

# Consumidor

Revista de la Unión de Consumidores de Euskadi-CAUCE

uce.euskadi@gmail.com

www.euskadikokontsumitzaileak.COM

Trimestral

Año 2016

Número 64

## IX ESTUDIO DE LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LOS OPERADORES DE TELECOMUNICACIONES

**DIRECTOR/A**  
Celina Menaza

**CONSEJO DE REDACCIÓN**  
Celina Menaza,  
M<sup>a</sup> Dolores Alzaga

**DISEÑO**  
M<sup>a</sup> 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-CAUCE  
José 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-CAUCE  
Realizada con el patrocinio  
del Departamento de Salud  
y Consumo del G.V.

## 4-7

### MOVISTAR ENCABEZA LA ATENCIÓN AL CLIENTE CON 6,34 PUNTOS. JAZZTEL SE SITÚA EN LA COLA



La valoración media global de la atención al cliente se sitúa en 5,58 puntos sobre 10. Mejora en poco más de medio punto respecto al estudio pasado.

MOVISTAR lidera la clasificación con 6,34 puntos, la media se halla a un 12% del líder. JAZZTEL se sitúa a la cola de la clasificación con 5 puntos, a una distancia del 21%. ORANGE también está en ese umbral.

## 12-14



### DERECHOS IRRENUNCIABLES DE LOS CONSUMIDORES

La Unión de Consumidores de Euskadi-Cauce informa que la justicia ha vuelto a cuestionar la legalidad de los acuerdos para eliminar la cláusula suelo. Por ahora, apenas son un puñado de sentencias pero vuelven a dejar en evidencia a las entidades financieras y ponen, una vez más, al descubierto casos de mala praxis.

## 15-17

### APRENDER A COMPRAR EN NAVIDADES



En nuestro comportamiento como personas consumidoras existen muchos aspectos que, analizándolos, resultan inadecuados y poco racionales, pero que se aceptan como habituales y perfectamente normales. Recorremos kilómetros para ir a un hipermercado por ahorrar unos céntimos de euro y acabamos con un carro lleno de cosas que no habíamos pensado comprar (muchas de ellas superfluas o inútiles). Incluso podría ocurrir que al final olvidamos comprar lo que teníamos pensado, aunque ese era el motivo inicial para entrar en el establecimiento.



*Celina Menaza  
Presidenta de UCE-Euskadi*

## CONSEJOS PARA SALIR AIROSO DE LAS FIESTAS DE NAVIDAD

- Haga una previsión general de gastos en función de su presupuesto y procure no excederse en sus posibilidades, procure no caer en la tentación de comprar más cosas aunque se alargue la campaña de Navidad.
- Estudie detenidamente los precios en los diferentes establecimientos: hiper, súper, tienda tradicional, mercado de barrio,...
- No confíe a ciegas en las marcas más publicitadas ya que su popularidad no significa que sean necesariamente las mejores.
- Lea atentamente las etiquetas de los productos que adquiere.
- Rechace sistemáticamente productos sin identificación.
- No se deje seducir por las gangas, piense que la calidad tiene un precio.
- Guarde la publicidad de viajes, sirve como cláusula contractual.
- Guarde las facturas y tickets de compra, son imprescindibles para realizar la oportuna reclamación.
- Máxima precaución en las fiestas privadas, en la gran mayoría de ocasiones no reúnen las mínimas condiciones de seguridad. Compruebe que están autorizadas por la comunidad autónoma correspondiente.
- Realice las compras antes del 15 de diciembre, a partir de esta fecha los precios de muchos productos sufren un elevado incremento.
- No se deje engañar por la publicidad.
- Compre juguetes seguros. Todos los juguetes que se comercializan tienen que llevar las garantías de calidad y seguridad, el aval es el anagrama de la CE.

## IX ESTUDIO DE LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LOS OPERADORES DE TELECOMUNICACIONES

# Movistar encabeza la atención al cliente con 6,34 puntos. Jazztel se sitúa en la cola

ORANGE Y JAZZTEL, EN EL UMBRAL DEL APROBADO, SE HALLAN ALREDEDOR DE LOS 20 PUNTOS PORCENTUALES DEL LÍDER

- También en atención técnica y comercial hay diferencias entre más del 20% y casi el 40% respecto al primero
- La asistencia Técnica lastra a ORANGE, JAZZTEL, R, VODAFONE y TELECABLE
- El tiempo medio en la resolución de incidencias es de más de 70 horas. TELECABLE supera las 104
- En atención comercial todos los operadores están por encima de los 6 puntos, salvo R y JAZZTEL
- Asignaturas pendientes: incorporar

informaciones esenciales y evitar la reiteración de rutinas técnicas

Fruto del acuerdo de colaboración con la Asociación Pro Derechos Civiles, Económicos y Sociales (ADECES) la **UNIÓN DE CONSUMIDORES DE EUSKADI-CAUCE**, da a conocer los datos sobre IX estudio de Atención al Cliente, en su parte comercial y técnica<sup>1</sup>.

### Valoración Global<sup>2</sup>

La valoración media global de la atención al cliente se sitúa en 5,58 pun-

tos sobre 10. Mejora en poco más de medio punto respecto al estudio pasado.

**MOVISTAR** lidera la clasificación con **6,34 puntos**, la media se halla a un 12% del líder. **JAZZTEL** se sitúa a la cola de la clasificación con **5 puntos**, a una distancia del 21%. **ORANGE** también está en ese umbral.

El lastre en las notas globales de la mayor parte de los operadores lo pone la asistencia técnica, mientras que la atención comercial registra avances significativos.

Puntuación Global	MOVISTAR	EUSKALTEL	ONO	TELECABLE	VODAFONE	R	ORANGE	JAZZTEL	MEDIA
	6,34	5,89	5,75	5,67	5,62	5,30	5,08	5,00	5,58



<sup>1</sup>Se efectuaron un total de 1389 llamadas, casi 174 de media por operador. La recogida de datos se realizó entre febrero y abril de 2016.

<sup>2</sup>Global: Servicio de Asistencia Técnica + Servicio de Atención Comercial + Aspectos Subjetivos

## El Servicio de Asistencia Técnica (SAT)

La media se mantiene en los 4,97, a 21 puntos porcentuales del mejor, MOVISTAR (6,28).

Por debajo de los 5 puntos R (4,73), VODAFONE (4,72), TELECABLE que se queda en la antesala del aprobado (4,95). ORANGE y JAZZTEL, con 4,21 y 3,95 respectivamente; ambos a una distancia de hasta el 37% del primer clasificado.

La *eficiencia de la asistencia técnica telefónica* se reduce por debajo del 29%, y, aun así, podría ser aceptable si no tuviese otras cargas: reiteración

de rutinas que sufre el usuario: falta de métodos para acceder a los técnicos y superar las locuciones automáticas de voz. La eficacia se mueve entre el 18% y el 40%.

El *tiempo medio empleado en la resolución de incidencias* supera las 70 horas, una menos que en 2015. El peor TELECABLE con 104, por encima de los 4 días. Le siguen, con algo más de 90 horas, ORANGE y JAZZTEL (casi 4 días).

El mejor ha sido ONO con poco más de 41 horas, seguido de MOVISTAR (45). EUKALTEL con 49 horas, R (68) y VODAFONE (72) se encuentran en

el medio de la tabla.

La *reiteración de llamadas por la misma incidencia* es una práctica común. ORANGE y JAZZTEL presentan los mayores registros (6). En el extremo contrario MOVISTAR y EUSKALTEL con 3 reiteraciones.

El *tiempo máximo de espera medio* es superior a los 7 minutos. ORANGE supera los 13.

Persiste el cierre en falso de averías para no alterar las estadísticas de tiempo objetivo de resolución de incidencias, incluso a pesar de la insatisfacción del cliente.

SAT	MOVISTAR	EUSKALTEL	ONO	TELECABLE	VODAFONE	R	ORANGE	JAZZTEL	MEDIA
Puntos	6,28	5,64	5,28	4,95	4,72	4,73	4,21	3,95	4,97



## Evaluación objetiva del SAC:

Se recupera la media hasta situarse en 6,40 puntos a 12 puntos porcentuales del mejor. Todos los operadores experimentan un importante crecimiento y se colocan por encima

de los 6 puntos, excepto JAZZTEL (5,89) y R que solo alcanza los 5,64 a una distancia del 22% respecto a MOVISTAR (7,23).

El *tiempo de espera medio* del SAC es de 80 segundos, crece en veinte se-

gundos. TELECABLE presenta el peor registro, 178 segundos. Por su parte, la media del *tiempo máximo de espera* se reduce en 16 segundos, situándose casi en 131. El peor operador es TELECABLE con un máximo de 360 segundos.

SAC objetivo	MOVISTAR	EUSKALTEL	ONO	TELECABLE	VODAFONE	R	ORANGE	JAZZTEL	MEDIA
Puntos	7,23	6,41	6,50	6,52	6,82	5,64	6,19	5,89	6,40

Continúa el descenso de la *identificación completa de los teleoperadores* hasta el 37% de media. R está por debajo del 10%. TELECABLE es el mejor con el 80%.

En relación con la *información sobre la permanencia* la media se coloca en el 51%. TELECABLE (93%) y VODAFONE (80%) son los mejores en el capítulo. El resto se mueve entre el 15% y el 60%. La información sobre *penalizaciones* crece hasta el 41%, corriente a la que se suman todos los operadores, especialmente VODAFONE (77%), ONO (52%) y MOVISTAR (54%). Por debajo del 25% ORANGE, JAZZTEL y EUSKALTEL.

En esta edición se registraron 662 *ofertas de velocidad*, el 52% se corresponden a velocidades de 50 o más Mbps. Un 45% corresponde a velocidades entre 10 y 30 Mbps. Las *ofertas de servicios* repuntan hasta las 715, el 74% son convergencias de 4 o 5 servicios, repartidas casi en dos mitades.

De las casi 3.600 *promociones informadas*, el 72% está compuesto por las llamadas a fijos y a móviles, los Gb de banda ancha móvil y los minutos de llamadas desde el móvil, en niveles aproximados al 18% cada una de ellas; pero el número de canales de televisión y la posibilidad de verla desde un segundo dispositivo representa ya el 15%. La televisión es y será el

centro de las ofertas y las promociones. La información *sobre el plazo de las promociones* se sitúa en el 59%, pero ahora, salvo raras ocasiones, no se presiona la compra como en el estudio anterior.

La información precisa sobre *precios con impuestos* es del 100%.

En relación con el *plazo de instalación*, ONO, R y ORANGE registran hasta cuatro plazos diferentes. Las diferencias entre los plazos informados pueden llegar hasta 15 días, como ocurre en VODAFONE, le sigue ONO con 13 y ORANGE y R con 12. Los mejores EUSKALTEL (2 días), seguido de MOVISTAR (3).

La información sobre los *requisitos de contratación* alcanza un valor medio del 75%. Sin embargo, la composición es muy heterogénea, ya que, hay requisitos que son informados en un 100% de las ocasiones, como el nombre, apellidos y la cuenta corriente; y otros que sólo logran un 66% como el teléfono de contacto, el correo electrónico (62%) o, curiosamente el DNI y la dirección, que se mencionan como requisito en el 73% y 65% de las ocasiones.

## Aspectos subjetivos del SAC

La puntuación media de los parámetros subjetivos<sup>3</sup> de la Atención Comercial es de 5,37 puntos, a poco más de 4 puntos porcentuales del mejor, EUSKALTEL (5,61). ORANGE (4,84), único operador por debajo de 5 puntos, está a 14 puntos porcentuales del mejor.

El *trato correcto* alcanza una media del 80,05% lo que representa 7,38 puntos, es decir, 34 centésimas más que en 2015. En este capítulo, ORANGE (73,50%) está por debajo de la media, igual que JAZZTEL. El mejor es EUSKALTEL, con un 84% que consideran su trato correcto

La *cooperación* sigue en mínimos, ni aun siendo laxos se supera una nota media de 3,53 puntos, es decir, solo el 21,60% de media, más de medio punto por debajo de la edición de 2015, tiene un buen grado de cooperación. El mejor en este aspecto es EUSKALTEL que se aproxima al 30%, el peor ORANGE, cerca del 8%. El resto de operadores se mueven ligeramente por encima del 20%.

ORANGE, JAZZTEL (ahora) y VODAFONE exigen el DNI como condición para facilitar información. Lo hacen en porcentajes próximos al 75% de las ocasiones, aunque han facilitado esa información sin cumplir la condición en el 31%, 23% y 18% respectivamente.

Trato y cooperación	MOVISTAR	EUSKALTEL	ONO	TELECABLE	VODAFONE	R	ORANGE	JAZZTEL	MEDIA
Puntos	5,51	5,61	5,46	5,55	5,34	5,53	4,84	5,15	5,37



<sup>3</sup>Aspectos Subjetivos. Analiza: cooperación y trato al cliente.



## Asignaturas pendientes

El informe, evidencia una serie de asignaturas pendientes, según ADECES:

El *Servicio Técnico* es un elemento relevante de la prestación y por ello, los operadores deberían de informar sobre el tipo de asistencia que ofrecen, el tiempo medio de resolución de averías y los costes asociados a este Servicio.

En el *funcionamiento del servicio técnico*, resultan inasumibles la obligación reiteración de rutinas que sufre el usuario que informa de una incidencia, muchas de esas rutinas están motivadas por las limitaciones de las locuciones automáticas y las dificultades

de los sistemas para acceder a los técnicos.

El *respeto* al cliente no es compatible con la repetición de llamadas (de distintos "departamentos": calidad, fidelización, comercial...) de los operadores a los usuarios para presionar la contratación. De las llamadas casi un 15% corresponde a JAZZTEL y un 11% a ORANGE. AVODAFONE-ONO corresponde el 13%, a EUSKALTEL el 7% y, finalmente, a TELECABLE, el 5%.

Es preciso, incorporando a los protocolos, *facilitar información homogénea* sobre las formas de acceso al contrato, la permanencia, penalizaciones y plazos (más relevante aun cuando se promocionan ofertas que incorpo-

ran productos con permanencia, como el terminal móvil), las velocidades de descarga que soporta la red en un punto, los requisitos de contratación y los plazos de instalación.

En las *ofertas o promociones que incluyen móviles* falta información relevante sobre la red (operador que soporta el servicio, cobertura y velocidad de la misma, al menos en el municipio del usuario) y también sobre la velocidad que soporta el terminal que incluye la oferta.

Puede descargar el estudio en: <http://www.adeces.org/movistar-encabeza-la-atencion-al-cliente-con-634-puntos-jazztel-se-situa-en-la-cola-2/>

# Medicamentos genericos

Siempre han existido medicamentos genéricos. De hecho, hasta bien entrado el siglo XX, en que comienza la fabricación industrial de los medicamentos y su comercialización mediante la utilización de marcas o nombres de fantasía, una gran parte del consumo farmacéutico se realizaba en medicamentos que podrían ser denominados como genéricos.

Pero no es hasta los años noventa, cuando en España comenzó a hablarse de genéricos. Al principio de forma tangencial, para posteriormente ir aumentando la intensidad hasta convertirse hoy en día en un tema de máxima actualidad.

Falta sin embargo una **introducción decidida de los genéricos**, aunque sería injusto afirmar que España no ha avanzado en dicho proceso, y aún más el País Vasco que fue una de las Comunidades Autónomas pioneras en implantar medidas que fomentaban el uso de medicamentos genéricos para promover el ahorro en el gasto farmacéutico.

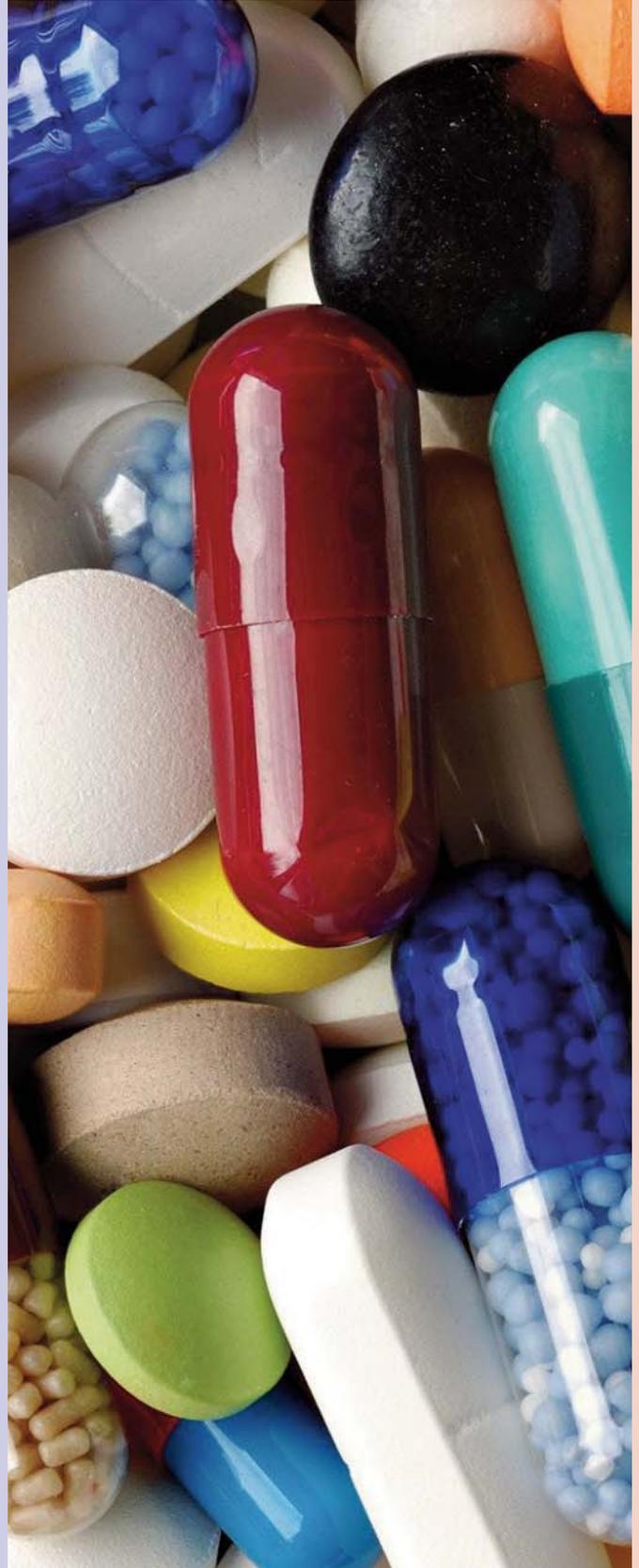
## Concluyendo:

La Unión de Consumidores de Euskadi-CAUCE aconseja el consumo de genéricos ya que contribuyen a ahorrar parte del gasto farmacéutico que se podrá destinar a otras necesidades sanitarias.

Nuestro objetivo es sensibilizar a los ciudadanos de la importancia de su aportación individual al sostenimiento de los sistemas sanitarios públicos, fomentando entre ellos la adopción de determinadas conductas, referidas al uso de los servicios sanitarios en general, como a la prestación farmacéutica en particular.

Trabajamos para informar a los consumidores de que la composición de los Medicamentos Genéricos es la misma que la del medicamento original de marca, y están garantizados por la autoridades sanitarias y el laboratorio farmacéutico que los fabrica. No se trata de productos de rebajas sino de productos eficaces que cumplen con todas las garantías.

Por último, vemos como elementos esenciales, la existencia de una **legislación clara** y de una **amplia oferta de este tipo de medicamentos**, oferta que se genera a partir de la iniciativa de Laboratorios de carácter nacional y siempre que las autoridades responsables de la autorización de medicamentos, establezcan procedimientos ágiles en el proceso de evaluación y autorización de este tipo de medicamentos. Todo ello, sin menoscabo del rigor y exigencias que deben establecer.



# Primera condena a Volkswagen en España por sus motores diésel

Ya hay sentencia en España contra Volkswagen por la manipulación de sus motores diésel. Ha sido el juzgado de Primera Instancia número 12 de Valladolid, que ha condenado a las sociedades Volkswagen Valladolid Wagen y Volkswagen Audi España a pagar una indemnización de 5.006,5 euros por los daños ocasionados al comprador de un vehículo de la marca alemana con un software alterado.

En concreto, el vehículo afectado es un Audi Q5 Quattro, con motor diésel de cuatro cilindros y con una potencia de 177 caballos y adquirido en mayo de 2013. "El juez estima esta indemnización considerando que el vehículo, con un precio de venta de 50.000 euros, ha sufrido una depreciación del 10% del valor de compra del coche por la alteración en el software".

Es la sexta sentencia que se emite en España en relación al 'dieselgate'. De las cinco anteriores, una en Torrelavega

(Santander), dos en Valencia, una en Madrid y otra en Zaragoza, todas han sido favorables a Volkswagen. Desde el grupo alemán han asegurado que "no comentan sentencias judiciales" y que van a recurrir el fallo ante la Audiencia Provincial de Valladolid.

En la sentencia quedan en el aire los motivos estrictos por los que el juez aplica el porcentaje del 10% de depreciación ya que no se basaría en ningún antecedente jurídico. La lógica, según los expertos consultados por este medio, iría encaminada a establecer el valor venal (residual) del coche en la actualidad, y, a partir de él, establecer también una compensación si el juez lo considerase oportuno por daños y perjuicios ante la posible devaluación ocasionada por el trucaje del software del motor. No hay que olvidar que, en el caso en el que el juez ha fallado a favor del demandante y en contra de Volkswagen Audi España y del concesionario Valladolid Wagen, el cliente pide la devolución íntegra del dinero que pagó por su Audi Q5.



# El árbol de navidad ¿natural o artificial?

Existen tres opciones a la hora de comprar un árbol de navidad: La primera y menos correcta es optar por árboles naturales cortados de forma incontrolada del bosque. La segunda es adquirir árboles procedentes de viveros, destinados exclusivamente a este uso y, la tercera, buscar un árbol artificial.

La primera opción no es válida, aunque todavía hay gente que se acerca a algún monte o bosque cercano para cortar un árbol de pequeño tamaño. Esta práctica se encuentra actualmente perseguida y castigada, sobre todo si se trata de especies protegidas o amenazadas.

La segunda opción es correcta, optar por un árbol cultivado en un vivero o plantación asegura su procedencia, calidad de replantarlo o simplemente deshacerse de él como un residuo sólido más.

La tercera, el árbol artificial, está creciendo poco a poco, por la comodidad. Hay personas que se decantan por los árboles artificiales pensando que estos no causan ningún daño a la naturaleza, pero hay que tener en cuenta que, al ser productos manufacturados, producen cierta contaminación en el medio ambiente, ya que su fabricación es a base de procesos químicos que precisan plásticos, metales, tintes, agua, electricidad, etc. A estos hay que añadir que actualmente se están fabricando unos árboles de Navidad artificiales con materiales cada vez menos contaminantes y ecológicos que duran muchos años.

En caso de tener un árbol de navidad natural sin la posibilidad de replantarlo, existe la opción de reciclaje. Con este sistema los abetos son triturados y utilizados como abono para otras especies y para el mantenimiento de las zonas verdes. Este tipo de método es utilizado en algunas ciudades y consiste en instalar a final del mes de Enero puntos de recogida de árboles para su posterior tratamiento.



# Condenan a Iberdrola a abonar el importe de la reparación de una caldera

El juzgado de Primera Instancia nº 1 de Bergara ha condenado a Iberdrola abonar a un socio de la Unión de Consumidores de Euskadi-CAUCE, la cantidad de 424,14 euros más los intereses por la reparación de la caldera.

Nuestro socio ejercitó acción de reclamación de cantidad, acompañada de nuestro abogado, solicitando la condena de Iberdrola a abonar la cantidad de 424,14 euros por ser esa la cantidad que nuestro socio tuvo que abonar al Servicio Técnico Oficial de la marca de la caldera averiada, como consecuencia de la falta de reparación de la caldera por parte de Iberdrola prolongada en el tiempo.

Iberdrola se opuso al pago de dicha cantidad alegando que el contrato suscrito por las partes incluye el mantenimiento y reparación sin coste de mano de obra hasta tres horas y de materiales hasta 50 euros, y que por lo tanto no tienen obligación alguna Iberdrola de pagar la reparación efectuada por otra compañía.

Por lo tanto la controversia radica en determinar si era obligación de Iberdrola reparar la caldera con independencia de la cuantía de dicha reparación, y en consecuencia si la falta de reparación habilita a la actora a reclamar la cantidad satisfecha para la reparación a otra compañía.

De la actividad probatoria practicada, interrogatorio de parte (siendo de aplicación lo dispuesto en el artículo 304 de la Ley de Enjuiciamiento Civil por la inasistencia de la parte al acto del juicio), documental y testifical se desprende que efectivamente Iberdrola acudió a tratar de reparar la caldera tres días, concretamente el 25 de mayo, 4 de junio y 18 de junio sin arreglar la misma, viéndose obligada ( tras manifestárselo si por teléfono, tal y como indica la testigo) a llamar a Fagor (marca de la caldera) para proceder a la reparación, como así efectivamente se realizó.

Se alega por la demandada que la actora rechazó el presupuesto presentado por la demandada para la reparación de la caldera, pero lo cierto es que este extremo no ha resultado probado ( ni la presentación del presupuesto ni el rechazo por la actora del mismo), resultando probado que desde el 25 de mayo al 18 de junio, por distin-

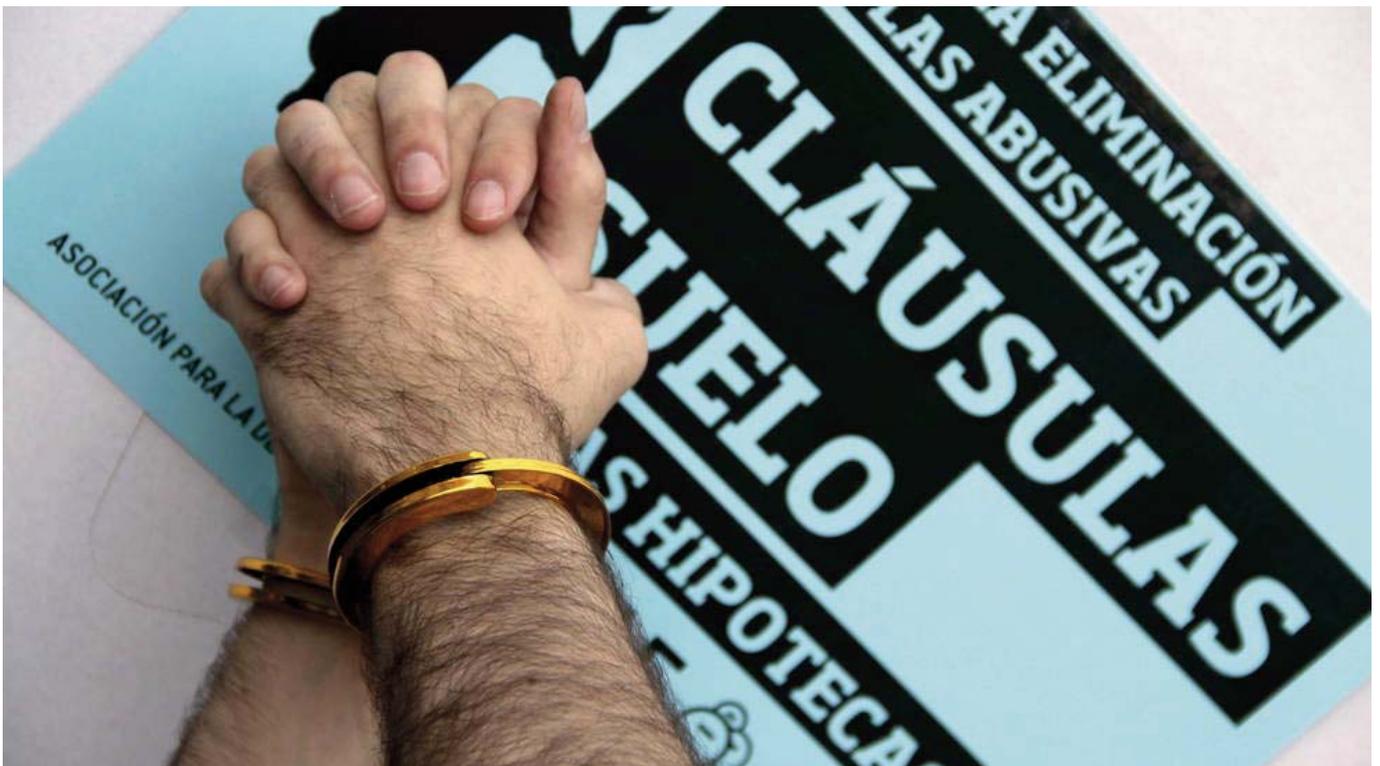


tas razones no se logró reparar la caldera por Iberdrola ( en el último intento se recoge que no se ha podido reparar la avería porque la pieza que ha llegado estaba defectuosa), con las molestias e incomodidades que ello conlleva.

Por ello y conforme a la normativa de protección a los consumidores y usuarios, que en el presente caso se han visto absolutamente desamparados sin conseguir la reparación de la caldera, elemento fundamental en el día a día, durante casi un mes, y actuando la actora conforme a lo manifestado por la demandada por teléfono, tal y como declaró la testigo bajo juramento o promesa de decir la verdad, procede la estimación de la demanda condenando al demandado a abonar al actor la cantidad de 424,14 euros más los intereses previstos en los artículos 1100, 1101, 1108 del Código Civil y 576 de la Ley de Enjuiciamiento Civil.

EUSKAL HERRIKO KONTSUMITZAILEEN BATASUNA-  
UNIÓN DE CONSUMIDORES DE EUSKADI-CAUCE

# Derechos irrenunciabiles de los Consumidores.



La Unión de Consumidores de Euskadi-Cauce informa que la justicia ha vuelto a cuestionar la legalidad de los acuerdos para eliminar la cláusula suelo. Por ahora, apenas son un puñado de sentencias pero vuelven a dejar en evidencia a las entidades financieras y ponen, una vez más, al descubierto casos de mala praxis.

La última fórmula de la **banca** para evitar pagar por las cláusulas suelo ha llegado ya hasta los **tribunales**. Desde que en mayo de 2013 el **Tribunal Supremo** declaró nulas las **cláusulas suelo** de BBVA, Cajasur y NCG por falta de transparencia y obligó a estas entidades a devolver el dinero cobrado de más a partir de esa fecha, el **sector financiero** ha puesto marcha una auténtica maquinaria para evitar reclamaciones millonarias.

Desde hace aproximadamente tres años ha contactado de forma masiva con cientos de clientes a quienes ofrece eliminar la famosa cláusula a cambio de renunciar a llevar a cabo,

en un futuro, posibles reclamaciones **judiciales**.

Sin embargo, una vez más, la justicia, como ya hizo con las cláusulas suelo, los intereses de demora, los swaps o las preferentes, comienza a poner en entredicho la legalidad de los acuerdos firmados. Apenas son un puñado de **sentencias** pero vuelven a dejar en evidencia a las entidades financieras y ponen, una vez más, al descubierto, su mala praxis.

Los tribunales entienden que los **acuerdos** en los que los clientes renuncian a demandar a la entidad a cambio de una rebaja en el **suelo de la hipoteca**, o a cambio de eliminar dicha cláusula, son nulos.

Es decir, carecen de legalidad incluso aunque el cliente hubiera sido informado sobre las implicaciones que tenía firmar dichos documentos de renuncia. En dicha resolución, básicamente, se declaraban nulos los acuerdos firmados.



Los acuerdos de renuncia a demandar a la entidad a cambio de eliminar la cláusula suelo son nulos, según varias sentencias judiciales

Son sentencias muy positivas para los cientos de **hipotecados** que una vez firmados dichos acuerdos habían perdido cualquier esperanza de recuperar su dinero y unas sentencias que podrían provocar una avalancha de nuevas **demandas contra la banca** si, en unas semanas, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) obliga a la banca española a devolver todo el dinero cobrado de más incluso antes de mayo de 2013.

*Estos acuerdos van en contra de la Ley de Consumidores y Usuarios. Sus derechos son irrenunciables y al firmar estos documentos, los clientes están renunciando a ellos.*

En los últimos meses han sido muchos los **afectados** que han venido a la asociación alertándonos sobre estos acuerdos. Acuerdos, por otra parte, que el cliente no podía sacar de la oficina bancaria para que los analizara un abogado y que muchos firmaron por el temor a que el banco no les quitara la **cláusula suelo**.

Los consumidores que ya han recuperado el dinero desde mayo de 2013 deberán esperar a que se pronuncie el TJUE sobre la retroactividad de las cláusulas suelo.

Debemos informar, por otra parte, que aquellos clientes que llegaron a algún tipo de acuerdo con el banco en el marco de un **procedimiento judicial**, tampoco podrán reclamar la nulidad de los acuerdos firmados ya que, "además de estar validados por un juez, la cosa juzgada no se puede volver a juzgar".

**Sí pueden, por el contrario, acudir ya a los tribunales aquellos que firmaron dichos acuerdos y el banco no les devolvió todo o parte del dinero cobrado de más desde mayo de 2013. Todos ellos han renunciado a un derecho que es irrenunciable.**

## Una práctica masiva desde 2013

La banca lleva casi tres años contactando con los clientes y ofreciéndoles eliminar su **cláusula suelo** a cambio de no llevar a cabo en el futuro **acciones judiciales**. La avalancha de acuerdos se ha intensificado ante el inminente pronunciamiento del TJUE, mientras que la estrategia de la banca se ha ido perfeccionándose a lo largo de estos tres últimos años que ha pasado de **eliminarlas temporalmente** de los contratos a suprimirlas a cambio de un **diferencial más alto** o de un **tipo de interés fijo**.

Eso sí, el 'modus operandi' siempre es el mismo. Se ponen en contacto con el cliente, quien debe pasar cuanto antes por la oficina para firmar el acuerdo. El banco le mete prisa. No le deja sacar dicho documento de la oficina para que lo estudie un abogado. Si el cliente no se decide pronto, no hay acuerdo. O lo toma o lo deja. El cliente debe tomar una decisión en cuestión de horas. Ante el temor a 'perder' esta oportunidad, el cliente acaba firmando.

Lo más habitual es ofrecer al cliente un tipo fijo o un aumento del diferencial a cambio de eliminar el suelo. Por supuesto, siempre a cambio de renunciar a futuras demandas contra el banco.

## Pero, ¿cómo son estos acuerdos?

A diferencia de lo que se puede pensar, no están ocultas ni son de difícil comprensión para el **cliente**.

Suelen estar redactadas más o menos así:

*“Como consecuencia de esta transacción, el cliente se compromete a desistir de cualquier reclamación y, en caso de ser necesario, a ratificar tal desistimiento, y a no reclamar contra el banco o su grupo de empresas en virtud de las cláusulas relativas a las condiciones financieras de la operación, en especial respecto del tipo de interés aplicable y la **cláusula de limitación de variabilidad del tipo de interés**, renunciando desde este momento y para el futuro a nada más pedir ni reclamar por dicho concepto, en especial con relación a cualesquiera cantidades que hubiera percibido el banco como consecuencia de la aplicación de la cláusula de limitación de variabilidad del tipo de interés, tanto a nivel individual como en ejecución de acciones colectivas interpuestas en defensa de los derechos de los consumidores y usuarios en materia de cláusulas limitativas del tipo de interés interpuestas actualmente por asociaciones de consumidores y de las que es conocedor, o aquellas que pudieran interponerse en un futuro”.*

Con este tipo de acuerdos, la banca persigue varios objetivos. Por un lado, cubrirse ante una nueva avalancha de **reclamaciones judiciales**, evitar la **devolución de cantidades millonarias**, y asegurarse una rentabilidad mínima por los préstamos concedidos en un contexto de mínimos históricos de los tipos de interés.

Si la justicia vuelve a dar la razón a los afectados, la banca no habrá conseguido ninguno de sus objetivos, excepto el de retrasar la devolución dichas cantidades. Es decir, habría conseguido ganar tiempo.

Un reciente auto de la Audiencia Provincial de Zaragoza que ya ha dejado sin efecto un acuerdo de estas características, al considerar que en realidad no existe una “verdadera libertad contractual” y, además, lo que es nulo por derecho difícilmente puede validarse con contratos posteriores. Se abre entonces una nueva puerta

Las personas consumidoras que se vean afectadas pueden informarse en las oficinas de la Unión de Consumidores de Euskadi-CAUCE en Bilbao, Vitoria-Gasteiz, Donostia y Eibar.



# Aprender a comprar en Navidades

## ¿COMPRA SENSATA EN NAVIDAD?

En nuestro comportamiento como personas consumidoras existen muchos aspectos que, analizándolos, resultan inadecuados y poco racionales, pero que se aceptan como habituales y perfectamente normales. Recorremos kilómetros para ir a un hipermercado por ahorrar unos céntimos de euro y acabamos con un carro lleno de cosas que no habíamos pensado comprar (muchas de ellas superfluas o inútiles). Incluso podría ocurrir que al final olvidamos comprar lo que teníamos pensado, aunque ese era el motivo inicial para entrar en el establecimiento. A menudo compramos artículos cuyo importe ordinario desconocemos solo porque el gran tamaño del cartel anunciador del precio nos hace creer que nos encontramos ante una oferta. Otras veces nos lanzamos a aprovechar “magníficas oportunidades” de hacernos con productos que nunca habíamos pensado comprar ni necesitamos, y de cuya adquisición nos arrepentiremos (o preferiremos olvidar) a los pocos minutos de haberla efectuado.

Para reflexionar sobre las causas de este comportamiento y como evitarlo le invitamos a leer la información y los consejos que siguen a continuación. Queremos ayudarle para que sea usted, quien decida en que quiere gastar su dinero, para que desarrolle una conciencia crítica hacia las influencias consumistas que le rodean y para que en suma sea una persona consumidora sensata y sepa proteger su bolsillo del gasto incontrolado.

## LA COMPRA SIN CONTROL Y LOS “ERRORES DE CALCULO”

Cuando la persona consumidora entra a comprar a un supermercado, hipermercado o gran almacén acaba gastando, por termino medio un 20% mas de lo que tenia previsto antes de entrar al establecimiento. ¿Por qué este aumento de gasto? Se debe a que si no sabemos controlarnos es muy fácil que caigamos en la compra irreflexiva o descontrolada, es decir, compramos artículos que no teníamos previsto comprar o los compramos en una mayor cantidad de la prevista.

Una de las causas por la que gastamos en los centros comerciales mucho mas de lo que pensábamos cuando entramos en ellos, es que hasta que pasamos por la caja, no nos damos cuenta de cual ha sido el gasto realizado. Por otro lado, los errores en los tickets de compra no son infrecuentes.

Para controlar nuestro gasto hay un procedimiento muy eficaz que es apuntar e ir sumando lo que vamos comprando. Esta es una costumbre que introduce sensatez en la compra y es uno de los antídotos más eficaces contra el efecto compulsivo al gasto que provocan los comercios. Además de esta forma previene, ante posibles errores en la cuenta, la dificultad de comprobarlos y demostrarlos una vez que ya hemos pagado y estamos fuera del establecimiento.



Por otro lado, si usted es de esas personas que siempre acaban comprando más de lo que habían previsto, puede intentar también un truco para romper este hábito: antes de pasar por caja, una vez efectuadas sus compras, compruebe la cantidad de lo comprado y compárelo con lo que había presupuestado. Si ha comprado más de lo previsto, devuelva a las estanterías los artículos menos necesarios. Comprueba que a menudo hay en su carro muchos artículos que no creía haber comprado y que introdujo de forma casi inconsciente. Ya vera como al salir del establecimiento se siente mucho mejor consigo mismo.

## LOS “PREJUICIOS” DEL QUE COMPRA: RELACION CALIDAD-PRECIO Y LAS PREFERENCIAS DE MARCA

En los temas que tiene que ver con la relación calidad-precio, y la importancia de la marca, la persona consumidora suele estar llena de contradicciones y dudas. Por un lado se acepta mayoritariamente que “no siempre lo más caro es lo mejor”, y que “las marcas que más se anuncian son más caras, aunque sus productos sean iguales que los

de la competencia”, pero por otro lado muchas veces ante dos productos parecidos optamos por el más caro, dando por supuesto (a menudo sin ningún fundamento) que será mejor.

Aunque algunas de las ideas o prejuicios más extendidos a la hora de comprar pueden tener fundamento, no debemos dejarnos llevar a ciegas por ellos. Por ejemplo algunos fabricantes mantienen sus productos más caros que la competencia (aunque no sean mejores) confiados en que eso les da una imagen de calidad. Debemos fijarnos en datos objetivos: el precio, el etiquetado, la garantía que ofrece, informes de especialistas o personas de confianza que conozcan el producto, etc. Y no olvidar nunca que, **a igualdad de características de un producto, lo mejor para la persona consumidora es siempre lo más barato.**

También se comete a menudo el error de comprar artículos de una determinada marca, sin valorar si su calidad o precio los hacen mejores o peores que otros similares de otras marcas. Este “marquismo” –llevado a su extremo– es una conducta nada aconsejable (y en la que los niños y jóvenes son propensos a caer) y es en gran parte debida a la influencia de un cierto tipo de publicidad y de un entorno social que relaciona algunas marcas con prestigio





social o status económico, o hace de otras, señas identificativas de ciertos modos de vida atractivos o de personajes populares.

Aunque parezca una obviedad, lo cierto es que las marcas conocidas solo son eso: “marcas conocidas” y en principio el producto no es, por este solo hecho, mejor ni peor. Insistimos en que debe fijarse en el precio, en el peso, en el etiquetado, etc., o sea, en consideraciones objetivas que hagan referencia al producto, porque esto es lo realmente importante.

## DIVERSIFICAR LAS COMPRAS

Muchas personas consumidoras acaban comprando por costumbre en un mismo establecimiento sin que exista un motivo racional para ello. No es extraño que esta preferencia no se refiera al más cercano, ni que sea fruto de la comparación de precio con otros establecimientos. En realidad, una buena persona consumidora es aquella que diversifica sus compras tanto como le es posible, adquiriendo cada producto en el lugar donde se vende mas barato, a igual calidad. Es irreal pensar que un establecimiento es siempre el mejor para todo tipo de productos: si comparamos veremos que en uno podemos aprovechar sus ofertas, en otro la calidad de determinados productos, y en otro el mejor precio general de los productos básicos.

Además debemos tener en cuenta que una vez dentro de un establecimiento, no tenemos referencias objetivas sobre el precio de los productos. Por ello, sobre todo cuando hacemos la compra de alimentación y artículos domésticos, creemos que un producto es caro o barato solo en función de la comparación con otros productos similares del mismo establecimiento y calificaremos un establecimiento como caro o barato en función de unos pocos artículos básicos o destacados. Esto hace que muchos comerciantes coloquen los productos que desean vender junto a otros mas caros, (para que parezcan relativamente baratos) o en una posición intermedia entre otros extremadamente caros o baratos, para que parezca una sensata “opción intermedia”.

Tengamos, pues, cuidado con el “efecto halo” que hace que tendamos a pensar que un establecimiento es caro o barato basándonos en el precio de unos pocos artículos significativos. Si efectivamente le consta que un artículo tiene un precio económico, adquiéralo, pero no de por sentado por ello que los demás artículos del mismo establecimiento van a ser igualmente baratos.

# Compras financiadas



La normativa existente protege a las personas consumidoras mediante disposiciones que imponen a las empresas concedentes de un crédito el cumplimiento de una serie de obligaciones, además de regular el contenido que debe tener un contrato de compraventa con pago aplazado cuando se trate de bienes muebles.

Principalmente son dos las normas que se ocupan de la regulación de esta materia: la Ley de Venta a Plazos de Bienes Muebles, que regula las condiciones que ha de reunir el contrato de compraventa de bienes muebles.

## ¿QUE SE CONSIDERA CONTRATO DE CREDITO AL CONSUMO?

Es el contrato por el que una empresa se compromete a conceder a una persona un crédito bajo la forma de pago aplazado, préstamo o apertura de crédito, o cualquier medio equivalente de financiación, para satisfacer necesidades personales, al margen de su actividad empresarial o profesional.

## ¿QUE REQUISITOS DEBEN TENER LOS CONTRATOS DE CREDITO AL CONSUMO?

Requisitos de forma:

- Los contratos deben constar por escrito. Si no es así, serán nulos.
- Deben existir tantos ejemplares como partes intervengan, debiéndose entregar a la persona consumidora un ejemplar debidamente firmado.

Requisitos de contenido:

Además de las condiciones esenciales (adecuada identificación de las partes, determinación clara de sus derechos y obligaciones, etc.), en el contrato debe hacerse constar:

- La tasa anual equivalente (TAE) y las condiciones de modificación de la misma.
- El importe del crédito, el número, la periodicidad, las fechas en que la persona consumidora debe hacer los pagos para reembolsar el crédito, los intereses y demás gastos, así como el importe total de estos pagos.
- La relación de todos los elementos que componen el coste total del crédito, indicando cuales se incluyen en el cálculo de la tasa anual equivalente.

## ¿ES POSIBLE REEMBOLSAR ANTICIPADAMENTE EL IMPORTE DEL CREDITO?

Si por cualquier circunstancia queremos cancelar el crédito y abonar anticipadamente una parte o el total del importe, podemos hacerlo en cualquier momento desde la vigencia del contrato. Normalmente la empresa habrá previsto una compensación que debe figurar en el contrato, no obstante debemos tener en cuenta que esta compensación que nos pueden imponer esta sujeta a ciertos límites.

## ¿QUE OCURRE CON AQUELLOS CONTRATOS VINCULADOS A LA OBTENCION DE UN CREDITO?

Existen contratos de consumo, en los que se establece expresamente que la compra incluye la obtención de un

crédito de financiación. En ese caso la adquisición del bien quedara condicionada a la obtención del crédito. Es decir, si no se concede el crédito, no se le puede exigir a la persona consumidora el pago del precio ni al contado ni a través de otras formulas de pago, siendo nulos los pactos que contengan tales estipulaciones.

Asimismo, si se produce la resolución de la compra, se produce la ineficacia del crédito a ella vinculado, con lo cual la persona compradora queda liberada del citado crédito.

En los contratos vinculados, la persona consumidora, además de poder ejercitar los derechos que le corresponden frente a la vendedora, puede ejercitar esos mismos derechos frente a la empresa concedente del crédito, siempre que se produzcan ciertos requisitos.

## ¿QUE DEBE CONSTAR EN EL CONTRATO?

Además de los derechos que la Ley de Crédito al Consumo reconoce a la persona consumidora, es importante conocer también que requisitos debe tener, no ya el crédito, sino el propio contrato de compraventa cuando se aplaza el pago, de lo que se ocupa la Ley de Venta a plazos de Bienes Muebles.

Es obligatorio que en el contrato conste:

- El lugar y fecha del contrato.
- El nombre, los apellidos, la razón social y el domicilio de las partes y, en los contratos de financiación, el nombre o razón social de quien financia y su domicilio.
- La descripción del objeto vendido, con las características necesarias para facilitar su identificación.
- El precio de venta al contado, el importe del desembolso inicial cuando exista, la parte que se aplaza y, en su caso, la parte financiada por una tercera persona. En los contratos de financiación constara el capital del préstamo.
- Cuando se pacte, la cesión de derechos a una tercera persona, y el nombre o razón social y domicilio de esta; o la reserva de la facultad de ceder a favor de persona.
- La cláusula de reserva de dominio, si esta se pacta (esta cláusula consiste en que la persona compradora no podrá disponer del bien –venderlo- hasta que no haya pagado su importe total), el derecho de cesión de ese derecho de reserva, o cualquier otra garantía de las previstas en el ordenamiento jurídico.
- La prohibición de enanejar o de realizar cualquier otro acto de disposición en tanto no se haya pagado la totalidad del precio o reembolsado el préstamo sin la autorización por escrito de la parte vendedora.
- El lugar establecido por las partes a efectos de notifi-

caciones, requerimientos y emplazamientos. Se hará constar también un domicilio donde se verificara el pago.

- La tasación del bien para que sirva de tipo, en su caso, a la subasta.
- La facultad de desistimiento del contrato que tiene la parte compradora en los 7 días hábiles siguientes a la entrega del bien.

## ADEMAS, DEBEMOS TENER EN CUENTA...

- Si la persona consumidora lo solicita, el empresario que le ofrezca un crédito esta obligado a entregarle, antes de la celebración del contrato, un documento que contenga todas las condiciones del crédito, como oferta vinculante que debe mantener un mínimo de 10 días hábiles, salvo circunstancias excepcionales.
- En toda publicidad sobre ofertas de crédito se debe mencionar la tasa anual equivalente mediante un ejemplo representativo.
- La publicidad relativa a precios de los bienes ofrecidos en venta a plazos deberá expresar el precio de adquisición al contado y el precio total a plazos.



# El Supremo anula el bono social de la luz

El bono social, la tarifa eléctrica subvencionada que pagan los usuarios con menos ingresos, ha sido anulado por el Tribunal, que considera que va en contra de las normas comunitarias para el mercado interior de la electricidad. La sentencia considera que el coste de ese descuento se carga de forma discriminatoria a las compañías eléctricas que lo sufragan y que la Administración no ha justificado los criterios con que distribuye el coste de la subvención.

En dos sentencias, la Sala de lo Contencioso-Administrativo declara inaplicable el régimen de financiación del bono social establecido en 2013 y los principales artículos de la reforma de 2014 que desarrollaban la citada ley, estimando los recursos interpuestos por EON España y Endesa.

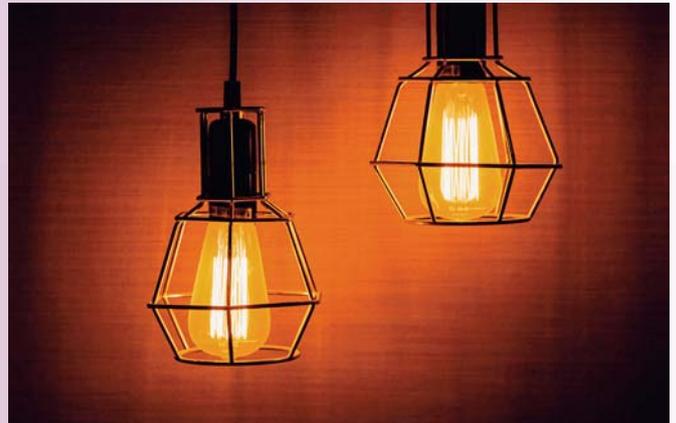
Asimismo, reconoce el derecho de las eléctricas demandantes a cobrar una indemnización por las cantidades abonadas en concepto de bono social en aplicación del Real Decreto 968/2014 impugnado hasta la fecha de ejecución de la sentencia, de manera que se reintegren todas las cantidades que hayan abonado por ese concepto, más los intereses legales correspondientes. En el caso de que el Estado reintegre a todas las compañías que sufragan el bono social -y solo a las demandantes- las cantidades pagadas desde 2014, la indemnización superaría los 500 millones de euros, según fuentes del sector

El bono social es un descuento del 25% en la factura de la luz al que tienen derecho algunos colectivos considerados vulnerables, que alcanza a unos 2,4 millones de clientes, y que supone un coste de unos 200 millones de euros anuales, que sufragan las compañías eléctricas. Estas han reclamado siempre que esa subvención debe asumirla la Administración y llevaron el asunto a los tribunales.

Para el Tribunal Supremo, el régimen de financiación del bono social incumple la exigencia establecida en la Directiva de 2009 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de julio de 2009, sobre normas comunes para el mercado interior de la electricidad, que establece que "las obligaciones de servicio público deberán definirse claramente, ser transparentes, no discriminatorias y controlables, y garantizar a las empresas eléctricas de la Comunidad el acceso, en igualdad de condiciones, a los consumidores nacionales".

También considera que vulnera el principio de proporcionalidad, "en cuanto que hace recaer la carga de financiación sobre determinados agentes del sistema eléctrico, con exclusión de otros, de manera indefinida y sin ningún tipo de medida compensatoria".

La Sala entiende que no ha quedado debidamente justificado en las normas impugnadas, y tampoco en las explica-



ciones dadas por la Administración del Estado, que la financiación del bono social se haga recaer sobre determinados agentes del sistema eléctrico, algunos de ellos con muy escaso peso específico en el conjunto del sector, eximiendo de dicha carga a otras entidades o grupos empresariales que pueden estar en mejores condiciones para asumir aquel coste, sea por su volumen de negocios, por su importancia relativa en algunos de los sectores de actividad o porque desarrollan simultáneamente y de forma integrada dos de aquellas actividades.

La Sala Tercera destaca que para resolver esta cuestión ha sido determinante la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, recogida en sentencia de 7 de septiembre de 2016 sobre normas comunes para el mercado interior del gas natural.

Afirma que, debido a las coincidencias de lo dispuesto en el artículo 3.2 de ambas directivas, las consideraciones de esa sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea en relación con la intervención estatal en los precios del gas son trasladables al sector eléctrico en lo que se refiere a la necesaria observancia del principio de proporcionalidad como las relativas a la exigencia de que las obligaciones de servicio público sean claramente definidas, transparentes, no discriminatorias y controlables.

Esta es la segunda vez que el Tribunal Supremo declara inaplicable el bono social, medida que contempla que cinco empresas del sector deben financiar en un 99% esta ayuda. En noviembre de 2013 el Alto Tribunal anuló el método de financiación aplicado desde 2009 hasta esa fecha y pidió que se indemnizara a Iberdrola, Endesa, Gas Natural, EDP y E.On, las cinco compañías que lo financian. El Gobierno modificó la ley que rige este bono social para adaptarse a la sentencia y el Supremo la ha vuelto a tumbar.

# Derechos de los consumidores en los cotillones

Con la llegada de fin de año se organizan los llamados cotillones. Celebraciones que se organizan para festejar la entrada de el nuevo año. Para ello es aconsejable tener en cuenta las medidas de seguridad antes de elegir un local y sobre todo estar informados de los derechos de los consumidores en los cotillones.

Por lo tanto, La Unión de Consumidores de Euskadi-CAUCE informa sobre las medidas que deben cumplir estos festejos:

- Las macrofiestas navideñas que se celebren en un lugar no habitualmente dedicado a este tipo de actividades (como es el caso de discotecas, salas de fiesta o restaurantes) necesitaran de un permiso especial de apertura para poder abrir sus puertas. Este permiso lo conceden los Ayuntamientos.
- Los edificios, locales y demás instalaciones destinadas a espectáculos o actividades recreativas deberán reunir las condiciones técnicas necesarias para garantizar la seguridad de personas y bienes, es decir, deben asegurar la protección del público, por tanto es un deber del consumidor y usuario así exigirlo.
- Previamente a la concesión de esta licencia –de la cual puede solicitar copia el usuario- la empresa organizadora no podrá vender entradas de la fiesta. Por todo ello no compre entradas por anticipado sin cerciorarse de que existe este permiso.
- El derecho de admisión no puede ser utilizado de forma indiscriminada. Salvo casos de actitudes agresivas, xenófobas, racistas o violentas, no se puede prohibir la entrada a los usuarios. En todo caso las condiciones del derecho de admisión deben figurar visibles a la entrada de los locales.
- Las instalaciones no deberán, en ningún caso, superar el aforo permitido y utilizaran vigilantes jurados cuando este supere las cien personas.
- Uno de los requisitos fundamentales que deben cumplir los locales es contar con salidas de emergencia, además estas deben estar señalizadas apropiadamente. Estarán despejadas y el mobiliario no estorbara la salidas. Una correcta señalización de las salidas ayuda a un rápida y eficaz evacuación del local.
- Los locales deben garantizar las condiciones de solidez de las estructuras y del funcionamiento de las instalaciones, con la prevención y protección de incendios, con la accesibilidad de los medios de auxilio externo, y con un contrato de seguros que cubra los riesgos de incendio del local y de responsabilidad civil.
- Con el fin de asegurarse del buen estado de los alimentos y bebidas que se consuman en estas celebraciones valore la higiene y calidad de los mismos en el momento de la consumición, y en caso de duda, solicite a los responsables que se aseguren el cumplimiento de la legislación vigente en materia higiénico-sanitaria.
- A las instalaciones eventuales les será exigidas condiciones de seguridad, higiene y comodidad para el público análogas a las que sean para las instalaciones fijas, suficientemente acreditadas en el expediente mediante certificación e técnico competente.
- Este tipo de establecimientos están obligados a tener hojas de reclamación a disposición del público, estas han de ser oficiales en el Gobierno Vasco y constan de tres hojas autocalcables de diferentes colores, blanca, rosa y verde; una de ellas se debe dirigir al Gobierno Vasco, otra se la debe quedar el usuario y la última copia debe quedársela el responsable del local. Es una vía útil por la que dejamos constancia de nuestra queja.
- En caso de tener que evacuar el local siga siempre las instrucciones del personal.
- Ante cualquier situación de emergencia mantenga la calma e intente que los de su alrededor también la mantengan.
- Por último, no olvide que la propaganda publicitaria tiene el mismo valor de un contrato. Guárdese los folletos u ofertas, pueden servirle para una reclamación posterior.

# Transporte público urbano e interurbano de viajeros en automóviles de turismo: servicio de taxi

## Prestación del servicio.

El taxímetro entrará en funcionamiento al bajar la bandera en el momento de acceso del usuario/a al vehículo.

No obstante, en los supuestos de contratación telefónica y contratación anticipada del vehículo, el taxímetro se pondrá en funcionamiento al entrar en la zona correspondiente al punto de recogida, salvo que dicho punto corresponda a una de las paradas fijadas por el Ayuntamiento. Los Ayuntamientos determinarán las zonas en que se divide su término municipal, no pudiendo haber una separación mayor de 400 metros entre el inicio de una zona y cualquier punto de recogida incluido en la misma a través del itinerario más directo.

Se deberá seguir el itinerario más directo, a menos que el viajero exprese su voluntad de utilizar otro. No obstante, en aquellos casos en los que,

por causa no imputable al conductor/a (interrupción del tráfico por obras u otras causas) no sea posible o conveniente seguir el itinerario más corto, se podrá elegir otro alternativo, informando al usuario/a de este hecho y sus motivos.

Cuando los viajeros abandonen transitoriamente el vehículo y los conductores/as deban esperar el regreso de aquellos, podrán recabar de los mismos a título de garantía y contra recibo, el importe del recorrido efectuado más media hora de espera en zona urbana y una en descampado, agotada la cual podrán considerarse desvinculados del servicio.

Cuando el conductor/a sea requerido para esperar a los viajeros en lugares en que el estacionamiento sea de duración limitada o no esté permitido el estacionamiento, podrá reclamar de éstos el importe del servicio efectua-

do, sin obligación por su parte de continuar la prestación del mismo.

Los conductores/as están obligados a proporcionar al usuario cambio de moneda metálica o billetes hasta la cantidad de 50 euros. Si no dispusiesen de este cambio, el conductor/a abandonará el vehículo para proveerse de él, procediendo a parar el taxímetro.

En caso de accidentes o avería que haga imposible la continuación del servicio, el viajero, que podrá solicitar su comprobación a los agentes de la autoridad, deberá abonar la cantidad que marque el taxímetro en el momento de la avería o accidente descontando el importe del mínimo de percepción. El conductor/a deberá solicitar y poner a disposición del usuario otro vehículo de turismo, empezando a contar la nueva tarifa desde el momento de acceso del usuario al nuevo vehículo.





## DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS USUARIOS/AS

### Obligaciones

Los usuarios/as deberán cumplir las reglas de utilización del servicio que se establezcan y en todo caso tendrán las siguientes obligaciones:

- a) No subir ni bajar del vehículo cuando esté en movimiento.
- b) No realizar sin causa justificada acto alguno susceptible de distraer la atención del conductor o entorpecer su labor cuando el vehículo se encuentre en marcha.
- c) No realizar comportamiento alguno que implique peligro para la integridad física del conductor o de otros.
- d) No llevar a cabo acciones que puedan implicar deterioro o causar suciedad en los vehículos.
- e) No mantener actitudes que puedan resultar molestas u ofensivas para el titular de la correspondiente licencia o autorización o en su caso para el conductor del vehículo.

### Derechos

- a) A ser informados por las Administraciones Públicas de las condiciones en que se prestarán los servicios de transporte público urbano e interurbano de viajeros en automóviles de turismo.
- b) Con carácter general, a que el transportista observe el máximo cuidado para el mejor cumplimiento del régimen de prestación de los servicios.
- c) A ser atendido por el transportista en el servicio que demande, siempre que la solicitud del mismo se acomode a las obligaciones de la prestación del servicio de taxi.
- d) A que el transportista observe un comportamiento correcto con los usuarios/as.
- e) A recibir del transportista por escrito, si así lo demanda, las causas de la negativa de prestar el servicio.
- f) A que se le aplique el régimen tarifario establecido en la legislación vigente.
- g) A que emita, a petición del usuario/a, documento justificativo de pago.

# EUSKAL HERRIKO KONTSUMITZAILEEN BATASUNA-EHKB UNIÓN DE CONSUMIDORES DE EUSKADI-CAUCE

## 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 sozialaren 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 ordezkaritza bereganatzea 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 adingabekoak.

### 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 kezak azaltzea.

## ¿QUIÉNES SOMOS?

Una Federación de ámbito Autonómico basada en tres Asociaciones provinciales que son las prestadoras de los servicios y siyuadas 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-CAUCE 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 KONTZUMITZAILEEN BATASUNA-EHKB UNION DE CONSUMIDORES DE EUSKADI-CAUCE



## Araba

CAUCE Gasteiz  
José Lejarreta, 49 bis  
01033 VITORIA-GASTEIZ  
Tlfno.: 945 26 47 22 / Fax: 945 26 47 99  
E-mail: uce.euskadi@gmail.com

## Bizkaia

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

## Gipuzkoa

CAUCE 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