baja quede claramente establecido tanto en la fase previa de información como en la efectiva formalización del contrato. En este sentido, se consideran sancionables la obstaculización del derecho del consumidor a desvincularse de estos contratos a través del procedimiento pactado o la propia falta de previsión de un procedimiento para darse de baja en el servicio.

De la misma manera, se tipifica como cláusula abusiva incluir en el contrato la renuncia del derecho del consumidor a darse de baja en el servicio o prever procedimientos de desvinculación que impongan requisitos desproporcionados o injustificados, tales como formalidades distintas de las previstas al contratar, pérdida de cantidades abonadas por adelantado o abono de cantidades por servicios no prestados, la fijación de indemnizaciones que no se correspondan con los daños efectivamente causados o atribuir al profesional la facultad de ejecutar unilateralmente las cláusulas penales fijadas en el contrato.

En general, se acuerda la prohibición de prácticas o comportamientos que en la relación contractual puedan ser calificados como contrarios a la buena fe y al justo equilibrio de los derechos y obligaciones de las partes, con independencia de que consten o no en el documento contractual.

OTRAS MODIFICACIONES NORMATIVAS

Por otra parte, el Anteproyecto de Ley de Mejora de la Protección de los Consumidores y Usuarios refuerza el principio de veracidad de la oferta, promoción y publicidad, fortaleciendo la posición contractual del consumidor en los casos de omisión de información suficiente sobre las condiciones del contrato.



En cuanto a la imposición de arbitrajes distintos al del Sistema Arbitral de Consumo, se establece que la sumisión del consumidor al arbitraje no se imponga en el contrato, sino que se aplace al momento en el que el consumidor pueda evaluar correctamente el alcance de esta decisión, en el caso de que se vea obligado a adoptarla si surge una controversia.

Por lo que se refiere a la compraventa de vivienda, el Anteproyecto precisa que son abusivas aquellas cláusulas no negociadas que trasladen al consumidor determinados gastos que corresponden al vendedor, como impuestos en que éste es el sujeto pasivo, o los gastos de las conexiones a los suministros generales de la vivienda, tales como enganche del suministro de agua, alcantarillado, etc.

El borrador de norma acordado facilita el ejercicio de las acciones en defensa de los intereses difusos de los consumidores y usuarios (aquellos susceptibles de ser afectados, aunque no se haya producido aún un perjuicio o no se conozca a los posibles perjudicados) y designa las asociaciones que tienen el carácter de representativas, tanto de ámbito nacional como autonómicas.

APARCAMIENTOS

Por otro lado, en el Anteproyecto se modifica también la Ley Reguladora del Contrato de Aparcamiento. El precio podrá establecerse, alternativamente, por minuto o por una fracción de tiempo superior. En este último caso, el redondeo deberá producirse tanto al alza como a la baja respecto a la unidad más próxima al momento de la finalización de la estancia del vehículo en el aparcamiento. Si el período de estancia o permanencia coincide con la mitad de la fracción elegida, el redondeo deberá efectuarse necesariamente a la baja.

REORDENACIÓN DEL SISTEMA ARBITRAL DE CONSUMO

Otra iniciativa legislativa tratada en la Conferencia Sectorial fue la reordenación, del Sistema Arbitral de Consumo mediante la futura **Ley de Mediación y Arbitraje de Consumo**. Esta norma, que será elaborada conjuntamente por los ministerios de Justicia y de Sanidad y Consumo, se presentará en la próxima Conferencia Sectorial de Consumo, que tendrá lugar en el mes de diciembre.

Con la nueva Ley, el Sistema Arbitral, que actualmente cuenta con 74 Juntas Arbitrales de ámbitos nacional, autonómico, provincial, de mancomunidades y de municipios, se reorganizará en Juntas Arbitrales por Comunidades Autónomas, más una Junta Nacional que dirimirá conflictos relacionados con entidades que excedan el ámbito autonómico.

La reordenación permitirá, asimismo, una mayor coordinación en materia de contenidos de los laudos en base a criterios comunes.

Se prevé, además, un plan de formación dirigido a la habilitación de los árbitros que componen las Juntas Arbitrales y la regulación de la mediación como fase previa, más rápida en la resolución de conflictos que el recurso directo al arbitraje.

LABORATORIO DE CONTROL DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

Otro acuerdo importante ha sido la designación formal del Centro de Investigación y Control de la Calidad (CICC), dependiente del Instituto Nacional del Consumo, para el control oficial de productos alimenticios. Dicho Centro, dispone de alrededor de 1.500 procedimientos de análisis de sustancias alimenticias de acuerdo con los máximos niveles de calidad y fiabilidad exigidos por la Unión Europea.

La designación formal del CICC por todas las Comunidades Autónomas como laboratorio que puede realizar ensayos y pruebas correspondientes al control oficial de productos alimenticios en

su territorio es necesario para que las autoridades autonómicas competentes en materia de consumo puedan utilizar válidamente sus informes en los procedimientos sancionadores derivados del control de dichos productos, sin que puedan ser impugnados en un eventual recurso.

MODELO DE CONTRATO DE COMPRAVENTA DE COCHES USADOS

En el aspecto de actividad normativa, la Conferencia Sectorial de Consumo ratificó el acuerdo recientemente alcanzado por las autoridades de consumo de declarar libre de cláusulas abusivas un modelo de contrato presentado por la principal asociación de vendedores de coches de segunda mano (GANVAM) para ser utilizado en las operaciones de compraventa de vehículos usados. La principal novedad de dicho contrato, cuya utilización será recomendada por dicha asociación a todos sus socios, es la inclusión de un listado con la evaluación técnica, realizada por el vendedor, de los principales sistemas y componentes del automóvil, desde dirección, motor, frenos, suspensión y neumáticos hasta tapicería y carrocería.

Esta medida permitirá una adecuada aplicación de la Ley de Garantías al quedar perfectamente descrito por el vendedor el estado real del automóvil, lo que permitirá establecer la conformidad entre el vehículo ofrecido con lo que realmente recibe el consumidor, de cara a cualquier reclamación por parte del comprador.

RED DE ALERTA

Por otro lado, el Instituto Nacional del Consumo informó a la Conferencia Sectorial sobre la actividad de la Red de Alerta de Productos Industriales a través de la cual se intercambia información de productos que pueden representar un potencial peligro para los consumidores. Dicha red ha sido activada en lo que va de año en 538 ocasiones. De ellas, 155 emanaron de las Comunidades Autónomas y 383 de los distintos países de la Unión Europea. De estas últimas, 28 alertas fueron enviadas a la red europea desde España, por afectar a productos en circulación en el territorio comunitario.

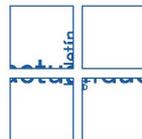
Si se compara con otros países de la UE, España se encuentra en quinto lugar en cuanto a notificaciones enviadas después de Alemania (67), Hungría (55), Reino Unido (32) y Dinamarca (31). Del total de productos alertados en el territorio nacional por las Comunidades Autónomas fueron consideradas de riesgo grave 330 mientras que 140 de las remitidas por la CE tuvieron la misma consideración. Como consecuencia de las alertas recibidas en la red fueron retirados del mercado o destruidos un total de 52.311 productos en lo que va de año.

Por Comunidades Autónomas, el mayor número de notificaciones puestas en la Red correspondió a la de Madrid (41), seguida de la de Andalucía (26) y Cataluña (19).

En cuanto a categoría de productos alertados se sitúan en primer lugar los juguetes (casi un 24%), que siempre son objeto de un especial seguimiento, y, a continuación, material eléctrico (17,10%), luminarias (11,15%), vehículos y accesorios (9,85%), artículos infantiles (8,55%) y cosméticos(7,43%).

Por origen de los productos, el 45,54% proceden de países asiáticos, el 24,54% tienen procedencia desconocida, el 23,42% han sido fabricados en países comunitarios y el 6,51% proceden de otros países.

Los posibles peligros que dieron origen a las notificaciones fueron, en orden decreciente, el de choque eléctrico (21,93%), cortes, heridas y lesiones (18,40%), asfixia (17,47%) e incendio (11,34%).



CAMPAÑAS NACIONALES DE CONTROL DE MERCADO

La Conferencia Sectorial de Consumo ratificó las campañas de control de mercado que se van a realizar en el año 2006. Como consecuencia de esta decisión, todas las Comunidades Autónomas revisarán el etiquetado de los productos alimenticios para verificar el cumplimiento de la información obligatoria en los alimentos, así como la indicación de contenido neto y de precio por unidad de medida en los productos no alimenticios.

Respecto a los servicios, se inspeccionará la indicación de precios, las hojas de reclamaciones puestas a disposición de los usuarios y la información acerca de las condiciones generales de los contratos.

Por otra parte, distintas Comunidades Autónomas participarán en la inspección de determinados productos y servicios, como comida preparada preenvasada (condiciones de venta y composición), huevos, textil y cosméticos en tiendas multiprecio, juguetes de arrastre, viviendas (infracción de calidades, precios y condiciones), coleccionables (en quioscos y similares), y funerarias.

Fuente: *Ministerio de Sanidad y Consumo.*

12/07/05

Telefónica encarecerá 20 céntimos las llamadas al número de información 11818

Pasarán de 35 a 55 céntimos a partir del próximo mes de agosto.

Telefónica de España ha comunicado a los ministerios de Economía y Hacienda e Industria, Turismo y Comercio, a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) y al Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU) su intención de elevar el precio del número de información telefónica 11818 (incluido en el servicio universal y heredero del antiguo 1003, que era gratuito) de 35 a 55 céntimos por llamada (más IVA), a partir del mes de agosto.

No obstante, la operadora ha querido aclarar que el precio del 11818 seguirá siendo "el más bajo del mercado español" y el tercero más bajo de Europa. A su juicio, se trata de una tarifa "asequible para el consumidor" y que le permitirá compensar el déficit por la gestión de este servicio, que desde 1997 se eleva a más de 191 millones de euros.

Según los datos de Telefónica, una llamada tipo de 45 segundos a los servicios de información que compiten con el 11818 tiene un precio que oscila entre los 67 céntimos del 11822 (también de Telefónica de España) y los 1,039 euros del 11824 de MGA (Multiasistencia Gestión y Ayuda), incluidos los costes de locución del servicio.

El 11818 seguirá siendo gratuito desde los teléfonos de uso público, al igual que las guías telefónicas y el acceso a éstas a través de Internet.
"Desproporcionada y abusiva"

Para la Federación de Consumidores en Acción (FACUA), esta subida del precio del número 11818 es "desproporcionada y abusiva", y responde a los intereses de las compañías del sector y no a las necesidades de los consumidores.

En su opinión, este encarecimiento supone "una especie de favor" del Ministerio de Industria a las empresas de información telefónica, ya que tendrán una menor competencia al adecuarse el precio del servicio regulado al del resto de números de información.

FACUA considera que el Gobierno debería buscar fórmulas para dar a conocer a los consumidores la existencia del 11818, que forma parte del servicio universal. Estas iniciativas publicitarias

estarían financiadas conjuntamente por Telefónica de España y el resto de operadoras, en función de su cuota de mercado.

Fuente: *Facua*

13/07/05

La Junta de Castilla y León edita una guía con consejos para la contratación de viajes.

El contenido de la guía está disponible en la página www.jcyl.es/consumo

La Junta de Castilla y León, a través de la Dirección General de Salud Pública y Consumo de la Consejería de Sanidad, ha elaborado y editado una guía de consulta en la que se explican de una forma sencilla pero completa los derechos que asisten a los consumidores y usuarios en la contratación de servicios relacionados con viajes.

La edición de esta publicación, que cuenta con 10.000 ejemplares, se va a distribuir en los próximos días entre las oficinas de Información al Consumidor, Asociaciones de Consumidores y Usuarios y Servicios Territoriales de Sanidad de las Delegaciones del Gobierno regional.

Esta guía también está disponible en la página www.jcyl.es/consumo y asimismo se puede recabar información sobre su contenido y sobre los derechos de los consumidores y usuarios que en ella se recogen a través del Teléfono de Atención al Consumidor, el 902 47 77 47.

Por medio de esta guía, la Consejería de sanidad quiere ofrecer a los usuarios algunas recomendaciones de utilidad a la hora de contratar un viaje o servicios turísticos, en un período, el estival, en el que este tipo de transacciones se incrementa, ya que suele ser habitual la contratación de una agencia de viajes para la preparación de las vacaciones, ya sea mediante servicios sueltos tales como billetes de transporte o alojamientos, o bien contratando paquetes completos, en lo que se denomina viaje combinado.

El primero de estos consejos se refiere a la información, suficiente, de todos los servicios ofrecidos y que serán objeto de contratación, siendo aconsejable la comparación, primero de las distintas ofertas y la conservación de los folletos publicitarios, ya que éstos, siendo parte del contrato firmado, servirán en caso de incumplimiento para la exigencia de las condiciones establecidas.

Esta guía también recoge la conveniencia de que la utilización de los servicios contratados se refleje mediante contrato por escrito en el que figuren todas las condiciones y que conviene leer previamente, pues en él se han de recoger cuestiones de gran interés para el consumidor, no solo relativas a los servicios incluidos por el precio pactado sino otras, como la posible cesión del viaje, las causas y plazos de anulación, las posibles indemnizaciones por tal motivo...etc.

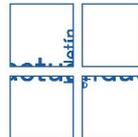
OVERBOOKING,

La guía dedica un capítulo al denominado overbooking o sobreventa de billetes aéreos, práctica muy frecuente en esta época.

Ante esta situación el consumidor debe conocer sus derechos y principalmente la opción que la compañía le debe ofrecer de rembolsar el precio pagado o ser conducido hasta el destino final, además de una compensación económica variable en función del trayecto; dos llamadas gratuitas o servicios equivalentes como télex, fax o correo electrónico; comida y bebida suficiente, así como, si así es necesario, alojamiento y transporte.

La publicación realizada por la Dirección General de Salud Pública y Consumo de la Junta de Castilla y León hace hincapié en todo lo relativo a las cancelaciones y retrasos en los vuelos, así como los derechos del consumidor en los transportes en tren y carretera, además de un útil directorio donde poder efectuar otras consultas en esta materia.

Fuente: *Agencia Europa Press.*



19/07/05

La Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones advierte del riesgo de cortes en la telefonía móvil durante este verano

Su presidente asegura que las infraestructuras en zonas turísticas como la costa mediterránea resultan insuficientes

Según publica consumer, el presidente de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, Reinaldo Rodríguez Illera, afirma que existe un "riesgo serio" de producirse cortes en la red de telefonía móvil este verano.

Rodríguez Illera señala que las infraestructuras normales "no son suficientes" en zonas turísticas como la costa mediterránea, y hay que reforzarlas en la época estival, aunque las operadoras también se encuentran "con dificultades" para ello por parte de las autoridades reguladoras. En este sentido se refiere a la posibilidad de un corte porque considera "difícil" que se pueda compensar en tres meses lo que tendría que haberse reforzado "durante dos o tres años".

El presidente de la CMT reconoce por otra parte que los precios actuales del ADSL son caros, pero "están bajando", y prevé que bajen aún más, y también recuerda que el órgano que preside se ha propuesto en un año completar en España el marco comunitario.

Reinaldo Rodríguez Illera lleva tres meses al frente de la CMT, órgano del que ha sido consejero desde 1996. Antes, fue director general de Telecomunicaciones entre marzo de 1995 y enero de 1996, y asesor de Telecomunicaciones en el gabinete del Ministerio de Obras Públicas entre 1991 y 1995.

Fuente: *Consumer*

Agosto

1/08/05

La Agencia Española de Seguridad Alimentaria (AESA) alerta de una partida de pollo asado precocinado presuntamente contaminada con salmonella .

La AESA ha informado de esta contaminación a las autoridades sanitarias de todas las CC.AA., a través de la Red de Alerta Alimentaria, a fin de garantizar que los productos sospechosos no están a la venta.

Según informa "El Mundo" La Agencia Española de Seguridad Alimentaria (AESA), dependiente del Ministerio de Sanidad y Consumo, informa que se ha detectado la aparición, en distintas Comunidades Autónomas, de varios casos de gastroenteritis atribuidos al consumo de pollo asado precocinado envasado al vacío, elaborado por la empresa SADA S.A. (marcas "Pimpollo" y "Pollo Asado SADA"), ubicada en Castilla-La Mancha, presumiblemente a causa de una contaminación bacteriana por Salmonella..

Las autoridades sanitarias de Castilla-La Mancha, en permanente contacto con la empresa y con la Agencia Española de Seguridad Alimentaria, han adoptado todas las medidas necesarias, identificando el origen de dicha contaminación e impidiendo que nuevos productos contaminados pudieran ingresar en la cadena alimentaria.

Además de las medidas de retirada ya llevadas a cabo por la empresa, las autoridades sanitarias de todas las CC.AA. han sido informadas a través de la Red de Alerta Alimentaria, a fin de garantizar que los productos sospechosos no están a la venta.

No cabe afirmar que la totalidad de los productos estén afectados por la contaminación. Es además posible que la aplicación del tratamiento de cocinado intensivo, tal como se aconseja en el etiquetado de los envases de los productos, inactive el germen.

No obstante, teniendo en cuenta la vida comercial del producto -30 días- y ante la posibilidad de que cualquier consumidor pudiera conservar en su domicilio existencias de estos productos adquiridas con anterioridad a la retirada de los mismos de los mercados, se recomienda no consumirlos, con independencia de su lote de fabricación y fecha de consumo.

Fuente: *El Mundo*

4/08/05

Condenada una entidad por el cobro de comisiones de descubierto en cuentas corrientes.

Se trata de la primera sentencia en este sentido en Castilla y León y la segunda en toda España.

Una sentencia de la Audiencia Provincial de Salamanca, condena a una entidad financiera por el cobro "ilegal y abusivo" de comisiones de descubierto en cuentas corrientes y obliga a la entidad, Banco Santander Central Hispano, S.A. a reintegrar a una empresa de Salamanca más de 7.000 euros cobrados por este concepto.

Según el delegado de la Asociación de Usuarios de Servicios Financieros (Ausbanc) en Salamanca, Juan José Santos, se trata de una sentencia pionera junto a la que hace unos meses condenó en Alicante por los mismos hechos a la Caja de Ahorros del Mediterráneo, un dictamen que hace suponer a Ausbanc que "ha llegado el fin de las comisiones por descubierto en cuenta corriente" informa Ical.

El procedimiento habitual de las entidades contempla que cuando se produce un descubierto en cuenta corriente, las entidades repercuten en el cliente intereses por este descubierto y además le cobran una comisión "contraria a este derecho" que se calcula sobre "el mayor saldo de descubierto del periodo de liquidación". Según Ausbanc, este cobro "genera un enriquecimiento injusto para las entidades bancarias.

Fuente: *Agencia Ical, E I Mundo.*

5/08/05

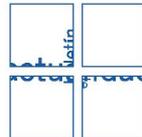
Reacción de las Organizaciones de Consumidores ante el anuncio de Telefónica Móviles de facturar por tramos de 30 segundos a clientes de contrato.

La OCU estudia la adopción de medidas legales.

Telefónica Móviles facturará las llamadas de sus clientes particulares de contrato por tramos de treinta segundos a partir del primer minuto, en lugar de por segundos como llevaba haciendo hasta ahora.

La medida será efectiva desde el 1 de septiembre y fuentes de la compañía indican que el cambio se enmarca en el proceso de reestructuración de su política de precios que emprendió hace meses, con la introducción de productos de ahorro como 'Mis Cinco', 'Mis Favoritos' o 'Sub-26', y que ha supuesto una reducción del 6,5% del precio del minuto efectivo en los últimos seis meses.

los consumidores no se ha hecho esperar. Diversas organizaciones, a nivel nacional ya estudian medidas legales contra esta actuación.



Por su parte, fuentes de la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) calificaron la medida de "falta de respeto a los consumidores" por obligarles a pagar un servicio que no se les está prestando, y que le reportará a Telefónica Móviles unos ingresos "indebidos" superiores en un 17% a los que ahora contabiliza, a cargo de los usuarios.

Además consideran que esta medida representa "un paso atrás" dado que se produce después de que los tribunales hayan considerado abusivo el redondeo al alza en productos y servicios como los parkings o los créditos hipotecarios.

Asimismo, la OCU criticó que la medida, que, en su opinión, amplía el "abuso" que se venía realizando ya con los clientes de prepago y constituye una subida de tarifas "encubierta", se comunique a los consumidores con "agosticidad y alevosía".

Para otras organizaciones como Asgeco el cambio del modelo de tarificación de Telefónica Móviles, supone una modificación unilateral del contrato con el cliente, por lo que la operadora no debería penalizarle si cambia de compañía y no permanece el tiempo mínimo estipulado en la mayoría de los contratos.

Esta asociación recordó, que la libre potestad de cada operadora para fijar los precios que considere oportunos está ligada a la posibilidad del consumidor de ejercer su libre elección entre las diversas compañías presentes en el mercado.

Fuentes de la compañía, sin embargo, resaltan que la facturación por tramos permite a los clientes realizar una comparación más sencilla e inmediata de las ofertas de las distintas operadoras y está en línea con la política de precios de compañías nacionales e internacionales. A este respecto, recordaron que Vodafone también tarifica por tramos.

Según los datos de la propia CMT, el redondeo supuso en 2004 el 17% de la facturación de las operadoras. Con la ampliación del sistema a los usuarios de contrato, el porcentaje sobre los ingresos totales se incrementará y alcanzará el 25%, el registrado en 1999 y 2000, cuando el redondeo se producía por minutos, según la OCU.

Fuente: *El País, Yahoo, Consumer.*

31/08/05

Fomento no veta aerolíneas porque la inspección aérea en España es "prácticamente inexistente", denuncian los pilotos.

El SEPLA pide al Ministerio que endurezca los controles y elabore una "lista negra" de líneas aéreas poco fiables.

El espacio aéreo español está abierto a todas las aerolíneas que desean utilizarlo, pero no porque éstas cumplan con las normas internacionales de seguridad, sino porque la inspección aérea es "prácticamente inexistente". El presidente del Sindicato Español de Pilotos de Líneas Aéreas (SEPLA), Andoni Nieto, hizo ayer estas declaraciones, en las que también acusó al Ministerio de Fomento de mentir y de desatender todas sus denuncias contra compañías que vulneran las normativas aéreas internacionales.

Según Nieto, el departamento que dirige Magdalena Álvarez, en lugar de asumir sus responsabilidades, permite una "especie de autoinspección" por parte de las empresas. Así, reiteró que la Dirección General de Aviación Civil sólo cuenta con tres técnicos habilitados para realizar los registros, de los cuales uno está de baja por depresión y otro se dedica a tareas burocráticas. Fomento, denunció el SEPLA, no dice la verdad al sostener que cuenta con 133 inspectores, ya que en esta cifra incluye "hasta a los administrativos".

Los pilotos afirman que muchas aerolíneas de prestigio subcontratan los servicios de empresas de países en desarrollo para recortar gastos. A su parecer, el fin de los monopolios ha llevado a las compañías a una competencia feroz y a una imparable carrera de ahorro de gastos, en la que la seguridad ha quedado a un lado.

Sin medios

El SEPLA reclamó al Ejecutivo que endurezca los controles y elabore una "lista negra" de líneas aéreas poco fiables, al igual que han hecho el Reino Unido, Francia y Bélgica. Sin embargo, Fomento es partidario de esperar a que la Comisión Europea tome la iniciativa en este campo. Una postura que, en opinión de los pilotos, no supone más que una estrategia para ganar tiempo, ya que el Ministerio no cuenta con medios para hacerla.

A estas críticas se unió el Sindicato de Tripulantes Auxiliares de Vuelo de Líneas Aéreas (STAVLA), que también acusó a Aviación Civil de no responder a ninguno de los escritos en los que denuncia irregularidades en las condiciones de seguridad de algunas aerolíneas. El STAVLA subrayó que resulta "totalmente imprescindible" que el Gobierno elabore su propia "lista negra".

Fuente: *Consumer*

Septiembre

20/09/05

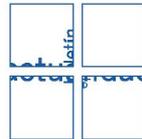
La Asociación de Consumidores FACUA alerta del uso de una peligrosa toxina en tatuajes temporales de henna negra

La Agencia Española de Medicamentos ha ordenado la retirada del mercado de la henna negra sin etiquetar fabricada en EE.UU. y distribuida en España por una empresa malagueña.

La Federación de Consumidores en Acción (FACUA) alerta de la existencia en el mercado de tatuajes temporales de henna mezclada con una peligrosa toxina denominada para-fenilenediamina (también conocida como p-phenylenediamine, para-fenilendiamina o pPD), que penetra en la sangre a través de la piel y puede provocar reacciones como dermatitis alérgicas, ampollas, úlceras y cicatrices, habiéndose también asociado a casos de rinitis, asma, angioedemas e insuficiencias renales.

La [Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios](#) del [Ministerio de Sanidad y Consumo](#) ha informado a FACUA que el pasado 17 de septiembre ordenó la retirada del mercado de todos los lotes de una henna negra sin etiquetar distribuida en bolsas de 6 gramos, fabricada en EE.UU. por la empresa Black Henna Kits y comercializada en España por la firma malagueña Agujijón Azul Distribuciones. En esta resolución, emitida a raíz de una denuncia de la [Consejería de Salud](#) de la [Junta de Andalucía](#) tras detectarse cerca de una treintena de afectados en Guadix (Granada), la Agencia indica que "*ha recibido recientemente información procedente del Comité de Expertos del Consejo de Europa, sobre varias reacciones adversas producidas por el uso de este tipo de productos, en algún país de la Unión Europea. Las reacciones detectadas fueron 'eccema de contacto de efecto retardado, debidas a la presencia de para-fenilendiamina (pPD)*".

La Federación espera la inmediata movilización de los inspectores de Salud y Consumo de las comunidades autónomas para localizar éste y otros productos que puedan contener pPD, una sustancia prohibida en cosméticos que se aplican sobre la piel según establece el Real Decreto 1.599/1997, de 17 de octubre (modificado por los reales decretos 2.131/2004, de 29 de octubre, y 209/2005, de 25 de febrero). Asimismo, el Código Alimentario Español, aprobado por el Decreto 2484/1967, de 21 de septiembre, prohíbe la parafenilenediamina libre en "los productos usados para la tinción doméstica de vestidos y otros artículos confeccionados" (artículo 5.38.41).



Sólo henna negra mezclada con pPD

FACUA quiere aclarar que el peligro no reside en todos los tatuajes temporales a base de henna, sino en aquéllos en las que ésta se mezcla con pPD a fin de lograr un tinte negro y acortar el tiempo que precisa para impregnar la piel así como aumentar su intensidad y duración, una práctica denostada por numerosos tatuadores profesionales debido a su peligrosidad.

La para-fenilenodiamina es un potente sensibilizante (como el veneno de las abejas o la hiedra venenosa), por lo que además de los efectos señalados, puede llegar a causar sensibilidad a productos relacionados como tintes para el cabello, tinta para máquinas de impresión, bloqueadores solares, cosméticos, artículos fotográficos e incluso la ropa negra, provocando brotes de comezón y ronchas. Y aumenta el riesgo de contaminación orgánica de los tatuajes que se realizan en la zona lumbar si en el futuro fuera necesario realizar punciones lumbares, como en la aplicación de la anestesia epidural.

El pPD es un colorante perteneciente al grupo químico azoico, muy utilizado para el revelado fotográfico y como tinte capilar e industrial, pero que no debe entrar en contacto directo con la piel. De ahí que al aplicar tintes al cabello sea necesario el uso de guantes y que no entren en contacto con el cuero cabelludo. Es el responsable de la mayoría de dermatitis alérgicas de contacto por tintes de peluquería.

La henna en polvo se mezcla con agua o con otras sustancias (limón, azúcar, té verde, aceite de eucalipto, café...) para teñir la piel, las uñas o el cabello. El problema es que para obtener la conocida como henna negra, hay quienes utilizan la citada toxina.

Henna, alheña en castellano, es el nombre árabe del arbusto *Lawsonia Inermis*, que crece en zonas húmedas del norte de África y el sur de Asia y de cuyas hojas secas y pulverizadas se extrae un tinte rojizo. Muy popular desde hace miles de años en los países islámicos, en los países occidentales es utilizada principalmente como colorante de pelo, está presente en algunos champúes y acondicionadores de pelo y como pigmento de tatuaje.

Fuente: *Facua*

29/09/05

El RAI obligado a cesar en sus operaciones tras ser desestimado el recurso de suplica presentado ante la Audiencia Nacional.

El caso empezó en junio de 1991 cuando Ausbanc Consumo denunció al CSB (Consejo Superior Bancario), entonces responsable de su llevanza, al entender que el funcionamiento del RAI colisionaba con las prácticas de una leal y sana competencia.

La Sección Sexta de la Sala de Contencioso Administrativo de la Audiencia Nacional, en auto del 26 de julio de 2005 notificado el 21 de septiembre, ha desestimado el recurso de súplica presentado por el CCI (Centro de Cooperación Interbancaria), gestor del RAI (Registro de Aceptaciones Impagadas), contra el auto de esta misma sala del 20 de mayo de 2005 confirmando la resolución del TDC (Tribunal de Defensa de la Competencia) del 8 de febrero de 2005 que ordenaba el cese de este registro al declarar improcedentes las medidas cautelares solicitadas. Contra esta decisión judicial no cabe un nuevo recurso y, por lo tanto, se debe ejecutar inmediatamente la resolución del TDC, esto es el cierre del RAI.

El TDC declaró ilegal el RAI por ser una práctica restrictiva de la competencia y su gestor, el CCI, intimado, mediante resolución del 8 de febrero de 2005, a que este Registro, por el cual se interesó e informó Ausbanc Consumo siendo parte del proceso, cese en sus actividades en el plazo de 15 días.

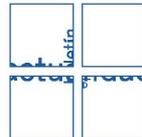
Contra esta decisión del TDC, el CCI interpuso un recurso ante la Audiencia Nacional, resuelto en un auto dictado el pasado 20 de mayo que consideraba improcedente la adopción de la medida cautelar de suspensión solicitada porque los perjuicios que la ejecución de la resolución impugnada del 8 de febrero del TDC no habían sido probados, ni siquiera de forma indiciaria. El auto asumía los argumentos de oposición presentados en sus alegaciones por Ausbanc Consumo, la única asociación de consumidores personada en el proceso. Contra este auto, el CCI presentó un recurso de súplica que también a ha sido desestimado.

El RAI es un registro sectorial de solvencia patrimonial y crédito cuyo objeto es intercambiar datos entre las entidades participantes, a la vez que asociadas al CCI - entidades financieras de crédito (EFC) -, sin que terceras personas físicas o jurídicas tengan la posibilidad de acceder a ellos. Con el agravante de que los datos de los incumplimientos no los aportan los acreedores, de forma que la participación de los afectados decae hasta convertirse en meros sujetos pasivos sin que se pueda cumplir el deber específico de notificación lo que daría opción al ejercicio del derecho de oposición.

La fiabilidad de los datos contenidos en estos registros es esencial y esto sólo se produce si están actualizados. La norma dice que los datos de carácter personal serán exactos y puestos al día de manera que respondan con veracidad a la situación actual del afectado. El RAI no puede cumplir esta condición en aquellos supuestos en los que la falta de pago de un efecto cambiario se atiende fuera del circuito bancario, debido a que el dato del incumplimiento no fue facilitado por el acreedor y el deudor no ha sido notificado de su inscripción en el registro. La inclusión de una persona en un Registro de Morosos, sostiene Ausbanc Consumo, significa su muerte civil ya que le impide acceder a créditos para financiar sus proyectos.

Fue en el mes de junio de 1991 cuando Ausbanc denunció al CSB (Consejo Superior Bancario), entonces responsable de su llevanza, al entender que el funcionamiento del RAI colisionaba con las prácticas de una leal y sana competencia al tratarse de un registro que supone la concertación entre las distintas entidades de crédito para transmitirse entre sí informaciones sobre clientes que inciden en las condiciones comerciales o de servicio, de forma que las posibilidades de respuestas homogéneas o de respuestas colectivas a actuaciones de un cliente son más que probables. El expediente, inicialmente rechazado, fue finalmente tramitado por el TDC que declaró que este registro era ilegal por ser contrario a la Ley de Defensa de la Competencia desde la promulgación de esta norma, aunque se autorizó su funcionamiento por 5 años, siempre y cuando cumpliera unos requisitos que le fueron impuestos. Más tarde, se extinguió el CSB y fue sucedido por la AEB (Asociación Española de Banca) en la llevanza del RAI, y actualmente es gestionado por el CCI. Vencidos los 5 años y al pedirse la renovación de la autorización del RAI, se abrió nuevo expediente en el que el TDC consideró que no se cumplían los requisitos que le habían sido exigidos por lo que le prorrogó la autorización solo por 6 meses a fin de que presentara una nueva solicitud cumpliendo los requisitos. A raíz de ello, se inicia un nuevo expediente en el que Ausbanc Consumo, como parte interesada, solicitó reiteradamente que se declare la imposibilidad de que el RAI cumpla la legalidad, el cual ha sido resuelto definitivamente al ser desestimado por la Audiencia Nacional el recurso de súplica interpuesto por el CCI. Ahora sólo queda el cumplimiento de lo ordenado por los jueces y el RAI tendrá que dejar de operar según la sentencia del TDC y bajo la vigilancia del Servicio de Defensa de la Competencia (SDC).

Fuente: *Ausbanc*.



30/09/05

Cada vez más usuarios se ven obligados a contratar un seguro de vida para obtener una hipoteca.

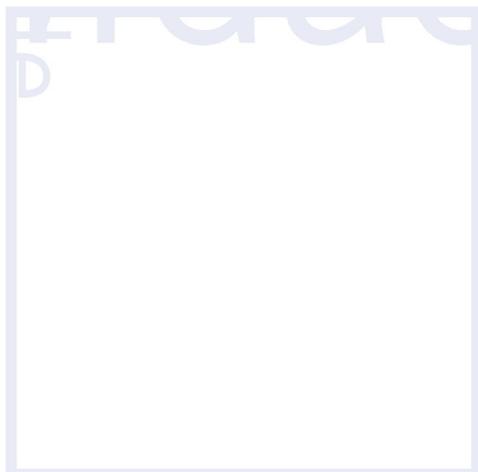
El seguro de vida, llamado de amortización del préstamo, tiene la duración de la hipoteca y cubre el riesgo de fallecimiento o invalidez permanente.

Según informa el diario "20 minutos" cada vez son más los usuarios que denuncian que aunque legalmente sólo existe obligación de contratar un seguro de daños que cubra el valor del inmueble tasado, la mayoría de las entidades aprovechan la necesidad de los usuarios para condicionar la firma de la hipoteca a la contratación de un seguro de vida, prestación que en ningún caso es obligatoria.

Tal y como apunta este diario, se trata de una irregularidad difícil de demostrar, ya que las entidades pueden alegar muchas razones para no conceder un crédito.

Ante estas situaciones los expertos recomiendan aguantar la presión para no tomar decisiones precipitadas ni renunciar a los derechos que todos tenemos como consumidores. El usuario ha de tener en cuenta que tiene derecho a decidir libremente la entidad aseguradora que más le convenga del mercado, precisamente otra de las quejas más frecuentes es la de las condiciones de pago de estos seguros, que suelen ser menos ventajosos que otros.

Fuente: *20 Minutos*.





www.jcyl.es/consumo

Servicio de Atención Integral al Consumidor

902 47 77 47