

La defensa de los consumidores en España

Asociaciones y arbitraje de consumo

■ MARÍA ANTONIA LANDERO

Periodista

La filosofía del movimiento consumerista se basa en el principio de que sólo conociendo los derechos que nos asisten podemos prevenir los abusos y sólo conociendo los mecanismos de defensa, podemos utilizarlos. La máxima: reclamar no es un derecho, es una obligación.

En aplicación de este principio, comenzaron durante la década de los años sesenta a crearse en España las primeras asociaciones para la defensa de los consumidores tal como hoy las entendemos. En cuanto a los mecanismos legales promovidos desde la Administración con el mismo fin, aunque ésta ya había asumido la existencia de asociaciones de consumidores y comienza a ejercer su defensa a comienzos de la década de los setenta, el hito más significativo del movimiento consumerista lo proporciona la propia Constitución española, quien se encarga de darle respaldo jurídico en su artículo 51.1: "los poderes públicos garantizarán la defensa de los

consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, salud y legítimos intereses económicos".

Posteriormente, esta norma general se materializó a través de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, aprobada el 19 de julio de 1984, y de un numeroso conjunto de normativas de carácter estatal y autonómico que recogen de forma pormenorizada toda una serie de situaciones relacionadas con el consumo.

Desde la Administración, la promoción y defensa de los derechos del consumidor las realiza el Instituto Nacional de Consumo, un organismo autónomo desde 1977, que actualmente depende del Ministerio de Sanidad y Consumo.

Paralelamente a la estructura jurídica creada durante las dos últimas décadas, el movimiento social en defensa de los consumidores y usuarios se ha desarrollado de forma importante. Actualmente son once las organizaciones de consu-

midores a nivel nacional existentes en España, a las que se encuentran afiliados más de 2.300.000 consumidores. Una cifra nada despreciable si se tiene en cuenta la relativa juventud del movimiento consumerista en España.

Entre asociaciones y Administración, está el Consejo de los Consumidores y Usuarios (CCU). Creado en 1991, es el órgano de representación y consulta de ámbito nacional de los consumidores ante la Administración y está integrado por las once Asociaciones de Consumidores de ámbito nacional y por representantes de los Consejos de Consumo de las comunidades autónomas.

ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

El objetivo fundamental de las organizaciones de consumidores y usuarios es defender a sus asociados y tramitar sus quejas y reclamaciones, aunque éstas, en general, sólo son llevadas a los tribunales de justicia si el caso afecta a un número elevado de personas o si se trata



ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES DE ÁMBITO NACIONAL

UNIÓN DE CONSUMIDORES DE ESPAÑA (UCE)

CONSTITUIDA EN 1985, CUENTA CON 228.000 SOCIOS Y 60 OFICINAS EN TODA ESPAÑA. PARTICIPA DE LA FUNDACIÓN CIUDADANO, PROPIETARIA DE LA REVISTA QUE LLEVA EL MISMO NOMBRE, UNA PUBLICACIÓN DEDICADA A LA INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR, QUE INCLUYE ANÁLISIS COMPARATIVOS DE DIFERENTES PRODUCTOS Y SERVICIOS PRESENTES EN EL MERCADO.

LA CUOTA ANUAL ES DE 7.500 PESETAS, QUE DA DERECHO, ADEMÁS DE AL ASESORAMIENTO JURÍDICO Y LA TRAMITACIÓN DE RECLAMACIONES, A RECIBIR LA REVISTA CIUDADANO.

DIRECCIÓN: ATOCHA 26, 3ª IZDA. 28012 MADRID. TEL.: 91 369 13 76.

FEDERACIÓN DE UNIÓN CÍVICA DE CONSUMIDORES Y AMAS DEL HOGAR DE ESPAÑA (UNAE)

FUNDADA EN 1979 A PARTIR DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES Y AMAS DE HOGAR DE BARCELONA, LEÓN Y MADRID. COMO FEDERACIÓN, EXISTE DESDE 1985.

OFRECE UN SERVICIO DE ASESORAMIENTO Y DEFENSA JURÍDICA GRATUITA PARA CONSULTAS Y RECLAMACIONES DE CONSUMO. ORGANIZA CURSOS DE FORMACIÓN Y OTRAS ACTIVIDADES INFORMATIVAS SOBRE LOS DERECHOS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS. ADEMÁS, LA FEDERACIÓN EDITA PERIÓDICAMENTE MANUALES, FOLLETOS Y MONOGRAFÍAS.

COMO SERVICIO EXCLUSIVO A SUS ASOCIADOS, LA UNAE OFRECE UNA MUTUALIDAD DE PREVISIÓN SOCIAL PARA EL AMA DE CASA.

ESTÁ IMPLANTADA EN DOCE COMUNIDADES AUTÓNOMAS Y ACOGE A 130 ASOCIACIONES FEDERADAS Y DELEGACIONES TERRITORIALES, CON UN TOTAL DE 125.000 ASOCIADOS.

DIRECCIÓN: VILLANUEVA 8, 3º, 28001 MADRID. TELS.: 91 575 72 19/91 575 13 09.

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (HISPACOO)

REPRESENTA Y DEFIENDE LOS INTERESES DE LAS COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES DE ESPAÑA ANTE INSTITUCIONES Y FOROS NACIONALES E INTERNACIONALES DESDE SU DOBLE VERTIENTE DE ORGANIZACIÓN COOPERATIVA-EMPRESARIAL Y ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES.

CREADA EN 1990, HISPACOO ESTÁ FORMADA POR DISTINTAS FEDERACIONES DE COOPERATIVAS DE CONSUMO, AGRUPANDO A 125 COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS QUE ACTÚAN EN DISTINTOS SECTORES ECONÓMICOS Y ASOCIAN A CASI UN MILLÓN DE FAMILIAS.

LA PECULIARIDAD DE ESTA ENTIDAD ES QUE, ADEMÁS DE LA INFORMACIÓN Y FORMACIÓN A LAS QUE SE DEDICAN OTRAS ASOCIACIONES, ESTÁ DESARROLLA UNA FUNCIÓN PREVENTIVA, PONIENDO EN PRÁCTICA AQUELLO QUE ANUNCIAN.

PUBLICAN UNA SERIE DE DOCUMENTOS SOBRE TEMAS DE ACTUALIDAD Y UN BOLETÍN INFORMATIVO DE DISTRIBUCIÓN GRATUITA ENTRE LOS SOCIOS.

DIRECCIÓN: VÍA LAIETANA 59, 3ª-1ª, 08003 BARCELONA. TEL.: 93 317 25 21.

ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (OCU)

FUNDADA EN 1975, LA OCU AGRUPA A 240.000 SOCIOS.

MUCHOS DE LOS ANÁLISIS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SE REALIZAN EN COLABORACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES INDEPENDIENTES EUROPEAS, EN EL SENO DEL INTERNATIONAL TESTING, LO QUE PERMITE REDUCIR COSTES DE LOS ANÁLISIS, A MENUDO MUY ELEVADOS. A ESTA TAREA SE DEDICAN UN CENTENAR DE PROFESIONALES.

LA TAREA DE INFORMAR AL CONSUMIDOR SE REALIZA MEDIANTE VARIAS PUBLICACIONES: COMPRA MAESTRA, DINERO Y DERECHOS, OCU SALUD, DINERO QUINCE Y DINERO Y FONDOS. ADEMÁS, PUBLICA GUÍAS MONOGRAFICAS QUE OFRECEN CONSEJOS PRÁCTICOS SOBRE DIVERSOS ASUNTOS.

LA CUOTA ANUAL OSCILA ENTRE LAS 3.000 Y LAS 21.600 PESETAS, DEPENDIENDO DEL NÚMERO DE PUBLICACIONES QUE SE DESEE RECIBIR.

LA OCU SE INTEGRÓ A FINALES DE LOS 70 EN LA IOCU (ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES, HOY CONSUMERS INTERNATIONAL), EN CALIDAD DE PRIMER REPRESENTANTE DEL CONSUMIDOR ESPAÑOL, Y EN EL BEUC (OFICINA EUROPEA DE ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES). EL BEUC ACTÚA COMO PORTAVOZ ANTE LAS INSTITUCIONES DE LA UNIÓN EUROPEA, POR CUENTA DE LAS ASOCIACIONES INDEPENDIENTES DE CONSUMIDORES DE EUROPA, Y SE ESFUERZA POR INFLUIR EN LA POLÍTICA EUROPEA EN TODOS LOS NIVELES; EL MERCADO ÚNICO DEBE SERVIR A LOS INTERESES DEL CONSUMIDOR, Y NO A LA INVERSA.

DIRECCIÓN: MILÁN 38, 28043 MADRID. TEL.: 91 300 00 45.

ASOCIACIÓN DE PROPIETARIOS EN TIEMPO COMPARTIDO (APT)

CUENTA CON 650 ASOCIADOS Y SU OBJETIVO FUNDAMENTAL, ADEMÁS DE ASESORAR EN UNA MATERIA TAN ESPECÍFICA Y COMPLEJA COMO ES LA DE LA MULTIPROPIEDAD, ES CONSEGUIR PONER EN CONTACTO A LOS DISTINTOS PROPIETARIOS, GENERALMENTE MUY DISPERSOS. LA CUOTA ANUAL DE APTC ES DE 7.000 PESETAS Y EDITA UN FOLLETO BIMENSUAL CON INFORMACIÓN SOBRE LAS NOVEDADES EN EL CAMPO DE LA PROPIEDAD COMPARTIDA.

DIRECCIÓN: VILLANUEVA 33, 2ª DCHA. 28001 MADRID. TEL.: 91 578 25 54.

ASOCIACIÓN GENERAL DE CONSUMIDORES/ UNIÓN NACIONAL DE COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES

ASGECO SE CREÓ EN 1980 A PARTIR DE UN COLECTIVO INTEGRADO POR COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS. ENTRE SUS OBJETIVOS ESTÁ EL DE FOMENTAR EL COOPERATIVISMO Y LA PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE. MIENTRAS QUE UNCCUE DEDICA SUS SERVICIOS A LAS COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS, COMO EMPRESAS, ASGECO ATIENDE A SUS SOCIOS CONSUMIDORES-USUARIOS.

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ORGANIZACIONES DE AMAS DE CASA Y CONSUMIDORES Y USUARIOS (CEACUC)

ESTA CONFEDERACIÓN SE OCUPA FUNDAMENTALMENTE DE LA FORMACIÓN, INFORMACIÓN Y DEFENSA DE LOS INTERESES DE LA MUJER COMO AMA DE CASA, Y ATIENDE GRATUITAMENTE CONSULTAS SIN NECESIDAD DE ESTAR ASOCIADO. DISPONE DE GABINETE JURÍDICO Y FINANCIERO. ACTUALMENTE HAY 400.000 MUJERES ASOCIADAS QUE, SEGÚN LAS PROVINCIAS, PAGAN CUOTAS DE ENTRE 1.000 Y 6.000 PESETAS ANUALES. CUENTA CON 1.180 DELEGACIONES LOCALES Y 48 DELEGACIONES PROVINCIALES Y REPRESENTA LOS INTERESES DE LAS AMAS DE CASA EN 130 FOROS NACIONALES E INTERNACIONALES.

SE CREÓ EN 1965, COINCIDIENDO CON LA APROBACIÓN DE LA LEY DE ASOCIACIONES. YA EN ESA ÉPOCA ESTABA PRESENTE EN 37 CAPITALES DE PROVINCIA. EDITAN BOLETINES PROVINCIALES Y DIVERSAS PUBLICACIONES, COMO SU COLECCIÓN DE INFORMES Y LAS GUÍAS PRÁCTICAS. UNA DE ESTAS GUÍAS ES 100 CONSEJOS PARA SER UNA PERFECTA AMA DE CASA ECOLÓGICA, QUE RECIBIÓ EL PRIMER PREMIO NACIONAL DE MEDIO AMBIENTE EN 1993. LA GUÍA PRÁCTICA PUBLICADA MÁS RECIENTEMENTE ES LA DIRIGIDA A PREVENIR LOS ACCIDENTES DOMÉSTICOS EN LA COCINA.

DIRECCIÓN: SAN BERNARDO 97-99, 2º F. 28015 MADRID. TEL.: 91 594 50 89.

ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN (AUC)

EL OBJETIVO DE ESTA ASOCIACIÓN ES LA DEFENSA DE LOS INTERESES DE LOS CIUDADANOS EN SU RELACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ASÍ, ACTÚA EN CAMPOS COMO LA PUBLICIDAD, LA VERACIDAD EN LA INFORMACIÓN, INTERNET, EL COMERCIO ELECTRÓNICO, LA PROTECCIÓN DE DATOS Y LA DEFENSA DE LA INTIMIDAD. PARA ELLO DESARROLLA PROGRAMAS DE EVALUACIÓN DEL GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN EN ESTE CAMPO.

EL NÚMERO DE ASOCIADOS SUPERA LOS 10.000, QUE APORTAN UNA CUOTA ANUAL DE 1.600 PESETAS. ACTUALMENTE ESTÁ ORGANIZANDO DELEGACIONES EN TODA ESPAÑA (INICIALMENTE EN MADRID, VALENCIA, BALEARES, ANDALUCÍA Y CATALUÑA), Y TRABAJA EN EL PROYECTO DE CREACIÓN DE UNA ASOCIACIÓN DE CONSUMIDORES EUROPEA. LOS NO SOCIOS DE AUC PUEDEN VERSE DEFENDIDOS EN SUS INTERESES DE FORMA GRATUITA.

LA AUC DIFUNDE MENSUALMENTE DOCUMENTOS MONOGRAFICOS SOBRE ASPECTOS RELACIONADOS CON EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN Y FIJA SU POSICIÓN ANTE LA OPINIÓN PÚBLICA.

DIRECCIÓN: PRÍNCIPE DE VERGARA 25, 4ª DCHA. 28001 MADRID. TEL.: 91 431 05 51.

Y USUARIOS DE ESPAÑA (ASGECO/UNCCUE)

CUENTAN CON DEPARTAMENTOS DE ASESORÍA JURÍDICA, ECONÓMICA, CONTABLE, FISCAL Y DE FORMACIÓN, ASÍ COMO DE UN GABINETE DE PrensA QUE ELABORA EL BOLETÍN IBERCOOP, POR 3.600 PESETAS AL AÑO. ADEMÁS DE DISPONER DEL GABINETE JURÍDICO, LOS SOCIOS PUEDEN PARTICIPAR EN CURSOS Y SEMINARIOS ORGANIZADOS POR LA ASOCIACIÓN Y CONTAR CON TARIFAS ESPECIALES EN ALGUNOS SERVICIOS MÉDICOS.

DIRECCIÓN: PLAZA DE NAVAFRÍA 3. 28027 MADRID. TEL.: 91 405 36 11.

ASOCIACIÓN PARA LA DEFENSA DE IMPOSITORES DE BANCOS Y CAJAS DE AHORROS (ADICAE)

NACIDA EN 1988 EN ARAGÓN, ESTA ASOCIACIÓN SE HA ESPECIALIZADO EN LA PROTECCIÓN, FORMACIÓN Y RECLAMACIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS USUARIOS DE SERVICIOS BANCARIOS Y SEGUROS, Y DEFIENDE EL DERECHO A LA REPARACIÓN DE DAÑOS Y PERJUICIOS SUFRIDOS CON OCASIÓN DE SERVICIOS DE BANCOS, CAJAS Y SEGUROS.

OFRECE UN SERVICIO JURÍDICO-BANCARIO Y UN SERVICIO DE BIBLIOTECA Y HEMEROTECA EN LA SEDE. EDITA DESDE 1990 LA REVISTA IMPOSITORES CON PERIODICIDAD BIMENSUAL.

FORMA PARTE DEL CONSEJO DE CONSUMIDORES Y USUARIOS Y REPRESENTA A LOS CONSUMIDORES EN LA COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES Y EN EL GRUPO DE TRABAJO DEL EURO, EN LA COMISIÓN EUROPEA.

DIRECCIÓN: PL. TLO. DE LA CRUZ 4. 28029 MADRID. TEL.: 91 373 47 03.

CONFEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE VECINOS, CONSUMIDORES Y USUARIOS DE ESPAÑA (CAVE)

CONSTITUIDA EN 1995, REÚNE A 17 CONFEDERACIONES AUTÓNOMICAS, 127 FEDERACIONES Y 3.058 ASOCIACIONES DE VECINOS. EN TOTAL, 1.300.000 SOCIOS.

PUBLICAN UN BOLETÍN MENSUAL PARA SOCIOS, CAVE NOTICIAS, EN DONDE SE INFORMA DE LAS DISTINTAS CAMPAÑAS QUE REALIZA. CUENTA CON CONSULTA JURÍDICA ESPECIALIZADA PARA SOCIOS.

DIRECCIÓN: CTRA. VICÁLVARO 82. 28022 MADRID. TEL.: 91 324 02 67.

FEDERACIÓN DE USUARIOS Y CONSUMIDORES INDEPENDIENTES (FUCI)

ESTA FEDERACIÓN CUENTA CON 175.000 AFILIADOS PERTENECIENTES A 58 ASOCIACIONES FEDERADAS DISTRIBUIDAS EN QUINCE COMUNIDADES AUTÓNOMAS. LA CUOTA, DEPENDIENDO DE LAS DISTINTAS ASOCIACIONES Y DE SI SE DESEA RECIBIR LA REVISTA CIUDADANO, OSCILA ENTRE LAS 1.000 Y LAS 7.000 PESETAS ANUALES.

LOS ASOCIADOS TIENEN DERECHO A PARTICIPAR EN CURSOS, CONFERENCIAS, TALLERES DE TRABAJO Y SEMINARIOS, Y A SER DEFENDIDOS ANTE LOS TRIBUNALES. ADEMÁS, RECIBEN DOCUMENTOS INFORMATIVOS SOBRE TEMAS ESPECÍFICOS.

DIRECCIÓN: JOAQUÍN COSTA 61. 28002 MADRID. TEL.: 91 564 01 18.



LAS PRIMERAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

EN ESPAÑA, COMO EN EL RESTO DE EUROPA, FUE DURANTE LA DÉCADA DE LOS AÑOS 60 CUANDO SURGIERON LAS PRIMERAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES TAL COMO HOY LAS ENTENDEMOS. LA PRIMERA FUE LA FEDERACIÓN DE AMAS DE CASA, EN 1968, Y UN AÑO DESPUÉS SE CREÓ LA FEDERACIÓN NACIONAL DE CONSUMIDORES.

AMBAS NACIERON AL AMPARO DE LA LEY DE ASOCIACIONES DE DICIEMBRE DE 1964.

ESAS PRIMERAS ASOCIACIONES RECOGEN EL RESULTADO DEL MOVIMIENTO CONSUMIDOR, QUE COMENZÓ A DAR SUS PRIMEROS PASOS EN EL SIGLO PASADO A TRAVÉS DE COOPERATIVAS, Y DE LA EXPERIENCIA DE ESTADOS UNIDOS, DONDE LAS PRIMERAS LIGAS DE CONSUMIDORES EMPEZARON A CREARSE AL FILO DE ESTE MISMO SIGLO, Y A CONFIGURARSE TAL COMO SON ACTUALMENTE EN LOS AÑOS 30, UNA DÉCADA EN LA QUE NACIERON LAS GRANDES ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES EN DICHO PAÍS.

EN EUROPA, EL MOVIMIENTO CONSUMERISTA EMPEZÓ A EXTENDERSE DESPUÉS DE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL, AUNQUE ES YA DURANTE LA DÉCADA DE LOS AÑOS 60 CUANDO EL CONSUMIDOR TOMA CONCIENCIA COMO TAL.

SE HA DICHO QUE EN ESPAÑA EL MOVIMIENTO ASOCIATIVO CONSUMERISTA FUE INTRODUCIDO POR FERNANDO GARRIDO, UN LÍDER REPUBLICANO EXILIADO, QUIEN EN 1864 DESCRIBIÓ EN UN FOLLETO LOS ÉXITOS DE LAS COOPERATIVAS DE CONSUMO EN INGLATERRA.

EN CUALQUIER CASO, LAS PRIMERAS FORMAS ORGANIZATIVAS DE CONSUMIDORES ESPAÑOLAS FUERON LAS COOPERATIVAS DE CONSUMO CREADAS EN LA ÚLTIMA MITAD DEL SIGLO XIX EN VALENCIA, MADRID Y CATALUÑA.

POR SU PARTE, LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA ESPAÑOLA ASUME EL PROBLEMA DE LA DEFENSA DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y LA EXISTENCIA DE LAS ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES A PRINCIPIOS DE LOS AÑOS 70.

ANTES DE ESA FECHA, LAS ESTRUCTURAS Y FUNCIONES ADMINISTRATIVAS SÓLO ALUDÍAN A LA DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES DE FORMA INDIRECTA.

EL DECRETO DEL MINISTERIO DE COMERCIO DE 7 DE NOVIEMBRE DE 1975 CREÓ EL INSTITUTO NACIONAL DE CONSUMO CON UN OBJETIVO PRINCIPAL:

LA REALIZACIÓN DE ACCIONES DESTINADAS A MEJORAR E IMPULSAR LA INFORMACIÓN Y FORMACIÓN DEL CONSUMIDOR.



hasta decálogos para no tener problemas en vacaciones o consejos para contratar un seguro.

Para avalar sus denuncias, las asociaciones deben realizar una serie de análisis, muchas veces en colaboración con otras organizaciones, debido en ocasiones a su complejidad y coste elevado. Así, algunas asociaciones colaboran en el aspecto técnico con otras organizaciones de consumidores europeas en el seno de I.T. (International Testing). Esta asociación se creó con el objetivo de reducir costes de los análisis comparativos de los productos más costosos: coches, neumáticos, aparatos de fotografía y de alta fidelidad, entre otros. Los análisis se realizan en el ámbito europeo, de forma que no sólo se reducen costes, sino que se consigue un impacto mayor gracias a la publicación común de los resultados del análisis en varios países.

RECLAMAR DERECHOS

Si un consumidor considera vulnerados sus derechos, lo que debe hacer en primer lugar es exponer su queja ante el responsable del establecimiento. Si lo cree necesario, deberá hacer uso de las hojas de reclamaciones; y si aún no está satisfecho, deberá formular su reclamación en la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC), en las Direcciones Generales de Consumo de las comunidades autónomas o en la correspondiente asociación de consumidores. Allí será informado de sus derechos y podrá ser representado ante la empresa o entidad responsable de la queja en defensa de sus derechos.

de un asunto de considerable gravedad. Así, por la repercusión social que alcanzaron, destacan las denuncias realizadas sobre el fraude de las gasolineras, el caso del aceite de la colza, la "batalla de las hamburguesas", la regulación de los teléfonos 903 o la seguridad en los parques infantiles etc.

Además, otro objetivo de las organizaciones de consumidores es informar al ciudadano a través de publicaciones y cursos sobre las más diversas materias, sobre todo aquellas que afectan de manera especial a asuntos clave como la

alimentación, la vivienda o los servicios básicos.

Aunque los consejos más generales a la hora de hacer una compra son los de comparar precios y calidades, adquirir sólo aquello que se necesite, leer detenidamente el etiquetado y las instrucciones de uso y solicitar justificante de las compras, para informar de manera rigurosa muchas asociaciones publican guías y monográficos sobre temas específicos y del máximo interés: desde cómo elegir bien un crédito hipotecario o los pasos a seguir en la compra de una vivienda,





De una encuesta realizada este mismo año por el Ayuntamiento de Madrid, se desprende que el factor del nivel económico y el nivel educativo se refuerzan recíprocamente. Casi la mitad de las personas que han pasado por el bachillerato y tienen ingresos altos suelen pedir la hoja de reclamaciones cuando tienen alguna queja (46%). Pero no llegan al 15% las personas con estudios elementales e ingresos bajos o medios que siguen esa misma pauta.

En cuanto a la respuesta de los comerciantes, la encuesta indica que en un 36% de las ocasiones en que se pidieron hojas de reclamación, el establecimiento no quiso facilitarlas en un primer momento y en un 52% de las ocasiones, no puso ningún impedimento para facilitar el mencionado formulario. En el resto, es decir, el 20%, existió una negativa abierta o no disponía de hojas.

En cuanto a los consumidores que se animan a acercarse a la Oficina Municipal de Información al Consumidor, fueron un 10% de los descontentos, frente a un 7% que recurrieron a una asociación de consumidores.

OFICINAS MUNICIPALES DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

Las OMICS son las entidades públicas encargadas más directamente de la información y defensa de los consumidores. Desde la creación de la primera oficina en Albacete en 1982, hasta ahora, su actividad ha ido extendiéndose, de forma que abarcan la mayoría de los sectores de consumo. En ellas se puede encontrar información desde asuntos



OFICINAS MUNICIPALES DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR TELÉFONOS DE CONTACTO

A CORUÑA: 981 24 06 16

ALBACETE: 967 59 61 00

ALICANTE: 96 523 02 76

ALMERÍA: 950 21 00 83

ÁVILA: 920 21 13 00

BADAJOS: 924 25 28 26

BARCELONA: 93 402 77 30

BILBAO: 94 420 49 69

BURGOS: 947 28 88 28

CÁCERES: 927 25 57 37

CÁDIZ: 956 21 25 31

CASTELLÓN: 964 35 52 25

CEUTA: 956 51 23 59

CIUDAD REAL: 926 21 10 44

CÓRDOBA: 957 47 20 00

CUENCA: 969 21 13 58

GIRONA: 972 41 90 10

GRANADA: 958 29 47 00

GUADALAJARA: 949 88 70 96

HUELVA: 959 21 01 85

HUESCA: 974 22 04 00

LAS PALMAS DE G. CANARIA: 928 23 15 66

LEÓN: 987 89 55 92

LOGROÑO: 941 25 94 88

LUGO: 982 25 15 36

LLEIDA: 973 23 97 78

MADRID: 91 542 52 52

MELILLA: 95 269 91 16

MURCIA: 968 23 90 65

MÁLAGA: 95 213 51 22

OURENSE: 988 38 81 29

OVIEDO: 985 21 98 75

PALENCIA: 979 71 81 43

PALMA DE MALLORCA: 971 71 27 48

PONTEVEDRA: 986 85 18 00

SALAMANCA: 923 27 91 67

SAN SEBASTIÁN: 943 43 11 95

SANTANDER: 942 22 89 60

SANTA CRUZ DE TENERIFE: 922 60 61 30

SEGOVIA: 921 43 61 84

SEVILLA: 95 455 07 45

SORIA: 975 21 38 40

TOLEDO: 925 26 97 50

TARRAGONA: 977 44 00 00

TUDELA (NAVARRA): 948 41 71 00

VALENCIA: 96 351 17 87

VALLADOLID: 983 42 71 00

VITORIA: 945 16 12 40

ZAMORA: 980 53 61 37

ZARAGOZA: 976 39 88 53

relacionados con la vivienda o créditos bancarios a aquellos más cotidianos como los derivados de problemas con la tintorería o con un restaurante.

Las reclamaciones se pueden hacer por teléfono o personalmente. A partir de entonces, la Oficina se pondrá en contacto con el profesional objeto de la queja con el fin de intentar llegar a un acuerdo amistoso entre las partes. En el caso de que la queja supere sus competencias, la Oficina trasladará la reclama-

ción al organismo que corresponda y mantendrá informado al consumidor del curso de su denuncia.

Dependientes de los Ayuntamientos, o en ocasiones de mancomunidades, actualmente existen en España más de 700 oficinas repartidas por toda la geografía nacional.

Además de informar, asesorar y mediar en los conflictos suscitados entre consumidores y prestatarios, las OMICS también propician la participación de



EL CONSEJO DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

EL CONSEJO DE CONSUMIDORES Y USUARIOS, CONSTITUIDO EN 1991, ESTÁ INTEGRADO POR UN TOTAL DE 11 ASOCIACIONES QUE AGRUPAN A MÁS DE 2.300.000 SOCIOS, Y A LOS REPRESENTANTES DE TODOS LOS CONSEJOS DE CONSUMIDORES DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS. CUENTA CON MÁS DE 100.000 ASOCIADOS COTIZANTES EN LAS DIFERENTES COMUNIDADES AUTÓNOMAS Y ASESORA A LOS CONSUMIDORES EN MÁS DE 180 LOCALES.

TAMBIÉN PARTICIPA COMO ÓRGANO DE REPRESENTACIÓN EN MÁS DE 30 ORGANISMOS, ENTRE LOS QUE SE ENCUENTRAN LA JUNTA SUPERIOR DE PRECIOS, LA AGENCIA DE PROTECCIÓN DE DATOS, LA COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES Y EL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL.

REPRESENTA A LOS CONSUMIDORES ESPAÑOLES EN EL CONSEJO DE LOS CONSUMIDORES EUROPEOS DE LA ASAMBLEA GENERAL DE ANEC (ASOCIACIÓN EUROPEA PARA LA COORDINACIÓN DE LA

REPRESENTACIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN LA NORMALIZACIÓN).

A TRAVÉS DE SU REVISTA Y DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN GENERAL, REALIZA DISTINTAS CAMPAÑAS DE ASESORAMIENTO A LOS CONSUMIDORES A TRAVÉS DE DIFERENTES DECÁLOGOS SOBRE TEMAS DIVERSOS: MULTIPROPIEDAD, VIVIENDAS DE ALQUILER, REVELADO FOTOGRÁFICO, COMPRA A DISTANCIA O SERVICIOS DE MUDANZA, Y HA ABIERTO UNA LÍNEA TELEFÓNICA PARA QUEJAS DE OVERBOOKING.

TAMBIÉN HAN DESARROLLADO, ENTRE OTRAS COSAS, TALLERES DE CONSUMO EN LAS PRISIONES DE MUJERES, PUBLICIDAD DE JUGUETES EN TV, Y UNA GUÍA DE CONSUMO PARA INMIGRANTES.

EL CONSEJO CUENTA CON COMISIONES ESPECIALIZADAS, POR MATERIAS, PARA PODER DAR UN TRATAMIENTO MÁS ESPECÍFICO A LOS DIFERENTES ASUNTOS. (SANIDAD, VIVIENDA, JUSTICIA, SERVICIOS PÚBLICOS, ALIMENTACIÓN, ETCÉTERA).



establecimientos que exhiben el distintivo oficial de adhesión a la Junta Arbitral de Consumo mejoran su imagen de seriedad y credibilidad ante el consumidor, ya que es una contraseña que indica que el proveedor asegura resolver los desacuerdos que puedan producirse con él.

El plazo máximo de tramitación es de cuatro meses desde la formalización del convenio arbitral, aunque lo normal es que oscile entre uno y tres meses. Su eficacia reside en que resuelve el conflicto mediante un laudo o resolución de obligado cumplimiento, sin tener que recurrir a la vida judicial ordinaria. Se considera también el sistema más económico de resolver los conflictos puesto que las partes sólo deben costear la práctica de peritajes, en su caso. El coste medio de los peritajes ronda las 20.000 pesetas.

Su ámbito de actuación va desde el municipal hasta el nacional. A la Junta de ámbito nacional, adscrita al Instituto Nacional de Consumo, se puede acudir cuando la solicitud se presente a través de una asociación de consumidores y si el conflicto afecta a consumidores y usuarios en un ámbito superior a la comunidad autónoma.

El balance de la eficacia y cumplimiento de los laudos emitidos en 1998, es realmente positivo. Basta para ello comprobar que de los 6.868 laudos emitidos, fueron cumplidos voluntariamente 6.738. Para el resto -130-, hubo de solicitarse la ejecución forzosa. También la mayoría de las solicitudes de arbitraje presentadas fueron aceptadas por la empresa, aunque el porcentaje del 29,88% rechazadas es significativo.

usuarios y consumidores en las decisiones que les afectan a través de órganos de representación y consulta como el Consejo Local de Consumo.

Al igual que las asociaciones nacionales, también las OMICS imparten cursos y editan folletos informativos sobre temas monográficos.

ARBITRAJE DE CONSUMO. LA MEJOR ALTERNATIVA

Si la mediación de la OMIC o de la asociación de consumidores no resuelve el conflicto y el consumidor no quiere acudir a los tribunales, porque la reclamación no tenga cuantía suficiente como para realizar un trámite largo y costoso, el mejor camino es acudir al arbitraje de consumo, un sistema creado en 1986 de

modo experimental y cuyo Reglamento de funcionamiento se promulgó el 3 de mayo de 1993.

El Sistema de Arbitraje de Consumo es una vía extrajudicial, rápida, eficaz y económica que permite resolver fácilmente los desacuerdos que puedan surgir entre el comprador o usuario y el prestador de servicios.

El arbitraje tiene la doble ventaja de resolver la queja del consumidor de una manera más rápida y económica y de ser un sello de calidad y garantía para la empresa adherida al sistema. De esta manera, el consumidor que acuda a un establecimiento adherido al Sistema Arbitral, tiene la garantía de que cualquier conflicto o queja se resolverá de manera sencilla, gratuita y rápida. Por su parte, los





PROCEDIMIENTOS DEL ARBITRAJE

La solicitud de arbitraje se debe formalizar ante la Junta Arbitral de Consumo que corresponda al domicilio del consumidor y será el secretario de la Junta quien notificará al reclamado la solicitud para proceder al inicio del procedimiento, si está adherido al sistema o para la formalización del convenio si no lo estuviera.

Una vez formalizado el convenio, se designará el Colegio Arbitral, que funcionará de acuerdo con los principios de audiencia, contradicción e igualdad, y que estará compuesto por tres árbitros: uno, que representa a los consumidores, otro al sector empresarial implicado, y un presidente del Colegio designado por la Administración de la que dependa la Junta Arbitral de Consumo. Tras esto, se dará audiencia a las partes y se acordará la práctica de pruebas si fuera necesario.

Para facilitar la emisión del laudo y poder contar con elementos de juicio suficientes para poder dictar una resolución, algunas Juntas disponen de laboratorios y técnicos especializados en la emisión de informes periciales. Cuando las pruebas no puedan practicarse en el acto de audiencia, se suspende la misma y se otorga un plazo para su realización.

Si las pruebas se acuerdan de oficio, serán costeadas por la Administración de la que dependa la Junta Arbitral de Consumo, pero si se proponen a instancia de parte, los gastos que se ocasionen los deberá pagar quien las propone.

UN SISTEMA ASCENDENTE

Actualmente existen más de 46.000 empresas adheridas al sistema de arbitraje. El balance de adhesión de 1998 res-

CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN DEL CONSUMO

EL CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN DEL CONSUMO (CIDOC) ES EL ÁREA DEL INSTITUTO NACIONAL DE CONSUMO QUE SE ENCARGA DE ELABORAR Y DIFUNDIR INFORMACIÓN A LOS CONSUMIDORES Y A LAS ORGANIZACIONES Y ADMINISTRACIONES QUE SE OCUPAN DE LA DEFENSA DE SUS DERECHOS.

EL CIDOC ELABORA UNA BASE DE DATOS DE INFORMACIÓN SOBRE CONSUMO QUE SE COMPONE DE LA SIGUIENTE INFORMACIÓN: LEGISLACIÓN, CON MÁS DE 6.000 REFERENCIAS DE LA NORMATIVA APLICABLE EN MATERIA DE CONSUMO, EXTRAÍDAS DEL BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO Y DIARIOS OFICIALES DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS Y DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS; JURISPRUDENCIA, CON MÁS DE 1.500 REFERENCIAS DE SENTENCIAS JUDICIALES. ACTUALMENTE CUENTA CON 6.000 MONOGRAFÍAS SOBRE LOS PRINCIPALES

TEMAS QUE INTERESAN AL CONSUMIDOR: ALIMENTACIÓN, CALIDAD Y SEGURIDAD, MEDIO AMBIENTE, SERVICIOS, ETCÉTERA. ASIMISMO, TIENE CATALOGADAS MÁS DE 250 COLECCIONES DE PUBLICACIONES PERIÓDICAS DE TODO EL MUNDO.

EL CIDOC HA REALIZADO UNA BASE DE DATOS DE INFORMACIÓN SOBRE CONSUMO QUE PERMITE EL ACCESO A LA INFORMACIÓN DE QUE DISPONE EL CENTRO A TRAVÉS DE DIFERENTES VÍAS, TANTO TELEMÁTICAS COMO CONVENCIONALES.

LA BASE DE DATOS DE INFORMACIÓN SOBRE CONSUMO CONSTITUYE UN SISTEMA RÁPIDO DE BÚSQUEDA Y LOCALIZACIÓN DE LOS DIFERENTES TEMAS, PERMITIENDO ADEMÁS QUE EL USUARIO INTRODUZCA SU PROPIA INFORMACIÓN, CON LO QUE SE PRETENDE COMPLEMENTAR LAS BASES DE DATOS EXISTENTES EN LOS DISTINTOS ORGANISMOS. ES UN SERVICIO GRATUITO.

pecto al de 1997, supuso un incremento de más de un 21%. Es decir, más de la quinta parte de las empresas adheridas al sistema se incorporó en 1998, un dato que revela el aumento de confianza de los empresarios al sistema y su percepción como una oferta de servicio más a sus clientes. Así, están adheridas empresas tan importantes como Telefónica, Retevisión, Correos, Renfe o Airtel, y en 1997 se adhirió al sistema el sector de las aseguradoras.

Actualmente existe, además de la Junta Arbitral Nacional, 17 juntas autonómicas, una que representa a una mancomunidad de municipios, 5 provinciales y 39 municipales. Por otra parte, un engranaje importante dentro del Sistema Arbitral de Consumo, son las cerca de 1.400 Asociaciones Empresariales adheridas (casi un 10% más en 1998 respecto al año anterior), cuyas funciones son la información y fomento del Sistema Arbi-

tral entre sus asociados y el nombramiento de árbitros.

En cuanto a la respuesta de los consumidores, también se está produciendo un espectacular aumento de la tendencia a utilizar en sus reclamaciones la vía del arbitraje. La cantidad de solicitudes realizadas en 1998 aumentó en cerca del 42% respecto a 1997. Así, se pasó de 12.473 solicitudes a 17.676. La cuantía media de las reclamaciones recibidas de las diversas Juntas supera durante los dos últimos años las 100.000 pesetas.

Además de estos datos, la reciente creación de seis nuevas Juntas Arbitrales: en Córdoba, Mataró, Miranda de Ebro, Sabadell, Salamanca y San Fernando, también certifican el éxito del sistema

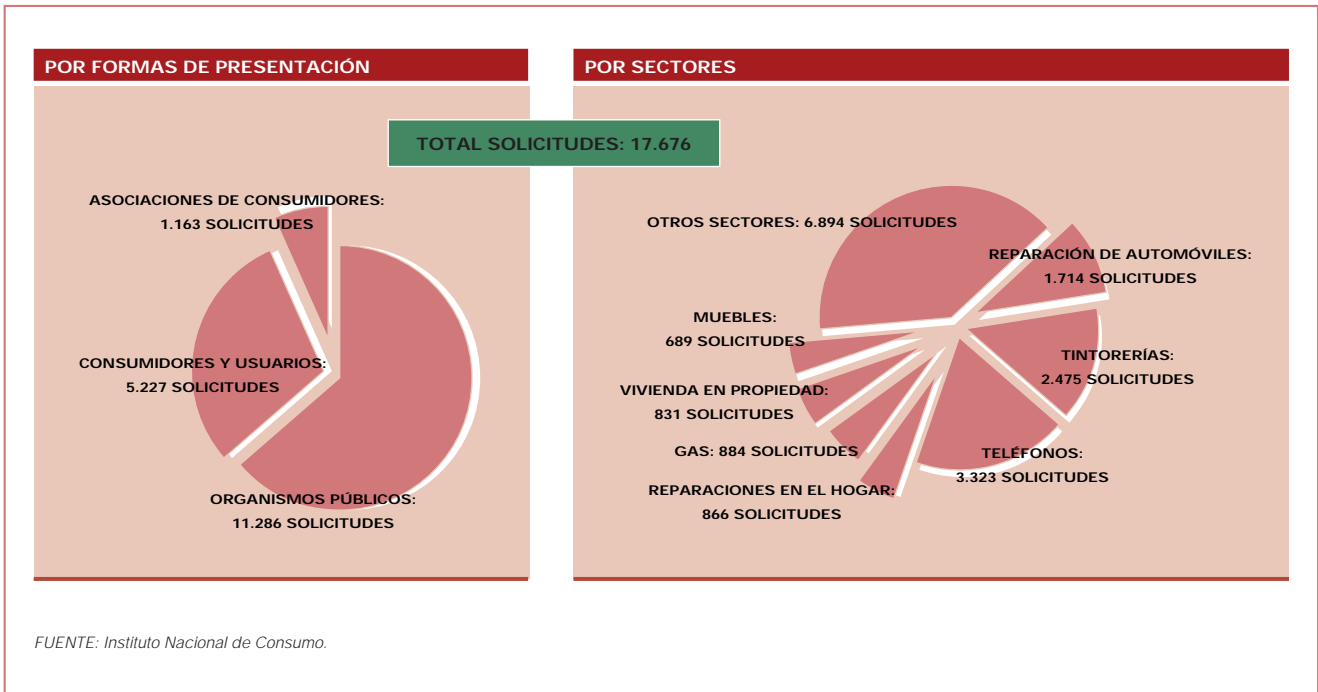
EMPRESAS Y PROFESIONALES

Entre las empresas adheridas, algunas de ellas prestadoras de servicios públicos han realizado ofertas condicionadas. Es



GRÁFICO Nº 1

SOLICITUDES DE ARBITRAJE EN 1998



el caso de teléfono, gas, agua o entidades de seguros, que han optado por incorporarse de forma limitada en cuanto a ramo o cuantía económica.

En el campo de la telefonía básica y móvil, la adhesión es completa, puesto que la incorporación al Arbitraje de Consumo se incluye como cláusula de condición de la concesión del servicio.

Por el contrario, las compañías aéreas, en donde parece existir cierta reticencia al arbitraje, y las compañías eléctricas, que a menudo son objeto de quejas por parte de los usuarios, no están adheridas, aunque en algunas ocasiones han aceptado el arbitraje para alguna reclamación concreta. Por otra parte, existe un apartado específico de nueva creación: el arbitraje de consumo turístico "in situ", que pretende recoger las reclamaciones producidas dentro del sector turístico. En general éstas suelen ser de pequeña cuantía, realizadas por personas que están de paso y a veces contra empresas de temporada. Por eso era necesario un mecanismo que consiguiera una solución

en el plazo de una semana. Para ello se puso en marcha en 1997 la primera experiencia de arbitraje de consumo turístico "in situ". La sede escogida fue Benidorm (Alicante), una localidad que recibe a cinco millones de turistas al año.

Los resultados de la experiencia, que se quiere ampliar a otras poblaciones turísticas, han sido positivos, teniendo en cuenta que las asociaciones empresariales del sector turístico se han adherido de forma unánime. El año pasado se presentaron 188 solicitudes de las que sólo 34 no fueron aceptadas por el empresario reclamado. Los laudos dictados en el plazo previsto fueron 58.

RECLAMACIONES

La vivienda, en sus dos apartados, propiedad y arrendamiento, encabeza las consultas y reclamaciones de los consumidores españoles con casi un 29% sobre el conjunto total. Así, sólo en el CCU (Consejo de Consumidores y Usuarios), durante 1998 se presentaron 44.513 reclamaciones y consultas sobre

este asunto, una cifra que supone casi un 29% sobre el total.

Según la misma fuente, tras la vivienda, los sectores que más reclamaciones generan son los servicios bancarios (5,7%), el gas (5%), electrodomésticos (3,9%), el teléfono (3,5%), los seguros (3,1%) y la reparación de automóviles (2,3%). El sector que más solicitudes de arbitraje acaparó durante 1998 fue el telefónico, con un total de 3.318, lo que supuso un 18% del total de solicitudes. A continuación se situaron los servicios de tintorería, con 2.479 reclamaciones, y la reparación de automóviles, con 1.697.

El sector de la comunicación ha comenzado a generar durante los últimos años un buen número de quejas, convirtiéndose así en uno de los sectores cuyo funcionamiento preocupa a los españoles. La mayoría se refieren al incumplimiento de la legalidad por parte de los mensajes publicitarios, la presencia de alcohol y tabaco en televisión, la publicidad encubierta, cláusulas abusivas, anuncios discriminatorios para la



mujer y lo que se perciben como atentados a la privacidad y a la intimidad.

PLAN ESTRATÉGICO DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

El Ministerio de Sanidad y Consumo presentó a principios de 1998 el Plan Estratégico de Protección al Consumidor 1998-2001, que marca las pautas de la política de consumo. El Plan, en cuyo desarrollo han participado las comunidades autónomas, tiene como base la política de protección al consumidor establecida por la Unión Europea.

En su primer año de vigencia se han desarrollado campañas nacionales de inspección de etiquetado y composición de alimentos para bebés, aparataje eléctrico, muestras de cosméticos, venta a distancia, multipropiedad y servicios telefónicos. En total, durante 1998 se realizaron 160.000 inspecciones, se abrieron 13.000 expedientes sancionadores y se tomaron 11.000 muestras. Se tramitaron 130 alertas de productos industriales con riesgos para la salud, el seguimiento de más de 8.000 anuncios publicitarios y del comercio electrónico en Internet, entre otras cosas.

El Plan presta especial atención a la situación de los consumidores en sectores en los que los servicios, hasta ahora públicos, se estén privatizando para asegurar que la liberalización se ajusta al objetivo de mejorar su funcionamiento manteniendo los precios en niveles asequibles.

También pone el acento en las nuevas tendencias de consumo, como son la adquisición masiva de productos y la renovación de los mismos mucho antes de los plazos de su capacidad de duración; el alza de la belleza, de la salud y el ocio como productos de consumo o la preocupación por el medio ambiente y el aumento del tiempo libre.

Otro de los puntos significativos que aborda el Plan son las innovaciones tecnológicas, aplicadas por ejemplo a la producción de alimentos, a los nuevos canales de comunicación y de distribu-



OBSERVATORIOS DEL EURO

LA UTILIZACIÓN PROGRESIVA DEL EURO VA A PROVOCAR ENTRE LOS CIUDADANOS PROBLEMAS Y CONFLICTOS CUYA RESOLUCIÓN ES UNA DE LAS CLAVES DEL ÉXITO DE LA MONEDA ÚNICA.

POR ELLO, EL PARLAMENTO EUROPEO HA PRESTADO SU APOYO A LA CREACIÓN DE OBSERVATORIOS DEL EURO A ESCALA LOCAL. SE TRATA DE ÓRGANOS CONSULTIVOS DE SEGUIMIENTO, CONTROL Y PARTICIPACIÓN EN EL PROCESO DE TRANSICIÓN E IMPLANTACIÓN DE LA MONEDA ÚNICA EUROPEA, LO MÁS PRÓXIMOS POSIBLE AL CIUDADANO.

ESTOS OBSERVATORIOS ESTÁN FORMADOS POR ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES Y USUARIOS, REPRESENTANTES DE DIVERSOS SECTORES PROFESIONALES DEL COMERCIO Y SERVICIOS Y DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS.

EN ESPAÑA SE HA CREADO LA COMISIÓN ESPECIAL OBSERVATORIO CONSUMO-EMPRESA, DENTRO DE LA COMISIÓN INTERMINISTERIAL PARA COORDINAR LA INTRODUCCIÓN DEL EURO.

CON LA CREACIÓN DE ESTOS OBSERVATORIOS POR PARTE DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS, SE PRETENDE



ANALIZAR LAS CONSECUENCIAS PRÁCTICAS DE LA IMPLANTACIÓN DE LA

MONEDA ÚNICA, ASISTENCIA E INFORMACIÓN A LOS CIUDADANOS, DIFUSIÓN Y SEGUIMIENTO DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS Y MEDIACIÓN EN LOS CONFLICTOS QUE PUDIERAN SURGIR. PARA ELLO, SE RECOMIENDA EL SISTEMA ARBITRAL DE CONSUMO COMO MEDIO MÁS IDÓNEO.

PERO SI LA LITIGIOSIDAD FUERA MUY ABUNDANTE, LOS MECANISMOS HABITUALES EN EUROPA PODRÍAN QUEDAR DESBORDADOS. POR ELLO SE CONSIDERA NECESARIO ENCONTRAR MECANISMOS DE RESOLUCIÓN RÁPIDA Y GRATUITA. Y AUNQUE EN UN PRINCIPIO SE PENSÓ QUE LOS PROPIOS OBSERVATORIOS LOCALES PODRÍAN DESEMPEÑAR ESTA FUNCIÓN DE MEDIACIÓN Y ARBITRAJE, SU CARÁCTER VOLUNTARIO Y SU FALTA DE COMPETENCIAS JURÍDICAS HACEN PENSAR QUE HABRÁ QUE UTILIZAR LAS ESTRUCTURAS YA EXISTENTES, DE FORMA QUE LOS OBSERVATORIOS SÓLO JUGARÍAN UN PAPEL DE MEDIACIÓN VOLUNTARIA Y COMO VEHÍCULO DE LOS AFECTADOS HACIA LOS CAUCES HABITUALES.

ción o también los nuevos servicios financieros.

En cuanto a la filosofía de fondo, el Plan asume la necesidad de trabajar en el acceso de los consumidores a la justicia tanto en la vía judicial y como extrajudicial. Así, contempla la posibilidad de instar a que la futura Ley de Enjuiciamiento Civil estableciese la gratuidad del procedimiento para la ejecución judicial de los laudos. Y en el plano extrajudicial, propone que el esfuerzo de las administraciones ponga el acento en la incorporación de nuevos sectores empresariales al sistema arbitral y en la extensión de la red de Juntas Arbitrales.

LA DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES EN LA UNIÓN EUROPEA

Pero si en España los avances para desarrollar el artículo 51 de la Constitución han sido importantes, a escala europea, se ha alcanzado un nivel equiparable al marcado por dicho artículo con la entrada en vigor, el pasado 1 de mayo, del Tratado de Amsterdam de la Unión Europea, cuyo artículo 153 dispone que "para proteger los intereses de los consumidores y garantizarles un alto nivel de protección, la Comunidad contribuirá a proteger la salud, la seguridad y los intereses económicos de los consumidores, así como a promover su derecho a la





información, a la educación y a organizarse para salvaguardar sus intereses". Pero, aunque este Tratado supone un salto cualitativo para la defensa del consumidor, su firma supone tan sólo ratificar programas ya puestos en marcha por la Unión Europea.

La política de protección al consumidor europeo quedó esbozada definitivamente con la Resolución del Consejo del 14 de abril de 1975, en la que se aprobó un programa preliminar que contenía los principios, objetivos y descripción general de las acciones a emprender a escala comunitaria. Aquella resolución contenía los cinco derechos fundamentales de los consumidores: derecho a la seguridad y a la salud, a la protección de los intereses económicos, a la reparación de daños, a la representación y a la información y educación.

El II Programa para la Política de Protección e Información de los Consumidores, se aprobó a través de la Resolución del Consejo del 19 de marzo de 1981 y sirvió para actualizar, proseguir y profundizar para los años 1981 a 1986 las acciones previstas en el programa preliminar.

Por último, el Tratado de la Unión Europea de 7 de febrero de 1992 continuó con la política de protección a los consumidores, haciendo especial hincapié en la adopción de medidas concretas de cara a la defensa de los intereses económicos de los consumidores.

El Libro Verde sobre Acceso de los Consumidores a la Justicia y Solución de Litigios en Materia de Consumo en el Mercado Único, aprobado por el Consejo Europeo en 1994, ha sido la base de las actuaciones llevadas a cabo en España en cuanto al acceso a la justicia de los consumidores. El documento recoge información sobre la defensa de los derechos individuales y colectivos, el diálogo entre consumidores y profesionales, y la simplificación de los litigios transfronterizos.

Todo este conjunto de normas se han traducido en diferentes experiencias. Algunos países comunitarios, frente a los problemas de lentitud y elevado coste de los sistemas judiciales han acudido a fórmulas entre las cuales se incluyen la creación de organismos de conciliación y arbitraje.

Así, Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania, Reino Unido y Portugal han establecido diferentes fórmulas de arbitraje: Así, en Dinamarca, existe una comisión pública que interviene en las reclamaciones del consumidor y en Francia se creó el "Buzón 5.000", también de carácter público, para resolver las discrepancias en materia de bienes y servicios.

En cambio, en Alemania y Reino Unido, los sistemas de arbitraje funcionan en el ámbito de la libre disciplina profesional. En el caso de Italia, hay procedimientos de arbitraje nacionales para los servicios de telecomunicaciones y en cada región existe un defensor civil encargado de recibir denuncias contra la Administración.

Mención especial merecen los casos de Grecia y Portugal. En Grecia, desde 1991 existen comisiones locales de conciliación y oficinas de asistencia jurídica al consumidor en diversas ciudades. Mientras, Portugal experimenta también en sus principales ciudades un sistema arbitral inspirado en el modelo español, pero sometido a la decisión judicial.

La diferencia fundamental de los sistemas de arbitraje mencionados con res-



pecto al español, es el carácter vinculante de los laudos, que en nuestro caso pueden ser invocados directamente ante los Tribunales de primera instancia para exigir su ejecución.

UN MODELO ÚNICO DE QUEJAS PARA TODA LA UNIÓN EUROPEA

La Comisión Europea ha elaborado un proyecto piloto para imponer un único formulario de reclamaciones de los consumidores de la UE que desarrollarán simultáneamente Austria, España, Finlandia, Francia, Italia, Luxemburgo, Holanda, Portugal y Suecia durante dos años.

El objetivo es facilitar las quejas del consumidor europeo de una manera más simple, rápida, eficaz y poco costosa en todo el ámbito de la Unión Europea. El formulario está concebido para guiar y orientar de forma sencilla al consumidor en la exposición de sus reclamaciones. El consumidor sólo deberá rellenar una parte de las cuatro hojas del formulario exponiendo su queja y la compensación que desea recibir. Este documento será remitido a la empresa responsable, que deberá rellenar la otra parte y devolvérsela. Si no hay acuerdo entre las partes, el documento puede servir de base a una posible reclamación judicial.

Su interés, desde el punto de vista de los consumidores es triple: por un lado, la utilización de un modelo único de reclamación en los diferentes países, lo que facilita la actuación de los consumi-





dores en un mercado cada vez más unido; en segundo lugar, está la sencillez del cuestionario, que permite a cualquier ciudadano determinar claramente su queja ante el fabricante prestatario o distribuidor, con o sin ayuda de una asociación de consumidores o una oficina de información al consumidor; y por último, la validez como documento estándar, que puede contribuir a generar en la empresa o profesional demandado, una

actitud más favorable a la resolución amistosa del conflicto. El formulario puede ser también utilizado en un procedimiento extrajudicial, en el supuesto de que no se llegue a la resolución amistosa.

El proyecto piloto incluye la difusión del formulario entre las administraciones públicas competentes en materia de consumo, asociaciones de consumidores, profesionales y empresas, así como la evaluación de su acogida y utilización.

Para su lanzamiento en España, la Comisión Europea ha encargado la tarea a la Asociación de Usuarios de la Comunicación, quien se ha dirigido a las Direcciones Generales de Consumo de las comunidades autónomas, a las concejalías de consumo de las principales ciudades, a las oficinas municipales de información al consumidor (OMICS), a grandes empresas prestadoras de servicios, a las organizaciones profesionales y

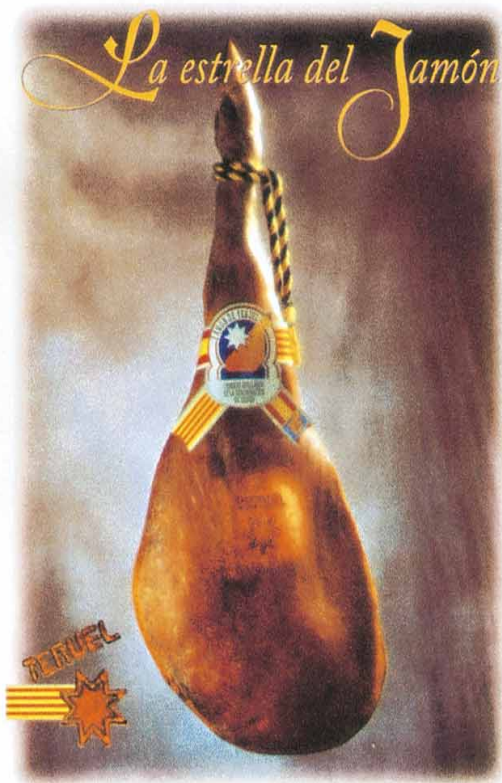


empresariales, y a las asociaciones de vecinos y consumidores con el objetivo de dar a conocer el formulario.

Presentado en Madrid recientemente, este proyecto piloto, de cuyo texto se han editado 125.000 ejemplares, puede encontrarse en Internet, en <http://europa.eu.int/comm/dg24> o en la página web de la AUC: <http://www.auc.es>. □

MARÍA ANTONIA LANDERO
Periodista

Nuestras señas de identidad



- Conserva la pezuña completa.
- Vitola numerada por el Consejo Regulador de la Denominación de Origen "Jamón de Teruel".
- Estrella de ocho puntas grabada a fuego junto con la palabra "TERUEL"

Consejo Regulador de la Denominación de Origen
"Jamón de Teruel"

Avd. Sagunto, 54 - 3º, 44002 TERUEL.
Teléfono y fax 978 60 65 50.

