

ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS

Aprende a detectar las prácticas consideradas como publicidad ilícita

INTERNET Y MENORES DE EDAD

Las personas adultas deben supervisar, orientar y promover un uso responsable de las TIC

ARBITRAJE DE CONSUMO

Te explicamos cómo funciona la vía más fácil para resolver conflictos de consumo

FACTURA ELÉCTRICA

Conoce los conceptos que debe contener y las diferentes modalidades de tarificación

Introducción

En el número 27 de la **Revista kontsumoBIDE** hablamos de las estrategias publicitarias, las pautas para que las personas menores de edad realicen un buen uso de Internet, la factura eléctrica y el arbitraje de consumo, entre otros temas que creemos serán de tu interés.

Además, te mostramos algunas **novedades de los centros de formación en consumo** para este curso 2016/2017: el programa 'Consumo Aventura' y los talleres en inglés.

CONTENIDOS

4 Consumo hoy

8 Artículos

- › Internet y menores de edad
- › Factura eléctrica
- › Arbitraje de consumo

13 El tema es

Estrategias publicitarias

16 Formación

'Consumo Aventura'

17 Normativa

Protege tu privacidad

18 Consultas

19 Infografía

Juguetes



ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS

13

En publicidad, no todo vale. Te mostramos las prácticas consideradas como ilícitas





Talleres en inglés en Kontsumobide



Una de las **novedades** de la oferta formativa de Kontsumobide para este curso 2016/2017 es la organización de varios **talleres en inglés**, realizados a partir de los materiales existentes en este idioma en su página web.

Está previsto que las sesiones se desarrollen durante los meses de **octubre y noviembre**. Cada uno de

los centros de formación en consumo de Kontsumobide los impartirá durante 15 días.

Las temáticas programadas son la **publicidad** y el **etiquetado nutricional**. El **objetivo** es que, aquellas personas que conozcan o se encuentren aprendiendo inglés, practiquen el idioma al mismo tiempo que se informan de sus derechos y deberes en materia de consumo.

Los talleres se dirigen a grupos **mayores de 14 años**: alumnado a partir del **segundo ciclo de ESO** y personas **adultas en general**. Sin duda, son de especial interés para centros de educación reglada trilingües y para colectivos que deseen compaginar el estudio o perfeccionamiento del inglés con el aprendizaje de pautas básicas de actuación sobre consumo.

¿Qué es el Phishing?



El phishing consiste en **engañar** a las personas para obtener **información confidencial** (datos personales, bancarios, etc.) a través de **medios electrónicos** (e-mail, WhatsApp, SMS, redes sociales...).

El método más utilizado a la hora de cometer un **ciberdelito** es el envío de mensajes **haciéndose pasar por** entidades bancarias, organismos, comercios o personas conocidas.

En estos mensajes, se le pide a la víctima que actualice o confirme datos personales, o se le informa de que ha recibido algún premio (por ejemplo, un bono regalo). Para ello, debe pinchar un enlace que lleva a una web con **apariencia similar** a la oficial, donde deberá introducir sus datos. Así, los y las ciberdelincuentes habrán conseguido la información que buscaban.

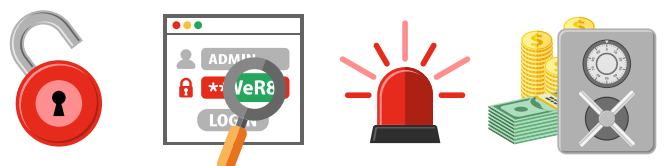
Cómo protegerte

Si recibes un mensaje en el que te solicitan una actualización o confirmación de datos personales, **no respondas**. Y si incluye algún enlace, **no lo pinches**. Si quieres entrar en la página web del supuesto remitente, teclea la dirección URL real en la barra de direcciones.

Tampoco abras mensajes de personas desconocidas: **elimínalos** directamente.

Introduce tus datos confidenciales únicamente en **páginas web seguras**: URLs que comiencen por **https://** y en las que aparezca el símbolo del candado cerrado y/o una llave.

Utiliza un **antivirus** para tus dispositivos y mantenlo actualizado.



Gestión de residuos domésticos

En una vivienda se genera diariamente una gran cantidad de residuos. La **actitud de las personas consumidoras** resulta vital para mitigar las consecuencias para el medio ambiente derivadas de una gestión incorrecta de la basura doméstica. Debes ser consciente de tu modo de consumo y adquirir buenos **hábitos sostenibles** que, además, no requieren mucho esfuerzo.

Para generar menos basura doméstica, debes seguir la **regla de las 3 R** (reducir, reutilizar y reciclar):

Reducir. Debes valorar si el producto que vas a adquirir es realmente necesario y **evitar** aquellos que tienen un **excesivo empaquetado**, puesto que generan más residuos. Restringe la compra de artículos de usar y tirar, ya que el coste energético es mayor que los que son más duraderos.

Reutilizar. Siempre que sea posible, no tires nada que puedas seguir utilizando. Busca **alternativas a los residuos** que generes, puedes usarlos para el mismo fin o para otro diferente. Por ejemplo: reutiliza bolsas para hacer la compra y así generarás menos residuos.

Reciclar. Para contribuir a la protección del medioambiente, **recicla todos los residuos** en su contenedor correspondiente según su composición. No solo logras disminuir el deterioro del medioambiente, sino que, además, contribuyes al **ahorro energético**.



Lleva el tupper de compras



¡Súbete a nuestro bote! es una campaña impulsada por Kutxa Ekogunea, que se realiza en varios **municipios de Gipuzkoa** con el objetivo de **reducir envases** al adquirir alimentos como carne o pescado. La iniciativa anima a las personas consumidoras a llevar tupperes cuando van a comprar. De esta manera, ayudan a preservar el medio ambiente; los establecimientos ahorran en papel y plástico que utilizan para envolver los alimentos; y las compras son más cómodas, ya que al llegar a casa pueden meter el envase directamente en la nevera.

La campaña se puso en marcha en Hernani en 2010, y desde entonces se ha ido extendiendo a más localidades de Gipuzkoa. En total, unas **200 pescaderías y carnicerías** se han unido al proyecto y se han distribuido más de 70.000 envases reutilizables. Actualmente estos tupperes están a la venta en la tienda de Kutxa Ekogunea, pero puedes colaborar en el consumo sostenible realizando la compra con tus **propios envases reutilizables**.



Búsqueda inversa de imágenes en Google

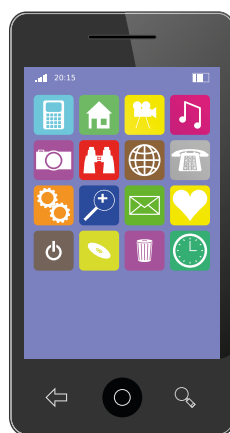
Una de las maneras de **obtener información** sobre una fotografía publicada en Internet es realizar la búsqueda inversa de imágenes que ofrece Google. Este tipo de búsqueda tiene muchas utilidades, como, por ejemplo, asegurarte de que la fotografía de un producto en una web de compras de segunda mano es **original**.

Este servicio te permite **copiar la URL** de una imagen que hayas visto en Internet o subir alguna que hayas descargado, realizar una búsqueda por la Red y **averiguar información relevante**: cuál es la fuente original, fecha de publicación aproximada o autoría. Además, obtendrás un ranking con todas las fotos parecidas y conocerás su ubicación.

Para obtener esta información, debes entrar en Google Imágenes y hacer clic en el icono de la **cámara de fotos**. A continuación, debes seleccionar una de las dos opciones que te ofrecen: pegar la URL de la imagen o subirla.



Búsqueda de imágenes desde el móvil



La búsqueda inversa de imágenes solo se puede realizar a través del ordenador. En la versión móvil de Google **aún no está disponible**.

Para obtener esa información desde el teléfono móvil, puedes hacerlo desde la página web creada por el informático y blogger Amit Agarwal: <https://ctrlq.org/google/images/>

Marca ecológica en el consumo europeo

La **etiqueta ecológica** europea forma parte de un programa voluntario para **fomentar** que las empresas comercialicen productos y presten servicios más **respetuosos con el medio ambiente**. Lleva el logotipo de una flor y cubre una **amplia gama de productos y servicios** que se amplía continuamente: textiles, cosméticos, productos de limpieza, etc.

También existe una etiqueta específica para identificar los alimentos que han sido **elaborados de manera ecológica** en la Unión Europea.



Este distintivo, que tiene forma de hoja hecha con estrellas, no impide que, junto a ella, se muestren **otro tipo de etiquetas nacionales o privadas**.

Etiquetas de los alimentos: información nutricional obligatoria



A partir del 13 de diciembre de 2016 las etiquetas de los alimentos deberán mostrar la siguiente **información nutricional** de manera **obligatoria**: el valor energético, las grasas, las grasas saturadas, los hidratos de carbono, los azúcares, las proteínas y la sal.

Además, deberán tener **medidas de referencia únicas**: por 100gr y por 100ml. De esta forma, la persona consumidora tendrá la opción de **comparar** entre alimentos de distintas marcas, y elegir de una manera más sencilla el que considere más apropiado.

Compra de manera responsable

Hay épocas a lo largo del año (navidades, vacaciones, inicio de curso, etc.) en las que, por diferentes motivos, se realizan gastos extraordinarios que pueden **desequilibrar la economía familiar**. En todo caso, a la hora de realizar cualquier compra, es aconsejable marcar un presupuesto para controlar el gasto. Si quieres adquirir buenos hábitos de consumo, sigue estas **recomendaciones**:

- ★ Haz una **lista de los gastos que hayas previsto** y ajusta las compras al presupuesto marcado.
- ★ No te precipites. **Compara los precios** de los productos antes de comprar.
- ★ Utiliza **dinero en efectivo** siempre que sea posible. Con las tarjetas de crédito no tienes un control tan directo de lo que gastas.
- ★ No dejes todo para el **último momento**. Además de evitar el estrés que puede suponer, tendrás más tiempo para comparar entre distintos productos y realizar la compra más adecuada.
- ★ Recuerda que también puedes ahorrar dinero comprando ciertos alimentos que estén en oferta con **bastante antelación**. Podrás congelarlos y disfrutarlos consiguiendo un ahorro considerable.
- ★ Y recuerda, **no gastes por encima de tus posibilidades**.



INTERNET Y MENORES DE EDAD



Mediación parental según la edad

Vivimos en una era digital en la que la población infantil comienza a usar las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) a edades cada vez más tempranas. Las nuevas generaciones se **adaptan rápidamente** a cualquier herramienta tecnológica. Algo más que positivo, dado que el dominio de las competencias digitales resultará imprescindible en un futuro para su desarrollo personal y profesional. Sin embargo, hasta que adquieran la madurez suficiente para utilizarlos de un modo seguro, es fundamental que las personas adultas **supervisen, orienten y promuevan** un uso responsable de las tecnologías.

No cabe duda de que Internet es una puerta de acceso a un océano de datos. Navegando por sus mares se pueden encontrar todo tipo de contenidos: **información, formación o entretenimiento**. No obstante, también es posible acceder a páginas web que no son nada adecuadas para según qué edades. Por eso, su uso requiere cierto **control y conocimiento**. Es importante que niños y niñas adopten buenas prácticas de uso de Internet, desde el primer contacto. Así, a medida que vayan creciendo, aprenderán a **gestionar por sí mismos** las diferentes situaciones con las que se encuentren.



Empieza a confiar y demuestra que te preocupa que estén protegidos/as

+14 años



Empiezan a tomar decisiones de forma independiente. Estableced, juntos, unas normas de uso

10-13 años



Continúa la supervisión mientras amplían su uso con buenas prácticas

6-9 años



Supervisa totalmente las actividades que realizan. Enséñales unos buenos hábitos de uso

3-5 años

Fuente: www.menores.osi.es



Desde el primer momento las personas adultas deben **acompañar a los y las menores** cuando accedan a Internet o cuando emplean cualquier otra herramienta tecnológica. Además, es imprescindible establecer unos **tiempos máximos** de uso. De este modo, se evita la *hiperconexión* y su utilización por simple aburrimiento.

Respecto al consumo de **contenidos**, es muy recomendable enseñarles a entrar en páginas que fomenten el **aprendizaje y la creatividad**. A medida que pase el tiempo y su relación con Internet vaya en aumento, deben ir aprendiendo a tomar sus propias decisiones. De esta manera, adquieren **confianza y una autoestima positiva**.

Herramientas de control parental

Puedes **limitar el acceso** a Internet o la descarga de aplicaciones en los dispositivos utilizando

herramientas de control parental. Para filtrar los contenidos desde Internet, debes configurar las restricciones a través del navegador.

En los dispositivos móviles, puedes activar el control parental en el menú de ajustes. También tienes disponibles aplicaciones con las que puedes gestionar la actividad que se realiza.

Redes sociales

Las redes sociales se han convertido en una herramienta de comunicación e intercambio de información personal, fotografías o vídeos.

Es imprescindible fomentar el **uso responsable** de estas herramientas y concienciar sobre la importancia de cuidar la imagen que se publica en Internet para evitar situaciones como el acoso o el *ciberbullying*. ■

Debes **proteger tu privacidad** y la de los y las **menores** de edad. Es muy importante hacerlo desde que tienen su primer contacto con Internet. Para ello, debes tener en cuenta las siguientes **recomendaciones**:

- **Aprende a utilizar las redes sociales** e identificar para qué sirve cada una. De esta manera podrás transmitir correctamente su funcionamiento y posibilidades.
- **Limita el horario** de uso de dispositivos digitales. Un uso excesivo de Internet y las redes sociales puede producir adicción.
- **Restringe las acciones que pueden realizar por sí solos** y bloquea contenidos y programas inapropiados. Deben entender que tendrás acceso a los dispositivos hasta que crezcan y vayan adquiriendo mayor autonomía.
- **Mantén las webcam desactivadas y tapadas** (por ejemplo, con cinta aislante) cuando no las estén utilizando. Existen programas espías capaces de encenderlas a través de control remoto.
- **Configura sus ajustes de privacidad** en las redes sociales. Nunca dejes que la configuración por defecto sea pública.
- **Protege los ordenadores y dispositivos móviles** para que estén libres de malware instalando un antivirus.

FACTURA ELÉCTRICA



Conoce los conceptos que aparecen en la factura de la luz y encuentra la modalidad de contratación que más se ajuste a tus necesidades de consumo. Resumimos las opciones que creemos te resultarán más interesantes

Reducir la factura de la luz es uno de los principales objetivos de ahorro para las personas consumidoras. Para ello, es importante que **conozcas la tarifa que tienes contratada**, a cuánto pagas el kWh y en qué horarios realizas un mayor consumo. En definitiva, debes saber interpretar las facturas para poder actuar en consecuencia.

La factura de electricidad deberá recoger, como mínimo, los siguientes conceptos:

- Número de contrato de suministro.
- Fecha de finalización del contrato.
- Identificación del punto de suministro mediante el código CUPS (Código Universal de Punto de Suministro), único e invariable.
- Periodo de facturación, referido a las fechas de prestación del servicio.
- Potencia contratada, expresada en kW.

- Tarifa de acceso, en función de la potencia contratada y discriminación horaria.
- Energía consumida, expresada en kWh durante el periodo de facturación.
- Potencia facturada, resultado de multiplicar la potencia contratada por el número de días facturados y el precio del kW.
- Energía facturada, resultado de multiplicar el consumo durante el periodo de facturación por el precio de la energía.
- Impuesto sobre la electricidad, aplicable al consumo y la potencia (5,1127% que sale como resultado de elevar las base de facturación en 1,05113 y aplicar una tasa del 4,864%).
- Coste de alquiler de equipos de medida (en caso de que la persona consumidora no su propietaria).
- IVA aplicable sobre la electricidad (21%).

Modalidades de contratación

Cada persona consumidora tiene unas **necesidades distintas**. Para valorar cuál es la modalidad de contratación de electricidad más ventajosa es imprescindible **conocer el consumo de energía** que realizas y en qué horarios se **distribuye**. Así, sabrás la potencia que necesitas contratar en función de tus necesidades y conocerás tus hábitos horarios de consumo para poder obtener una rebaja importante en la factura.

En Internet puedes encontrar distintas herramientas que permiten **comparar ofertas** en función de las características de consumo. Una de ellas es la que ofrece la página web de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), <http://www.comparador.cne.es>.

► Existen **tres formas** de tarificación:

1. Precio Voluntario para el Pequeño Consumidor (PVPC)

Podrán acogerse al PVPC las personas titulares de los puntos de suministro efectuados a tensiones no superiores a 1 kV y con potencia contratada menor o igual a 10 kW.

Las personas consumidoras con derecho a este modelo de tarificación, podrán optar por una oferta alternativa en la que se establezca un **precio fijo** del suministro para un periodo de **un año**.

2. Oferta de mercado libre

Contratación del suministro de energía eléctrica con cualquier compañía diferente a la comercializadora de referencia conforme al precio y las condiciones que ambas partes pacten de mutuo acuerdo.

3. Tarifas de Último Recurso (TUR)

Esta tarifa se aplicará a las **personas vulnerables** que anteriormente se beneficiaban del bono social, y a aquellas otras que, sin tener derecho al PVPC, transitoriamente carezcan de un contrato de suministro con una empresa comercializadora libre.

Personas vulnerables

- Personas físicas con potencia contratada menor a 3 kW en vivienda habitual.
- Pensionistas de más de 60 años.
- Familias numerosas.
- Unidades familiares con todos los miembros en situación de desempleo.

Facturación horaria

Es el nuevo modo de facturación de electricidad, que entró en vigor en julio de 2015 y se aplica a personas consumidoras que, estando acogidas al PVPC, dispongan además de un **contador eléctrico inteligente** integrado.

Con esta nueva forma de facturación, se paga el kWh a un precio diferente en función del mercado y la hora a la que se consuma. Es decir, el coste total varía en función de la cantidad consumida cada hora al precio de dicha hora (24 precios al día).

El nuevo sistema de facturación afecta solo al **coste** de la energía (aproximadamente el 37% del recibo). ■





Arbitraje, la vía más fácil para resolver conflictos de consumo

Enfrentarse a un problema de consumo nunca resulta agradable, pero existen vías que allanan el camino y **facilitan** el proceso de reclamación. Sin duda, el mecanismo **más adecuado** para resolver este tipo de problemas es el arbitraje de consumo

El Sistema Arbitral de Consumo es una vía sencilla y extrajudicial que sirve para **resolver los conflictos** que puedan surgir en las relaciones de consumo que tengas con cualquier empresa.

Es un procedimiento voluntario y, una vez que ambas partes acuerden asistir a este sistema, tiene carácter vinculante y ejecutivo. Esto significa que la decisión tomada por la Junta Arbitral es de **obligado cumplimiento** para las partes.

La **Junta Arbitral de Consumo** es el órgano administrativo encargado de buscar la resolución de los conflictos de consumo. Debe emitirla en un plazo **máximo de 6 meses**, de manera gratuita, tanto para la persona consumidora como para la empresa.

Adhesión de las empresas

En Euskadi, **más de 15.000 profesionales y empresas** están adheridas a este sistema. Esto significa que, ante cualquier desacuerdo de consumo, aceptan voluntariamente este procedimiento para resolver el problema.

Las empresas que quieren resolver sus conflictos con las personas consumidoras a través de este sistema, deben mostrar el distintivo oficial del Sistema Arbitral de Consumo.

Cómo funciona

Si en algún momento te surge un problema con una empresa, puedes presentar una solicitud de

arbitraje. Para ello, debes **rellenar el impreso** correspondiente y entregarlo en cualquiera de las Oficinas de Atención a la Persona Consumidora de Euskadi (Kontsumobide, OMIcs y Asociaciones de Personas Consumidoras) o directamente en la Junta Arbitral de Consumo de Euskadi.

Una vez recibida la solicitud, la Junta Arbitral de Consumo la **analizará y determinará** su admisión o no. Si la empresa reclamada no está adherida a este sistema, le invitará a aceptar el arbitraje para el caso concreto y, si no lo hace, se archivará. Ante esta situación, podrías interponer una demanda ante los Tribunales de Justicia.

Si la empresa ya se encuentra adherida o ha aceptado la solicitud de arbitraje, se intentará una **mediación** entre las partes para alcanzar un acuerdo. Si éste no se consigue, se realizará una **audiencia** o reunión en la que participan la empresa reclamada, la persona consumidora y un Colegio Arbitral. En la audiencia, ambas partes presentarán sus alegaciones y pretensiones. Una vez celebrada, el Colegio Arbitral dictará un **laudo** arbitral (decisión adoptada por el Colegio sobre el conflicto planteado). El laudo es de obligado cumplimiento tanto para la empresa como para la persona consumidora. ■

Puedes consultar el listado de empresas adheridas en la página web de Kontsumobide, www.kontsumobide.eus

ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS

Podemos encontrar publicidad en **cualquier parte**, sobre todo en medios habituales como televisión, radio, Internet, catálogos comerciales o vallas. Sin darnos cuenta, todo lo que nos rodea **influye** en nuestros gustos estéticos o en nuestro modelo de vida. La publicidad muestra productos y servicios de un modo en el que se reflejan distintas **necesidades de consumo**. Anuncia artículos que se asocian con la salud, la familia, la felicidad, la seguridad... y hace que las personas consumidoras sientan la necesidad de adquirirlos.

Estos mensajes **nunca deben engañar ni alterar la decisión** de compra, ya que son prácticas consideradas como ilícitas.



Si bien es cierto que mediante la publicidad las empresas también informan de sus productos o servicios, su propósito principal es **persuadir a las personas consumidoras** para que los compren. Para ello, utilizan diferentes reclamos; cada empresa tiene sus propios planes para poner en marcha su estrategia, que dependerá de las cualidades del producto o servicio. Algunas de ellas se basan en **diferenciar sus artículos** de los de la competencia haciendo comparaciones y mostrando las ventajas que tienen frente a otros similares. Otras, recurren a **mensajes positivos** o intentan llamar la atención con descuentos especiales.

Toda la electrónica al 50% de descuento, electrodomésticos sin IVA, atractivos descuentos para las primeras 100 personas que compren un artículo... Mensajes como éstos **llaman la atención** de las personas consumidoras e incitan a comprar los productos aprovechando los atractivos descuentos. Pero hay que tener cuidado con estas estrategias comerciales.

Recuerda que **no todo vale en publicidad**.

El mensaje publicitario nunca debe confundir o engañar a la persona consumidora, **alterando su capacidad de decisión** en la compra. Cuando adquieres algo que no cumple con las características ofertadas, estás siendo víctima de la **publicidad ilícita**.

El concepto de la publicidad ilícita engloba **diferentes prácticas**:

Publicidad que atenta contra la dignidad de las personas o vulnera los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente los relativos a la igualdad, al honor, a la intimidad y la protección de la juventud, de la infancia y de la mujer.

Publicidad subliminal. Mediante técnicas de producción de estímulos, puede actuar sobre las personas, sin ser ellas conscientes, generando la necesidad de consumir el producto o servicio determinado.

Publicidad dirigida a menores que les incita a comprar explotando su inexperiencia o credulidad, o en la que aparezcan persuadiendo a sus padres/madres para lograr su objetivo.

Publicidad desleal. Su objetivo es desacreditar o menospreciar a otra empresa de la competencia.

Publicidad engañosa. Aquella que induce a error a las personas destinatarias y puede afectar a su comportamiento económico. Ocurre cuando se omiten datos fundamentales del producto o servicio para conducir a error. Por ejemplo: describir un producto como gratuito, regalo o similar, cuando la persona consumidora tiene que pagar; cuando las características del producto ofertado no son ciertas o dan lugar a confusiones que alteren la decisión de compra; cuando en la documentación de comercialización se incluye una factura o documento similar de pago, dando la impresión de que ya se ha contratado ese servicio sin que se haya solicitado...

Publicidad agresiva. Aquella que mediante acoso, coacción o influencia indebida altera la libertad de elección o conducta de las personas. Por ejemplo, cuando se realiza una visita a domicilio, y se ignora la petición de la persona que vive allí de que abandone su casa o no vuelva a presentarse en ella. Este tipo de publicidad agresiva también suele realizarse por teléfono.

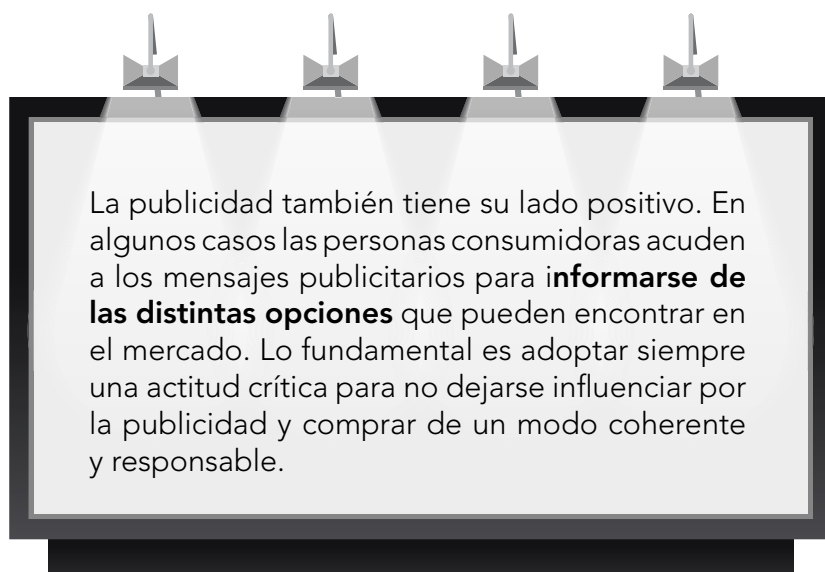


Cómo reclamar

Si consideras que la publicidad de un determinado producto **incumple la normativa**, con independencia de que lo hayas adquirido o no, puedes presentar una reclamación. Si deseas realizar una **consulta**, puedes acudir a una de las oficinas de atención a las personas consumidoras.

Si crees que tus **derechos han sido vulnerados** por algún tipo de publicidad ilícita, puedes acercarte a la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (**Autocontrol**). En este servicio puedes informarte de manera gratuita sobre los tipos de reclamaciones y las vías para realizarlas. Puedes obtener toda la información en su página web, www.autocontrol.es. ■

¿Cuáles son los beneficios de la publicidad?



ADOPTA UNA ACTITUD CRÍTICA CON LOS ANUNCIOS PUBLICITARIOS:

- **Compra** en función de las **necesidades reales**.
- **Reflexiona y analiza** la publicidad. Es muy importante **no dejarse influenciar** por el mensaje que nos transmiten.
- Debes ser una persona **precavida**, no te dejes llevar por algo que, aparentemente, es 'demasiado bueno'. Asegúrate de que sea cierto.
- La publicidad es **vinculante**, por lo que siempre debes **guardar la documentación** relativa al producto o servicio (folletos, anuncios en revistas, etc.). Si contratas online, guarda la oferta en PDF o haz una captura de pantalla.
- **Infórmate** sobre lo que hay **detrás de los productos** que se publicitan: forma de producción y si se han respetado los derechos humanos de quienes lo hacen.

Novedades para el curso 2016/2017

Consumo Aventura

Esta actividad formativa busca personas valientes e intrépidas que quieran vivir nuevas experiencias. A través de enigmas conocerás tus derechos, aprenderás a comprar de manera responsable y resolverás conflictos de consumo



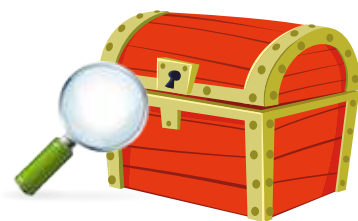
¡Comienza la aventura! Una de las novedades que Kontsumobide ha incluido en su programa de formación es la actividad 'Consumo Aventura', que está dirigida a grupos de personas mayores de 14 años. Se trata de un programa **divertido y educativo**, en el que debes enfrentarte a una serie de pruebas.

Entretenimiento y formación se unen mediante estos 3 temas de consumo: la **telefonía e Internet**, las **compras online** y el **impacto medioambiental**. Después de participar en esta actividad, no tendrás ningún problema para adquirir un teléfono móvil de forma responsable; aprenderás a reducir el impacto medioambiental; conocerás trucos para comprar con seguridad en Internet; y habrás entrenado para resolver cualquier conflicto de consumo.

La aventura comienza antes de llegar a los centros de formación en consumo. Primero, tú y el resto de participantes, os dividiréis en grupos para resolver distintos **retos de consumo**. Para ello, deberéis encontrar las soluciones de diferentes maneras: explorando en casa, en la página web de Kontsumobide o incluso en establecimientos de vuestra localidad.

Una vez finalizada esta actividad, el reto se trasladará a Kontsumobide, donde cada grupo deberá ir descubriendo pistas y resolviendo enigmas. Después del juego, expondréis las decisiones y los caminos tomados para resolver los problemas. Para terminar Consumo Aventura, recibiréis **pautas para poder prevenir y resolver** conflictos de consumo.

¡Anímate y apúntate a esta dinámica participativa y lúdica de Kontsumobide! Lo pasarás bien y adquirirás hábitos de consumo responsable para incorporarlos a tu vida diaria. ■



Puedes encontrar más información sobre esta actividad y el resto de la oferta formativa de Kontsumobide en la página web:
www.kontsumobide.eus



Protección de Datos de Carácter Personal

Protege tu privacidad

¿Alguna vez te has parado a pensar en la importancia de tus datos personales? Domicilio, número de teléfono, cuenta bancaria, e-mail...; toda esa información que habitualmente proporcionas puede quedar registrada en los ficheros de las empresas

Debes tener en cuenta que cuando reservas un hotel, te inscribes a un curso, abres una cuenta bancaria... estás dando **información que revela** tu identidad.

A diario se gestionan **millones de datos personales**, por lo que resulta imprescindible la existencia de un marco legal los regule. El artículo 18 de la Constitución es uno de los primeros referentes en este ámbito, puesto que en él se recoge el derecho a la intimidad de las personas. Además, la *Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal*, se aprobó con el objetivo de garantizar y proteger la información que concierne al tratamiento de los datos personales. En **Euskadi**, también contamos con otra normativa: *Ley 2/2004 de 25 de febrero, de Ficheros de Datos de Carácter Personal de Titularidad Pública y de Creación de Agencia Vasca de Protección de Datos*.

Cuando nos referimos a '**datos de carácter personal**', hablamos de cualquier información relativa a personas físicas identificadas o identificables. Para protegerla, la Ley reconoce los comúnmente denominados **derechos ARCO** (acceso, rectificación, cancelación y oposición). Se trata de un mecanismo mediante el que puedes pedir a las empresas que **dejen de utilizar o eliminen tu información** de carácter personal de sus ficheros.

Cualquier organización, sea pública o privada, puede beneficiarse de tus datos personales para **llevar a cabo sus actividades**. Lo más habitual es que una empresa privada consiga un rendimiento económico utilizándolos (por ejemplo, campañas de *telemarketing* basadas en la explotación de datos personales o envío de publicidad por

correo electrónico). Además, las administraciones públicas también pueden aprovecharlos para fines estadísticos, entre otros.

Europa aplicará mejoras en la privacidad

El **nuevo Reglamento** Europeo de Protección de Datos entró en vigor el pasado 25 de mayo de 2016, pero no comenzará a aplicarse hasta **mayo de 2018**.

En este periodo, los Estados miembros de la UE, las instituciones Europeas y las organizaciones **podrán adaptarse** para cuando se aplique el Reglamento.

La intención es la de **garantizar** que **la aplicación** de las normas de protección de los derechos y libertades de las personas, en relación con el tratamiento de los datos de carácter personal, sea **coherente y homogénea** respecto de las normativas vigentes en los países de la UE, y les facilite más control sobre su información privada. ■





GARANTÍAS - Reparación de electrodomésticos

Me han reparado la lavadora, pero sigue sin funcionar... ¿Qué hago?



Si el producto ha sido reparado pero sigue sin funcionar, puedes elegir entre su **sustitución** (salvo que esta opción resulte imposible o desproporcionada), la **rebaja del precio** o la **resolución del contrato**.

De la misma manera, si no estás conforme **tras su sustitución**, puedes elegir entre la reparación, rebaja o resolución del contrato.

En el caso de la sustitución, en el momento en el que recibas el producto nuevo, se vuelve a activar el cómputo del plazo pendiente de la garantía del producto sustituido.

COMPRAS - Devolución de los productos

No me convence la camiseta que he comprado.... ¿puedo devolverla?

En principio, solo se puede devolver un producto comprado en una tienda si es **defectuoso**, salvo que exista **acuerdo** entre las partes o que el establecimiento haya publicitado la posibilidad de hacerlo.



TELEFONÍA MÓVIL - Suscripción a servicios de tarificación adicional

Me he suscrito a un servicio de tarificación adicional y me quiero dar de baja, ¿qué hago?



Lo más habitual es **enviar un mensaje** al teléfono correspondiente con la palabra 'BAJA' seguida de la palabra clave con la que la empresa identifica el servicio.

Antes de empezar a prestar el servicio de suscripción, la propia empresa debe **comunicarte**, sin coste alguno, la forma de darte de baja.



Consúltanos

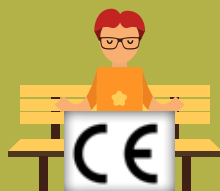
Realiza consultas en tu [Servicio Territorial](#) o a través de nuestra web: www.kontsumobide.eus

Juguetes

A la hora de adquirir un juguete, debes tener en cuenta los siguientes aspectos:



Deben llevar la identificación del producto y de la empresa fabricante o importadora



Están obligados a incluir el marcado CE, que garantiza que el juguete cumple los requisitos de seguridad exigidos por la Unión Europea



Deben señalar las advertencias de uso del producto y, en su caso, las restricciones de edad



Juguetes de funcionamiento eléctrico

Deben especificar obligatoriamente su potencia máxima, su tensión de alimentación y su consumo energético



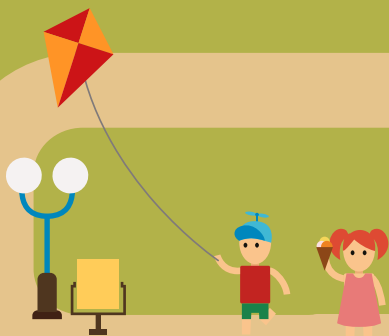
Juguetes que simulan equipos de protección

Cascos, gafas y máscaras: deben advertir de que no proporcionan protección en caso de accidente



Patinetes y patines

Deben precisar que para su utilización hay que llevar el equipo de protección correspondiente



Cometas y juguetes voladores

Deben avisar de que no se puede jugar cerca de las líneas eléctricas

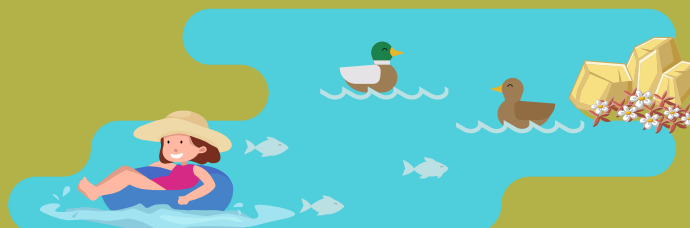


Juegos de experimentos químicos

Deben indicar que están dirigidos solamente a niñas y niños mayores de 10 años y, en su caso, advertir de que contienen sustancias peligrosas

Juguetes náuticos

Deben informar de que solo hay que utilizarlos en el agua cuando el niño o niña pueda estar de pie y siempre bajo vigilancia de una persona adulta. Los hinchables que no sean flotadores, deben indicar que no pueden utilizar como flotadores



*zuregandik gertu
cerca de ti*

BILBAO

Alameda Recalde, 39 A
Tfno. 94 403 15 00
kb-bizkaia@kontsumobide.eus

DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN

Easo, 10
Tfno. 943 02 25 47
kb-gipuzkoa@kontsumobide.eus

VITORIA-GASTEIZ

Santiago, 11
Tfno. 945 06 21 61
kb-araba@kontsumobide.eus

www.kontsumobide.eus



COMPROMISO CON LAS PERSONAS

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO