

UC Consumidor

Revista de la Unión de Consumidores de Euskadi-UCE

Piratetia comercial

La CNMC pone en marcha un simulador de factura eléctrica

**UN 85% DE LOS CIUDADANOS
DECLARAN QUE SU SITUACIÓN
ECONÓMICA NO HA MEJORADO
EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES**

DIRECTOR/A
Celina Menaza

CONSEJO DE REDACCIÓN
Celina Menaza,
M^a Dolores Alzaga

DISEÑO
M^a Dolores Alzaga

MAQUETACIÓN
Gertu Inprimategia

ADMINISTRACIÓN
Marisa Varela

CORRESPONSALÍAS
UCE GIPUZKOA,
UCE BIZKAIA,
UCE ARABA

IMPRESIÓN
Gertu Inprimategia

Dep. legal: SS-1579-98

**Euskal herriko Kontsumitzaileen
Batasuna-EHKB
Unión de Consumidores de
Euskadi-UCE**
Joséé Lejarreta, 49 bis
01003-VITORIA-GASTEIZ
Tel. 945 264722

Revista de Consumo y
Calidad de Vida
Editada y producida por
Euskal Herriko
Kontsumitzaileen Batasuna-
EHKB-Unión de
Consumidores de
Euskadi-UCE
*Realizada con el patrocinio
del Departamento de Salud
y Consumo del G.V.*

4-7

LA CNMC PONE EN MARCHA UN SIMULADOR DE FACTURA ELÉCTRICA

La CNMC (Comisión Nacional de Mercados y Competencia) ha puesto en marcha un simulador para que los consumidores con "contador inteligente" comprueben su factura. Se trata de una herramienta informática (portal) para que los consumidores acogidos al Precio Voluntario para el Pequeño Consumidor (PVPC) con contador inteligente efectivamente integrado en el sistema de telegestión comprueben si su factura es correcta.



8-11

PIRATERIA COMERCIAL

El fenómeno de la piratería industrial y comercial no es tan reciente como algunos podrían pensar. Tal y como hoy lo entendemos, habremos de buscar sus albores en el propio auge de las sociedades industriales del siglo XIX, no mucho tiempo después de que los autores románticos tiñeran de espíritu libertario, bravucón y justiciero la imagen de las conductas delictivas de los verdaderos piratas, los bandidos de la mar.



12-13

UN 85% DE LOS CIUDADANOS DECLARAN QUE SU SITUACIÓN ECONÓMICA NO HA MEJORADO EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

Un 85% de los ciudadanos ha declarado que su situación económica no ha mejorado en los últimos doce meses, está igual o ha empeorado, y sólo un 15% considera que ha mejorado, y este año tienen previsto destinar de media 533€ en celebrar las Fiestas Navideñas. Estas son algunas de las conclusiones de la Encuesta que Sobre los Gastos Navideños ha realizado la Unión de Consumidores de Euskadi-UCE-CAUCE con el objetivo de conocer si ha variado la situación económica con respecto al año pasado.





*Celina Menaza
Presidenta de UCE-Euskadi*

EL TRUCAJE MEDIANTE SOFTWARE DE LOS MOTORES DE VOLKSWAGEN

Tras el escándalo ocasionado por el trucaje mediante software de los motores de Volkswagen para eludir los controles de emisiones contaminantes, las disculpas no son suficientes. Es absolutamente necesario el establecimiento inmediato de un **plan dirigido a los propietarios de los vehículos para eliminar ese programa** que permitía homologar esos motores que, al menos, debe cumplir los siguientes requisitos:

- Ser completamente gratuito para el usuario.
- Ser lo más rápida posible.
- No suponer pérdida de potencia para el motor.
- Ofrecer un coche de sustitución mientras dure "la reparación".
- Hacer constar en documento escrito las operaciones que se han hecho al vehículo.

Además, desde la Unión de Consumidores de Euskadi, instamos a nuestra autoridades a iniciar los procedimientos oportunos para **sancionar con multas ejemplares esta prác-**

tica fraudulenta y a **destinar el importe de las mismas a políticas medioambientales** que palien, al menos en parte, los perjuicios que, sin duda, supone la circulación de vehículos que, por su nivel de emisiones contaminantes, no deberían estar en nuestras carreteras.

Por otra parte, en cuanto a las **consecuencias que para los usuarios pudiera tener la resolución** emitida por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia en el pasado mes de julio, **que sancionaba a 147 concesionarios de toda España** por prácticas de concertación de precios, y ante las numerosas consultas recibidas, desde la Unión de Consumidores de Extremadura **invitamos a todos los posibles afectados que compraron sus vehículos entre 2006 y 2013 a que se pongan en contacto con nosotros**, facilitando los datos del concesionario en el que lo compraron y la fecha exacta, pues no en todos los casos habrá visto perjudicado.

En cualquier caso, la propia CNMC valora el perjuicio ocasionado en un 5% del valor del vehículo adquirido, por lo que esa sería la cantidad que podría reclamarse.

La CNMC pone en marcha un simulador de factura eléctrica

La CNMC (Comisión Nacional de Mercados y Competencia) ha puesto en marcha un simulador para que los consumidores con “contador inteligente” comprueben su factura. Se trata de una herramienta informática (portal) para que los consumidores acogidos al Precio Voluntario para el Pequeño Consumidor (PVPC) con contador inteligente efectivamente integrado en el sistema de telegestión comprueben si su factura es correcta.

Además, el simulador permite a los consumidores con “contador inteligente” conocer cuál es su consumo diario o semanal y saber cuánto les cuesta en cada caso. De esta manera se ayuda a los consumidores a conocer con detalle sus hábitos y les permite ajustarlos para ahorrar energía. Asimismo, el simulador permite comparar cuál habría sido su gasto si tuviera otro tipo de tarifa contratada (nocturna o supervalle) o con otro tipo de potencia.

Cuando se inició el mecanismo de cálculo de PVPC (Precio Voluntario para el Pequeño Consumidor) el 1 de abril de 2014, todos los consumidores eran facturados teniendo en cuenta el precio medio del mercado de electricidad de contado considerando un perfil tipo de consumo (consumos perfilados).

Desde el pasado 1 de octubre de 2015, a aquellos consumidores que dispo-



Simulador de la factura de electricidad

Simulador de facturas de electricidad de suministros acogidos al Precio Voluntario para el Pequeño Consumidor (PVPC) y facturas de último recurso para consumidores vulnerables.

¿Qué tipo de contador tiene?

Contador TRADICIONAL



EMPEZAR

NO tiene lectura horaria

NO está telegestionado

Contador INTELIGENTE*



EMPEZAR

Debe estar **efectivamente integrado** en el sistema de gestión remota

Registra el consumo de **cada hora**

* Necesitará el fichero .CSV de consumos descargable en la web de su distribuidora.

nen de equipos de medida efectivamente integrados en el sistema de telegestión (contador inteligente), se les factura de acuerdo con sus consumos reales horarios.

Para tener contratado el PVPC, el consumidor debe tener una potencia inferior o igual a 10kW y estar siendo suministrado por uno de los comercializadores de referencia:

COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA

- Viesgo Comercializadora de Referencia, S.L.
- Iberdrola Comercialización de Último Recurso, S.A.U.
- Endesa Energía XXI, S.L.U.
- Gas Natural S.U.R. SDG, S.A.
- EDP Comercializadora de Último Recurso, S.A

- CHC Comercializador de Referencia, S.L.U.
- Empresa del alumbrado eléctrico de Ceuta, S.A.U. (sólo Ceuta)
- Teramelcor, S.L. (sólo Melilla)

La dirección web donde se puede acceder a la herramienta del simulador de la factura del PVPC es la siguiente: <http://factualuz.cnmc.es>

En primer lugar, el consumidor debe seleccionar si dispone de contador inteligente efectivamente integrado en el sistema. Se puede consultar el tipo de equipo de medida en el apartado de la factura "Datos del Contrato", situado en la parte inferior de la primera página de su factura:

- En el caso de tener el contador tradicional o un contador inteligente que aún no esté integrado en el sistema de telegestión, deberá acceder a la correspondiente opción que comprueba la facturación a partir de consumos perfilados.
- En caso de disponer de contador inteligente efectivamente integrado en el sistema, el consumidor debe acceder al nuevo desarrollo de la aplicación que le permite comprobar su facturación a partir de consumos reales horarios.

En segundo lugar y para este último caso, el consumidor deberá introducir algunos datos que aparecen en su factura, como potencia y peaje de acceso contratados, y, en su caso, si es beneficiario del bono social. También, deberá introducir el territorio en el que se produce el suministro, a los efectos de aplicar los correspondientes impuestos. Asimismo, debe adjuntar el fichero con los datos horarios de su consumo, que puede descargar en la página web de su distribuidora.

Para cumplir con este requisito, en el siguiente enlace a la CNMC se ha incluido el listado de distribuidores de energía eléctrica en el que se informa la dirección web de consulta de datos de consumo: Listado de distribui-

Datos para el cálculo

Por favor, rellene todos los campos del formulario y pulse el botón "calcular".

Periodo de facturación ?

Introduzca las fechas de inicio y fin del periodo de facturación.

Fecha inicio:

Fecha final:

Peaje de acceso y potencia

Introduzca el peaje de acceso y la potencia que tiene contratadas.

Peaje de acceso:

Potencia: kW

Soy beneficiario del Bono social

Consumo ?

Introduzca su consumo de electricidad durante el periodo de facturación.

Consumo: kWh

Equipo de medida ?

¿Tiene contratado el alquiler de contador? Introduzca el importe del alquiler de medida tal cual aparece en su factura:

Importe alquiler (sin IVA): €

dores. Para conocer la distribuidora a la que está conectado el consumidor, hay que consultar el apartado de la factura "Datos del Contrato". Es imprescindible que el fichero que se descarga el consumidor tenga extensión .csv (descargar ejemplo).

Además de calcular la facturación horaria del PVPC con los consumos reales, la herramienta simula qué habría pagado el consumidor con otro peaje de acceso distinto (tarifas con discriminación horaria o sin ella en el caso de tenerla) y qué habría pagado con otras potencias contratadas con valores cercanos a la que tiene actualmente contratada.

Esta herramienta no puede aplicarse en los siguientes casos:

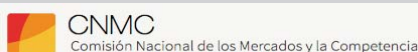
- consumidores que hayan optado por la opción de precio fijo anual que le ofrece su comercializador de referencia, aunque tengan una potencia inferior 10kW;
- consumidores que han optado por una de las múltiples ofertas disponibles en el mercado a través de otras comercializadoras, aunque tengan una potencia inferior 10kW;
- consumidores con potencia contratada superior a 10 kW, aunque estén suministrados por comercializadores de referencia.

MLBNk faktura elektrikoaren simulagailu bat jarri du abian

MLBNk (Merkatuen eta Lehiakortasunaren Batzorde Nazionala) simulagailu bat jarri du abian "kontadore adimentsua" duten kontsumitzaileek beren faktura zuzena den jakiteko. Tresna informatiko bat da (ataria) eta horren bidez Kontsumitzaile Txikiarentzako Borondatezko Preziora (KTBP) atxikita dauden eta telegestioaren sisteman benetan integratutako kontadore adimentsua duten kontsumitzaileek beren faktura zuzena den jakin ahal izango dute.

Gainera, "kontadore adimentsua" duten kontsumitzaileek simulagailu horren bidez eguneko kontsumoa edo astekoa zenbatekoa den jakin ahal izango dute, eta kasu bakoitzean zenbat kostatzen den ezagutu. Era horretan, beren ohiturak zehaztasun osoz ezagutzen lagunduko zaie kontsumitzaileei eta horiek egokitzeko aukera izango dute energia aurrezteko. Halaber, beste mota bateko tarifa (iluntzekoa edo supervalle) eta beste potentzia mota batekoa kontratatuta izango bazenu zure gastua zenbatekoa izango litzatekeen konparatzeko aukera ematen du simulagailuak.

KTBP (Kontsumitzaile Txikiarentzako Borondatezko Preziora) kalkulatzeko mekanismoa 2014ko apirilaren 1ean abian jarri zenean, kontsumoko profil mota bat (kontsumo profilatuak) kontuan hartuz zenbatutako elektrizitateak merkaturatu duen batez besteko preziora kontuan izanik egiten zitzaizen faktura kontsumitzaile guztiei.



Simulador de la factura de electricidad

Simulador de facturas de electricidad de suministros acogidos al Precio Voluntario para el Pequeño Consumidor (PVPC) y facturas de último recurso para consumidores vulnerables.

¿Qué tipo de contador tiene?

Contador TRADICIONAL



EMPEZAR

NO tiene lectura horaria

NO está telegestionado

Contador INTELIGENTE*



EMPEZAR

Debe estar **efectivamente integrado** en el sistema de gestión remota

Registra el consumo de **cada hora**

* Necesitará el fichero .CSV de consumos descargable en la web de su distribuidora.

2015eko urriaren 1etik aurrera, telegestioaren sisteman benetan integratutako neurketa-ekipoak (kontadore adimentsua) dituzten kontsumitzaileei, ordutako benetako kontsumoen arabera egiten zaie faktura.

KTBP kontratatua izateko 10 kWko edo hortik beherako potentzia izan behar du kontsumitzaileak eta erreferentziako merkaturatzaile batek hornitu behar du:

ERREFERENTZIAZKO MERKATURATZAILEA

- Viesgo Comercializadora de Referencia, S.L.
- Iberdrola Comercialización de Último Recurso, S.A.U.
- Endesa Energía XXI, S.L.U.
- Gas Natural S.U.R. SDG, S. A.
- EDP Comercializadora de Último Recurso, S.A

- CHC Comercializador de Referencia, S.L.U.
- Empresa del alumbrado eléctrico de Ceuta, S.A.U. (Ceuta bakarrik)
- Teramelcor, S.L. (Melilla bakarrik)

KTBParen fakturarako simulagailua lortzeko webgunearen helbidea honakoa da: <http://facturaluz.cnmc.es>

Lehenengo, sisteman benetan integratutako kontadore adimentsua duen adierazi beharko du kontsumitzaileak. Zure fakturaren lehenengo orriaren beheko aldean dagoen "Kontratuaren Datuak" fakturaren atalean kontsultatu dezakezu neurtzeko ekipoa zein motakoa den:

- Kontadore tradizionala edo telegestioaren sisteman oraindik integratu gabe dagoen kontadore adimentsua baldin baduzu, kontsumo profilatuetatik abiatuta faktura zuzena den jakiteko aukerara jo beharko duzu.
- Sisteman benetan integratutako kontadore adimentsua izanez gero, kontsumitzaileak aplikazioaren garapen berrian sartu beharko du eta horrek fakturazioa zuzena den jakiteko aukera emango dio orduetako benetako kontsumoetan oinarrituta.

Bigarrenik eta azken kasu honetarako, bere fakturan ageri diren datu batzuk sartu beharko ditu kontsumitzaileak, adibidez kontratatutako potentzia eta sartzeko ordaindu behar duen kopurua, eta hala dagokionean, bono sozialaren onuraduna den ala ez. Hornidura zein lurraldetan egiten den sartu beharko du, dagozkion zergak ezarri ahal izateko. Halaber, fitxategia ere gehitu beharko du bere kontsumoko orduen datuekin; hori bere banatzailearen webgunean deskargatu ahal izango du.

Baldintza hori betetzeari begira, MLBN-rako honako estekan energia elektrikoaren banatzaileen zerrenda sartu da eta bertan kontsumoko datuak kontsultatzeko webgunearen helbidea adierazten da: Banatzaileen zerrenda. Kontsumitzaileak lotura zein banatzaileekin duen jakiteko, "Kontratuaren Datuak" fakturaren atala kontsultatu be-



Simulador de la factura de electricidad

Simulador de facturas de electricidad de suministros acogidos al Precio Voluntario para el Pequeño Consumidor (PVPC) y facturas de último recurso para consumidores vulnerables; con potencia contratada menor que 10 kW y con contador inteligente telegestionado remotamente.

1.- Introduzca los datos para el cálculo

Lugar de residencia PENÍNSULA Y BALEARES CANARIAS CEUTA Y MELILLA ?

Peaje de acceso 2.0A GENERAL 2.0DHA NOCTURNA 2.0DHS SUPERVALLE ?

Potencia contratada 3,45 VATIOS ? Bono social SI NO Contador 0,00 € ?

Fichero de consumo Fichero CSV: Examinar... ?

O arrastre aquí el fichero

CALCULAR

har da. Kontsumitzaileak deskargatuko duen fitxategiak .csv luzapena izatea ezinbestekoa izango da (deskargatu adibidea).

KTBParen orduen araberako fakturazioa benetako kontsumoekin kalkulatzeko gain, tresna horrek simulatzen du kontsumitzaileak zer ordainduko zukeen sartzeko ordaindu beharreko modu desberdinarekin (ordutegi-diskriminazioa duten tarifak edo hori gabekoak, baldin badute) eta zer ordainduko zukeen orain kontratatuta duenaren hurbileko balioekin kontratatutako beste potentzia batzuekin.

Tresna hori ezin da aplikatu honako kasuetan:

- erreferentziazko merkaturatzaileak eskaintzen dion urteko prezio finkoaren aukera hautatu duten kontsumitzaileen kasuan, nahiz eta 10kWra iristen ez den potentzia izan;
- beste merkaturatzaileen bidez merkaturatzen dauden askotariko eskaintza horietako bat hautatu duten kontsumitzaileen kasuan, nahiz eta 10kWra iristen • 10 kWtik gorako potentzia kontratatuta duten kontsumitzaileen kasuan, erreferentziazko merkaturatzaileek hornitu badituzte ere.

Piratería comercial

¡MARCA A LA VISTA!

El fenómeno de la piratería industrial y comercial no es tan reciente como algunos podrían pensar. Tal y como hoy lo entendemos, habremos de buscar sus albores en el propio auge de las sociedades industriales del siglo XIX, no mucho tiempo después de que los autores románticos tiñeran de espíritu libertario, bravucón y justiciero la imagen de las conductas delictivas de los verdaderos piratas, los bandidos de la mar.

La producción masiva en serie había determinado el desarrollo de las marcas como forma de identificar los productos frente a otros del sector que competían por el mismo mercado potencial. Y las empresas, además, se habían visto obligadas a crear mecanismos de innovación o investigación para mantener o incrementar su capacidad de competir. Mientras tanto la piratería se dedicaba a robar ideas, fórmulas, patentes... o, sencillamente, suplantaba identidades de prestigio reconocido o "tírón comercial".

Sin embargo, dos son los aspectos que caracterizan y definen la situación de dicho fenómeno en nuestros días: por un lado, el gran volumen que ha adquirido gracias a la globalización de los mercados, los avances tecnológicos y la organización de la industria pirata en auténticas redes de delincuencia internacional organizada; por otro, la gran repercusión mediática respecto a los efectos de la piratería en los sectores concretos de las industrias discográfica, videográfica y de software.

Aunque las consecuencias sociales y económicas de este fenómeno son a todas luces nefastas para la pervivencia del sistema (otra cosa sería dilucidar si el sistema es justo o no), la piratería se ha encontrado, según algunos estudiosos, con una circunstancia inesperada que le sirve de cómplice y de coartada: se trata de un delito que goza de "aceptación social". Muchos ciudadanos, quizá por una errónea asociación generalista con las injustas circunstancias de "los pobres que se ganan la vida en el top manta" (en la venta ambulante ilegal), observan el fenómeno con simpatía y tolerancia. Para ellos, el pirata comercial es el nuevo Robin Hood, que da a los consumidores lo que roba a los multinacionales. En el polo opuesto se sitúa la industria legal perjudicada; para ella, los piratas comerciales son terroristas sin escrúpulos que destruyen puestos de trabajo y violan los derechos fundamentales de los consumidores. La posición de UCA a este respecto se desmarca tanto de la ingenuidad romántica de los primeros como de la evidente hipocresía de los segundos.



Bajo nuestro punto de vista, la piratería es una actividad delictiva, y como tal cualquier tipo de tolerancia o complicidad con su implantación o desarrollo también habrá de ser considerada como delito. Excepto en el precio, la piratería no satisface ninguna de las reivindicaciones naturales de los consumidores. Los productos que ofertan no están sometidos a controles de seguridad o salubridad. Nada conocemos respecto a las políticas sociales y medioambientales de sus métodos de producción, y, por supuesto, los garantías de calidad y los mecanismos de resarcimiento ante posibles abusos o desperfectos brillan por su ausencia. No obstante, también hemos de dejar claro que, salvo honrosas excepciones, tampoco los mecanismos de transparencia informativa y de garantías para los consumidores de la mayoría de las empresas legales nos satisfacen y, encima, ofertan productos más caros.

La "industria pirata" es capaz de vender en casi cualquier parte del mundo réplicas casi perfectas de productos originales de informática, perfumes, ropa, artículos deportivos, libros, joyas, etc. Y cada vez lo hace más rápido,



en algunos casos incluso antes que la propia "industria legítima" (el ejemplo más recurrente es el de las películas que, sin haber sido estrenadas en cines siquiera, ya cuentan con su clónica pirata en DVD en Internet y en las redes asiáticas de comercio ilegal).

Y es que el fenómeno de la piratería industrial se configura como una de las manifestaciones más evidentes de la tremenda paradoja en la que se ve inmersa la "sociedad de libre mercado", o capitalista, en su afán de autojustificarse. La gran amenaza que vive no ha sido provocada por sus agentes enemigos tradicionales de corte marxista o proteccionista, sino por los que hasta ahora eran sus grandes aliados, es decir, por el consumismo, el marquismo y el avance tecnológico. Ahora la "industria legítima" reivindica control y protección, ya no cree en las "virtudes intrínsecas de autocontrol del propio mercado". El problema es que la imaginación humana todavía no ha encontrado los mecanismos eficaces de control y protección de sus intereses. Lo más aproximado ha sido la apelación a la "responsabilidad y concienciación de los consumidores"; una petición, no exenta de cierto patetismo, para que no compremos lo más barato sino lo más legal. ¿Alguien cree a es-

tas alturas de la película consumista que tal proposición tiene el más mínimo viso de éxito?, ¿se apunta ahora la "gran industria" a la reivindicación de políticas de transparencia y responsabilidad ética y social? ¡"A buenas horas... mangas verdes" dirán algunos!. En fin... seamos pacientes y conciliadores. Más vale tarde que nunca.... Estaremos atentos para observar la congruencia de sus críticas hacia la piratería respecto a sus propias estrategias y políticas comerciales (de respeto a los derechos laborales de trabajadores y trabajadoras, de ausencia prácticas monopolísticas, de integración y respeto de las minorías, de justicia en la disposición de precios, etc.).

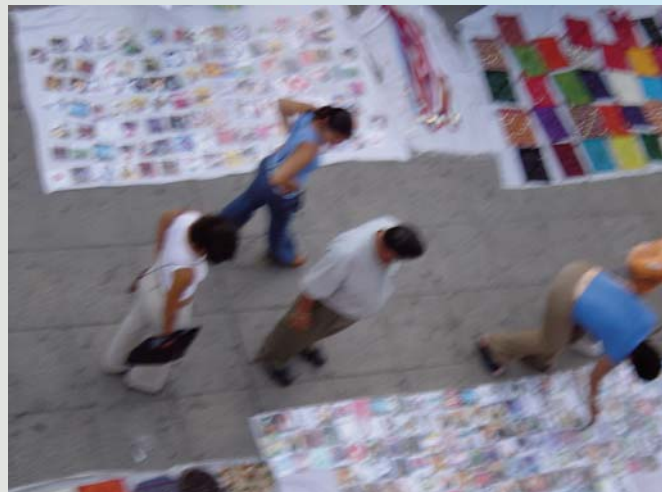
LA CANCIÓN PIRATA

Últimamente asistimos a un debate polémico en relación a uno de los sectores más afectados por el fenómeno de la piratería, la industria discográfica musical. Desde 1999 las copias discográficas ilegales decomisadas en nuestro país se han incrementado en un 15.300%, alcanzando los 40 millones de unidades. De las copias no decomisadas no contamos con datos... pero nos tememos que será una

cantidad muy superior. La industria discográfica mantiene que el problema está llegando a cotas insostenibles y que serán los artistas los que acabarán pagando las consecuencias. El gremio de autores e intérpretes se divide entre los que consideran a los piratas como "villanos mafiosos organizados" o "héroes antisistema", y todo ello a pesar de las presiones que sufren por parte de los ejecutivos de la industria para que "cuiden sus declaraciones públicas" (sobre el caso de la cantante Alaska corrieron ríos de tinta). La ciudadanía, en general, señala a las grandes multinacionales discográficas (a sus márgenes de beneficios y a los contratos leoninos a los que someten a trabajadores y artistas) como principales promotores del problema. Mientras tanto se escucha más música que nunca, eso sí, música pirata...

PIRATAS CASEROS...

En el caso concreto de los productos de soporte magnético/electrónico (música, software, vídeo...), el "meollo" de la cuestión no sólo está en convencer a los consumidores para que no compren a los piratas sino en disuadirlos también para que no ejerzan ellos mismos el autoabastecimiento pirata. Las regrabadoras de CDs y los procelosas mares de internet son el arma y el marco de los nuevos piratas... Y lo que es peor... piratas ya son casi todos los ciudadanos que tienen acceso a tal tecnología...



AL ABORDAJE...

El problema alcanza cotas tan importantes que está cada vez más presente en los debates políticos y técnicos de los distintos parlamentos nacionales e internacionales. De hecho, para ciertas corrientes de opinión la coordinación normativa y policial a nivel internacional se perfila como la única vía eficaz de atajar el problema. Así, recientemente, el Parlamento Europeo se reunía en pleno para denunciar que "la piratería no es un crimen sin víctimas" y que se trata de un problema que aún puede empeorar con la inminente incorporación a la UE de los nuevos socios del Este.

En nuestro país las iniciativas más sobresalientes en la lucha contra la piratería han estado relacionadas con la actualización legislativa y su puesta en consonancia con las directrices normativas europeas. Así, la Ley de Marcas 17/2001 incorporaba a nuestro ordenamiento jurídico las disposiciones comunitarias e internacionales correspondientes permitiendo la agilización de los trámites de denuncia. Previamente, en el año 2000, se había creado una comisión interministerial para coordinar las distintas políticas públicas encaminadas a la lucha contra la piratería comercial, que a partir de entonces se guiarían por la consigna de poner el acento en los aspectos informativos y de concienciación de los consumidores. Aunque se han puesto en marcha diversas campañas en ese sentido, los expertos se muestran pesimistas respecto a sus resultados; son muchos años ya convenciéndonos de la supuesta infalibilidad de la "sacrosanta" ley de la oferta y la demanda ...

EL BOTÍN

Aunque en los últimos años España se ha subido al carro de la "producción pirata", sigue siendo un país eminentemente "importador". La mayoría de los productos pirateados nos llegan de más allá de nuestras fronteras, como una consecuencia más de la Globalización a la que estamos sometidos en todos los órdenes. Las mafias organizadas tienen redes de dimensiones internacionales capaces de mover de un extremo a otro del mundo estos



productos, siendo la producción asiática la que lidera este mercado ilegal (China, Hong Kong...), seguida de cerca por la de los países del Este de Europa, y, a más distancia, por las de Turquía y Estados Unidos.

Según datos de la Oficina de Información sobre Falsificación de la Cámara de Comercio Internacional, los delitos de falsificación están presentes en el comercio mundial en un porcentaje estimado del 5 al 7, y mueven capitales por valor de 300.000 millones de euros anuales. Se calcula que el 65% de los productos y marcas que sobresalen en el mercado son copiados a gran escala en menos de un año. Sólo en España la piratería provoca pérdidas estimadas en unos 500 millones de euros anuales. Por Comunidades Autónomas, los datos del año 2000 presentaban a Cataluña, Castilla y León y la Comunidad Valenciana como aquellas en las que se producía un mayor número de intervenciones policiales a este respecto. El ámbito de incautación de los productos fraudulentos es variado, destacando en primer lugar, con un 39%, la venta ambulante ilegal, seguida de la venta en comercios y a domicilio (11%), mientras que la venta en fábricas y almacenes alcanza un 5%.

No se trata sólo de una cuestión de pérdidas económicas o de daños a la imagen de determinadas marcas o empresas. Hay mucho más, es el sistema económico y social en su totalidad el que se resiente; además del evidente fraude fiscal o tributario, hay que tener en cuenta que las empresas pierden cuotas de mercado y, por tanto, tienden a disminuir las plantillas de trabajadores y los presupuestos destinados a investigación o innovación. En la

Unión Europea se estima que unos 100.000 trabajadores pierden su empleo cada año por esta circunstancia. Por otro lado, no siendo menos importante, las garantías de seguridad pública y para la salud se ven seriamente amenazadas. Como es de suponer, la industria pirata no atiende a ninguno de los criterios de calidad exigidos para la industria legal.

TEXTO: Quina Rebollo
FOTOS: José Manuel Castro Arenas



Un 85% de los ciudadanos declaran que su situación económica no ha mejorado en los últimos 12 meses

Los vascos destinarán 533€ de media en celebrar la Navidad

Un 85% de los ciudadanos ha declarado que su situación económica no ha mejorado en los últimos doce meses, está igual o ha empeorado, y sólo un 15% considera que ha mejorado, y este año tienen previsto destinar de media 533€ en celebrar las Fiestas Navideñas. Estas son algunas de las conclusiones de la Encuesta que Sobre los Gastos Navideños ha realizado la **Unión de Consumidores de Euskadi-UCE-CAUCE** con el objetivo de conocer si ha variado la situación económica con respecto al año pasado, y cuál es su presupuesto de gastos que tiene previsto destinar para celebrar las próximas fiestas navideñas.

En cuanto al presupuesto que tienen previsto destinar a lotería, es en el sorteo del día 22 de diciembre donde más lotería adquieren, un 30% destinan entre 30€ y 60€; un 21% entre 60 y 100€; y un 17% más de 150€ a participar en este sorteo, y únicamente un 4% declara no comprar lotería para este sorteo. En cambio para el sorteo del





Niño se incrementa al 19% los que declaran no participar en este sorteo, y los que sí adquieren lotería destinan menos presupuesto, un 50% menos de 30€; 16% entre 30€ y 60€ y un 8% entre 60€ y 100€. De media las familias se gastan en lotería 125€, 92€ en el sorteo del 22 de diciembre y 33€ en el del Niño.

La celebración de comidas con amigos y familiares en el hogar es otra de las partidas que se ha tenido en cuenta en esta encuesta, de hecho es donde 97% de los encuestados tiene previsto un presupuesto. En cuanto a los importes que tiene previsto destinar a comprar comida y productos navideños para las comidas y cenas típicas de Navidad, un 35% se gastan entre 50€ y 100€; un 17% entre 100€ y 150€; un 19% entre 150€ y 200€; un 10% más de 200€. El resto de ciudadanos tiene presupuestado menos de 50€. Por lo tanto, de media en comidas que se celebran en casa con familiares destinan 106€.

Para las comidas y cenas de amigos y familiares en bares y restaurantes mayoritariamente los encuestados tienen previsto dedicar importes bastante más inferiores. Un 35% destinará menos de 50€ y un 15% no destinara ningún €. La misma tendencia se manifiesta en cuanto a presupuesto para Salas de Fiesta y Nochevieja, un 72% no celebrará la llegada del nuevo año en estos establecimientos, frente al 28% que sí. De éstos, un 21% gastará menos de 100€. En comidas en bares y restaurantes de media 73€, y 22€ en Salas de Fiesta.

En la compra de regalos es donde más dinero tienen previsto gastar los ciudadanos, un 28% declara destina más de 200€ a adquirir productos y artículos, y sólo un 3% no compra ningún regalo. En cambio cuando se ha preguntado por los juguetes, un 29% ha declarado que no compra y un 25% se gasta de media entre 50 y 100€ en juguetes. Aunque se celebran las dos festividades, mayoritariamente se mantiene la tradición de entregar los regalos en Reyes. En regalos es donde más dinero destinan las familias valencianas, 132€ de media, y en juguetes gastan 75€.

También se ha preguntado si aprovechan en estas fiestas para realizar algún viaje organizado, y un 88% han declarado que no. En cuanto a la cantidad que van a destinar a la realización del viaje es muy amplia, desde los 100€ hasta los 4000€.

La UCE-CAUCE recuerde la necesidad de adoptar en general pautas de consumo consciente, inteligente, solidario y sostenible, y ofrece el siguiente decálogo de recomendaciones para el consumo navideño:

1. No deje las compras para el último momento. Si las hace con tiempo podrá comparar precios y calidades sin prisas.
2. Haga una lista con lo que realmente necesita comprar y no se exceda del presupuesto de que dispone.
3. Recuerde que lo que lo más publicitado no es necesariamente lo mejor.
4. Tenga cuidado en la utilización de tarjetas de pago. El gasto al principio no se nota, pero luego llegan las facturas...
5. Rechace envoltorios excesivos y opte por alternativas decorativas respetuosas con el medioambiente. Por supuesto, nada de arbolitos naturales...
6. Para reclamar le serán muy útiles los tickets y facturas de compra. ¡Consérvelos!
7. Si va a comprar productos de telefonía, informática o electrodomésticos exija una garantía mínima de dos años y folletos informativos en español.
8. Lea atentamente las etiquetas ya que pueden contener información importante.
9. Si va a asistir a alguna fiesta o cotillón asegúrese de que tanto los organizadores como el local poseen las autorizaciones administrativas correspondientes.
10. Tenga en cuenta la edad de los niños y niñas a la hora de elegir los juguetes. También conviene prestar especial atención a la procedencia de los juguetes, especialmente en bazares multiprecio, ya que, desgraciadamente, el sello de seguridad "CE" puede ser falsificado y no hay manera de saber si los productos han pasado los controles de seguridad y calidad exigidos. No adquiera juguetes que fomenten actitudes o conductas sexistas, xenófobas o violentas



Los bancos devolverán el exceso cobrado por comisiones en cajeros

Desde el tres de octubre, fecha en la que entró en vigor el real decreto que reguló el sistema de tarifas en los cajeros, el banco del cliente solo le podía cobrar, como máximo, unos 0,65 euros, que es lo que carga el dueño de la máquina. Sin embargo, las entidades continuaron aplicando el viejo sistema, que suponía cobrar hasta 4 euros por sacar efectivo en un cajero de una red ajena. El supervisor ha requerido celeridad en el cambio. Hoy lunes Bankia empezará a devolver la tasa incorrecta.

La polémica de los cajeros no acabó el sábado 3 de octubre, con la publicación del real decreto, como estaba previsto. Algunos expertos bancarios dicen que el texto guardaba un bombaje en el punto quinto. Al prohibir, a partir de ese día, que el banco dueño de la tarjeta cobre por encima de la tasa de intercambio —los 0,65 euros que aplica el dueño de la máquina—, atacó una comisión casi desconocida para los clientes, pero muy jugosa para los bancos.

Dependiendo de la vinculación del cliente, las entidades pueden llegar a aplicar hasta 4 euros cuando se usa una red ajena. De hecho, la comisión media, es de casi 3,5 euros. Teniendo en cuenta que el banco del cliente paga esos 0,65 euros al dueño del cajero como máximo, a algunas entidades les quedan netos casi 3 euros en esta operativa.

Diferentes ejecutivos bancarios atisbaron este problema el lunes 5, cuando se reunieron con los departamentos jurídicos. “La norma está redactada con prisa y sin consultar al sector por lo que han incluido un párrafo que nos exigía hacer un cambio inmediato, desde la 00:00 horas del viernes, que es tecnológicamente imposible”, se lamenta un responsable de una entidad.

Algunos directivos, que piden el anonimato, afirman que entre el lunes y el martes, 5 y 6 de octubre, realizaron consultas al Banco de España y a la Dirección General del Tesoro. El supervisor pidió tiempo para su análisis detallado y el Tesoro, según estas fuentes, se remitió al Banco de España.

Con el paso de los días, todos los que consultaron —y el resto del sector a través de las redes de pago— recibieron la misma respuesta: hay que dejar de cobrar la tasa del emisor

de la tarjeta y, además, es obligado devolver lo cargado irregularmente desde el sábado 3 de octubre a las 00:00 horas.

La primera orden era un contratiempo, lo segunda, devolver el dinero, un quebradero de cabeza para los departamentos de tecnología. Además, por supuesto de una siempre desagradable rebaja de ingresos. Las entidades consultadas dicen que no es mucho dinero porque han sido pocos días desde el cobro de la doble comisión, aunque este tipo de datos no se puede chequear.





El supervisor les reclamó que, de forma inmediata, anularan la comisión propia del dueño de la tarjeta y que, “con toda la celeridad posible, devuelvan lo cobrado irregularmente”.

Fuentes de Bankia aseguran que el martes 13 fue el último día que cobraron la tarifa irregular y el próximo lunes 19 de octubre devolverán a cada cliente lo que le deben.

El polémico punto quinto del real decreto dice: “Por la retirada de efectivo a débito en cajeros automáticos de otras entidades, la entidad emisora de la tarjeta no podrá repercutir a su cliente una cantidad superior a la comisión cobrada por la entidad titular del cajero a la propia entidad emisora, ni aplicarle cantidad adicional alguna por cualquier otro concepto”.

Sin embargo, esta ventajosa situación para el cliente no será indefinida. Los bancos estudian firmar acuerdos entre sí que pueden suponer elevar la tasa que cobra el dueño del cajero. CaixaBank inició esta polémica al anunciar que cargaba 2 euros a los no clientes. Si mantuviera este criterio, algo por lo que apuestan fuentes financieras, el emisor de la tarjeta podría cobrar a su cliente hasta 2 euros. Miguel Temboury, subsecretario de Economía, dijo que “cobrar 2 euros por usar un cajero es desorbitado”.

Otros acuerdos que se están ultimando podrían mantener la comisión por uso del cajero cerca de los 0,70 euros. La clave será ver qué tarifa aplican CaixaBank, Santander y BBVA, los líderes del sector, que quieren usar el cajero para atraer clientes de las entidades con pocas máquinas. Todo sigue en el aire.

Sin embargo, esta ventajosa situación para el cliente no será indefinida. Los bancos estudian firmar acuerdos entre sí que pueden suponer elevar la tasa que cobra el dueño del cajero. CaixaBank inició esta polémica al anunciar que cargaba 2 euros a los no clientes. Si mantuviera este criterio, algo por lo que apuestan fuentes financieras, el emisor de la tarjeta podría cobrar a su cliente hasta 2 euros. Miguel Temboury, subsecretario de Economía, dijo que “cobrar 2 euros por usar un cajero es desorbitado”.

Otros acuerdos que se están ultimando podrían mantener la comisión por uso del cajero cerca de los 0,70 euros. La clave será ver qué tarifa aplican CaixaBank, Santander y BBVA, los líderes del sector, que quieren usar el cajero para atraer clientes de las entidades con pocas máquinas. Todo sigue en el aire.

Las aerolíneas indemnizarán a sus pasajeros si cancelan un vuelo por problemas técnicos

El Tribunal de Justicia de la UE establece que solo los actos de sabotaje, terrorismo o vicios ocultos de fabricación eximen a las compañías aéreas de indemnizar a los viajeros

El **Tribunal de Justicia de la Unión Europea** ha dictaminado este jueves que los problemas técnicos no eximen a las compañías aéreas de indemnizar a sus pasajeros en caso de retrasos o cancelaciones de sus vuelos, salvo que tales problemas se deban a actos de sabotaje o terrorismo o a vicios ocultos de fabricación.

La sentencia responde a una consulta prejudicial del Tribunal de Ámsterdam por el caso de **una pasajera de la aerolínea KLM que sufrió un retraso de 29 horas** en un vuelo entre la ciudad holandesa y Quito. La compañía argumentó circunstancias excepcionales por la conjunción de dos fallos técnicos y el retraso para recibir las piezas de retraso para denegar una indemnización a la demandante.

La normativa europea establece la obligación para el transportista aéreo de **prestar asistencia y pagar una compensación de entre 250 y 600 euros** a los pasajeros cuyo vuelo es cancelado. Sin embargo, no está obligado a pagar dicha compensación si demuestra que la anulación del viaje se debió a "circunstancias extraordinarias" que no hubiera podido evitar ni tomando todas las medidas "razonables".

En su sentencia, el Tribunal europeo advierte de que sólo pueden calificarse de "extraordinarias" las circunstancias del problema cuando "guarden relación con un acontecimiento que no sea inherente al ejercicio normal de la actividad del transportista aéreo" y "**escape al control efectivo**" de éste, debido a su naturaleza u origen, por ejemplo si se detecta un "vicio oculto de fabricación" que pone en riesgo la seguridad del vuelo o si se produce un sabotaje o acto de terrorismo.

"NINGUNA PIEZA ES INALTERABLE"

Por ello, **los problemas técnicos consecuencia inevitable del funcionamiento de las aeronaves**, detectados durante el mantenimiento del aparato o producidos por la falta de



mantenimiento, "no pueden constituir circunstancias extraordinarias". Además, aunque una avería por la prematura deficiencia de una pieza es un imprevisto, el tribunal apunta que "sigue estando intrínsecamente ligada al muy complejo sistema de funcionamiento del aparato", en donde "ninguna pieza es inalterable".

La prevención de ese tipo de avería o la reparación que ésta requiere, incluida la sustitución de una pieza prematuramente defectuosa, no escapan al control efectivo del transportista aéreo interesado ya que a éste le corresponde garantizar el mantenimiento y el buen funcionamiento de las aeronaves que explota para sus actividades económicas, añade la sentencia.

Así, concluye que un problema técnico como el expuesto en este caso no supone una razón extraordinaria y recuerda a la aerolínea que puede reclamar una compensación a los responsables del retraso, por ejemplo el fabricante de algunas piezas defectuosas.

La CNMC multa al Ilustre Colegio de Abogados de Guadalajara y al Consejo General de la Abogacía Española

La CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia) ha multado al Colegio de Abogados de Guadalajara (30.000 euros) y al Consejo General de la Abogacía Española (59.983 euros) al declarar probada la existencia de una infracción del Artículo 1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, y del Artículo 1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia. (S/0491/13).

El 25 de febrero de 2014, tras una información reservada, se incoó un expediente sancionador contra el Ilustre Colegio de Abogados de Guadalajara por entender que estaría estableciendo determinados requisitos restrictivos a la competencia a los abogados para que prestaran servicios de asistencia jurídica gratuita en la provincia de Guadalajara.

En septiembre de 2014, la CNMC amplió la incoación al Consejo General de la Abogacía al entender que el Consejo podría estar realizando una recomendación a los Colegios de abogados, consistente en fijar determinados requisitos para participar en la prestación de servicios asociados a la asistencia jurídica gratuita.

Una vez instruido el expediente, la CNMC ha determinado que en el caso del Ilustre Colegio de Abogados de Guadalajara, el artículo 2.1 de su "Reglamento del turno de oficio, asistencia al detenido o preso y derecho a la justicia gratuita" en su actual redacción es contrario a la Ley de Defensa de la Competencia.

El Reglamento exige pertenecer al Colegio para prestar los servicios de asistencia jurídica gratuita en su demarcación territorial. Además, para que un abogado pueda realizar esa actividad establece requisitos de residencia y despacho profesional en la provincia y una experiencia profesional de 3 años de ejercicio efectivo (5 para el Turno Penal Especial), aunque cuente con la formación técnica para ello.

La CNMC considera que los requisitos descritos constituyen una restricción de la competencia contraria al principio de colegiación única previsto en la Ley 2/1974, de 13 de febrero, de Colegios Profesionales. Además, compartimentan geográficamente el mercado y limitan la oferta de abogados a aquellos colegiados en Guadalajara.

Por otra parte, la exigencia de experiencia profesional supone una barrera injustificada de acceso al turno de oficio para abogados recién colegiados.

En consecuencia, la CNMC considera que todos estos requisitos constituyen una infracción de la Ley de Defensa de la Competencia, y un obstáculo a la libre prestación de servicios y unidad de mercado, contrario a la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio (conocida como "Ley Paraguas").

En el caso del Consejo General de la Abogacía Española, la CNMC considera que las manifestaciones realizadas en varias reuniones y en una respuesta a la solicitud del Defensor de Pueblo en noviembre de 2013 infringen el Artículo 1 de la LDC sobre los requisitos de despacho y la residencia, que deben cumplir los abogados que quieran acceder al turno de oficio en cualquier colegio.

Esa interpretación fue puesta en conocimiento de los diferentes colegios territoriales que están presentes en sus órganos de gobierno y comisiones, equivale a una recomendación cuyo objeto es homogeneizar la conducta de los Colegios.

En consecuencia, la CNMC ha impuesto las siguientes multas:

- Colegio de Abogados de Guadalajara, 30.000 euros
- Consejo General de la Abogacía Española 59.983 euros

Además, obliga al Colegio de Abogados de Guadalajara y al Consejo General de la Abogacía Española a que en el futuro se abstengan de llevar a cabo conductas similares y les ordena que difundan entre sus asociados el texto íntegro de esta Resolución en sus respectivas páginas webs oficiales.

La CNMC recuerda que contra la presente Resolución no cabe recurrir en la vía previa administrativa, pudiendo hacerlo, en el plazo de dos meses desde el día siguiente al de su notificación, ante el orden jurisdiccional contencioso-administrativo, la Audiencia Nacional.

En la cosmética... verdad o mentira

Rejuvenece en tan solo 15 días, haz que desaparezca la celulitis sin dietas, olvídate del desodorante durante 48 horas, alargar tus pestañas hasta el infinito, o apuesta por un laser con cremas... y todo esto bajo la belleza de una modelo espectacular, que nos enseña el antes y después de probar el tan preciado y maravilloso producto, pero... realmente tienen estas cualidades.

La publicidad de los cosméticos, dos años después de la aprobación del reglamento Europeo, continua siendo poco transparente para el consumidor, induciendo a engaños y expectativas poco reales.

Todos pensábamos que la **publicidad engañosa** en los **cosméticos** había llegado a su fin. El nuevo **Reglamento Europeo** de Cosméticos, que entró en vigor en julio de 2013, incluía la regulación en la información de las propiedades de los productos.

Hasta ese momento, a los fabricantes sólo se les pedía que los cosméticos fueran seguros, en el Reglamento Europeo supuestamente se les prohíbe incluir información que falta a la verdad, prohibiendo ensalzar virtudes o propiedades si las mismas no están demostradas.

La normativa contempla, que toda la información que aparezca en los cosméticos esté probada científicamente, debiendo de hacerse ensayo que demuestren las propiedades señaladas en cada producto, por tanto no pueden hacer mención a ingredientes que no estén presentes, o bien que por poca o inexistente presencia no tenga eficacia a las cualidades que se le atribuyen.

TODO SIGUE IGUAL

Sin embargo, muchos **productos cosméticos siguen utilizando en su publicidad afirmaciones que inducen a posibles engaños al consumidor**, y es que burlar la normativa en ciertas materias, se hace fácil, al presentar esta ambigüedades que hacen que los fabricantes puedan continuar vendiéndonos humo.

Y es **que a día de hoy sigue existiendo muchísima publicidad engañosa** en el sector de la cosmética, promesas milagro contra el acné, la celulitis, vientre plano, arrugas, pestañas infinitas... un sinfín de tratamientos que nos harán estar más bellos, más delgados, más, más, más, además para ello utilizan una terminología en su publicidad de venta que nada o poco se entiende, pero aparentemente muy tecnológica.

Las empresas de cosméticos deberían de **avalar los resultados o las propiedades de los productos a través de test y esté a su vez estar testado dermatológicamente**, sin embargo lo que hacen es avalar sus resultados a través de los test de usuarios, que



para nada sirven, o por supuesto a tan reclamada foto del antes y el después...del photoshop... y como no el singular nombre del producto, llevando como apellido una técnica quirúrgica "efecto laser".

Muchos de los anuncios que se anuncian no resistirían un análisis científico, pero aún así se publicitan y ofrecen al consumidor expectativas que luego no pueden cumplir.

REALIDAD O FICCIÓN.

En el informe que hoy presentamos, hemos recogido una breve muestra de algunos de los productos de cosmética puestos a la venta en nuestro país, que se publicitan habitualmente en distintos canales, para ver si incumplen la normativa o la maquillan de tal forma que hacen que puedan saltarse la regulación.

Vamos a conocer algunos anuncios por ejemplo:

Un desodorante, pero en concreto uno que dura 48 horas desde que te lo aplicas, porque es anti-transpirante y además con polvos de caolín es el caso de **NIVEA Talc Sensation Roll-On** que se publicita como "el primer anti-transpirante del mercado con *Polvos de Caolín**, proporcionando una suavidad irresistible y un secado rápido" además apunta en su publicidad que "conseguirás un secado rápido y una sensación de suavidad en tu piel, gracias a su fórmula con polvos de Caolín*. Ofrece una protección eficaz 48h contra el sudor y el olor corporal". Y aun-

que el polvo de caolín o arcilla blanca, tenga diversos usos como cerámica, pinturas, industria farmacéutica y alimentaria, cosmética, etc., y sea igualmente un magnífico desodorante que utilizado a modo de polvos talco, puede absorber el exceso de sudor eliminando malos olores, y el fabricante nos indique que está dermatológicamente comprobado, en ningún caso nos informa de que pruebas se han llevado a cabo para determinar la paralización del sudor durante 48 horas con una única toma, ni a qué población se le han realizado los test supuestamente dermatológicos para llegar a esa durabilidad. Se hace difícil creer que un desodorante pueda paralizar la acción de la transpiración del sudor así como bloquear su olor durante 48 horas con una única aplicación, además en ningún momento nos informa de la realización de pruebas in vitro.

Un activador de juventud, al menos así se publicita de Lancome, con el nombre comercial "Advanced Génifique activador de juventud", tiene como características la reparación y activación de 10 signos clínicos, no sabemos cuales, solo que definen una piel visiblemente más joven, además nos informa que "está inspirado en un gran avance en la investigación en el territorio de los genes, el legendario Activador de Juventud repara y activa..." nos ánima con el siguiente eslogan "en tan sólo 7 días, la piel visiblemente rejuvenecida", igualmente nos indica en su publicidad que tiene realizadas auto-evaluaciones en 34 mujeres, pero en ningún caso nos informa de que resultados dieron esas evaluaciones, que edad tenían, ni por supuesto determina la realización de pruebas in vitro, nos gustaría saber que edad tenían las participantes de sus evaluaciones, o como tenían su piel, para comprobar que en tan sólo 7 días su piel se ha visto "visiblemente" más joven.

Un reductor de celulitis en 15 días, una maravilla de Laboratorios Vichy, el Cellu Destock Serum Flash, sólo con el nombre ya tenemos suficiente, es según la información del laboratorio, un tratamiento anti-celulítico -celulitis y volúmenes rebeldes ante las dietas", o sea que si la dieta no te sirve, con tan sólo utilizar esta crema, comprobarás como en 15 días tu celulitis se reduce, indican en su publicidad que contiene cafeína líquida al 6% y ácido hialurónico (sin especificar su porcentaje), además de perlas embellecedoras que iluminan la piel. Para demostrar lo que dicen informan que se han realizado puntuación clínica sobre 11 sujetos, y test clínicos, en ningún caso informan de la realización de pruebas in vitro.

Y porqué no, **unas pestañas postizas**, como nos indica en su publicidad Maybelline "Máscara de pestañas Efecto Pestañas Postizas Volum Maybelline, con una información escueta pero contundente "La máscara Efecto Pestañas Postizas se adhiere a tus pestañas aportándoles un volumen, densidad y longitud extremas, además rellena los huecos existentes entre las pestañas, consiguiendo unas pestañas visiblemente más numerosas", y gracias a que, a las pruebas in vitro o en sujetos, pues no, gracias y así nos lo hace saber el fabricante, a "su cepillo flexible en forma de cuchara sigue la curva de las pestañas y las cubre en una sola pasada". Desgraciadamente una vez más, basta con el mensaje publicitario para describir las bondades de un producto, sin que se necesite nada más.

Y porqué no terminar con una **operación laser**, esto es lo que nos sugiere la marca Clinique gracias al nombre con el que han bautizado a su crema y serum Repairwear Laser Focus, atribuyendo a esta crema propiedades tales como la de láser, además afirman que "el 63% de la eficacia de un tratamiento láser reduciendo arrugas", le atribuye al cosmético casi la misma eficacia (un 63%) que un tratamiento láser, eficacia que no se demuestra con ningún tipo de prueba o bajo la certificación de la comunidad científica.

VENDIDOS A LA PUBLICIDAD... HASTA CUÁNDO.

Pero, ¿realmente las marcas de cosméticos pueden ir tan lejos en su publicidad sin que estén sometidas a ningún tipo de control?, la respuesta es clara, actualmente sí. En todo caso les queda un largo camino a las asociaciones de consumidores y a los propios usuarios, los cuales deberán de denunciar ante la administración competente, la falta de cumplimiento de la legislación vigente, por atribuir propiedades a los productos de cosmética que no están certificadas por la comunidad científica, y en todo caso, si es así, deberán demostrarlo.

Deberíamos apostar los consumidores, por empresas que muestren ética y moral en sus anuncios y no vendernos a la publicidad.

Y aunque seguramente muchos lectores piensen que los cosméticos que utilizan tienen sus resultados, seguramente una inmensa mayoría no son acordes en un cien por cien a la publicidad que realicen para vender el producto.



Desaparece el "roaming" a partir de junio de 2017

30/10/2015 | Unión de Consumidores de Euskadi

El Parlamento Europeo ha ratificado el acuerdo que alcanzaron los Gobiernos de los veintiocho estados miembros, de acabar con el "roaming", el recargo que se paga cuando se usa el móvil fuera del país de origen, y una de las luchas de la Comisión Europea para que todos los usuarios de teléfono móvil puedan desplazarse por cualquier país de la Unión Europea sin tener que pagar un sobrecoste por las llamadas.

Será finalmente una realidad el 15 de junio de 2017, dos años más tarde de lo que había planteado el Parlamento Europeo, aunque antes de que se eliminen dichas tarifas, habrá un paso intermedio para rebajar su coste. Así, a partir del 30 de abril del año que viene, el precio mayorista por minuto no deberá superar cinco céntimos, dos céntimos por mensajes de texto y cinco céntimos por megabyte, una reducción del 75% sobre las tarifas actuales.

También la nueva normativa acordó que las autoridades nacionales puedan aplicar «por medio de una cláusula de recuperación de costes» cargos mínimos de forma excepcional, siempre que los operadores puedan demostrar que no pueden recuperar los costes y que les afecta a sus precios en el mercado nacional. Precisamente las presiones del sector de las telecomunicaciones son muy fuertes en ese sentido porque se trata de una importante fuente de ingresos.

Las operadoras europeas calculan sus pérdidas en unos 5.000 millones, lo que equivale al 2% de sus ingresos.

El 40% del atún rojo es un fraude al consumidor

30/10/2015 | Unión de Consumidores de Euskadi

En la VIII Jornada Científica del Atún Rojo se ha presentado un informe, elaborado por la investigadora Ana Gordo, del Centro de Estudios Avanzados de Blanes, perteneciente al Centro Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), en el que se concluye que el 40% del atún que se comercializa en mercados, pescaderías o restaurantes de España es un fraude para el consumidor, dado que éste no recibe la especie que busca.

Gordo detalló que en el 40 % de los casos estudiados este año, la especie de túnido que se comercializa no es la indicada. Además, en el 90 % de los casos se vende como atún rojo (*Thunnus thynnus*) otras especies de túnidos, principalmente patudo y rabil o atún de aleta amarilla. El otro 10 % correspondería a un "fraude inverso", es decir, se ofrece atún rojo como si fuera otra especie, debido a que procede de la pesca ilegal.

Además, según el estudio, prácticamente ninguno de los puntos de venta y restaurantes donde se ofrecía atún rojo disponía del Documento de Captura de Atún Rojo (DAC), obligatorio como norma de la Comisión Internacional para la Conservación del Atún Atlántico (ICCAT) en su plan de recuperación.

El estudio abarca toda la cadena comercial del atún. El periodo de muestreo cubre todo el año 2015, por lo que todavía se están recopilando datos de mayoristas, mercados centrales, grandes superficies y restaurantes.

Las muestras fueron tomadas en todas las localidades del litoral de Cataluña, en Tarragona, Barcelona y Gerona, y en los mercados centrales de Madrid, Barcelona y Málaga.

El Santander seguirá cobrando 2 euros a los no clientes en sus cajeros

30/10/2015 | Unión de Consumidores de Euskadi

José Antonio Álvarez, consejero delegado de Banco Santander, ha reafirmado que la entidad cobrará dos euros aproximadamente a los no clientes por el uso de sus cajeros automáticos, tras la nueva normativa que establece que el dueño del cajero aplique una tarifa al banco emisor de la tarjeta de crédito o débito, en vez de al no cliente.

Santander así seguirá los pasos de CaixaBank, entidad que también está dispuesta a volver a cobrar dos euros a los no clientes por sacar dinero de sus cajeros, aunque como está previsto en la norma, no será el consumidor el que los pague, sino la entidad emisora de la tarjeta y ésta será la que decida si se lo traslada al cliente o no.

El Gobierno consideró que dos euros es una cantidad muy elevada, y aseguró que con el real decreto aprobado se pretendía bajar las comisiones en cajeros para los clientes, pero parece no ser así, según las estrategias de las entidades anteriormente mencionadas, a las que se puede unir BBVA.

El Consejero ha aprovechado para señalar que el tema de los cajeros "se ha magnificado" porque existe una amplia red de cajeros en España. "La lógica es aplastante", ha destacado para defender la legitimidad del propietario de cobrar una tasa por el uso de sus cajeros.

La Unión de Consumidores de Euskadi-UCE-CAUCE, considera insuficiente la nueva normativa de clasificación de productos financieros

Vitoria, a 5 de noviembre de 2015.

La Unión de Consumidores de Euskadi-UCE-CAUCE considera positiva pero insuficiente la Orden ECC/2316/2015, publicada hoy en el BOE, y que viene a regular las obligaciones de información y clasificación de productos financieros.

Esta Orden, que entrará en vigor en el próximo mes de febrero, obligará a las entidades a entregar a sus clientes un indicador de riesgo que les permita elegir los productos de ahorro e inversión que mejor se adecuen a sus necesidades. De esta forma, el consumidor antes de llevar a cabo una inversión será informado por parte de su entidad financiera del nivel de riesgo de dicho producto, bien a través del color, dentro de una gama de 6 colores que cada uno representa un nivel de riesgo, desde verde, bajo riesgo, hasta rojo, riesgo alto. Esta clasificación muy similar a la etiqueta de eficiencia energética, podrá ser sustituida por un código numérico que oscilara del 1 al 6. Esta asociación entiende que esta sustitución desvirtúa la claridad y transparencia que puede aportar el gráfico de la etiqueta, y que es necesaria para que el consumidor conozca las características y riesgos del producto.

Además, considera que se debería haber incluido la participación de un tercero imparcial, como son las asociacio-

nes de consumidores, para revisar la redacción de la información y documentación entregada al cliente y validar que el cliente/consumidor es consciente y está debidamente informado, especialmente cuando se trate de productos de Clase 3 o superior, que son los clasificados de mayor riesgo.

La UCE-CAUCE entiende que se podía haber aprovechado esta Orden para regular la información escrita que se facilita al usuario, en cuanto a redacción entendible para un consumidor medio no conocedor de productos financieros, tamaño de letra adecuado y una primera hoja de resumen de los contenidos, explicando las características del producto y riesgos.

Cabe recordar que la nula o deficiente información facilitada a los consumidores, ha generado multitud de reclamaciones y demandas judiciales (preferentes, acciones) contra las entidades financieras por la pérdida de los ahorros de muchos ciudadanos. Por lo tanto, y con el objetivo de evitar que vuelva a producirse estas situaciones, hay que establecer todas las medidas necesarias para garantizar que los clientes de los servicios financieros disponen de una información veraz, suficiente y comprensible de los servicios de inversión y su nivel de riesgo.



EUSKAL HERRIKO KONTSUMITZAILEEN BATASUNA-EHKB UNIÓN DE CONSUMIDORES DE EUSKADI-UCE

NORTZUK GARA?

Hiru probintzi elkartetanoinarritutako autonomi alorreko Federazio bat gara. Hiru elkarteok zerbitzuen prestatzaileak dira eta Euskal Herriko Elkarte Autonomoko hiru lurralde historikoetan kokaturik daude.

Erakundearen ezaugarriak:

- Izaera pribatu du.
- Botere publiko, ekonomiko eta sozialen aurrean da.
- irabazi-asmorik gabekoa.

HELBURUAK

- Hiritarren bizi kalitatea hobetzea, kontsumitzaile eta erabiltzaile moduan.
- Kontsumitzaile eta erabiltzaileen eskaerak bildu eta bideratzea, hiritarren bizi kalitatea era aurrekoian hobetzeko borrokan.
- Kontsumitzaile eta erabiltzaileen banako eta taldeko interesak defenditu eta bultzatzea.
- Berauei argibideak eta informazioa ematea.
- Berauen ordezkari lanak egitea, bai ondare eta zerbitzuei, produktuei eta bai ekintza jakinei dagokienean.
- Berauen presentzia bultzatzea erakunde ofizial, autonomo, estatal eta europear guztietan.
- Elkartekideen ordezkariak bereganatzea eta beharrezko ekintzak gauzatzea edonolako prozedura administratibo eta zuzenbidezkoetan berorien defentsan.

ZERBITZUAK

Onuradunak

- Euskadian bizi diren bazkideak. Bazkidearen ezkontidea (edo, bestela, beroren etxean ezkontide gisa bizi den pertsona).
- Bazkidearen etxean bizi diren eta bi aurrekoen ondorengoak diren adingabeak.

Prestazioak

Zure esku Kontsumo teknikari eta abokatu talde zabal bat jarri dugu. Berauek honako zerbitzu hauen prestazioak bermatzen dituzte:

- Nahi beste aldiz erabiltzea **zuzenbide informazioko eta kontsulta harrerako zerbitzua**.
- **Kontsumitzailearen aldeko zerbitzuen** onuraduna izatea, beronen baitan ondokoa egonik: Kontsumoko Batzorde Arbitralaren aurrean eta bide estrajudizial, erreklamazioez aholkatzea eta izapidea ematea, era berean, beharrezko erakundearen aurrean salaketak eta kexak azaltzea.

¿QUIÉNES SOMOS?

Una Federación de ámbito Autonómico basada en tres Asociaciones provinciales que son las prestadoras de los servicios y situadas en cada uno de los tres Territorios históricos de la comunidad Autónoma del País Vasco.

Características de la Organización

- De carácter privado.
- Independiente ante los poderes públicos, económicos y sociales.
- Sin ánimo de lucro.

OBJETIVOS

- Mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, como consumidores y usuarios.
- Recoger y servir de cauce de las reivindicaciones del conjunto de consumidores y usuarios en la lucha de una progresiva mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.
- Defender y promover los intereses y derechos individuales y colectivos de los consumidores y usuarios.
- Formar e informar a éstos.
- Su representación, bien con carácter general, bien en relación a los bienes y servicios, productos o actividades específicas.
- Promover su presencia en todos los organismos oficiales, autonómicos, estatales y europeos.
- Asumir la representación de sus asociados y ejecutar la correspondientes acciones en toda clase de procedimientos administrativos y judiciales en defensa de los mismos.

SERVICIOS

Beneficiarios:

- Socios residentes en Euskadi.
- Cónyuge del socio (o, en su caso, la persona que conviva en el domicilio de éste). Descendientes de ambos menores de edad que convivan en el domicilio del socio.

Prestaciones

Ponemos a su disposición un amplio equipo de técnicos de consumo y abogados que garantizan la prestación de los siguientes servicios:

- utilizar cuantas veces se desee el **servicio de información jurídica y atención de consultas**.
- Ser beneficiario del **Servicio de defensa del consumidor**, consistente en el asesoramiento y tramitación de declaraciones por vía extrajudicial y ante la Junta Arbitral de Consumo, así como la interposición de demandas judiciales.

BAZKIDEKO FITXA - FICHA DE SOCIO

IZENA EMATEAREN URTEKO Euskal herriko Kontsumitzaileen Batasunaren bazkide bezala 60 euro da. Argibide gehiago jaso nahi baduzu, formulario hau bete helbide hona bidali ezazu

La cuota anual de inscripción de socio de la Unión de Consumidores de Euskadi-UCE es de 60 euros. Si desea recibir más información, rellene este formulario y envíenoslo a la siguiente dirección:

José de Lejarreta, 49 bis – 01003 VITORIA-GASTEIZ

N.A.N./D.N.I.....Izena/Nombre.....

Abizenak/Apellidos.....

Helbidea/Dirección.....

Herria/Ciudad..... Telf./Tel.....

Kontuaren zenbakia/número de cuenta.....

Iz:Fdo



EUSKAL HERRIKO KONTZUMITZALEEN BATASUNA-EHKB UNION DE CONSUMIDORES DE EUSKADI-UCE



Araba

UCE Gasteiz
José Lejarreta, 49 bis
01033 VITORIA-GASTEIZ
Tlfno.: 945 26 47 22 / Fax: 945 26 47 99
E-mail: uce@ucee.e.telefonica.net

Bizkaia

UCE Bizkaia
Hurtado de Amezaga, 27-11° Dpto, 5
48008 bilbao
Tlfno.: 94 421 55 59
E-mail: ucebizkaia@euskalnet.net

Gipuzkoa

UCE Gipuzkoa
Untzaga Plaza s/n
20600 EIBAR
Tlfno./Fax: 943 20 19 87
E-mail: uce-eibar@ucg.e.telefonica.net

Idiaquez, nº 2 - 1º
20004 DONOSTIA
Tlfno.-Fax: 943 43 11 24
E-mail: uce.donostia43@gmail.com