

CONSUMIDORS

3€

La revista de la Unió de Consumidors de Catalunya

1er semestre de 2009

||| **Turisme rural**
l'opció que guanya adeptes

||| **Estudi comparatiu:**
companyies aèries i Internet

||| **Entrevista a**
Etelvina Andreu
directora de l'Institut Nacional
de Consum

||| **Grip**
pel nou virus A(H1N1)



Transport aèri

Informar-se i conèixer els seus
drets: essencial pel consumidor

Barcelona - Badalona - Lleida - Terrassa - Olot - Cornellà de Ll.

SUMARI

Direcció:
José Miguel Sanz Martínez

Consell de redacció:
Salvador Domínguez Rodríguez,
Paco Martínez Hervás, Antonia
Espinar Lesmes, Lluís Bursó Molina,
Manel Ruiz Sánchez, Blanca Vela
Giral, Xavier Bartolomé Cuspinera,
José García Cano,
Núria Gimeno Martret

Coordinació:
Essa Estructura de Comunicació, SL

Estilisme i correcció:
Blanca Vela Giral

Col·laboradors/es:
Empar Molleda Marzo, Manel
Cervera Díaz, Saul Moya Cascant,
María Álvarez García, Javier Llanos
Álvarez, Tàmara Bartolomé Mana,

Corresponsalies:
Oficines territorials de la Unió de
Consumidors de Catalunya-UCC

Disseny, maquetació i impressió:
Essa Estructura de Comunicació, SL

Fotografia:
Arxiu UCC
Essa Estructura de Comunicació, SL

Depòsit Legal:
XXXXXXXXXXXXXXXXXX

Edita:
Unió de Consumidors de Catalunya-UCC
NIF: G58039348
Carrer Villarroel, 10, baixos
08011 Barcelona
Tel. 934 546 776
Fax. 934 545 278
<http://www.consumidors.org>
ucc@consumidors.org

Membre de:
Unión de Consumidores
de España-UCE



Crèdits i sumari

Turisme Rural



Reclamació i consultes

Grip pel nou virus A(H1N1)

Transport aèri



ConsumidoreX editada
per UC Extremadura

Consum Rebel



1 Portada

2

3 Editorial

4

5

6 Entrevista a Etelvina Andreu,
directora de l'Institut Nacional de
Consum

7

8

9 VIII Congrés Confederal de
la Unió de Consumidors
d'Espanya-UCE

10

11

12 Estudi comparatiu: Companyies
aèries i internet

13

14

15 Sous, consum i reactivació
econòmica

16

17

18 Delegacions

19

20

21



Salvador Domínguez Rodríguez
 President de la Unió de
 Consumidors de Catalunya- UCC



El pasado 25 de noviembre se celebró la Asamblea general ordinaria de socios en la cual, Francisco Martínez Hervas, hasta entonces presidente, dejó el cargo a petición propia. Desde estas páginas, proyecto impulsado por él mismo, quiero hacer un reconocimiento público de su persona, del trabajo y disposición en los últimos tiempos hacia la Asociación.

Aunque tengo claro que mi dedicación a partir de ahora no es nada más que la continuación del trabajo hecho por la junta directiva anterior, tengo la sensación de una segunda oportunidad, ya que formé parte de la primera junta directiva fundacional, entre otros, con el recordado Sebastián Boix, además de Rafael Folk, María Dolores Piquer y otros muchos.

Luego a lo largo del tiempo han pasado y aportado sus conocimientos y experiencias otros compañeros y compañeras, a los que también quiero hacer un merecido reconocimiento.

A partir de este momento cojo el relevo con la responsabilidad e ilusión que siempre he puesto en mi trabajo. En esta etapa que iniciamos, la nueva Junta Directiva trabajará, para que además de potenciar nuestra atención a los socios, el crecimiento territorial sea una prioridad, así como los convenios de colaboración, con entidades sociales y ayuntamientos, que nos proyecten no solo como la asociación más representativa de Catalunya, si no como la entidad referente en temas de consumo y como agente social.

Trabajaremos a través de las nuevas tecnologías y la revista CONSUMIDORS, a fin de poner nuevos servicios y herramientas para que a los consumidores se puedan beneficiar y que el sentimiento consumerista aflore en los ciudadanos.

Encara que pugui ser políticament incorrecte, volem denunciar la poca sensibilitat d'alguns departaments de la Generalitat de Catalunya amb la nostra organització.

Recentment els mitjans de comunicació recollien amb grans titulars la signatura del pacte per a la immigració, una iniciativa fonamental per a una terra d'acollida com és Catalunya, i en la que les associacions de consumidors no hem estat convidades encara que, com és el cas de la UCC, tenim projectes a aportar i coses a dir. Des de fa alguns anys la UCC ha signat diferents convenis de col·laboració amb algunes associacions d'immigrants per tal d'oferir, de forma gratuïta, els nostres serveis als seus associats. Igualment, hem participat en programes d'informació amb mitjans de comunicació com Canal Latino o Radio Gladys Palmera. Malgrat aquestes iniciatives no hem aconseguit cap suport per part de la Secretaria per a la Immigració del Departament de Benestar Social, com tampoc altres departaments de la Generalitat de Catalunya semblen ser sensibles a les opinions dels consumidors ni, tampoc, al treball de les associacions que els representem.

Algunes administracions semblen no entendre que la nostra funció no és fiscalitzar la seva gestió, sinó establir les millors eines de col·laboració per tal d'ajudar a fer més efectius els serveis públics, implicant i corresponsabilitzant els ciutadans en aquestes innovacions, no només com a usuaris, sinó com a propietaris dels serveis.

Esperem que algun dia les bones paraules dels consellers i la visió estratègica de la creació i consolidar de xarxes socials arribin al conjunt de l'organització de la Generalitat.



José Miguel Sanz
 Secretari General



Turisme rural

Gaudir d'unes vacances o d'un cap de setmana en un establiment de turisme rural és una opció molt atractiva i que, cada vegada més, compta amb més adeptes.

Són diversos els factors que han propiciat un impuls espectacular del turisme rural, que amb el transcurs dels anys s'ha constituït en un eix clau de tot el sector turístic. El benestar que aporta el contacte amb la natura, l'àmplia varietat de l'oferta quant a les activitats, esports, preus, qualitats, climes i paisatges, més la saturació de la tradicional oferta turística de litoral, entre d'altres factors, configuren el turisme rural com una de les opcions més atractives a l'hora de planificar una sortida.

Les peculiaritats dels establiments de turisme rural respecte la resta de les formes més tradicionals d'oferta turística, han suposat la necessitat d'una regulació específica que defineixi les condicions per a la prestació del servei i els requisits per a cada modalitat d'establiment que les comunitats autònomes contemplan.

Amb tot això, ens trobem amb una multiplicat de tipus d'allotjaments i de diferents règims jurídics aplicables segons la comunitat que es tracti.

L'estudi elaborat per la UCC aporta un material pràctic a l'usuari per què conegui els seus drets i obligacions allà on triï allotjar-se de l'Estat Espanyol. No es tracta d'una guia turística a l'ús, en la qual el viatger pot trobar la variada oferta d'allotjaments, rutes d'interès o recomanacions gastronòmiques. No, res a veure. L'estudi es configura com una guia complementària (o principal) a la guia

turística tradicional, doncs el viatger podrà saber què és el que pot exigir i, per tant, quan té dret a reclamar i com, allà on s'allotgi.

L'estudi segueix el mateix esquema per a cada comunitat autònoma: Una primera part està dedicada a la descripció dels diferents tipus d'allotjament i els respectius requisits en funció de la categoria segons siguin un equipament o un servei. Després d'aquesta classificació, s'inclou un apartat de normes comunes a totes les modalitats i finalment, dins de l'epígraf "Regles per a la prestació del Servei", hi trobem la regulació del règim de preus, el de reserves i el de facturació, segons estableixi cada normativa autònoma.

Si bé per les característiques i peculiaritats de cada comunitat autònoma és evident que el tipus d'allotjament varia quant a arquitectura, entorn, opcions d'oci que el context aporta, clima i altres factors que configuren la destinació com a particular entre la resta de l'oferta estatal, la diversitat de règims jurídics, i amb això em refereixo a totes les disposicions previstes per al règim de reserves, cancel·lacions, horaris, prestacions, etc. És a dir, tots aquells aspectes bàsics per al consumidor, i que suposen una disparitat on la diferenciació opera significativament en perjudici de l'usuari i del propi sector, donat que resulta impossible que l'usuari (habitual o ocasional) de destinacions turístiques rurals, sigui capaç de



■ Turisme Rural al Delta de l'Ebre, el Mas de Bernis, antiga colònia agrícola de 1888.



conèixer la normativa en funció de la seva pròxima destinació, i més tenint en compte que el principal destinatari de l'oferta turística rural és, sens dubte, el turista de "curta distància".

Resulta que anul·lar una reserva amb 30 dies d'antelació a València suposa la pèrdua del 50% del que s'ha abonat, mentre que a Castella-la Manxa, haurien de retornar-nos-en la totalitat. Fins i tot l'heterogeneïtat normativa afecta el propi concepte d'establiment de turisme rural, ja que

per què sigui considerat com a tal a l'Aragó, ha d'estar situat en una població de fins a 500 habitants, mentre que a Andalusia s'entén per casa rural la situada en localitats de fins a 20.000 habitants.

Caldria doncs, fer una reflexió pel que fa a la primacia de la diferenciació normativa enfront de la seguretat jurídica del consumidor. Cal tenir en compte que cadascuna de les 17 comunitats autònomes de l'Estat Espanyol disposa de diverses normatives pròpies aplicables (de fet, són més de cinquanta) i si bé resulta lògica i adient una diferenciació pel que fa a la tipologia de l'establiment rural, no pot considerar-se gens pràctic per al consumidor que, segons on es trobi, hagi d'anul·lar una reserva amb diferents dies d'antelació per no perdre el que hagi abonat; o que pugui entrar a ocupar una casa rural a diferents hores, en funció d'on estigui situada.

Viatgers. Evolució de l'ocupació



Espanya

	GEN	FEB	MAR	ABR	MAIG	JUNY	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DES
2002	49.691	75.763	130.136	94.730	106.965	102.427	147.928	206.494	117.975	123.334	99.925	99.925
2005	72.998	97.276	173.660	147.890	154.735	155.529	222.874	289.427	176.158	181.908	132.961	177.485
2008	101.839	156.137	240.989	192.486	219.712	218.446	275.544	360.215	222.864	226.571	180.883	231.134



Catalunya

	GEN	FEB	MAR	ABR	MAIG	JUNY	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DES
2002	7.596	9.674	14.801	11.514	12.656	14.041	17.053	22.947	13.637	14.665	10.839	10.839
2005	10.582	12.611	20.816	15.004	18.087	19.767	22.685	26.997	18.540	20.569	17.210	25.412
2008	15.979	22.579	29.643	25.920	26.408	34.061	30.714	35.655	27.216	28.868	26.891	31.948



Maria Álvarez García
Tècnica en consum



Entrevista

Etelvina Andreu Sánchez,

Directora general de consum i d'atenció al ciutadà del
Ministeri de Sanitat.

Va néixer l'any 1969 a la ciutat d'Alacant, al barri de Benalúa. Des de maig de 2004 fins abril de 2007 va ocupar la Subdelegació del Govern de la Província d'Alacant.

Va ser investigadora de la mà de Bernat Soria, ex ministre de Sanitat i Consum, a les Universitats d'Alacant i Miguel Hernández, activitat que va compaginar amb la responsabilitat de ser cap de llista del PSOE a Alacant a les Eleccions municipals de 2007, obtenint un 41'70% dels sufragis i 14 regidors.

■ **Investigadora, científica y política municipal ¿le quedaba tiempo para hacer la compra? ¿cómo organizaba su cesta de la compra?**

Cuando voy a la compra no me desprendo de la parte ni investigadora, ni científica. Como todas las personas soy la suma de todo lo que he aprendido. En casa compartimos las tareas domésticas, con lo cual a veces tengo tiempo para hacer la compra yo y otras veces la hace mi marido. ¿Qué como la organizó? Con criterio, con mucho criterio.

■ **¿De qué manera su forma de entender el consumo ha propiciado cambios en la política del Ministerio respecto de la actuación de su antecesora? ¿Cuáles van a ser las líneas de trabajo más importantes que impulsará en los próximos meses?**

Las políticas de consumo han de diseñarse y desarrollarse para proteger los derechos e intereses de los consumidores en un contexto económico y de mercado determinados. Es por eso que cada responsable de estas políticas tiene que actuar de acuerdo con la realidad a la que tiene que enfrentarse. En este sentido, mis objetivos para esta legislatura son fortalecer la posición jurídica de los consumidores en este mercado y garantizarles el eficaz ejercicio de sus derechos, de modo que no sean meros sujetos pasivos que contratan bienes y servicios sino ciudadanos responsables y exigentes.

El INC prestará especial atención a los servicios generales, especialmente a aquellos en los que se han registrado mayores problemas para hacer valer los derechos de los consumidores, o que están en un proceso de liberalización en el que hay que evitar errores que puedan perjudicar los intereses de sus usuarios en un futuro. Estamos hablando, por ejemplo, de transporte aéreo, telecomunicaciones, energía

La seguridad de los productos es otra de nuestras líneas de trabajo. Estamos intensificando la cooperación con las autoridades aduaneras, en España y también en el marco de la Unión Europea. La colaboración con los sectores en esta materia es algo que está dando buenos resultados.

En el terreno del asociacionismo, pretendo seguir fortaleciendo a las organizaciones de consumidores y prestar el máximo apoyo al Consejo de Consumidores y Usuarios.

Por otra parte, es muy importante la colaboración con las autoridades de consumo de las Comunidades Autónomas, pero también con la administración sectorial con la que aquéllas comparten competencias en relación con el control de bienes y servicios.

Un reto importante que deberemos afrontar es la presidencia española de la Unión Europea. Nuestra línea de trabajo, en materia de consumo, se dirigirá fundamentalmente a la seguridad de productos, las reclamaciones colectivas y la Directiva europea sobre derechos de los consumidores.

■ ¿Cuál ha sido la primera impresión que se ha llevado del estado actual del asociacionismo consumerista en España? Y ¿Cómo cree que deberían ser en un futuro?

Algo que llama la atención a una persona que no conoce el mundo del consumo, cuando accede a él por primera vez, es la cantidad de organizaciones de consumidores que hay y, sin embargo, con capacidad de presencia en los medios, muy pocas; seguramente si preguntásemos en la calle sobre este tema, los ciudadanos a penas podrían darnos más de un par de nombres.

Pienso que la atomización no favorece la fortaleza que los consumidores necesitan para proteger sus derechos y para ejercer esa labor de denuncia, también necesaria, para avanzar posiciones en este mercado. Desde el INC, con el apoyo normativo del Texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, trataremos de hacer el movimiento asociativo que precisan nuestros consumidores y usuarios.

■ Algunos líderes políticos, entre ellos el President de la Generalitat de Catalunya, han pedido a los ciudadanos que consumamos para luchar contra la crisis... ¿está usted de acuerdo con esta petición? y en todo caso ¿cómo le explicamos a la ciudadanía que en plena crisis hay que consumir más y si puede ser productos propios?

Pienso que el mensaje a transmitir debería ser que seamos sensatos al consumir. En este tiempo, el ciudadano ha de ser consciente de sus necesidades y de su capacidad de consumo. Si su situación no ha cambiado y sus necesidades tampoco, no tiene por qué abandonar sus pautas de consumo. Lo que no debe hacer un consumidor es endeudarse por encima de sus posibilidades, pero tampoco reducir su actividad de consumo de forma injustificada, de modo que pueda poner en riesgo el propio sistema. El consumo es el motor de la economía, condiciona la producción. Si aquél desciende injustificadamente, la producción disminuye y el paro aumenta. No consumamos más si no lo necesitamos, pero hagamoslo responsablemente, sin dejarnos llevar por un pánico injustificado.

■ ¿Que le aconsejaría a un ciudadano que está dudando entre ahorrar para el futuro o cambiarse de coche?

Que considere si es un gasto necesario que puede afrontar dentro de su planificación a corto y medio plazo. Y si no tiene dificultades y lo necesita, aprovechar los precios actuales y las ayudas que se le ofrecen para comprar un automóvil poco agresivo contra el medio ambiente.

■ ¿Cree que es un buen momento para comprar una vivienda?

El precio de las viviendas está bajando de una manera apreciable por lo que podría considerarse un buen momento para comprar siempre que la situación económica del comprador lo permita. Pero también puede ser un buen momento para decantarse por el alquiler, una tendencia que seguramente irá al alza hasta equipararse a los niveles de los países de nuestro entorno, donde los consumidores son mas partidarios de alquilar que de comprar.

■ En los últimos años la telefonía y el transporte aéreo han liderado el ranking de reclamaciones. ¿Cómo cree que se podría acabar con esta situación?

En nuestro ordenamiento Jurídico existe normativa suficiente como para que los intereses de los usuarios estén protegidos. Pero que una ley reconozca un derecho no significa que el destinatario de la obligación de cumplirla, lo haga. Quiero decir que todo pasa por que las compañías cumplan sus obligaciones legales y las administraciones correspondientes, sus competencias de perseguir los incumplimientos.

■ ¿Qué se puede hacer para que las grandes compañías se adhieran al sistema arbitral de consumo sin limitaciones?

Las grandes compañías tienen que convencerse de que la adhesión al Sistema Arbitral del Consumo añade un plus de calidad a su producto o servicio. Cualquier consumidor verá con buenos ojos que en caso de conflicto con su proveedor ambos puedan resolverlo de una forma rápida, sencilla y equitativa sin tener que acudir a los tribunales



de justicia. Acudir al Sistema Arbitral de Consumo no significa darle un cheque en blanco al consumidor, sino la posibilidad de dilucidar un conflicto sin el gravamen económico y de tiempo que implica acudir a los Tribunales ordinarios, nada más y eso, a mi entender, facilita las cosas, tanto al empresario como al usuario.

■ ¿Cómo se estimula desde la administración el consumo racional o inteligente?

En lo que al Instituto Nacional del Consumo se refiere, lo más reciente han sido dos campañas publicitarias, en el ámbito de las compras de Navidad y en el periodo de rebajas, cuyo lema ha sido "compra con criterio", fomentando el consumo responsable, sostenible y solidario.

■ Y ya para terminar, algunas asociaciones de consumidores hacemos grandes esfuerzos para llegar, cada vez más, a nuestros asociados y al público en general. La revista Consumidors es una prueba de ello. ¿Tiene el Ministerio pensada algún tipo de medida para ayudar a las asociaciones en esta difícil, y

a menudo demasiado costosa, tarea de acercar al gran público productos de calidad sobre el consumerismo?

El Instituto Nacional del Consumo, publica todos los años una Orden de subvenciones, destinadas a las Asociaciones de Consumidores de ámbito nacional, para la financiación de programas que se consideran prioritarios para la protección de los derechos de los consumidores y usuarios, tanto por la Administración de Consumo como por las propias asociaciones. En el año 2008 se destinaron 3.641.140€ desde el INC. Me consta que a nivel autonómico y de algunos ayuntamientos, también se otorgan ayudas similares.

| Redacció



Reclamació resolta favorablement en matèria de telecomunicacions

Un ciutadà va acudir a les nostres oficines en busca d'assessorament per un tema de facturació incorrecte per part d'una empresa de telecomunicacions. Després d'intentar solucionar el problema personalment a través del telèfon i sense cap resultat positiu, va decidir fer-se soci de la Unió de Consumidors de Catalunya.

■ El problema era el següent:

Havia contractat un servei de telefonia de tarifa plana a nivell nacional però les factures reflectien un consum superior al pactat, ja que en teoria pagant una quota fixa cada mes podia realitzar tot tipus de trucades a nivell nacional.

La companyia li facturava com si fos un servei de telefonia bàsic, i per això li arribaven factures totalment desproporcionades que el reclamant pagava per evitar el tall de la línia.

Des de la UCC vàrem realitzar la corresponent reclamació a l'empresa de telefonia al·legant la incorrecta facturació en funció del servei contractat, i sol·licitant la nova emissió de tres factures per tal d'adequar-les a la tarifa plana contractada.

Poc després des del Servei de Defensa al Client ens van contestar acceptant la nostra reclamació i reconeixent que havien facturat incorrectament. Així, van procedir a retornar al nostre soci l'import cobrat de més en les tres factures.

Consultes via web

Voldria donar de baixa l'assegurança del meu vehicle per un altra companyia més econòmica.

La meua companyia em comunica que no és possible donar-me de baixa ja que encara resten tres mesos de vigència de l'assegurança. És cert que no em poden donar de baixa? En quin termini es pot demanar la baixa i quan és efectiva? M'han de comunicar la baixa?, Gràcies. R.M

■ Resposta:

Benvolgut R.M, en relació a la seva consulta hem de comunicar-li que vostè pot donar-se de baixa quan vulgui, però com que ja ha pagat l'assegurança (sigui anual, semestral,...) és millor esperar a que s'esgoti la cobertura, doncs estarà perdent diners. La companyia pot aprofitar per a una altra assegurança el període de temps no consumit que prèviament ha pagat, però gairebé mai li tornaran els diners.

Ara bé, legalment vostè o la companyia ha de pre avisar amb dos mesos d'antelació a la data de finalització, la voluntat de no renovar el contracte, ja que si no, opera la pròrroga automàtica per idèntics períodes als pactats al contracte. Per tal de fer efectiva la voluntat de no renovar el contracte, la comunicació ha de ser per un mitja fefaent (correu certificat, burofax amb avis de recepció), per tal de deixar constància de la mateixa.





■ Retards transport aeri

Hola,

El dilluns 7 de juliol havíem de volar a Budapest amb Lufthansa, fent escala a Munich. Quan vam arribar a Munich els de la companyia ens van dir que no hi havia cap vol d'aquesta companyia aquell dia cap a Budapest ja que hi havia una vaga, però que si volíem, podíem arribar a Budapest el dia 7 volant a Copenaghe amb la companyia SAS i des d'allà amb la companyia honagaresa Malev fins a Budapest. Així arribaríem a Budapest el mateix dia 7 de juliol cap a les 22h. en lloc de les 18h., que és el que nosaltres havíem comprat, i per compensar-nos ens van donar un val per un import de 7'50 euros!

Al cap d'una estona, quan havíem d'embarcat, la companyia Lufthansa ens va dir que a Copenaghe hi havia problemes, i que l'enllaç a Budapest hauria de ser el dia 8 al matí amb Malev. Ens van donar un val per un import de 10 euros i ens van explicar que a Copenaghe un taxi ens duria a un hotel on ens allotjarien, soparíem i esmorzaríem sense haver de pagar res.

Vam fer això però vam arribar a Budapest el dia 8 de juliol a les 13'15h. enlloc de les 14h. del dia 7 de juliol. Podem reclamar alguna cosa? Com i on?

Gràcies

L. G.

■ Resposta

Benvolguda Sra.,

En atenció a la seva consulta, indicar-li que d'acord amb el Reglament 261/2004, en funció de la durada del retard i de la distància del vol, la companyia aèria està obligada a oferir menjar i beguda suficients en funció del temps que calgui esperar el vol, allotjament en un hotel només quan sigui precís (inclosos el desplaçaments), així com facilitar mitjans de comunicació (2 trucades telefòniques, tèlex, fax o correus), dret d'informació i reembossament

del bitllet (només si decideix no viatjar en retards de 5 hores o més).

Quan el retard sigui de 5 hores o més, pot desistir del vol perquè ja no té raó de ser en relació al pla de viatge inicial i la companyia li haurà d'oferir la devolució de l'import del bitllet corresponent a la part/s del viatge no efectuades, en el termini de 7 dies (junt amb un bitllet gratuït de tornada al primer punt de partida, si procedeix).

Per altra banda, ha de tenir en compte que la companyia no és responsable dels perjudicis causats als passatgers quan el gran retard és conseqüència de força major (per exemple, en cas de vaga).

No obstant, en el Conveni de Montreal que va entrar en vigor a Espanya el 28 de juny de 2004, desenvolupat en la Comunitat pel Reglament 2027/97, s'estableix que el transportista és responsable del dany causat per retards en el transport aeri de passatgers i que la seva responsabilitat es limita a un màxim de 4.150 drets especials de gir (DEG) equivalent a 4.773,95 € però no estableix compensacions automàtiques als passatger afectats pels retards.

Probablement, qualsevol petició d'indemnització a una companyia aèria basada en aquest Conveni haurà de suscitar-se davant els Tribunals de Justícia, davant els quals es podrà determinar la seva procedència o no, i en tot cas, la quantia de la indemnització.



Saul Moya Cascant,
advocat



VIII Congrés

Confederal de la Unió de Consumidors d'Espanya-UCE

Destacat paper dels representants de la Unió de Consumidors de Catalunya

Al VIII Congrés Confederal de la UCE, celebrat a Madrid els passats dies 19 i 20 de desembre, s'ha posat de manifest la necessitat de millorar les nostres propostes i sobre tot el co-neixement que de les mateixes tenen les persones consumidores i usuàries, especialment en l'actual marc de crisi econòmica.

Com a resolucions congressuals, UCE considera prioritari reforçar els seus serveis jurídics per oferir una atenció més eficient en la defensa dels interessos i drets dels nostres associats i de la població en general, així com reivindicar una legislació específica sobre endeutament familiar com a mesura de protecció que doni garanties de renegociació que assegurin els drets bàsics, com per exemple el dret a l'habitatge. Tanmateix, UCE considera fonamental potenciar la

promoció i defensa dels drets dels consumidors i usuaris des de totes les administracions públiques i als àmbits professionals i empresarials.

A més a aquest Congrés s'ha potenciat el model confederal de la UCE, reafirmant-se l'organització com l'entitat més representativa del moviment de consumidors d'Espanya, amb una presència real a pràcticament la totalitat del territori estatal.

També s'ha produït una important renovació a la Junta Directiva amb la renúncia del President, José María Roncero, substituït per José Ángel Oliván d'UC Aragó. Continua com a Secretari General Juan Moreno, d'UC Andalusia, com a Vicepresidenta Isabel Dolz, d'UC Comunitat Valenciana i, es crea la figura de Vicesecretaria general que ocuparà Begoña de la Cruz d'UC Castella la Manxa. UCC Catalunya estarà re-

presentada pel seu secretari general, José Miguel Sanz,

La representació d'UCC va desenvolupar un paper destacat amb el nostre expresident, Paco Martínez, que va dirigir el Congrés, i de l'actual president, Salvador Domínguez, que va moderar la Comissió d'Estratègia.

Des d'aquí volem agrair el treball i dedicació de les persones que han portat la Junta Directiva fins aquest Congrés, de tot l'equip tècnic, així com reiterar el nostre suport a l'actual direcció.

| Redacció





Grip pel nou virus A(H1N1)

A ctualment la grip és una malaltia comuna generalment estacional amb unes conseqüències lleus per a la salut de la majoria de persones.

Però encara hi ha molta gent que no sap que malgrat existir vacunes efectives per a la seva prevenció, segons algunes dades, cada hivern la pateix entre un 5 i un 20% de la població, algunes de les quals poden patir complicacions i fins i tot la mort, especialment les persones d'edat avançada o que tenen problemes de salut crònics i greus. Per aquesta raó l'eficiència de la prevenció per als grups de risc resulta essencial.

L'anomenada Grip pel nou virus A(H1N1), és una malaltia respiratòria contagiosa causada per un virus que combina elements d'origen animal i humà. És una nova malaltia

i encara no se'n ha pogut realitzar un diagnòstic exhaustiu sobre els seus efectes en l'ésser humà, quins són els grups més vulnerables i, sobre tot, encara no existeix una vacuna (tot i que és prevista la seva fabricació molt properament).

Pels casos coneguts podem afirmar que una febre alta (igual o superior a 38°C), malestar general, dificultats a l'hora de respirar, manca de gana i tos són els seus símptomes més habituals. La seva prevenció passa per evitar la difusió de gèrmen al tossir o esternudar, fer ús de mocadors de paper, tancar-nos la boca i el nas, rentar-nos sovint les mans amb aigua i sabó preparats amb alcohol i mantenir una bona ventilació dels espais tancats.

Com passa amb d'altres gripes, els tractaments recomanats no la curen però ajuden a pal·liar-ne els símptomes si s'administren dintre de les 48 hores posteriors als primers símptomes.

La importància d'aquesta grip nova, a més de ser la primera vegada que aquest nou virus circula, és la facilitat de la seva transmissió persona a persona, molt abans de que els científics i les empreses puguin disposar d'una vacuna, mentre una gran quantitat de població la pateixi.

Per aquesta raó s'aconsella estar alerta i davant qualsevol sospita

de patir-la o de conèixer a alguna persona que pugui patir-la, fer un seguiment estricte dels consells i posar-se en contacte amb el servei sanitari més pròxim, especialment trucant a Sanitat Respon (902111444), telèfon disponible les 24 hores del dia.

En cas de les persones afectades o que siguin contactes propers d'un cas confirmat, els consells de protecció són seguir estretament les recomanacions mèdiques, que inclouen:

Dificultar el contagi amb l'ús de mascaretes i no compartint habitacions.

■ Extremar les mesures higièniques: rentar-se sovint les mans, no compartir el bany, ni cap utensili com tovalloles, llençols...

■ L'habitació ha de tenir ventilació directa al carrer.

■ Procurar limitar al màxim el contacte amb altres persones.

■ Heu d'observar els símptomes i vigilar els canvis de temperatura, registrar-los i notificar-los als serveis sanitaris.

Informació facilitada pel Departament de Salut de la Generalitat de Catalunya.



El transport aèri

El contracte de transport aèri es formalitza mitjançant un document o bitllet on consten les dades dels passatger, data i horari de sortida, lloc d'origen i destí, número de vol, etcètera.

Quant al preu, les companyies poden aplicar els seus criteris comercials en funció de les dates, destinacions o qualsevol altre factor però en tot cas sempre s'ha d'informar del preu total, amb impostos i taxes inclosos.

Cal vigilar els diferents conceptes que es pretenen cobrar ja que algunes companyies realitzen pràctiques prohibides com per exemple el cobrament per emissió del bitllet, per facturar l'equipatge o fins i tot s'imposa una assegurança no obligatòria.

Aquestes pràctiques es donen principalment en la contractació via Internet on determinades opcions apareixen premarcades per defecte.

Bitllets de tarifa econòmica: limitacions

És important demanar informació de les diferents opcions tarifaries ja que les companyies emeten alguns bitllets de tarifa econòmica els quals estan sotmesos a determinades restriccions que poden consistir a exigir a l'usuari un temps mínim d'estada en el lloc de destí, impossibilitat de realitzar canvis, com ara el dia i l'hora en què es vol volar, no devolució de l'import pagat sota cap concepte, etc. Per tant, cal que l'usuari que adquireix un d'aquests bitllets s'informi prèviament dels límits que li seran aplicables

També cal tenir en compte el tipus de vol, regular o xàrter, ja que els xàrter solament surten si l'avió té totes les places venudes.

Overbooking

A vegades les companyies aèries venen més bitllets que places disponibles i ho fan per evitar que no es cobreixin totes les places com a conseqüència d'anul·lacions de darrera hora.

Per aquest motiu ens poden denegar l'embarcament malgrat tinguem un bitllet vàlid i la reserva confirmada. Aquesta pràctica es

Quan el retard sigui de 5 hores o més, es pot desistir del vol i la companyia haurà d'oferir la devolució de l'import del bitllet en el termini de 7 dies.

coneix com overbooking i està regulada per un Reglament europeu que estableix un seguit de condicions i compensacions:

Primer:

- Reembossament en set dies de l'import del bitllet (amb un bitllet gratuït de tornada al primer punt de partida, si procedeix).
- Transport alternatiu fins a la destinació final en condicions de transport comparables, el més ràpidament possible.
- Transport en una data posterior que convingui al passatger, en funció dels seients disponibles.

Segon:

Cal afegir una compensació econòmica entre 250 euros i 600 euros depenent de la distància.

En cas que s'ofereixi transport alternatiu, la compensació podrà reduir-se a la meitat si el retard no és superior a 2, 3 o 4 hores, depenent del tipus de vol.

Tercer:

A més d'aquestes compensacions mínimes, la companyia ha d'oferir gratuïtament menjar i beguda suficients, allotjament en un hotel

quan sigui precís (inclosos els desplaçaments), així com facilitar mitjans de comunicació (dues trucades telefòniques, tèlex o fax o correus electrònics).

Grans retards

Entenem per grans retards els següents:

- 2 hores o més per a vols de menys de 1.500 km
- 3 hores o més per a vols més llargs efectuats dins de la UE i per a altres vols entre 1.500 i 3.500 km
- 4 hores o més per a vols de més de 3.500 km efectuats fora de la UE.

En aquests casos la companyia aèria està obligada a oferir menjar i beguda suficients, allotjament en un hotel quan sigui precís (inclosos els desplaçaments), així com facilitar mitjans de comunicació.

Quan el retard sigui de 5 hores o més, es pot desistir del vol i la companyia haurà d'oferir la devolució de l'import del bitllet en el termini de 7 dies (junt amb un bitllet gratuït de tornada al primer punt de partida, si procedeix).



La companyia que denegui l'embarcament, cancel·li un vol o tingui retards de més de 2 hores ha de donar a cada passatger afectat un imprès on s'indiquin les normes de compensació i assistència per cada cas, així com les dades de contacte de l'organisme nacional responsable del compliment del Reglament.

Equipatge

La companyia aèria és responsable respecte dels danys causats a l'equipatge facturat, fins i tot si no n'ha tingut la culpa; en canvi respondrà dels danys de l'equipatge no facturat només si aquests s'han causat per culpa de la companyia. Es pot reclamar fins 1.000 DEG (aproximadament uns 1.180€).

Es recomana fer prèviament o simultània a la facturació una declaració especial del seu valor i abonant-hi una tarifa suplementària, si s'escau, es té dret a un import superior.

En cas de danys, retards, pèrdues o destrucció de l'equipatge, s'ha de notificar a la companyia aèria el més aviat possible.

La reclamació haurà de fer-se en 7 dies en cas de deteriorament i 21 dies a comptar des del seu lliurament en cas de retard.



Empar Molleda Marzo
advocada



Companyies aèries i internet : encara queda camí per recórrer.

L'ús d'Internet com a mitjà de compra constitueix una pràctica cada vegada més estesa entre els consumidors

De fet, segons l'estudi 2007 sobre comerç B2C de l'Observatori Red.es, més d'un de cada quatre internautes va adquirir algun producte o servei a la xarxa durant l'any 2006. De totes aquestes transaccions a Internet, l'article o servei més demandat ha sigut l'adquisició de bitllets de transport, essent el 36,5 % de totes les compres a la Xarxa, grup format, bàsicament, pels bitllets d'avió.

Donada la importància que aquest sector té, hem analitzat sis pàgines web de companyies aèries que operen al nostre territori, tenint en compte la informació que faciliten al consumidor i la legislació d'aplicació. Es tracta d'un estudi de mínims, una simple aproximació a les obligacions d'informació que tot operador a Internet ha de complir de cara al consumidor. Les pàgines analitzades són les de Spanair (www.spanair.es), Iberia (www.iberia.com), Ryanair (www.ryanair.com), Vueling (www.vueling.com), Air Europa (www.aireuropa.com).

¿Quines obligacions són?

■ Informació identificativa bàsica.

Cal publicar una sèrie de dades de la pròpia empresa com són: denominació social, domicili social o adreça d'un establiment a Espanya, una adreça de correu electrònic i qualsevol altra dada que permeti efectuar una comunicació directa i efectiva (art. 10 LSSICE). L'accés a aquesta informació ha de ser fàcil, directe i gratuït. Cal tenir en compte que un dels frens al comerç electrònic és la desconfiança del consumidor generada per la manca d'informació. La publicació de la informació important de forma fàcil pot ajudar a trencar amb la desconfiança d'aquest.

Analitzades les pàgines, ens trobem amb tota mena de supòsits.

Spanair dóna la informació, però no facilita el correu electrònic de contacte, sinó una línia 807, que no es d'ús gratuït. L'enllaç és

prou clar, doncs es pot trobar la informació fent només click al link "Aviso legal".

■ A Air Europa podem trobar part d'aquesta informació a la plana d'inici. Malgrat que si proporciona un correu electrònic de contacte, aquest es situa a la plana de política de privacitat. Seria una bona pràctica publicar-lo a la mateixa pàgina d'inici.

■ Vueling, proporciona la informació, tot i que aquesta es troba sota l'enllaç "privacitat". No obstant, el correu electrònic només es facilita per consultar qüestions sobre punts acumulats. Per altra banda, també proporciona un telèfon 807, de tarificació addicional.

■ Ryan Air no proporciona cap informació que identifiqui legalment a la companyia, donant una adreça de Dublin, i un telèfon 807 on s'especifica que es parla en anglès. Per tant, la desatenció al consumidor en aquest sentit és greu.

■ Iberia facilita tota la informació determinada a la norma des d'un vincle entenedor (Privacitat i informació legal), tot i que el correu electrònic publicat fa referència només a l'atenció de qüestions relacionades amb el tractament de dades personals. Seria necessari que inclogués un correu general d'atenció al client.

■ Política de privacitat.

Una altra qüestió fonamental en la compra d'un producte per Internet és quin tractament de les dades personals farà el receptor. En aquest sentit, la Llei Orgànica de Protecció de Dades estableix unes obligacions d'informació mínimes sobre la utilització de les dades: existència d'un fitxer de dades personals, identificació del responsable, finalitat de la recollida de dades, destinació, del caràcter obligatori o no de subministrar les dades i de les conseqüències de no donar-les i de la forma d'exercir els dret de controlar les dades personals davant del responsable (dret d'accés, rectificació, cancel·lació i oposició, drets ARCO).

■ Spanair, facilita la política de privacitat dintre del link "avis legal", essent el mateix prou entenedor. No obstant, dóna per entès que s'atorga aquest consentiment i en tot cas serà el consumidor el que s'haurà d'adreçar a la companyia per revocar-lo. No és una pràctica ajustada a la norma. Per altra banda, en l'explicació del mode d'exercir dels drets ARCO fa referència a un formulari que no existeix.

■ Air Europa, també preveu la possibilitat de cedir les dades a tercers empreses, sense especificar a quines, i a més preveient expressament la possibilitat de cedir-les per a usos publicitaris. És encara una pràctica més greu que la prevista anteriorment, doncs explícitament s'obliga al consumidor a acceptar la possibilitat de rebre publicitat de tercers.

■ Vueling, es troba en el mateix cas que els anteriors. També preveu la possibilitat de cedir les dades a tercers empreses, amb finalitats alienes a la prestació del contracte, tònic habitual pel que es pot comprovar en totes les polítiques de privacitat.

■ RyanAir, presenta una política ambigua. El més greu és que anuncia la possibilitat de cobrar per exercir els drets d'accés, rectificació, cancel·lació i oposició, i no facilita cap procediment al respecte, sinó que simplement publica una adreça de Dublín.

■ Iberia és en aquest aspecte la companyia que més s'ajusta a la norma, facilitant la política de privacitat d'una forma directa i essent aquesta ajustada a la norma. A més, inclou un formulari per poder exercir els drets ARCO.

■ Condicions generals de compra.

Una de les obligacions que estableix la LSSICE és que el consumidor pugui accedir en tot moment a les condicions generals de contractació, sense necessitat d'iniciar el procés de compra. Iberia, Spanair i Air Europa permeten accedir i descarregar l'arxiu de les condicions de compra abans d'iniciar el procés. Vueling permet accedir-hi, però no descarregar-les. Ryan Air acaba remetent-nos a un document de disset pàgines en anglès, que és el que ha de ser acceptat pel consumidor.

■ Mitjans d'interlocució

La Llei 56/2007 de mesures d'impuls a la societat de la Informació va establir una sèrie d'obligacions a empreses de sectors molt concrets (com són les de transport aeri), amb alguns altres requisits de volum (complets per les companyies analitzades). L'obligació bàsica era establir a les pàgines web mecanismes de comunicació amb el consumidor, mitjançant dispositius de signatura electrònica (com pot ser el de la FNMT o el de CatCert), que permetin fer una sèrie de tràmits, com poden ser la presentació de queixes, accés a l'històric de clients, o contractar serveis, entre d'altres.

Aquesta obligació va entrar en vigor el propassat 27 de desembre de 2008, havent-se atorgat a les companyies afectades un període d'un any per adaptar-se. El resultat, NUL. Cap de les companyies analitzades inclou l'esmentat mecanisme de comunicació amb el consumidor. En aquest apartat suspens general.



EMPRESA	DOMINI	E-COMM	ACCESIBILITAT	ART 10 LSSICE
SPANAIR	www.spanair.es	si	no facilita cap informació	Sí en proporciona, però el contacte és telefònic línia 807
IBERIA	www.iberia.es	si	no facilita cap informació	Proporciona informació legal sobre la companyia però no proporciona un correu electrònic de contacte. Únicament per els usuaris d'Iberia Plus.
RYANAIR	www.ryanair.es	si	no facilita cap informació	Només proporciona l'adreça de la seva seu a Dublín. Cap informació més sobre els seus establiments a Espanya. No proporciona cap correu electrònic. Té una línia 807 en anglès.
VUELING	www.vueling.com	si	no facilita cap informació	És un formulari. Proporciona informació però el correu electrònic només atén dubtes referents a l'obtenció de punts. També facilita una línia 807.
AIR EUROPA	www.aireuropa.com	si	no facilita cap informació	Sí que en proporciona. El correu electrònic, però, està dins de l'enllaç "política de privacitat"

EMPRESA	FACILITAT ACCÉS INFORMACIÓ	ART. 5 LOPD	FACILITAT D'ACCÉS	ARBITRATGE	IDIOMES
SPANAIR	1 click	Sí que en proporciona, però cal tenir en compte la possible transferència internacional i que fa referència a un formulari inexistent.	1 click	si, arbitec	Castellà i Català
IBERIA	1 click, a la que està disponible	Compleix la normativa.	1 click	no	Castellà
RYANAIR	Cap facilitat. No existix.	Proporciona informació en relació a la política de privacitat. De totes formes el redactat és molt ambigu i no s'ajusta a la LOPD. Vulnera la norma a l'establir la possibilitat de cobrar per exercir els drets ARCO.	1 click	no	Castellà
VUELING	A un click, malgrat el vincle és poc clar.	No hem trobat política ARCO.	1 click	no	Castellà, Català, Galleg i Basc
AIR EUROPA	Excepte el correu electrònic, la resta es troba a la pàgina principal.	Sí existeix política de privacitat. Vulnera la LOPD doncs preveu la cessió a tercers de les dades sense sol·licitar el consentiment a l'afectat para a qualsevol finalitat.	1 click	no	Castellà, Català i Anglès

■ Conclusió

Hem anat a millor, sí, però encara hi ha qüestions a millorar. Cal facilitar més la comunicació amb el consumidor, mitjançant el correu electrònic. L'ús de línies de tarificació addicional o de formularis no respon a l'esperit de la norma ni tampoc a les necessitats dels consumidors, i per tant, caldria treballar en aquest aspecte.

Per altra banda, també hem anat a millor en polítiques de privacitat, però moltes preveuen en la cessió automàtica de les dades personals a tercers, amb finalitats diverses (no és el mateix la cessió per a simples finalitats publicitàries que el tractament en compliment del contracte principal). El consumidor hauria de donar el consentiment, per evitar abusos en el tractament de dades personals.

Per últim, suspens total en la implantació de mecanismes de comunicació mitjançant signatura electrònica. És fonamental que companyies de sectors tan importants en el comerç electrònic com són les de transport aeri proporcionin aquests mecanismes d'interacció amb el consumidor, de forma que no només es compleixi la norma sino que es faciliti la vida de l'usuari.



Manel Cervera Díez
advocat

Aquesta acció informativa es realitza en virtut del conveni de col·laboració subscrit entre UGT i la Unió de Consumidors de Catalunya - UCC



UNIO GENERAL DE TREBALLADORS DE CATALUNYA
www.ugt.cat

Sous, consum i reactivació econòmica

Els sectors de la construcció i serveis associats i el creixement del consum com a element de creixent demanda. El diner barat i posterior expansió del crèdit van portar creixement econòmic, però també sobreendeutament i assumptió de molts riscos que ara estem pagant.

Amb l'arribada de la crisi i tancament de l'aixeta del crèdit, s'ensorra el model de creixement que tanta ocupació havia generat –tot i que la major part ha estat temporal i mal remunerada– i els efectes són per desgràcia prou coneguts. L'augment de l'atur i reducció d'ingressos, la dificultat –o impossibilitat– d'accedir al crèdit i l'efecte "pobresa" que genera l'esclat de la bombolla immobiliària han frenat bruscament el consum, la demanda, la producció i el creixement econòmic fent perillar el progrés social.

Hem sentit propostes de tot tipus per superar la crisi; algunes estan raonades a partir d'un diagnòstic encertat del problema i d'altres, en canvi, s'han fet perquè toca i prové dels oportunistes habituals de les crisis. Aquests aprofiten la situació de debilitat i vulnerabilitat en què es troben els treballadors i treballadores per introduir al debat públic propostes que poc ténen a veure amb

els orígens de l'actual crisi. Si estem d'acord amb què l'origen de l'esclat de la crisi es troba als mercats financers i que els efectes estan sent molt més aguts aquí que a la resta d'Europa com a conseqüència del nostre model de creixement basat en sectors poc productius que generen ocupació inestable, de baixa qualitat i amb salaris baixos, és inconcebible que les sol·lucions hagin de venir del mercat laboral amb retalls dels drets dels treballadors, abaratint l'acomiadament i rebaixant salaris. Han de servir per sortir de la crisi? La resposta és no.

Els salaris ja han baixat un 0,6% en els darrers 10 anys, tot i la bonança econòmica. A més, a Catalunya més d'un milió de treballadors i treballadores cobren sous que estan per sota dels 1.000 euros. El repte al qual s'enfronta la capacitat de resposta i manteniment de la indústria i la seva ocupació és el de poder revifar la confiança i capacitat de compra dels consumidors. Només garantint l'estabilitat laboral i el manteniment de la capacitat adquisitiva es crearà el clima de confiança entre la població consumidora-treballadora necessari per tornar a una senda equilibrada de consum, demanda, reactivació econòmica i cohesió social.





Ocho años de

Consumidorex

ya que este derecho permite ejercer una elección más libre, nos planteamos que, a parte de los ciudadanos que llegan a nuestras oficinas, las notas de prensa que mandamos semanalmente y las intervenciones en medios de comunicación, teníamos que llegar más allá con la información.

El crear un medio gratuito para llegar hasta el último de los rincones de nuestra geografía con una publicación específica sobre consumo, de la que carecía nuestra CCAA. De esta manera, pretendíamos romper los esquemas tradicionales de la información de consumo, es decir, los que implicaban que el consumidor solo recibiera información cuando acudía a algunas de nuestras oficinas para resolver un problema concreto y solicitaba información únicamente sobre ese aspecto. Con la revista, pretendíamos que, en lugar de esperar a que el consumidor nos pidiera la información, fuéramos nosotros los que nos adelantáramos a sus requerimientos y le acercáramos la información, bien a su casa, si es socio, bien a las bibliotecas o agencias de lectura de su municipio.

El reto era importante, ya que ningún miembro del equipo éramos profesionales del sector de la comunicación, aunque sí tenía las ideas muy claras de lo que quería hacer y la finalidad que buscaba,

que no era otra que llevar información de consumo hasta el último rincón de Extremadura, optimizando para ello al máximo nuestros escasísimos recursos económicos, pues al ser una asociación de consumidores no podemos utilizar una de las vías tradicionales de financiación de cualquier revista: la publicidad comercial.

En los comienzos de esta andadura tengo que agradecer a quien hoy es Presidente de la Junta de Extremadura, el Excmo. Sr. D. Guillermo Fernández Vara, su fe en el proyecto, su confianza, sus palabras de aliento y su apoyo.

Hacer una revista no es nada fácil. Tenía las ideas muy claras, grandes dosis de ingenio y sobre todo una gran ilusión de todo el equipo en sacar adelante este proyecto. Desde el principio, lo hacemos todo nosotros: desde el diseño hasta la maquetación, pasando por la toma de datos y redacción de los artículos. Tan sólo la impresión, por motivos obvios, se hace fuera de nuestra redacción.

Esta forma de trabajar, aunque ha supuesto el empleo de muchas horas de nuestro tiempo libre y recorrer varias veces nuestra región de punta a punta, nos permite presumir de rigor cuando las afirmaciones que hemos vertido a la opinión pública han sido contestadas, aunque nunca rebatidas, por

Teniendo en cuenta que la información es uno de los derechos básicos del consumidor y yo diría que el más importante,



el sector o la institución a quien hemos incomodado con la veracidad de nuestros datos.

Hoy puedo afirmar que Consumidorex es un medio de comunicación consolidado, y puedo decir con gran satisfacción que nuestros informes tienen reflejo en los medios de comunicación tanto regionales como nacionales y en algún caso internacional. Si hoy buscamos en google la palabra consumidorex, aparecen más de doscientas referencias (*noticias hispanistas.com, ya.com, consumer, cinco días, interviú, boletín tecnológico del seguro, asociación bioética.com*). Y en muchos más, aparecen reseñas de los artículos publicados en las páginas de la revista.

Hoy después de ocho años, cuando echo la vista atrás, me doy cuenta que con esta revista hemos cumplido nuestro segundo objetivo que era crear opinión con nuestras denuncias, informes, estudios de mercado e, incluso, promover campañas de inspección (*parking, rebajas*) o iniciar acciones legislativas (*rayos uva, piercing*). Desde luego lo que tengo claro como Director de la revista, es que este viaje no hubiera sido posible sin nuestros colaboradores y anunciantes, sin los medios de comunicación donde nuestro trabajo se ve reflejado y que nos ayudan a que

la información que generamos también llegue a los ciudadanos.

Hoy, además de a nuestros socios, bibliotecas públicas, agencias de lecturas, asociaciones de emigrantes, de las que recibo cartas de gratitud y felicitación por el envío de información de nuestra región a extremeños que están lejos, algunos demasiado (Australia, Argentina), llegamos a los ayuntamientos de la provincia de Badajoz, Hospitales y Centros de Salud y a las oficinas de farmacia de toda la región.

El próximo reto es la accesibilidad, y lograr que nuestra revista pueda ser leída por todos "valiéndonos para ello de nuestra edición electrónica".

Consumidorex, ya no es un proyecto de este equipo, sino una publicación que nos sobrevivirá y desempeñará una importante labor por muchos años.

Sería un ingrato si no mencionase a dos personas que comenzaron conmigo, que siempre han estado a mi lado y que son mis más fieles colaboradores, Lali y Roberto, y a todos los compañeros que han trabajado en la revista con ideas y artículos.

Javier Rubio Merinero
Director de Consumidorex





Terrassa

Poc a poc la nostra Delegació s'ha consolidat com una entitat més de la important trama associativa que hi ha a la ciutat de Terrassa.

Hem pres el pols a la vida de la ciutat participant als tallers del Pla Estratègic de Participació Ciutadana impulsat per l'Ajuntament; treballem assessorant els ciutadans i contestant les seves consultes mitjançant internet. També ajudem a d'altres associacions que no saben com realitzar algunes actuacions jurídiques i, com ja havíem anunciat, formant part del Consell municipal de Comerç.

Recentment i coincidint amb el 15 de març, dia mundial del consumidor, vàrem signar el conveni de col·laboració amb la regidora Isabel Quintana. A l'hora d'escriure aquestes línies ens han informat que hi ha hagut canvis i en Xavier Martín és el nou regidor de Comerç, Consum i Turisme.

Com a exemple, el dia 28 de maig, l'Agència Catalana de Consum va organitzar a Terrassa les Segones Jornades de Consum adreçades al món local, on vam ser convidats com va succeir a la primera, celebrada a l'Hospitalet.

La delegació de la Unió de Consumidors del Barcelonès Nord

Fruit d'un conveni entre la Unió de Consumidors del Barcelonès Nord i la Vocalia de Dones de la Federació d'Associacions de Veïns de Badalona, el passat mes d'octubre va iniciar-se el curs "Societat i Consum", on mitjançant sessions mensuals, s'aniran desenvolupant tot un seguit de temes que tenen a veure amb la problemàtica familiar, tant en la basant social com econòmica.

L'assistència no ha estat tant nombrosa com es pretenia. La Vocalia de Dones de Badalona s'havia marcat com a objectiu fer present a les dones a la Federació d'Associacions de Veïns. Aquest objectiu no s'ha aconseguit donat possiblement pel dia escollit per la seva realització, doncs aquest mateix dia, les dones de Badalona ja realitzen altres activitats. Per això durant el mes de gener i febrer no es va realitzar cap sessió del curs i aquest es va reprendre el primer dilluns de març, quan algunes de les activitats que es realitzaven ja haurien acabat. Si voleu informació de les properes sessions adreceu-vos als locals de la Federació d'Associacions de Veïns de Badalona, al carrer Torrent d'en Valls, 6.

Delegacions

Seu central a Barcelona

c/ Villarroel, 10, baixos
08011 Barcelona
Telf: 934 546 776
Fax: 934 545 278
www.consumidors.org
ucc@consumidors.org

Unió de Consumidors del Barcelonès Nord

Torrent d'en Valls,6
08912 Badalona
Tel: 933 970 998
Fax: 933 970 553
www.consumidors.org/UCCBarcelonaNord
uccbadalona@consumidors.org

Unió de Consumidors de Terres de Lleida

C/ Bonaire, 8-12, Altell 1-D
25004 Lleida
Tel i fax: 973 239 966
www.consumidors.org/UCCTerresLleida
bustia@consumlleida.net

Unió de Consumidors del Vallès Occidental

www.consumidors.org/UCCVallesOccidental
uccterrassa@consumidors.org

Unió de Consumidors d'Olot

www.consumidors.org/UCCOlot
ucc-olot@consumidors.org





Que no t'enredin!

No et deixis endur per la publicitat

CONSUM REBEL és l'única associació de Joves Consumidors de Catalunya, una associació sense ànim de lucre, que lluita per a la defensa dels drets dels joves consumidors i usuaris.

Té com a objectiu prioritari informar i educar els joves, considerant que una bona informació pot evitar moltes reclamacions i molts dels enganys que sovint es produeixen. Per fer-ho realitzem de manera constant col·loquis, conferències i tallers sobre temes relacionats amb el consum jove en escoles, instituts, ampes, casals, centres cívics i a la nostra seu. Algunes d'aquestes activitats són xerrades que tracten sobre "Pírcings i Tatuatges", "El Dret d'admissió", "Els joves i els mòbils", "Anorèxia i bulímia: Cuida el teu cos", "Comprar per Internet: comerç electrònic", entre d'altres.

Així doncs, com a complement a la nostra tasca d'informació i educació, hem editat un primer còmic en matèria de consum anomenat "Que no t'enredin! No et deixis endur per la publicitat".

En resum, explica una història que se situa en un pis d'estudiants on els seus personatges viuen, amb clau d'humor, diferents situacions que parteixen d'un anunci publicitari. De manera divertida es planteja als joves l'aprenentatge dels seus drets, i així mateix, se'ls incita a la reflexió per tal que siguin conscients que gràcies a la publicitat podem tenir impulsos a l'hora de consumir determinats productes. Així en cada una de les diferents historietes es dóna un consell específic i en la part central del còmic es relacionen un seguit de consells bàsics sobre consum responsable i publicitat.



Núria Gimeno Mantret
advocada

Volem destacar l'èxit que està tenint el nostre còmic entre els joves, doncs tracta situacions en les que es poden trobar ells o els seus amics; els hi permet reflexionar sobre la influència de la publicitat en els seus hàbits de consum i alhora obtenen consells concrets. Tot això a través d'un còmic que és una eina molt atraient per a ells.



Villarroel 10, baixos
08011 - Barcelona
934 546 776
www.consumidors.org

ASSOCI' T A LA



Unió de Consumidors
de Catalunya

Nom i cognoms _____
DNI _____ Professi3 _____ Data de Naixement _____
Adreça _____ Poblaci3 _____ CP _____
Tel3fon _____ Correu electr3nic _____

Vull associar-me a la Unió de Consumidors de Catalunya mitjançant el pagament d'una quota anual de 39€ i un únic pagament de 21€ que correspon als drets d'inscripci3.

Titular del compte _____ autoritzo al banc/caixa perquè a partir d'aquesta data pagui amb càrrec al meu compte:



els rebuts que lliurarà la Unió de Consumidors de Catalunya a nom meu.

, d

de 20

Signatura

Ompler aquesta butlleta i envia-la a la següent adreça: Villarroel 10, baixos 08011 - Barcelona

Les dades sol·licitades s'utilitzaran per a gestionar l'alta com soci i l'abonament de les quotes anuals. D'acord amb la LOPD 15/99, s'inclouran i tractaran en un fitxer automatitzat propietat de la UCC, responsable del mateix, mantenint els nivells de protecció segons el RD 1720/07. Per fer ús del dret d'accés, rectificaci3, cancel·laci3 o oposici3, envii un escrit a la UCC (c/ Villarroel 10, local 1 - 08011 Barcelona), adjuntant c3pia del DNI.

Jo

bio

sabor
qualitat
medi ambient

Jo  bio
aliments ecològics