

UC Consumidor

Revista de la Unión de Consumidores de Euskadi-UCE



Estudio de kontsumobide sobre el conocimiento y uso del comercio electrónico

La UCE solicita al ministerio la regulación de la obsolescencia programada



Play Sets & Figures

Bringing the world down to their size encourages cooperative play and storytelling.

Imaginative Play

The magic of make expand their social

LA UCE COMPARA EL PRECIO DE 100 JUGUETES

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
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-UCE
Realizada con el patrocinio
del Departamento de Salud
y Consumo del G.V.

4-5



EL 58% DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS HA COMPRADO ALGUNAVEZ EN INTERNET, Y DE ELLAS PRÁCTICAMENTE LA TOTALIDAD SABE IDENTIFICAR UNA WEB SEGURA

A raíz de un gran número de denuncias en los países de la UE relativas a las compras desde aplicaciones de juegos en línea, en particular las compras involuntarias por parte de niños, las autoridades nacionales se han unido a la Comisión Europea para encontrar soluciones.

8-9



LA UNIÓN DE CONSUMIDORES COMPARA EL PRECIO DE 100 JUGUETES SE DETECTAN DIFERENCIAS DE HASTA 50€

La Unión de Consumidores ha realizado un estudio para comparar los precios de los juguetes con motivo de la campaña de Navidad 2014/2015. Con el objetivo de conocer si existen variaciones de precio de un establecimiento a otro se ha comparado el precio de 100 juguetes en cinco establecimientos. Se han estudiado todo tipo de juguetes: para menores de 3 años, juegos de mesa, muñecas, coches, consolas, figuras de acción etc.

13-15



INFORME SOBRE EL PROYECTO DE ORDEN POR LA QUE SE MODIFICA LA ORDEN PRE/361/ 2002 RELATIVA A LOS DERECHOS DE LOS USUARIOS Y A LOS SERVICIOS DE TARIFICACIÓN ADICIONAL

El proyecto de Orden obliga a que el usuario marque en su terminal el número de tarificación adicional al que desee llamar o al que quiera enviar el SMS Premium, lo que excluye la contratación por Internet y prohíbe la marcación automática por medio de aplicaciones, programas o dispositivos.



*Celina Menaza
Presidenta de UCE-Euskadi*

LA UNIÓN DE CONSUMIDORES SOLICITA AL MINISTERIO LA REGULACIÓN DE LA OBSOLESCENCIA PROGRAMADA

La Unión de Consumidores y World sop Corporation s.l. han solicitado al Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad la regulación de la obsolescencia programada mediante un proyecto de ley, con el objetivo de que el consumidor este totalmente informado tanto de las características del producto como de su duración.

Actualmente las normas de protección de los consumidores relacionadas con la venta de bienes y servicios disponen y obligan a los fabricantes de bienes para su puesta en el mercado la información de todas sus características y funciones que deben ofrecer a los consumidores. En muchas ocasiones los defectos de los productos aparecen una vez finalizada el tiempo de garantía legal establecida en dos años desde la entrega del bien y producto, poniendo de manifiesto que estos periodos son muy cortos, y que no sólo debe estar regulada la disconformidad de los productos con el derecho de garantía.

Esta situación es muy habitual "un consumidor lleva a reparar un producto al servicio técnico y le dicen que resulta más rentable comprar uno nuevo que arreglar el viejo". Generalmente el precio de la mano de obra, las piezas de repuesto y el montaje suelen costar un poco más que adquirir uno nuevo. Por ello, normalmente el usuario suele desechar el producto averiado y comprar uno nuevo.

La obsolescencia programada, fabricación de productos con una duración limitada, debe ser objeto de regulación legal y de información para los para que los consumidores conozcan en todo momento la contraprestación que pagan por el precio del bien se incluye la duración del producto en todo su contexto, ya que en caso contrario sería un fraude o engaño económico, social y medio ambiental.

El Comité Económico y Social de la Unión Europea ha dejado constancia de la necesidad de regular la obsolescencia programada, y Francia está siendo pionera en este sentido, de hecho está tramitando un proyecto de ley el cual obliga a informar sobre la duración de los productos dirigidos a los consumidores así como la preservación del medio ambiente.

En la actualidad los fabricantes a través de procesos internos y de normalización y homologación poseen conocimientos técnicos suficientes para conocer la duración de los componentes de los productos fabricados, y en opinión de la Unión de Consumidores debería ser un dato a incluir en la etiqueta con el objetivo de que el usuario tenga la máxima información sobre el producto.

Según un estudio de Kontsumobide sobre el conocimiento y uso del comercio electrónico,

El 58% de las personas encuestadas ha comprado alguna vez en internet, y de ellas prácticamente la totalidad sabe identificar una web segura

De las personas que dicen no comprar por Internet, el 43% afirma que no lo hace porque prefiere hacerlo en un establecimiento comercial, y para el 28% la desconfianza es la razón de no utilizar el comercio electrónico.

El 60% sabe que puede ejercer el derecho de desistimiento en las compras on line.



Kontsumobide-Instituto Vasco de Consumo ha realizado un sondeo de opinión centrado en el **grado de conocimiento sobre el comercio electrónico**. El sondeo se ha realizado durante los meses de febrero y marzo de este año entre más de 360 personas, mayores de 18 años, usuarias de sus centros de Formación e Información ubicados en Bilbao, Donostia/San Sebastián y Vitoria-Gasteiz.

Mediante una serie de preguntas básicas, Kontsumobide ha querido evaluar el grado de conocimiento de las personas encuestadas sobre Comercio electrónico para, **en base a los resultados, dirigir y enfocar adecuadamente los esfuerzos formativos y de información del Instituto en esta materia.**

La encuesta se ha centrado en diferentes temas relacionados con el comercio electrónico, como por ejemplo: la seguridad en la web; las garantías y vías de resolución de conflictos de consumo tras la compra de algún producto; o la contratación de algún servicio a través de Internet.

Del análisis de los datos obtenidos, la principal conclusión que se extrae es que **el 58% de las personas encuestadas ha comprado alguna vez por Internet.**

Destaca también que **más de la mitad de las personas encuestadas (55%) sabe identificar una web segura** y los indicadores de seguridad más reconocidos han sido el candado cerrado (32%),



seguido de la dirección web que comienza con HTTPS://(28%) y, finalmente, la llave (17%).

Otro dato positivo sobre seguridad es que el 61% de las personas encuestadas dice **buscar información sobre la propia tienda online** en su página web y en Internet antes de realizar la compra.

De las personas que dicen no comprar por Internet, **el 43% señala que no lo hace porque prefiere comprar directamente en el establecimiento comercial. La desconfianza también es la razón de no utilizar el comercio electrónico para otro 28% de las personas.**

En cuanto a los **medios de pago utilizados**, el sistema de pago online es el

más utilizado (36%); seguido del pago contra reembolso (29%) y del pago con tarjetas de débito o crédito (25%).

Por otra parte, los resultados muestran que la mayoría de las personas encuestadas (60%) conoce que **el derecho de desistimiento también puede ejercerse en la compra online**. No obstante, otro 18% lo asocia erróneamente a garantías extra que otorga la empresa en base a la modalidad de pago utilizada. Llama la atención, a su vez, el porcentaje de las personas encuestadas que desconoce o duda sobre el tema (21%).

Problemas con las compras

En relación a posibles problemas que pudiera haber en este tipo de compras, **sólo una cuarta parte de las personas encuestadas afirma haber tenido problemas con sus compras online**. Los contratiempos más habituales son los productos defectuosos (33%) y los problemas de envío (25%).

La forma de actuar de las personas que han tenido algún problema está equilibrada: **el 34% lo ha solucionado directamente con la empresa y el 32% lo ha solucionado presentando una reclamación**. Aun así, un 15% de las personas encuestadas reconoce no haber tomado ninguna medida respecto al problema.



La Unión de Consumidores elabora un decálogo para la adaptación de antenas colectivas



Vitoria, a 20 de octubre de 2.014.- La **Unión de Consumidores de Euskadi-UCE**, está recibiendo consultas relacionadas con la adaptación de las instalaciones de las antenas colectivas de la TDT. La liberalización del Dividendo Digital y las continuas informaciones sobre el proceso de adaptación de las antenas está generando dudas a los ciudadanos, especialmente fechas de inicio, instaladores y cómo solicitar las subvenciones anunciadas desde la administración.

En poco tiempo las comunidades de propietarios tienen que solicitar los servicios de los instaladores para que revisen las instalaciones de las antenas y en su caso lleven a cabo los trabajos de adaptación necesarios que les permitan continuar recibiendo la oferta completa de canales a partir de 1 de enero de 2015. Según el tipo de instalación que disponga la comunidad se requerirá de un tipo u otro de adaptación, por lo tanto la **Unión de Consumidores** recomienda solicitar presupuesto detallado a un instalador de telecomunicaciones registrado de los trabajos y elementos a sustituir. Una vez llevada a cabo las modi-

ficaciones necesarias, el instalador debe entregar un ejemplar del boletín de instalación que detalle el tipo de instalación existente en el edificio y los trabajos realizados para la adaptación el dividendo digital. También debe entregarle la factura en la que se especifique los trabajos realizados, con los datos identificativos de la comunidad de propietarios, CIF, cuenta corriente etc, ya que esta documentación debe guardarse y aportarse para la posterior solicitud de subvención.

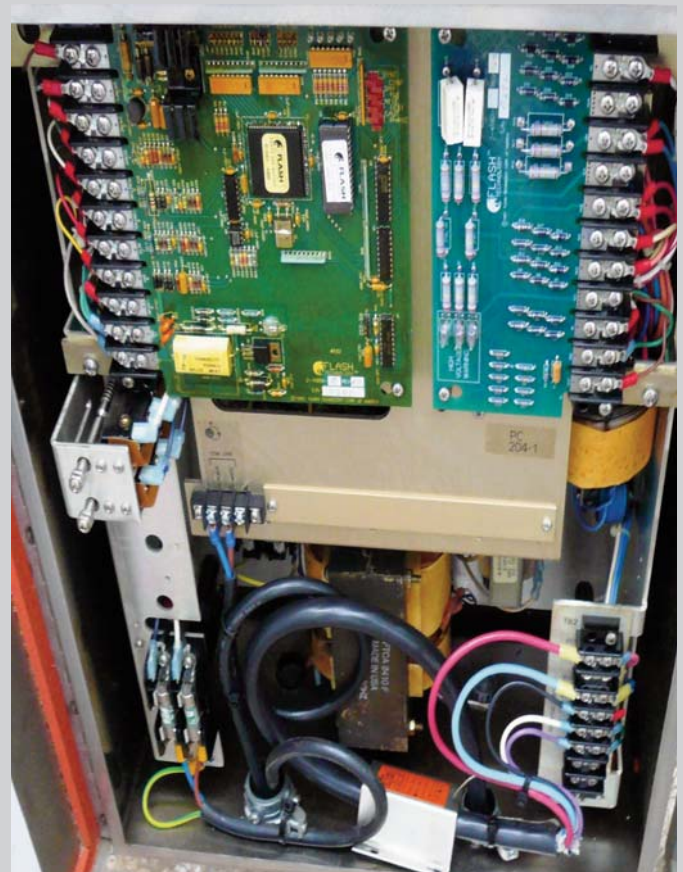
Hay que tener en cuenta que las ayudas para subvencionar las adaptaciones están destinadas a las Comunidades de Propietarios, y que un edificio o conjunto de viviendas en la que no esté constituida dicha comunidad no podrán acceder a ella. Tampoco tendrían derecho a las ayudas una comunidad de vecinos que al desconocer el sistema del que dispone, soliciten los servicios de un instalador pero al disponer de amplificadores de banda ancha no requieren de ninguna modificación, y sólo es necesario la resintonización de los televisores y buscar de nuevo los canales. En este caso, al no existir ninguna actuación subven-



cionable, el desplazamiento del profesional debe ser abonado por los vecinos.

Otra cuestión que genera dudas es el inicio de los trabajos de adaptación. En principio está previsto que el periodo de simulcast, emisión simultánea de un canal de televisión, en dos frecuencias distintas, la habitual hasta el momento y una nueva, empiece partir del **26 de octubre**, pero puede variar dependiendo de los centro de emisión. Terminado este periodo, previsto para el **31 de diciembre** el canal de televisión se emitirá sólo en la frecuencia definitiva. Es conveniente que la Comunidad de Propietarios sea conocedora de cuando su centro emisor iniciará el simulcast, para que la adaptación se haga con total garantía y no existan interrupciones durante el proceso de liberalización del dividendo digital.

La **Unión de Consumidores** echa en falta la poca previsión desde la administración, ya que las comunidades de propietarios disponen de poco tiempo para llevar a cabo la adaptación de las antenas colectivas, y es posible que llegado el momento exista mucha demanda de servicio de instaladores para satisfacer a todas las peticiones de los ciudadanos. Además desde el Ministerio de Industria, Energía y Turismo se ha habilitado una página web y un teléfono de información, que debería solventar mejor las dudas que les pueden plantear los consumidores.



Encuesta de la unión de consumidores sobre la sanidad

La Unión de Consumidores compara el precio de 100 juguetes se detectan diferencias de hasta 50€

La Unión de Consumidores ha realizado un estudio para comparar los precios de los juguetes con motivo de la campaña de Navidad 2014/2015. Con el objetivo de conocer si existen variaciones de precio de un establecimiento a otro se ha comparado el precio de 100 juguetes en cinco establecimientos. Se han estudiado todo tipo de juguetes: para menores de 3 años, juegos de mesa, muñecas, coches, consolas, figuras de acción etc.

En primer lugar, se han comparado precios de los mismos juguetes en diferentes establecimientos, tanto especializados como centros comerciales. Este año se han detectado diferencias de precio de 10, 23 y de hasta 50€, concretamente en 11 de los 100 analizados las diferencias de precio son superiores a 10€, siendo éstas la cantidades que se podría ahorrar en el caso de adquirir el juguete en el establecimiento más económico. Si tenemos





en cuenta el precio del juguete las diferencias de precio pueden llegar a representar el 54,82%, lo que sumando a una media de 4 o 5 juguetes por niño, representa una cantidad considerable.

No obstante, lo más habitual de entre todos los juguetes comparados es que existan diferencias de céntimos, o de entre 1€, de hecho 50 de los juguetes analizados tiene está diferencia de precio. Pero hay que tener en cuenta que si se adquiere el juguete en el establecimiento más económico puede llegar a ser un importe interesante ya que se compran habitualmente varios juguetes, y suele ser la época del año en la que se destina más dinero a juguetes. El único inconveniente es que para conseguir el juguete más barato en cada caso hay que acudir a diferentes establecimientos, ya que no existe una tienda donde estén todos los juguetes más económicos.

En cuanto a la publicidad de ofertas y promociones ofrecidas por los establecimientos, hay que tener en cuenta, que en algunos casos no es una rebaja del precio del juguete, sino un vale para gastar en el propio establecimiento, por lo que incrementa el gasto final. También hay que tener en cuenta las ofertas de precios de algunos juguetes con un plazo de finalización, así como la disponibilidad, por lo que es recomendable adelantar en lo posible las compras y no dejarlo para el último momento

CONSEJOS:

- ▼ Normalmente es el precio y los deseos del niño lo que marca la elección del juguete. Pero nunca se debe olvidar que, ante todo, deben ser seguros; y para ello el juguete debe llevar la marca CE. Por lo tanto, se deben rechazar los juguetes que no lleven esta marca y denunciarlo ante los organismos de consumo.
- ▼ Comprobar siempre que en el etiquetado del juguete figure el nombre, razón social o marca del producto y la dirección del fabricante o su representante legal o importador. Asegurarse siempre de que existe este etiquetado, y guardar el ticket de compra del juguete, ya que en el caso de que haya algún problema es importante tener estos datos para cualquier reclamación.
- ▼ En el etiquetado también deben de figurar una serie de advertencias cuando sea necesario, como "No es conveniente para niños menores de tres años" "Atención. Utilícese con equipo de protección" o "Atención. Utilizar sólo en agua donde el niño pueda permanecer de pie y bajo vigilancia". Advertencias que deben aparecer en el etiquetado de los juguetes náuticos, químicos o móviles, como patines etc.
- ▼ Tener en cuenta la edad mínima recomendada que indique, elegir un juguete apropiado a la edad del niño facilita su correcto uso por parte del pequeño, con lo que esto comporta para su seguridad física. Nunca olvidarse de que el juguete es para el niño por lo que se tiene que tener en cuenta las capacidades y necesidades.

Acuerdo del Consejo de Gobierno de 1 julio 2014

Aprobado el nuevo decreto que regula las hojas de reclamaciones de consumo y el procedimiento de atención de quejas, reclamaciones y denuncias de las personas consumidoras

El Consejo de Gobierno ha aprobado hoy, 1 julio 2014, el Decreto que regula las hojas de reclamaciones de consumo y el procedimiento de atención a quejas, reclamaciones y denuncias de las personas consumidoras y usuarias de Euskadi. Con este nuevo Decreto, **Kontsumobide**-Instituto Vasco de Consumo **persigue potenciar la defensa de los derechos y protección de las personas consumidoras y establecer un método ágil de solución de las controversias** en materia de consumo.

Así, la nueva regulación **recoge aspectos y medidas para mejorar el procedimiento de tramitación administrativa** de todas las reclamaciones presentadas ante Kontsumobide u Oficinas Municipales de Información a personas consumidoras (OMIC), **lo que se traduce en una mayor protección para las personas consumidoras y usuarias que precisen trasladar a la Administración reclamaciones, quejas o denuncias en materia de consumo** a través de los distintos cauces existentes para ello.

La **hoja de reclamaciones** destaca como el instrumento para facilitar la puesta en conocimiento de la Administración de las reclamaciones en materia de Consumo. El nuevo decreto **establece la obligatoriedad de disponer de hojas de reclamaciones, e incluye en esta obligatoriedad a las activida-**

EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO
MERKATARITZA, KONTSUMO
ETA TURISMAO SALA
DEPARTAMENTO DE COMERCIO,
CONSUMO Y TURISMO

N.º **685190** Zk.

ERREKLAMAZIO ORRIA
HOJA DE RECLAMACIONES
COMPLAINTS SHEET
FORMULAIRE DE RÉCLAMATION

1.- NON GERTATU ZEN - LUGAR DEL HECHO - PLACE OF OCCURRENCE - LIEU DES FAITS:
Udalerria - Municipio - Town - Ville _____ Probintzia - Provincia - Province _____ Eguna - Fecha - Date _____

2.- ERREKLAMAZIOGILEARI BURUZKO DATUAK - DATOS DE QUIEN RECLAMA - DETAILS OF CLAIMANT - RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LE RÉCLAMANT:
1. abizena - 1.º apellido - Surname - Nom _____ 2. abizena - 2.º apellido _____
Izena - Nombre - Name - Prénom _____
NAN edo Pasaporte - DNI o Pasaporte - Identity Card or Passport - Carte Nationale d'Identité ou Passeport _____
Herbidea - Domicilio - Address - Adresse _____ PK - CP - PC _____
Udalerria - Municipio - Town - Ville _____ Probintzia - Provincia - Province _____
Nazionalitatea - Nacionalidad - Nationality - Nationalité _____ Tel. - Tél. _____

3.- ERREKLAMAZIOAREN ARRAZIOIAK ETA XEDEA - HECHOS RECLAMADOS Y PRETENSION - DETAILS OF COMPLAINT AND CLAIM - MOTIFS ET OBJECTIFS DE LA RÉCLAMATION:

4.- ERREKLAMAZIOA JASO DUENARI BURUZKO DATUAK - DATOS DE QUIEN RECIBE LA RECLAMACIÓN - DETAILS OF PERSON WHO RECEIVES COMPLAINT - RENSEIGNEMENTS CONCERNANT AU RÉCEPTEUR DE LA RÉCLAMATION:
Baltza-izena - Razón social - Trade name - Raison sociale _____
IFZ edo NAN - CIF o DNI _____ Iarduera - Actividad - Activity - Activité _____
Herbidea - Domicilio - Address - Adresse _____ PK - CP - PC _____
Udalerria - Municipio - Town - Ville _____ Probintzia - Provincia - Province _____ Tel. - Tél. _____

5.- ERREKLAMAZIOA JASO DUENAREN ARRAZIOBIDEAK - ALLEGACIONES DE QUIEN RECIBE LA RECLAMACIÓN - ALLEGATIONS OF PERSON WHO RECEIVES COMPLAINT - ALLEGATIONS DU RÉCEPTEUR DE LA RÉCLAMATION:

6.- ATXIKITAKO AGIRIAK - DOCUMENTOS QUE SE ADJUNTAN - DOCUMENTS ATTACHED - DOCUMENTS JOINTS EN ANNEXE:
(Facturak, samerak, egiaztagiriak, etab. - Facturas, entradas, muestras, etc. - Bills, tickets, samples, etc. - Factures, tickets, échantillons, etc.) _____

7.- ERREKLAMAZIOAREN EGUNA - FECHA DE LA RECLAMACIÓN - DATE OF COMPLAINT - DATE DE LA RÉCLAMATION: _____

8.- IZENPEAK - FIRMAS - SIGNATURES:
Erreklamazioilea - El reclamante - Claimant _____
Erreklamazio jaso duen pertsona - Persona que recibe la reclamación - Person who receives complaint - Le récepteur de la réclamation _____

Adieraztekoekin bat dator - Conforme con lo expuesto - In agreement with the above - Lu et approuvé.



Si tienes un conflicto de consumo...

...pide la **HOJA DE RECLAMACIONES**

?

La Hoja de Reclamaciones es el método más sencillo y eficaz para presentar una reclamación por la vía administrativa.

Puedes conseguirla en el propio establecimiento donde se ha originado el conflicto.

www.kontsumobide.net

¿Quiénes deben tener Hojas de Reclamaciones?

Quienes desarrollen cualquier tipo de actividad comercial, profesional o de servicios (comercios, bares, entidades bancarias, hoteles, viajes combinados, bingos, espectáculos, gremios, academias...).

Se excluyen los centros autorizados que imparten enseñanzas regladas, así como las personas profesionales liberales que realicen una actividad para cuyo ejercicio sea necesaria la colegiación previa en un Colegio Profesional. En estos ámbitos, las reclamaciones tienen su propio régimen de presentación y tramitación.

¿Cómo es?

La Hoja de Reclamaciones es un formulario (bilingüe: euskera y castellano) integrado por un juego unitario de 3 ejemplares autocallables:

- Original blanco: "Ejemplar para entregar a la Administración"
- Copia rosa: "Ejemplar para la empresa reclamada"
- Copia verde: "Ejemplar para la persona reclamante".

¿Cómo la cumplimento?

El establecimiento reclamado debe entregarte la Hoja de Reclamaciones con sus datos de identificación rellenos. Seguidamente, en el propio establecimiento cumplimentarás los tuyos, harás una breve descripción de los hechos y especificarás de forma clara tu pretensión. Hay un apartado específico en el que la empresa reclamada también puede reflejar sus consideraciones.

Una vez cumplimentada, debes firmar la Hoja de Reclamaciones.

La empresa reclamada conservará la copia rosa. Tú te llevarás el original blanco (Para entregarlo en la Administración) y la copia verde (para conservarla como justificante).

¿Qué hago con el original blanco?

Entrégalo en las oficinas de Kontsumobide:

Kontsumobide - Álava
Santiago, 11
01002 VITORIA-GASTEIZ
Tel.: 945-06 21 61
kb-araba@kontsumobide.es

Kontsumobide - Bizkaia
Alameda Rekalde, 39 A
48008 BILBAO
Tel.: 94-403 15 00
kb-bizkaia@kontsumobide.es

Kontsumobide - Gipuzkoa
Easo, 10
20006 DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
Tel.: 943-02 25 47
kb-gipuzkoa@kontsumobide.es

También puedes entregarlo en tu Oficina Municipal de Información a la Persona Consumidora (OMIC).

¿Qué documentos conviene que adjunte?

Fotocopia de aquellos documentos que te puedan servir de prueba: factura o justificante de pago, contrato, presupuesto, folletos informativos, garantía, fotografías...

Guarda siempre los documentos originales.

des recreativas y espectáculos públicos que en la anterior regulación estaban excluidas. Únicamente se exceptúa de la obligación de tener hojas de reclamaciones a centros autorizados que imparten enseñanzas regladas y profesionales liberales que lleven a término una actividad para cuyo ejercicio sea necesaria la colegiación previa en un Colegio Profesional legalmente reconocido, cuyas reclamaciones se tramitarán a través de sus respectivos Colegios Profesionales de acuerdo con lo dispuesto en su normativa reguladora.

Asimismo, la nueva regulación establece como novedad la obligatoriedad de las empresas a cumplimentar sus datos en las hojas de reclamaciones; y para informar de esta novedad, Kontsumobide, con la colaboración de la Dirección de Comercio del Gobierno Vasco va a llevar a cabo, a partir de septiembre, una campaña de inspección informativa por todas las empresas y comercios de Eus-

kadi al objeto de recordar el cumplimiento de esta obligatoriedad.

En relación a las hojas de reclamaciones, el texto normativo recoge, a su vez, sus características, la forma en que se debe informar de su existencia y la respuesta ante su solicitud por parte de la persona consumidora.

Por último, el Decreto introduce la figura de la denuncia y la queja antes no contemplada y regula el procedimiento de tramitación de reclamaciones y denuncias.

La aprobación de este Decreto deroga el Decreto 5/1997, de 14 de enero, por el que se regulan las hojas de reclamaciones de los consumidores y usuarios en la Comunidad Autónoma del País Vasco, que no daba una respuesta adecuada a la previsión del artículo 12.2 de la Ley 6/2003, de 22 de diciembre, de Estatuto de las Personas Consumidoras y Usuarias

Ante la proliferación de ofertas de productos relacionados con el descanso y la salud,

Kontsumobide recomienda prudencia al comprar productos fuera de establecimiento comercial

Kontsumobide ha tenido conocimiento de que se están ofertando productos relacionados con el descanso y la salud en domicilios particulares, por lo que hace una llamada a extremar la prudencia y la precaución a la hora de adquirir productos utilizando esta modalidad comercial.

Kontsumobide recuerda algunos consejos básicos antes de adquirir cualquier tipo de producto por esta vía.

CONSEJOS GENERALES

- Ser crítico y no dejarse arrastrar por reclamos publicitarios.
- Asegurarse de la identidad de la persona que está intentando vender el producto. Comprobar que realmente trabaja en la empresa a la que dice representar.
- Evitar la presión comercial. No firmar ningún contrato sin la debida reflexión.
- Antes de firmar un contrato, leerlo con tranquilidad.
- Desconfiar de un contrato en el que sólo consta como dirección postal un apartado de correos.
- Actuar de forma crítica y razonada frente a la publicidad relativa a "productos milagro".
- Preguntar e informarse sobre la posibilidad de cambiar o devolver el producto. Especial atención habrá que tener en los casos en los que se haya comprado un colchón y con la compra se retire el colchón viejo; en este caso, si se solicita la devolución del producto, hay que tener en cuenta que podría tener dificultades para recuperar su colchón viejo.
- Guardar todos los justificantes de pago. Son necesarios para la aplicación de la garantía del producto o servicio adquirido, y también para realizar cualquier futura reclamación.
- **RECUERDE:** la publicidad siempre es vinculante y, por tanto, es conveniente guardar siempre el documento publicitario, ya que puede servir como prueba ante posibles incumplimientos.

DOCUMENTO DE DESISTIMIENTO

- Es importante saber que, además de una copia del contrato, deben entregar el llamado documento de desistimiento. Se trata de un documento para dejar sin efecto el contrato suscrito, en el que conste expresamente el derecho a desistir del contrato, los requisitos y las consecuencias de su ejercicio. Dicho documento también ha de ser fechado y firmado por la persona consumidora.
- El plazo para hacer valer el derecho de desistimiento es de 14 días naturales a partir del momento en que la persona consumidora reciba el producto; durante ese plazo podrá devolver el producto y recuperar la cantidad pagada. No obstante, si la empresa no hubiera cumplido con el deber de informar a la persona consumidora sobre el derecho de desistimiento, la persona consumidora dispondrá de 12 meses más para poder ejercerlo.
- Si se desiste del contrato, la parte vendedora deberá devolver la suma de dinero aportada en el plazo máximo de 14 días naturales. Si la empresa excediera dicho plazo, se le podría reclamar el doble.
- Si el contrato ha sido financiado con un crédito y el desistimiento se hace dentro del plazo establecido con anterioridad, el contrato de financiación quedará rescindido automáticamente sin penalización.
- Corresponde a la persona consumidora probar que ha ejercitado el derecho de desistimiento. Por lo tanto, conviene que la notificación a la empresa quede debidamente documentada (burofax, carta certificada, fax o correo electrónico).
- Ejercitar el derecho de desistimiento no implicará gasto alguno para la persona consumidora salvo que conste en el contrato que es la persona consumidora la que se hace cargo de los gastos de devolución y haya sido informada en tal sentido.

Informe sobre el proyecto de orden por la que se modifica la orden pre/361/2002 relativa a los derechos de los usuarios y a los servicios de tarificación adicional

23 de septiembre de 2014 www.cnmcc.com.

El proyecto de Orden obliga a que el usuario marque en su terminal el número de tarificación adicional al que desee llamar o al que quiera enviar el SMS Premium, lo que excluye la contratación por Internet y prohíbe la marcación automática por medio de aplicaciones, programas o dispositivos.

Hasta ahora, la regulación aplicable a los servicios de tarificación adicional permitía su contratación accediendo a través de otros dispositivos distintos del terminal telefónico. La Orden PRE/361/2002 no lo prohibía y el Código de conducta de los SMS Premium lo permitía expresamente.

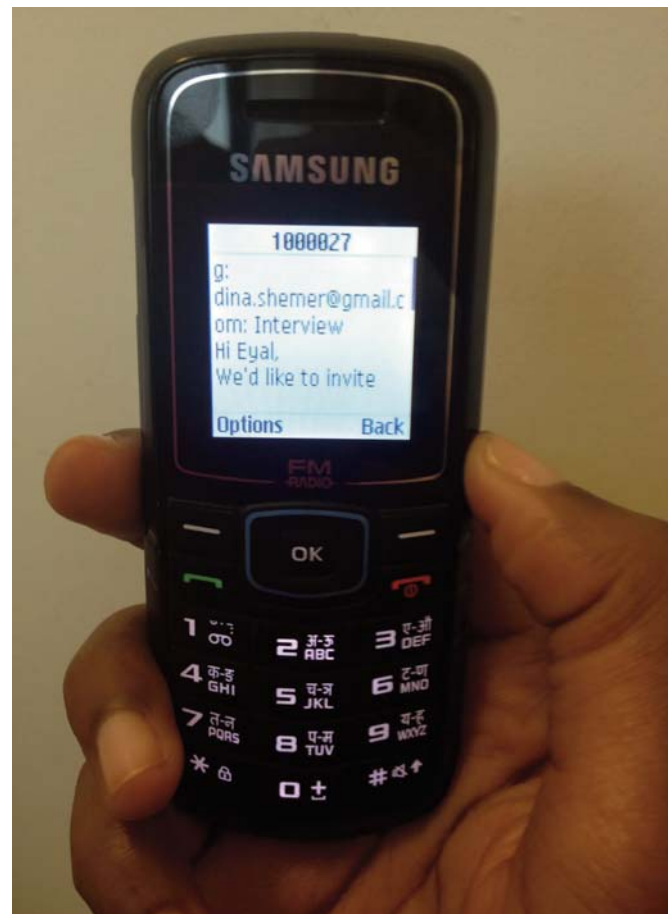
Se acogen muy favorablemente los cambios propuestos por el proyecto de Orden. Los últimos años han surgido numerosas prácticas irregulares mediante la contratación involuntaria de servicios a través de páginas web. Por otra parte, en los últimos meses se han recibido comunicaciones de los operadores que denuncian la instalación de aplicaciones que generaban llamadas a este tipo de numeración en los teléfonos de sus usuarios (sin que éstos se percatasen de qué servicios estaban contratando o de qué tipo de aplicación instalaban hasta que recibían la factura de su operador móvil de acceso).

Las prácticas mencionadas han sido fuente de engaño no sólo a los usuarios finales (con los consiguientes perjuicios), sino también a los operadores que les prestaban el servicio telefónico, que debían resolver sus quejas a pesar de no haber sido los causantes de las prácticas mencionadas, provocando en ocasiones la pérdida del cliente. Es evidente que estas malas prácticas inciden directamente en el desarrollo del mercado de las comunicaciones electrónicas.

Por ello, se sugiere señalar expresamente que las nuevas condiciones de prestación de los servicios de tarificación adicional son de aplicación tanto a los servicios de voz como a los de mensajes. Así, se propone la siguiente redac-

ción al punto 3 del apartado cuarto de la Orden PRE/361/2002.

“La petición y contratación de servicios a través de cualquiera de los códigos atribuidos a la prestación de los servicios de tarificación adicional de voz o de mensajes sólo podrá realizarse mediante la marcación directa por el usuario, a través de su terminal, del código de numeración correspondiente”.





Otras modificaciones que se propone introducir en la Orden

Medidas complementarias dirigidas a evitar comportamientos irregulares Junto con las modificaciones que propone el proyecto de Orden, esta Comisión considera que existen otras medidas que se pueden introducir en la Orden PRE/361/2002, que contribuirían a reducir los riesgos de comportamientos irregulares en la prestación de servicios de tarificación adicional.

Las modificaciones propuestas a continuación van encaminadas a garantizar que la contratación del servicio se realice por un usuario que está plenamente informado y que lo hará de manera consciente y totalmente voluntaria, objetivo recogido en la exposición de motivos del proyecto de Orden.

- **Nuevo apartado cuarto.4: prohibición de llamadas entrantes o mensajes iniciales desde numeración de tarificación adicional**

Con el objeto de obstaculizar prácticas de spamming por parte de algunos operadores de servicios SMS Premium y de prestadores de servicios de tarificación adicional de voz, se propone que no sólo se obligue a que sea el usuario el que marque, sino también a que deba ser el primero en remitir un mensaje o realizar una llamada a este tipo de números.

Es decir, debería prohibirse que se enviase un mensaje desde numeración SMS Premium sin haber enviado antes el usuario una petición y de igual forma que se realicen llamadas desde numeración de tarificación adicional de voz.

En consecuencia, se propone que se incorpore un nuevo artículo con la siguiente redacción:

«Se adiciona un punto 4 al apartado cuarto de la Orden PRE/361/2002, de 14 de febrero, con la siguiente redacción:

“Queda prohibida la realización de llamadas, en todo caso, o el envío de mensajes de texto desde numeración de tarificación adicional sin haber recibido antes una solicitud del usuario en los términos del apartado anterior”».

- **Prohibición del uso de la numeración de tarificación adicional para la prestación de servicios de atención al cliente o de posventa**

La Sentencia de la Audiencia Nacional de 24 de junio de 2017 anuló el apartado 6.1.7 del Código de conducta de los SMS Premium en el que se prohibía el uso de la numeración de tarificación adicional para la prestación de servicios de atención al cliente o de posventa. La Sentencia señala que la CSSTA *“no está habilitada para regular la gestión y utilización de numeración con determinadas finalidades”*.

Se sugiere a la SETSI la posibilidad de incorporar esta prohibición en la Orden PRE/361/2002.

Definición de los servicios de TA

De forma adicional, se sugiere una modificación cuyo único propósito es dar una mayor coherencia a la definición de estos servicios.

El artículo 2 de la Orden ITC/308/2008 declara que los servicios SMS Premium quedan incluidos en la definición de servicios de tarificación adicional contenida en el aparta-

do cuarto.1 de la Orden PRE/361/2002. Sin embargo, ambos artículos no definen de forma idéntica estos servicios. En concreto, este último apartado señala que:

“1. Son servicios de tarificación adicional aquellos servicios que, a través de la marcación de un determinado código, conllevan una retribución específica en concepto de remuneración al abonado llamado, por la prestación de servicios de información, comunicación u otros, sin perjuicio de lo dispuesto en la disposición transitoria primera de esta Orden”.

A continuación el apartado continúa definiendo los diferentes sujetos que intervienen en la prestación de los servicios de tarificación adicional de voz.

Por su parte, el artículo 2 de la Orden ITC/308/2008 los define como:

“A los efectos de esta orden, se consideran servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes los servicios de comunicaciones electrónicas que supongan el pago por los consumidores, de forma inmediata o diferida, de una retribución añadida al precio del servicio de envío de mensajes sobre el que se soportan en concepto de remuneración por la prestación de algún servicio de información, entretenimiento u otros”.

Con el objeto de adaptar la Orden PRE/361/2002 a la nueva situación que introdujo la Orden de los SMS Premium y de consolidar ambas regulaciones, se propone que se utilice el proyecto de Orden para dar al apartado cuarto.1 de la Orden PRE/361/2002 la siguiente redacción más acorde con la de la Orden ITC/308/2008:

“Se modifica el punto 1 del apartado cuarto de la Orden PRE/361/2002, de 14 de febrero con la siguiente redacción

1. Son servicios de tarificación adicional aquellos servicios de comunicaciones electrónicas que supongan el pago por los consumidores de una retribución añadida al precio del servicio telefónico o del servicio de envío de mensajes en concepto de remuneración por la prestación de algún servicio de información, entretenimiento u otros.

A los efectos de esta Orden, para los servicios de tarificación adicional de voz el abonado llamado beneficiario de la remuneración a la que se refiere el párrafo anterior se denomina «prestador de servicios de tarificación adicional», el cual deberá haber celebrado el contrato-tipo indicado en el apartado noveno de esta Orden. Igualmente, a estos efectos, el operador que tiene asignados los recursos públicos de numeración pertenecientes a rangos atribuidos a los servicios de tarificación adicional y suministre números de este tipo al prestador de servicios de tarificación adicional, formalizando el correspondiente contrato-tipo a que se refiere el apartado noveno de esta Orden se denomina «operador del servicio de red de tarificación adicional». Finalmente, a los efectos de esta Orden, se entiende por «operador de acceso», aquel operador responsable de la facturación y cobro de los servicios prestados al usuario llamante”.

CONCLUSIONES.

En el presente informe, se propone que se especifique claramente que la Orden que se va a dictar será de aplicación a los servicios de tarificación adicional prestados a través de voz y a través de mensajes. Por otro lado, se sugiere utilizar esta modificación para incluir unas mejoras que contribuirán a evitar el uso de esta numeración de forma inadecuada. En línea con las garantías de contratación para los usuarios que trata de promocionar el proyecto de Orden, se sugiere que se prohíba que la numeración de tarificación adicional se utilice para realizar llamadas o enviar mensajes a los usuarios finales sin existir una solicitud previa por parte de éstos.

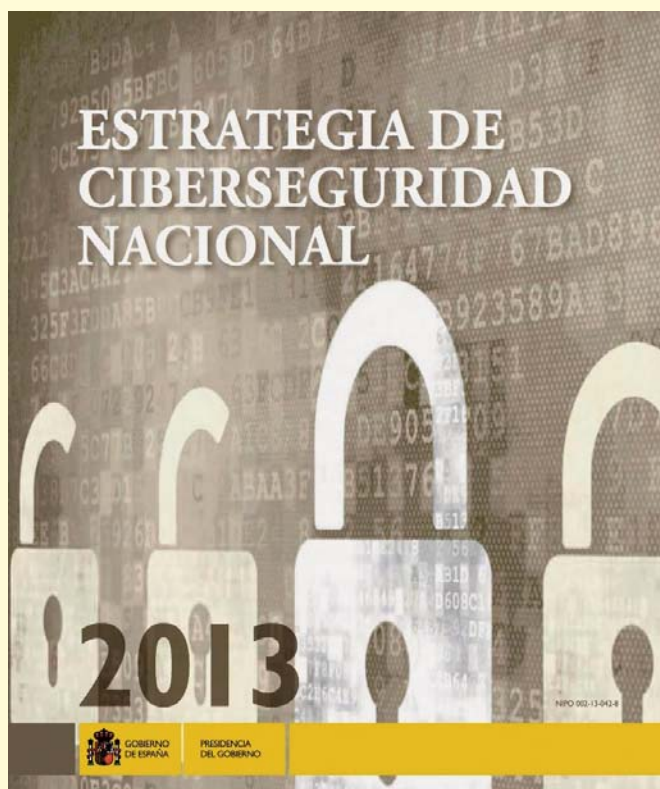
Asimismo, se propone incluir la prohibición del uso de la numeración de tarificación adicional para la prestación de servicios de atención al cliente o de posventa. Esta prohibición fue eliminada del Código de Conducta de servicios de tarificación adicional de voz por ser declarada nula por la Audiencia Nacional, por considerar que el órgano que dictó esa norma, la CSSTA, no estaba habilitada para regular este uso de la numeración. Por último, con el objeto de contribuir a unificar la redacción del concepto de servicios de tarificación adicional tanto de voz como de mensajes, se propone una nueva redacción del punto 1 del apartado 4 de la Orden PRE/361/2002



Bienvenidos a la octava edición de ENISE

2014 es sin lugar a dudas un año lleno de buenas noticias para el mundo de la ciberseguridad en España, y desde INCIBE ponemos en marcha la octava edición de ENISE, el Encuentro Internacional de Seguridad de la Información, con el objetivo de analizar colectivamente los avances más significativos que las diferentes iniciativas públicas y privadas están produciéndose en el ámbito de la ciberseguridad.

El eje central de nuestro análisis lo presidirá la [Estrategia de Ciberseguridad Nacional](#), como espacio de encuentro y coordinación de los diversos esfuerzos desarrollados entre administraciones, industria y organizaciones. Por ello, y bajo el lema "La Estrategia Nacional de Ciberseguridad a Examen", ENISE promueve el análisis y reflexión sobre los retos y los avances afrontados por la misma, con particular énfasis en la cooperación público-privada y las oportunidades que esta representa para el desarrollo de la industria de ciberseguridad en España. Repitiendo un formato de éxito, el evento se desarrollará a lo largo de dos



jornadas en el marco incomparable que ofrece el Parador San Marcos de León.

La [Estrategia de Ciberseguridad Nacional](#) se aprueba el pasado 5 de diciembre de 2013 por el Consejo de Seguridad Nacional con el propósito de responder a las amenazas o agresiones que puedan afectar en el ciberespacio a la seguridad nacional. Su carácter innovador reside en el decidido impulso a la cooperación entre agentes públicos y entre estos y el sector privado, en orden a cubrir las necesidades de prevención, defensa, detección, respuesta y recuperación frente a las ciberamenazas. La aprobación de la estrategia culmina la senda iniciada por la suscripción, en octubre de 2012, del [Acuerdo de colaboración entre el Ministerio del Interior y el Ministerio de Industria, Energía y Turismo para la mejora de la lucha contra la ciberdelincuencia y el ciberterrorismo](#), la creación del [Mando conjunto de ciberdefensa](#) en febrero de 2013 y la puesta en marcha de la Agenda Digital para España y su Plan de confianza en el ámbito digital.

El papel vertebrador de la Estrategia de Ciberseguridad Nacional facilita la mejor coordinación de todos los agentes e instrumentos relacionados con la ciberseguridad, y las numerosas medidas en marcha para su logro. La Estrategia delimita el entorno del ciberespacio, fija principios, objetivos y líneas de acción para el logro de la ciberseguridad nacional, y define el marco de coordinación de la política de ciberseguridad.

Todo ello para garantizar la adecuada protección del ciberespacio, un entorno cada vez más cotidiano y a la vez crítico para el adecuado desarrollo de la industria, la economía y la sociedad en general. Por ello, el octavo ENISE pretende revisar y profundizar en la evolución de amenazas cada vez más complejas y sofisticadas, así como identificar los aspectos más destacables relativos a la organización y coordinación de las estrategias y capacidades disponibles por parte de los diferentes agentes involucrados en la ciberseguridad.

En concreto, serán objeto de debate los avances de los agentes públicos, la eficacia de las fórmulas de cooperación público-privada disponibles, las amenazas y riesgos emergentes en la ciberseguridad global así como las tecnologías más innovadoras que pueden apoyar la lucha contra las botnets y las APTs. El programa tiene un carácter eminentemente práctico y profesional por lo que se ha habilitado una convocatoria de ponencias que sustituye a la tradicional ronda de presentaciones de empresa, de modo que se facilite la presencia de los expertos y organizaciones que se sitúan a la vanguardia de la innovación en ciberseguridad.

Estas sesiones se complementarán con iniciativas de interés que juegan con el carácter transversal de la ciberseguridad para introducir materias paralelas o proponen actividades de ocio para disfrutar de las posibilidades culturales y artísticas que ofrece la ciudad de León. De tal modo, se realizará por segundo año consecutivo el encuentro nacional de operadores de Infraestructuras Críticas, la celebración de la conferencia final del proyecto europeo ASASEC, o la presentación de los ciberjuegos 2014.

Cooperación, compromiso, innovación, liderazgo... son ingredientes que INCIBE utiliza para componer un programa de temáticas de actualidad y alto impacto que ponen el énfasis en el valor del componente técnico y la calidad y planteamiento de las ponencias. Todo ello para ofrecer de nuevo un espacio de encuentro y oportunidad para la industria y los profesionales del sector de la Ciberseguridad.



Eusko Jaurlaritzak etxe hutsak alokatzeko programaren funtzionamendua bizkortu du

Enplegu eta Gizarte Politiketako Sailak aldatu egin du titulartasun pribatuko etxebizitza hutsak alokatzeko ASAP programan sartzeko modua, esleitzeko epeak murrizteko eta erakargarriagoa izan dadin, bai etxe hutsen jabeentzat, bai etorkizuneko maizterrentzat.

2014ko urriaren 1etik aurrera, Etxebideko erregistroan alokairuko etxebizitzaeskataile gisa izena emanda dauden pertsonak eskaera Eusko Jaurlaritzaren etxebizitza publikoaren zerbitzuaren webgunearen bidez egin ahal izango dute, edo bestela, agente laguntzaileen sarera joz. Interneteko orriak aldian-aldian jakinaraziko du eskuragarri dauden etxebizitzaren zerrenda, horien kokapenari, higiezinaren ezaugarri nagusiei eta gehieneko errentei buruzko informazioa emanda, besteak beste.

Errentatzailearen eta errentariaren arteko bitartekaria izateaz gain, etxebizitza alokairuan jarri nahi duten pertsonen etxebizitza hutsak lortzeaz ere arduratuko da agente laguntzaileen sarea. Aipatutako agente horiekin adostu ditu Jaurlaritzak egin beharreko aldaketak, halaber. Etxebizitza alokairuan jarri nahi duten pertsona horientzat, programaren abantaila nagusia da Eusko Jaurlaritza arduratzen dela errentak kobratzeaz, defentsa juridikoaz zein kalteak konpontzeaz. Hain zuzen, kalteei dagokienez, gertakari horiek estaltzeko beharrezko aseguru-polizak kontratatzen ditu Jaurlaritzak (edukitzailea, 50.000 euro lehen arriskuan; edukia, 10.000 euro, eta erantzukizun zibila, 180.000 euro).

Maizterrentzako abantaila nagusia, berriz, hauxe da: Eusko Jaurlaritzak alokairuen gehieneko errentak ezartzen ditu, sarrera haztatuen % 30 gehienez. Programarekin bat egin nahi dutenek 12.000 eta 39.000 euro arteko urteko dirusarrera haztatuak egiaztatu behar dituzte. Errentamendu-kontratua gauzatzen dutenean ere justifikatu behar dituzte betekizun horiek.

ASAP programako etxebizitzentzat hileko honako errenta hauek ezarriko dira gehienez, etxebizitzaren kokapenaren arabera:



ERRENTA HANDIENA

UDALERRIAK

650 euro	Donostia
600 euro	Bilbo eta Vitoria-Gasteiz
550 euro	<p>Araba: Laudio</p> <p>Bizkaia: Zornotza, Barakaldo, Basauri, Berango, Bermeo, Durango, Erandio, Ermua, Galdakao, Gernika-Lumo, Getxo, Leioa, Mungia, Portugalete, Santurtzi, Sestao eta Sopela.</p> <p>Gipuzkoa: Aretxabaleta, Azkoitia, Azpeitia, Beasain, Bergara, Deba, Elgoibar, Eskoria-tza, Getaria, Ibarra, Lazkao, Legazpi, Oñati, Ordizia, Orio, Soraluze, Urnieta, Urretxu, Usurbil, Villabona, Zestoa, Zizurkil, Zumaia, Zumarraga.</p>
475 euro	<p>Araba: Agurain, Amurrio eta Oion.</p> <p>Bizkaia: Abadiño, Abanto eta Abanto Zierbena, Alonsotegi, Arrankudiaga, Arrigorriaga, Bakio, Balmaseda, Barrika, Berriz, Derio, Elorrio, Etxebarri, Gorliz, Gueñes, Igorre, Iurreta, Larrabetzu, Lekeitio, Lemoa, Lemoiz, Lezama, Loiu, Markina-Xemein, Muskiz, Ondarroa, Urduña, Ortuella, Plentzia, Sondika, Ugao-Miraballes, Urduliz, Trapagaran, Zaldibar, Zalla, Zamudio, Zaratamo, Zeberio, Zierbena, Ziortza-Bolibar.</p> <p>Gipuzkoa: Aretxabaleta, Azkoitia, Azpeitia, Beasain, Bergara, Deba, Elgoibar, Eskoria-tza, Getaria, Ibarra, Lazkao, Legazpi, Oñati, Ordizia, Orio, Soraluze, Urnieta, Urretxu, Usurbil, Villabona, Zestoa, Zizurkil, Zumaia, Zumarraga.</p>
400 euro	Gainerako udalerriak



en principio se deben resolver estableciendo criterios únicos para su valoración, evitando los frecuentes problemas de numerosos valores para caracterizar una misma instalación o foco. A esta problemática se debería añadir la de

la calidad acústica en la edificación, que resuelva las crecientes quejas de la población sobre los problemas propios de los edificios (falta de aislamiento, ruido de instalaciones, ...)

Focos de ruido ambiental

Transporte	Carreteras Ferrocarriles Aeropuertos
Industria	Plantas industriales Máquinas
Medio urbano	Tráfico Talleres Zonas de ocio nocturno Obras Aparcamientos
Otros	Vehículos de motor para deporte/ocio: Karts, motos, motos de agua, ultraligeros, etc. Fiestas y festivales Zonas comerciales

¿Qué efectos puede producir el ruido?

El ruido puede producir efectos de diferentes tipos:

- Efectos fisiológicos (deterioro de la audición).
- Efectos psicológicos (interferencias en la comunicación, así como en el descanso y en el sueño).
- Efectos en el trabajo.
- Efectos subjetivos (molestias e irritación).
- Efectos directos sobre la salud.



Efectos del ruido ambiental

Efectos	Naturaleza de los ruidos (ejemplos)	Impresión subjetiva	Nivel dBA	Posibilidad de conversación	Lugares que presentan estos niveles		
Pérdida de capacidad auditiva Sordera	Turborreactor	Dolor	130	Imposible	Pista de aeropuerto Talleres extremadamente ruidosos		
	Perforador neumático de obras	Sordera					
	Bocina de coche (a 10 m)	Ruido insostenible	120				
Diferentes grados de molestias Disconfort	Motos sin silenciador Grito (a 3 m) Niños jugando	Doloroso	110	Gritando	Disc jockey Talleres ruidosos Discotecas Interior pub		
		Ruido muy penoso	100				
			90				
	Extractor de humos (a 1 m) Lavadora	Ambiente soportable	80			Difícil	Talleres normales Interior bar
			70			Hablando fuerte	Tráfico urbano intenso Sala con TV
60							
Grado de confort	Despertador Ronquidos	Ambiente soportable	70	Hablando fuerte	Grandes superficies Oficinas con mecanografía		
			60				
	Roce ropa Masticar chicle Frigorífico (a 1 m)	Ruido normal	50	Voz normal	Tráfico urbano bajo Apartamento ruidoso Parques y jardines Biblioteca Aulas escolares		
			40				
			30				
	Reloj pulsera Vuelo de mosquito (a 2 m)	Silencio	20	Voz baja	Estudio grabación Laboratorio acústica		
	10						

¿Cómo se puede controlar el ruido?

Las soluciones de control del ruido se pueden establecer en los siguientes apartados:

- planeamiento
- emisión
- propagación
- inmisión

Sin duda el primero es un pilar básico para el control del ruido ambiental, ya que como se ha comentado el establecimiento de límites admisibles se plantea en función de usos del suelo. Por este motivo, la introducción del concepto ruido en la elaboración de los planes de ordenación del suelo es básico.

Los otros tres puntos plantean el orden de preferencia en las actuaciones a establecer para reducir los niveles de ruido de cualquier foco. La actuación en la emisión es preferente, ya que el beneficio es general al actuar en la generación del problema. Las posibles soluciones en este apartado estarán directamente ligadas al tipo de foco, ya que

tratarán de atenuar la emisión actuando sobre el proceso por el que se genera el ruido: máquinas menos ruidosas, encapsulamientos, silenciosos, reducción de velocidad en vehículos, uso de pavimentos menos ruidosos, etc.

La actuación en la propagación se refiere en general a la colocación de obstáculos que dificulten la propagación del ruido en la dirección en la que existen receptores sensibles afectados por niveles elevados. Son las soluciones de barreras o pantallas acústicas. Otras soluciones se podrían introducir también en este apartado, como el diseño y acondicionamiento de determinadas zonas urbanas para mejorar su calidad acústica.

Por último, la protección en la inmisión es menos eficaz, ya que consiste en el aumento del aislamiento de las fachadas de los edificios afectados, que sólo protegen al local en el que se efectúa la mejora y sólo cuando las ventanas están cerradas.

La selección de la solución más apropiada en cada caso puede estar además condicionada por otro tipo de factores, que también deberán ser tenidos en cuenta: funcionamiento del foco, coste, estética, población protegida, etc.



La AECOSAN logra el derecho de los consumidores a recuperar el saldo de sus tarjetas prepago de telefonía

- La Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición consigue el compromiso de todos los operadores para dar a los consumidores la oportunidad de recobrar los saldos no gastados

Las operadoras de telefonía ya no se quedarán con el saldo de las tarjetas prepago de aquellos clientes que no hagan una recarga en el plazo establecido por el operador o no realicen un consumo mínimo. La Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN) ha conseguido el compromiso de que todos los operadores den a los consumidores la oportunidad de recuperar los saldos no gastados.

Para alcanzar este objetivo, el Instituto Nacional de Consumo (hoy AECOSAN), inició un expediente en marzo de 2013, tras la consulta de una Comunidad Autónoma. A raíz de ella, Consumo inició un estudio de las condiciones generales de contratación de distintos operadores de telefonía, detectando que en todos los contratos se incluía la cláusula por la cual, bajo distintas modalidades, todas las operadoras, pasado un tiempo prudencial, se quedaban con el saldo si el consumidor y usuario no efectuaba una recarga, cancelándose además el número telefónico asignado por lo que se inició el correspondiente expediente. Se requirió a varias compañías para que modificasen sus condiciones generales de contratación suprimiendo dicha cláusula, por entender que era una cláusula abusiva, ya que se estaba cobrando por un servicio no prestado.

Varios operadores accedieron a retirar dicha cláusula, y se advirtió a aquellas que no lo corrigieron de que se procedería a estudiar con la Abogacía del Estado la interposición de una acción de cesación para obtener del tribunal la declaración de abusividad de la cláusula. Finalmente, en el últimos meses se ha conseguido que fuera retirada por todas, por lo que ya todos los operadores de telefonía que operan en España dan al consumidor la posibilidad de recuperar sus saldos antes de cancelar el número.

Desde la AECOSAN se valora muy positivamente que por segunda vez (tras la corrección de la práctica de no informar a los usuarios del precio completo, IVA incluido), los operadores de telefonía hayan accedido a retirar de sus contratos cláusulas que para este organismo son consideradas abusivas.



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 ordezkari-tza bereganatzea eta beharrezko ekintzak gauzatzeko 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 Kkontsumo 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 siyudadas 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, 27-11º 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