



Instituto Vasco de Consumo

REVISTA kontsumoBIDE

Nº 40 ENERO - ABRIL 2021

www.kontsumobide.eus



Seguros

Qué debes tener en cuenta

Asociaciones de consumo

¿Cuáles son sus funciones?

Etiquetado

¿De dónde vienen esas manzanas?



Trucos de las tiendas para vender más

NO PIQUES EL ANZUELO



kontsumoBIDE

KONTSUMOKO
EUSKAL INSTITUTUA
INSTITUTO VASCO
DE CONSUMO





CONTENIDOS

- 4 Consumo hoy**
- 8 Artículos**
 - Seguros: qué debes tener en cuenta
 - Asociaciones de consumo: ¿cuáles son sus funciones?
 - Etiquetado: ¿de dónde vienen esas manzanas?
- 13 El tema es**
 - No piques el anzuelo
- 16 Formación**
 - Amplia oferta online
- 17 Normativa**
 - Transporte aéreo: novedades para resolver conflictos
- 18 Consultas**
- 19 Infografía**
 - Etiquetado textil



ISSN: 2695-6853

Depósito Legal: LG G 53-2020

Edita: Kontsumobide – Instituto Vasco de Consumo (Vitoria-Gasteiz)

kontsumobide@kontsumobide.eus

www.kontsumobide.eus

Disponible online: kontsumobide.eus/revista



8

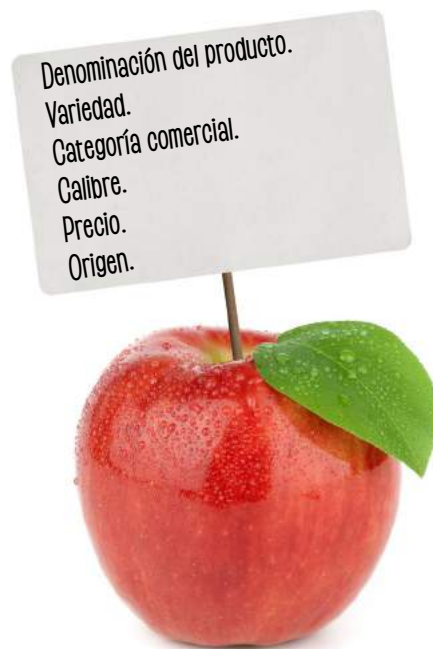
Seguros

Qué debes tener en cuenta



Asociaciones de consumo
¿Cuáles son sus funciones?

10



Etiquetado
¿De dónde vienen esas manzanas?

12

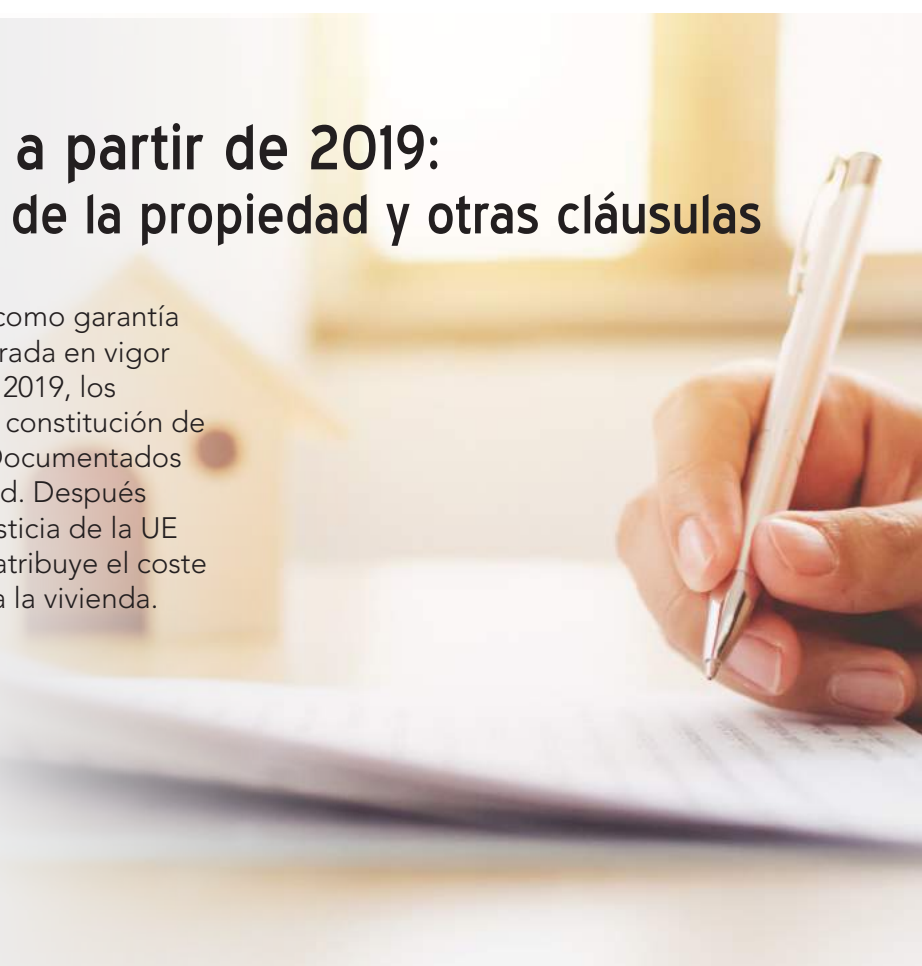
Ley Hipotecaria

Hipotecas firmadas a partir de 2019: quién paga el registro de la propiedad y otras cláusulas

Mediante la hipoteca la entidad tiene como garantía la vivienda que se adquiere. Tras la entrada en vigor de la Ley Hipotecaria el 16 de junio de 2019, los bancos corren con todos los gastos de constitución de la hipoteca: gestoría, Actos Jurídicos Documentados (AJD), notaría y registro de la propiedad. Después de varias sentencias del Tribunal de Justicia de la UE contra la legislación española, solo se atribuye el coste de la tasación a la persona que compra la vivienda.

La banca asume los gastos de:

- ▶ Gestoría
- ▶ AJD
- ▶ Notaría
- ▶ Registro



Etiqueta energética

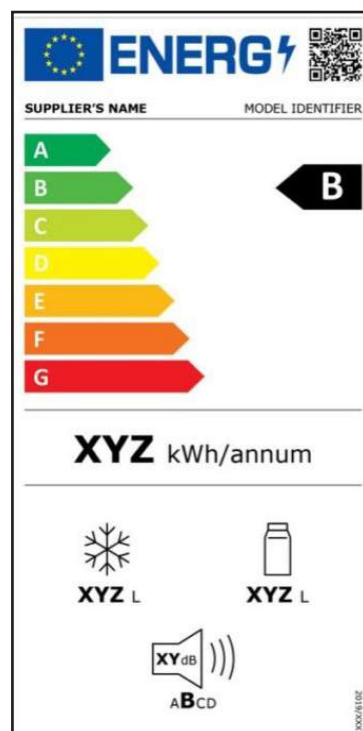
Los electrodomésticos estrenan etiqueta

A partir del 1 de marzo los electrodomésticos estrenarán etiqueta energética: tendrá una escala que va de la A a la G, siendo la A la más eficiente. Se eliminan, por tanto, las escalas que se encontraban en la letra A, es decir, A+++, A++ y A+, y se recupera un sistema más sencillo.

Con este cambio se espera que la información sea más clara y comprensible para las personas consumidoras.

Además, la etiqueta incluirá un código QR, con el que se podrá obtener información adicional sobre el producto.

La nueva etiqueta se utilizará para lavavajillas, lavadoras, frigoríficos, lámparas, pantallas electrónicas, incluidos televisores, monitores y pantallas digitales de señalización y frigoríficos comerciales, como las máquinas expendedoras.



Desde finales de 2020 las empresas fabricantes deben incluir en los productos tanto la etiqueta nueva como la que va a desaparecer, pero para no generar confusión, la nueva se expondrá al público desde marzo de 2021.

Cómo volverse invisible en Internet



Nombre, correo electrónico, teléfono... gran parte de tu información personal la dejas al descubierto en la red cada vez que te registras en una página web o en alguna aplicación, o escribes algún comentario en un sitio web o en una red social. ¿Quieres que esa información personal que existe en Internet desaparezca? Tienes derecho a **solicitar que se borre**. A esta práctica se le llama **derecho de supresión** y puedes solicitarlo, por ejemplo, cuando los datos ya no son necesarios para los fines para los que fueron recogidos; cuando han sido tratados de forma ilícita; o cuando retiras tu consentimiento inicial o te opones al tratamiento.

Este derecho está conectado con el denominado **"derecho al olvido"**. El responsable del tratamiento que haya hecho públicos datos personales está obligado a indicar a otros responsables a los que haya comunicado dichos datos, que supriman todo enlace a ellos, o las copias o réplicas.

¿Cómo ejercer este derecho?

Dirígete al sitio web, a través de la dirección indicada en su política de privacidad indicando que quieres solicitar el borrado de tus datos. Y, si la empresa no atiende tu solicitud, presenta una reclamación ante la Agencia Española de Protección de Datos (www.aepd.es).

En Internet, no bajas la guardia, debes tener cuidado con:

- ▶ La información personal que publicas en las redes sociales.
- ▶ Los permisos que concedes al descargarte una aplicación. No aceptes nada que no conozcas.
- ▶ Los buscadores. Registran tus movimientos y te muestran anuncios en las páginas web y redes sociales en base a tus búsquedas. Puedes utilizar buscadores que aseguren que no guardan tu rastro, como DuckDuckGo.
- ▶ Las cámaras integradas en el móvil, la Tablet o el ordenador. Tápalas cuando no las estés usando.



En el navegador, abre ventanas de incógnito. Así, no quedarán registrados el historial, el caché o las cookies.

¿Cómo? Pincha en el menú desplegable de la esquina superior derecha del navegador y haz clic en "Nueva ventana de incógnito".



Sorteos online

Sorteos y concursos online: ¿cómo detectar fraudes?

Una furgoneta camper, un smartphone de última generación, un lote de productos de belleza de una prestigiosa marca o un viaje con todos los gastos pagados. Te dirán que puedes conseguirlos si introduces tus datos en la web o en la red social que corresponda. Los sorteos y los concursos online se han convertido en una actividad muy común y es que, ¿quién puede resistirse?

El objetivo de estos concursos y sorteos es obtener tus datos, que después se pueden vender a terceros o utilizarse de manera **fraudulenta** en campañas de spam o para introducirte un *malware* (software malicioso) y dañar tu dispositivo. Las marcas los presentan como acciones de marketing y comunicación, pero en escasas ocasiones responden a ese propósito.



Si detectas una promoción que puede ser engañosa en una red social, puedes denunciarla (suele haber un botón para ello en la propia publicación).



Si resultas ser víctima de esta práctica, pon una denuncia.



Cómo saber si un sorteo es lícito:

Comprueba la fuente. Acude a la web o al perfil de la marca para ver si informan del sorteo. Si tienes dudas, consulta a la propia marca directamente.

Fíjate en la URL. En el momento en el que te pide tus datos para poder participar, te suelen redirigir a una nueva página. Esta debe comenzar por https (la "S" y el candado cerrado te indica que estás en una web segura).

Analiza la redacción del texto. Si contiene faltas de ortografía y fallos gramaticales, desconfía.

Comprueba la procedencia de la imagen. Puede estar sacada de Internet y ser copiada de otro concurso. Utiliza el buscador de imágenes de Google <https://images.google.com>, para ver de dónde procede.

Revisa las bases legales. Todos los sorteos y los concursos deben mostrarlas. Léelas para ver si están claras y no se contradicen con lo anunciado.

Fíjate en los comentarios. Conocerás las experiencias de otras personas.



Firma digital

Firmar un contrato en una tablet, ¿qué consecuencias tiene?

El uso de pantallas o tablets que recogen firmas realizadas de forma manual es muy habitual, sobre todo por parte de las entidades bancarias. El peligro que esto conlleva es que realizas el autógrafo a ciegas, sin saber exactamente a qué estás dando el visto bueno.

Las empresas que piden firmar en una tablet deben proporcionar a la persona contratante, por escrito o por vía electrónica y de manera gratuita, el justificante de dicha firma y las condiciones del contrato. Si no lo hacen, **pídelo para asegurarte de qué vas a firmar**. Ha habido casos en los que se ha firmado, sin darse cuenta, la renuncia a recibir el contrato en un soporte duradero o se han aceptado condiciones que no se han explicado.



Suministros

¿Cambiar el titular o pagar las facturas anteriores?



Si la persona titular del suministro de luz de una vivienda, por ejemplo, no paga las facturas y vende el piso, ¿debe hacerse cargo de ellas quien compra la vivienda? Lo cierto es que esta situación, ya sea por impago o por fallecimiento, **no tiene que afectar** a la persona que acaba de comprar el piso y quiere poner a su nombre las facturas.

Quien compra la vivienda **debe valorar** qué le resulta más ventajoso: si decide pagar las facturas, se realizará un cambio de titular; en caso contrario, se realizará una baja y después un alta, con los gastos correspondientes.

Compras online

Qué hacer si compras un producto en otro país europeo y te llega dañado

Debes ponerte en contacto con la empresa donde lo has comprado y llegar a un acuerdo con ella. Si no recibes respuesta o esta no es satisfactoria, puedes dirigirte a la **plataforma europea de litigios en línea** (Online Dispute Resolution – ODR <http://ec.europa.eu/odr>). Es una herramienta para resolver conflictos online de manera rápida, justa, extrajudicial y en tu propio idioma.

El Centro Europeo del Consumidor (CEC) será el punto de contacto de la plataforma en España y proporciona a quien lo solicite asistencia y apoyo en la presentación de reclamaciones a través de la ODR.



Podrás utilizar esta plataforma europea únicamente si;

- ▶ vives en un país de la UE o en Noruega, Islandia o Liechtenstein.
- ▶ la empresa está ubicada en uno de los lugares anteriores.
- ▶ tu reclamación se refiere a un producto o servicio que se haya comprado online.

Seguros

Qué debes tener en cuenta

Tu compañía de seguros te ha impedido ver la cobertura real de tu póliza. Creías tener incluidos daños que, a la hora de la verdad, no es así. Te han valorado a la baja objetos robados. Y no hacen más que subirte la prima todos los años.

Las personas consumidoras en ocasiones son víctimas de malas prácticas por parte de las compañías de seguros. No esperes a encontrarte con el agua al cuello frente a tu aseguradora y sé una persona precavida.

A la hora de contratar un seguro debes **tener claro lo que firmas y qué derechos tienes.**

- ▶ Lee detenidamente las condiciones del contrato y **pregunta tus dudas** antes de firmar.
- ▶ Tienes derecho a recibir una **copia** de la póliza, para que sepas qué es lo que tienes asegurado.
- ▶ Si tienes un **siniestro**, comunícalo en un máximo de 7 días, salvo que se haya fijado un plazo mayor.
- ▶ Si no estás **conforme** con el peritaje, puedes solicitar uno nuevo.
- ▶ Si quieres **dar de baja** un seguro, notifícalo por escrito a la compañía un mes antes del vencimiento de la póliza.
- ▶ Si es la compañía quien quiere dar por finalizado el contrato, debe avisarte con dos meses de antelación. En el mismo plazo debe notificarte si **modifica las condiciones** del contrato (la cuantía de la prima, por ejemplo). En este caso, puedes exigir que se mantengan las condiciones anteriores, pero si la compañía no lo acepta, no puede obligarte a prorrogar el contrato y puedes darte de baja sin importar el tiempo de preaviso.





Información contractual

La póliza debe incluir: los datos personales de la persona asegurada y de la aseguradora; y los objetos, garantías y sumas aseguradas. También debe reflejarse el importe de la prima, la duración del seguro y su vencimiento.

Si existen condiciones especiales como la exclusión de determinados riesgos, también deberán aparecer en la póliza, así como las condiciones generales. Estas deben ajustarse a los requisitos recogidos en la Ley de Contrato de Seguro.

Daños por tormentas, inundaciones o de incidencia política o social

Si sufres un siniestro extraordinario causado por fenómenos naturales o derivados de hechos de incidencia política o social, además de comunicárselo a tu aseguradora, puedes hacerlo ante el **Consortio de Compensación de Seguros (CCS)**. El Consorcio se podrá hacer cargo -según el tipo de riesgo y según lo contratado en la póliza privada- de las indemnizaciones para los vehículos y las viviendas, siempre que las personas o los bienes afectados estén asegurados.

Si vas a comunicárselo al Consorcio, debes hacerlo lo antes posible llamando al teléfono 900 222 665 u online a través de su web www.consorseguros.es.

Si incumplen el contrato, si te suben la prima sin previo aviso, si surgen retrasos injustificados en caso de siniestro...

RECLAMA



Para cualquier duda o consulta, llama al teléfono de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones: 952 24 99 82 (de lunes a viernes, de 9:30 a 14:30).

Asociaciones de consumo

¿Cuáles son sus principales funciones?

Las asociaciones de personas consumidoras son entidades de carácter privado constituidas sin ánimo de lucro. EKA-ACUV, EKE-FCE y UCE son algunas de las asociaciones cuya sede central está en Euskadi y su ámbito de actuación es la Comunidad Autónoma Vasca.



Asociación de Personas Consumidoras y Usuarias Vasca (EKA-ACUV)

FUNCIONES

Formar, informar, defender y disuadir. Para cumplir con estas funciones tienen departamentos especializados: Prensa, Jurídico y Formación.

- ▶ **Prensa** se encarga de la Web y de las redes sociales, notas de prensa, comunicados, etc.
- ▶ El departamento **Jurídico** se encarga de las consultas y reclamaciones extrajudiciales así como de las demandas judiciales. También forman parte del Sistema Arbitral.
- ▶ **Formación** elabora y gestiona los cursos de formación y divulgación de las materias propias de la Asociación en centros escolares, asociaciones cívicas, universidad, etc.



Cualquier persona, sea o no socia, puede realizar consultas en las oficinas que tienen en Bilbao, Donostia y Gasteiz. Para presentar las reclamaciones y demandas judiciales la persona debe estar asociada.

Se atiende de forma presencial, telefónica, por mail o a través de la web.

Consultas y reclamaciones más frecuentes en 2020

Consultas:

Bancos, seguido de viajes y transporte aéreo tras la alerta sanitaria.

Las de telecomunicaciones siguen siendo abundantes y este año se suman las de Dentix.

Reclamaciones:

- Bancos.
- Transporte aéreo y viajes.
- Telecomunicaciones.



Federación de Consumidores de Euskadi (EKE-FCE)

FUNCIONES

- ▶ Formación e información a las personas consumidoras.
- ▶ Representación en foros tanto de la administración como privados en los que se traten aspectos que tengan que ver con los intereses de las personas consumidoras.
- ▶ Realización de propuestas y enmiendas para la elaboración de normativas y otros aspectos legislativos.
- ▶ Defensa de los intereses de las personas consumidoras mediante la intervención del gabinete jurídico.



Cualquier persona puede recibir información y orientación. Para acceder a los servicios del gabinete jurídico es preciso que la persona esté asociada.

Reclamaciones más frecuentes en 2020

- A causa de la Covid19:
 - Anulación de vuelos, canje de bonos, anulación de viajes combinados.
 - Cancelación de espectáculos, matrículas de gimnasios, arrendamientos de temporada.
- Se mantiene: telefonía.



Unión de Consumidores de Euskadi (UCE)

FUNCIONES

- ▶ Defender los derechos tanto individuales como colectivos de las personas consumidoras.
- ▶ Formar e informar.
- ▶ Promover su presencia en los organismos oficiales consultivos tanto autonómicos como estatales (son una Federación también de ámbito estatal -CAUCE-).
- ▶ Asumir la representación de los y las asociadas y ejecutar las acciones judiciales que correspondan.



Se atienden las consultas, quejas y reclamaciones extrajudiciales de cualquier persona. Para recibir atención y defensa jurídica tienen que estar asociadas.

Reclamaciones más frecuentes en 2020

- Cancelaciones por la Covid19: Aerolíneas, agencias de viajes, cursos formativos.
- Empresas que han entrado en concurso de acreedores: Dentix, Erandio bidaiak.
- Se mantienen: telefonía, seguros, banca o compra online.



En Euskadi existen **diferentes organismos de consumo** que tienen como objetivo defender y proteger los derechos y los intereses de las personas consumidoras:

- ▶ **Kontsumobide – Instituto Vasco de Consumo.**
- ▶ **OMIC.** Oficinas Municipales de Información a las Personas Consumidoras.
- ▶ **Otras asociaciones de personas consumidoras,** además de las arriba mencionadas.

¿De dónde vienen esas manzanas?



Los alimentos puestos a la venta y los destinados a restaurantes, hospitales, comedores y centros similares deberán llevar etiquetado obligatorio.

Las frutas y las **hortalizas** forman una parte importante de nuestra alimentación diaria. Para conseguir una dieta saludable y prevenir enfermedades crónicas como las cardiopatías, el cáncer, la diabetes o la obesidad, se deben consumir, al menos, 400g de fruta y hortaliza diaria (unas 5 piezas), según indica OMS. La comercialización de la fruta y la hortaliza fresca se realiza principalmente a través de las tiendas tradicionales, en las fruterías o en las secciones dentro de los supermercados. También la podemos encontrar en los mercados al aire libre que se organizan en diferentes localidades.

Las frutas y las hortalizas, al igual que la ropa, los electrodomésticos, etc., tienen que llevar su **etiqueta obligatoria**.

Productos sin envasar

Las frutas y hortalizas frescas sin envasar y puestas a la venta, deben tener un cartel bien visible que indique:

- ▶ Denominación del producto.
- ▶ Variedad.
- ▶ Categoría comercial. Está expresamente prohibida la utilización de adjetivos calificativos diferentes a los establecidos en las normas.
- ▶ Calibre.
- ▶ Precio por unidad de medida: euros/kg o euros/pieza.
- ▶ País de origen o procedencia.

Productos envasados

El etiquetado de bolsas y otros envases que permitan a simple vista una identificación del producto y que contengan frutas, hortalizas, tubérculos o frutos secos, como mínimo, deberá indicar:

- ▶ La denominación del alimento junto a la categoría y la variedad o el tipo comercial y el país de origen (todo esto basándose en los requisitos de la normativa específica).
- ▶ La cantidad neta.
- ▶ La identificación (nombre y dirección) del operador de la empresa alimentaria.

Alimentación sostenible

Evita adquirir alimentos empaquetados en exceso.

Piensa: si un plátano ya tiene su propia cáscara que lo protege, ¿por qué comprarlo envasado?



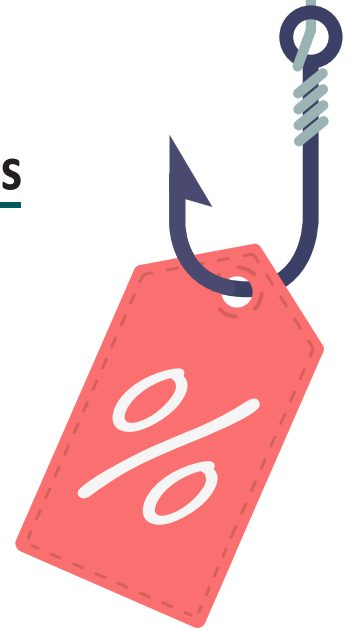
Compra productos a granel. En muchos casos es más barato. Y si, además, llevas tu propio envase o bolsa de tela cuando compres frutas y verduras, evitarás el consumo excesivo de plástico.



Adquiere productos locales y de temporada.

Trucos de las tiendas para vender más

No piques el anzuelo



Promocionar ofertas llamativas que, si las analizas, tampoco lo son tanto, o colocar los productos de una manera concreta son estrategias que utilizan los establecimientos para que piques y compres más de la cuenta.

El escaparate, la música del local, la estética o los aromas, como el olor a café o a pan recién hecho. Los establecimientos utilizan todo tipo de estrategias para seducir y para crear sensaciones y emociones en las personas, con el objetivo de aumentar las ventas. Con estas estrategias consiguen que te traslades a tu hogar, a un lugar acogedor o hacen que recuerdes vivencias pasadas. Tratan de hacer una comunicación emocional: llegar al corazón, seducir y crear necesidades de compra casi sin que te des cuenta. Y al final, en muchos casos, acabas comprando lo que el establecimiento quiere y no lo que tu pensabas comprar.



El tema es...



El **olfato** es uno de los sentidos más evocadores y, por eso, los aromas dan mucho juego en las tiendas. El olor a café recién hecho, por ejemplo, es un clásico en los pasillos del supermercado. Aunque sea técnicamente imposible que sea real (porque estás pasando por el pasillo en el que sí hay café, pero no cafetera ni nadie que lo sirva), si te fijas bien, podrás ver un extractor de olor colocado en algún lugar estratégico.

La **distribución de los alimentos** en los supermercados tampoco es casual. Los productos de primera necesidad están situados lejos de la salida, como la leche o los

huevos. Los caprichos, sin embargo, los tienes más a mano.


¿Y qué ocurre con la fruta y la verdura? ¿Por qué suelen estar nada más entrar? Pues porque comprando los productos saludables al principio, te sentirás menos culpable cuando acabes "picando" más de lo que te gustaría en la sección de los productos procesados y la bollería industrial.


Que las chocolatinas se encuentren a la altura de los y las más pequeñas de la casa es otra de las técnicas infalibles del marketing comercial. También que los productos más baratos los coloquen en los estantes inferiores. Y es que, se suele comprar más aquello que está a la altura de los ojos, por eso, verás que ahí suele estar lo más caro o lo que más interesa vender. Si se quiere dar salida a un producto caro, en cambio, se suele colocar al lado de otro más caro aun, para que parezca que el primero no lo es tanto.


Pasillos estrechos, la música, la temperatura, los precios, o la caja con todo tipo de tentaciones... **Todo está planificado.**


Para evitar picar el anzuelo, es importante conocer algunas estrategias de los establecimientos. Estas son algunas:





 **Música.** Si está alta y es movida, incita a comprar de forma más rápida e impulsiva. Si es tranquila y agradable, te tomarás tu tiempo para comprar y permanecerás dentro de la tienda más tiempo.


 **Iluminación.** Casi siempre es artificial, sin ventanas o con muy pocas. Así se pierde la noción del tiempo.

 **Aroma.** Los olores hacen que te sumerjas en ambientes agradables que incitan a la compra.

 **Temperatura.** Será fresca si lo que interesa es que realices la compra deprisa, sin pensar ni entretenerse. Si es agradable, la compra la realizarás más tranquilamente.

 **Localización.** Los artículos se colocan en función del propósito que tenga la tienda. La caja, por ejemplo, es un lugar estratégico, porque tendrás que pasar por ahí si vas a comprar. Tendrás todo tipo de tentaciones, pero recuerda: no son necesarios.

 **Carteles.** "¡Ofertón!", "Descuentazo", productos al 2x1. Estos mensajes coloridos y con letra grande, causan presión. No te dejes llevar por la emoción. Cíñete a lo que tengas apuntado en la lista.

 **Precio.** Los decimales suelen ponerlos más pequeños, para que pasen desapercibidos. Comprarás antes un producto que cuesta 39,95 euros que otro de 40 euros.

Estrategias de venta, también online

Las técnicas de venta en el comercio online, son algo diferentes a las que se utilizan en los establecimientos físicos. Hay multitud de tiendas en Internet y resulta **fácil perderse** entre la gran variedad de productos que ofrecen y la cantidad de mensajes con ofertas y descuentos que lanzan. Comienzas a buscar una tablet teniendo claro el presupuesto y las características concretas, pero acabas gastándote más de lo que piensas, porque, ¿quién puede resistirse a comprar esa tablet con este precio tan rebajado? ¡Encima solo quedan dos unidades!



Han logrado convencerte con dos de las **técnicas más utilizadas en el neuromarketing**: la primera, promocionar **grandes descuentos**, cuando en realidad han podido rebajarlo solo unos céntimos o subir el precio del "antes" para que viendo el precio de "ahora" parezca que te estás llevando un chollazo; y la segunda, recalcar que **quedan pocas unidades**, para que pienses que, si el producto se está agotando, quizá sea porque es bueno, y si no lo compras al momento, te arriesgas a quedarte sin él.



Códigos descuento

Son habituales los emails de las tiendas con promociones y descuentos que caducan en unas horas. No te dejes llevar por las ofertas: **piensa si necesitas el producto y qué uso le vas a dar.**



Valoración de clientes

Se tiende más a comprar aquellos productos que tienen **muchas opiniones y son bien valorados**. Aunque suele haber alguna crítica negativa, porque de lo contrario, genera desconfianza.



Envíos gratis

Si pagas una **cuota anual**, que no te líen diciéndote que el envío es gratis. Con la cuota ya lo pagas.

Fíjate también si tienes que realizar un **gasto mínimo** para que el envío te salga gratis.

El 85% o el 90% de las decisiones de compra son rápidas e inconscientes.

Además de las estrategias de venta que utilizan los establecimientos para que compres más, influye mucho el **estado emocional** en el que te encuentres. Por eso, es importante no ir a comprar cuando estás triste o cuando tienes hambre, porque acabas comprando aquello que no necesitas y gastando más de lo que realmente ahorras con aparentes ofertas.

Identifica cómo te sientes y compra con la cabeza fría. Límitate a adquirir lo que tengas en la lista, siendo consciente de las tentaciones que tendrás que esquivar en el establecimiento.

**Comprar
menos...
...ahorrar
más.**

- › **Compra solo cuando lo necesites.**
- › **Haz una lista de aquello que te haga falta.**
- › **Ajusta tu presupuesto.**
- › **No compres con prisa (ni con hambre).**
- › **Identifica qué emoción te afecta.**

Amplia oferta online

¿Has entrado en el apartado “Juega y aprende” de la web de Kontsumobide? En él se recogen diferentes juegos, para que puedas aprender de manera entretenida el consumo responsable desde el aula, desde casa o desde donde quieras.



CONSUMO RETOS (CR).

Es un documento interactivo, que contiene teoría y actividades para trabajar distintas temáticas de consumo. Muchos de los CR están basados en los talleres que se ofrecen en los centros de formación, pero también podrás encontrar temas concretos.

¿Cuántos CR hay disponibles?

- ▶ 26 de diferentes temas de consumo.
- ▶ 5 adaptados a los colectivos de necesidades educativas especiales.
- ▶ 3 en inglés.

SALA DE ESCAPE.

Una aventura de espías en la que deberás solucionar enigmas y rompecabezas para realizar una misión. A través de ella conocerás tus derechos como persona consumidora y sabrás cómo proceder durante esta época de pandemia.



JUEGOS ONLINE.

- ▶ **Boom.** ¿Sabrás cortar el cable correcto para que no explote la bomba? Responde a las preguntas sobre consumo responsable.
- ▶ **Trivial.** Contesta las preguntas sobre diferentes temas de consumo para conseguir los quesitos.
- ▶ **Makinan harrapatuta.** ¿Te han atrapado los videojuegos y no sabes salir? Encuentra las claves para que tú tengas siempre el control.
- ▶ **Ahora caigo.** ¿Sabes navegar por webs y redes sociales sin riesgos? Demuéstralo y evitarás caer en la trampa.
- ▶ **La caza de las ofertas.** Mete las ofertas en tu carrito y responde a las preguntas.

Curso
2020/2021

FORMACIÓN

en CONSUMO en centros de
KONTSUMOBIDE

Formación **GRATUITA** a tu alcance

www.kontsumobide.eus

¡Apúntate!

VITORIA-GASTEIZ

Adriano VI, 20-1º
945016600
formacion-araba@kontsumobide.eus

BILBAO

Nicolas Alcorta, 2-1º
944032220
formacion-bizkaia@kontsumobide.eus

SAN SEBASTIÁN

P. Zarategi, 82-84 bis
943022590
formacion-gipuzkoa@kontsumobide.eus

TALLERES ONLINE EN DIRECTO.



Tenemos disponibles 15 talleres online en directo para aquellos grupos que no puedan acudir a los centros de formación de Kontsumobide a realizar la formación presencial. Para participar es necesaria la inscripción previa, indicando la fecha y la hora.

La temática es variada, consúltalo en el folleto de formación que encontrarás en la web kontsumobide.eus. Están marcados con el símbolo @.

Transporte aéreo: novedades para resolver conflictos

Han mejorado los procedimientos de la resolución alternativa de litigios en materia de consumo, relativos a los viajes en avión.

Cuando una persona ha tenido un problema con su aerolínea y no ha conseguido llegar a un acuerdo con ella, puede presentar una reclamación ante la Agencia Española de Seguridad Aérea (AESA). Este órgano gestiona actualmente el procedimiento de resolución de conflictos en el ámbito del transporte aéreo.

Las compañías aéreas han recibido muchas reclamaciones desde que se inició la crisis sanitaria. Vuelos cancelados, cambios de fecha o el incumplimiento de contrato son algunos de los motivos por los que las personas consumidoras han presentado una reclamación.

El Gobierno del Estado ha impulsado un sistema de arbitraje de medidas procesales y organizativas para hacer frente al COVID-19 en el ámbito de la Administración de Justicia. La *Ley 3/2020 de 18 de septiembre* mejora los procedimientos de la resolución alternativa de litigios con respecto a las compañías aéreas:



- › La gestión de AESA es obligatoria y su resolución es **vinculante** para las compañías aéreas. Las personas pasajeras, sin embargo, podrán retirarse en cualquier momento del procedimiento si no están satisfechas con su funcionamiento o tramitación, y podrán acceder a la vía judicial.
- › La aerolínea podrá **impugnar** la decisión adoptada por AESA ante el juzgado de lo mercantil competente en el plazo de **dos meses** a partir de su notificación; en caso de que se haya solicitado una aclaración o corrección, el plazo contará a partir de la notificación de la respuesta.
- › Si la aerolínea decide recurrir la resolución de AESA, la persona pasajera **no está obligada a comparecer** en el procedimiento judicial. En este procedimiento, además, nunca se impondrán las costas a la persona pasajera.
- › Si la compañía aérea no ejecuta la decisión de AESA en el plazo de **un mes** desde su comunicación, la persona pasajera podrá solicitar su ejecución ante el juzgado de lo mercantil competente.
- › En todo caso, la aerolínea remitirá a AESA el **justificante** del cumplimiento de la resolución tan pronto como se produzca, indicando si la ha impugnado ante el juzgado competente.

Consultas

COMPRAS - Compraventa de un vehículo entre particulares

He vendido mi coche a otra persona, con la ITV pasada y en perfectas condiciones. Han pasado dos meses y la persona compradora ahora me reclama 500 euros por un fallo en el embrague que no tenía cuando yo le vendí el coche. ¿Tengo que pagarlo?



Cuando se realiza una compra venta entre particulares, no se cuenta con la protección de la garantía legal ni de la comercial. En estos casos, no se aplica la normativa de consumo, sino el **Código Civil**.

La ley impone a la persona vendedora el deber de responder

de los defectos ocultos del vehículo, es decir, de aquellos que la persona compradora no puede apreciar a simple vista. En cambio, si los defectos son obvios, no tienes ninguna obligación.

Para evitar este tipo de problemas, lo mejor es, antes de la venta,

acudir a un taller para realizar una revisión completa y tener un documento que certifique las condiciones del coche.

En tu caso, intenta llegar a un **acuerdo amistoso**, y si no lo consigues, la única vía que os queda es la judicial.

ALQUILER DE VIVIENDA - Duración breve de un contrato de alquiler



Voy a hacer unas obras en mi actual vivienda y necesito alquilar otra para vivir tres meses mientras duren las obras. ¿Es legal alquilar un piso solo por unos meses?

La duración del arrendamiento **se pacta** libremente entre las dos partes (persona propietaria e inquilina), pero es importante destacar que la temporalidad debe indicarse en el contrato, tal y como señala la Ley de Arrendamientos Urbanos. En esta cláusula debe explicarse la razón de dicha temporalidad.

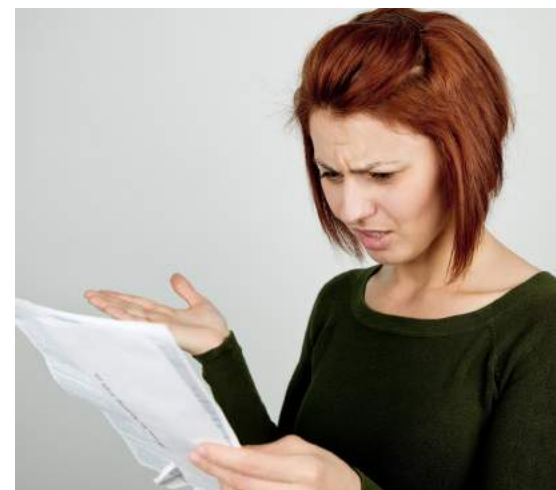
REGISTRO DE MOROSIDAD - Cómo salir cuando la deuda no existe

Me han denegado el alta en una compañía de telefonía porque mis datos constan en un registro de morosidad. He consultado en mi banco y no tengo ninguna deuda pendiente, ¿cómo puedo salir del registro?

Si no tienes deudas pendientes y estás en el fichero por error, puedes ejercer tu **derecho de cancelación** enviando un escrito a la entidad responsable del fichero. Si en el plazo de diez días hábiles no recibes una contestación o esta no es satisfactoria, puedes reclamar

ante la Agencia Española de Protección de Datos, adjuntando los documentos que acrediten que has solicitado la cancelación de los datos.

Además, puedes reclamar por la vía judicial una indemnización por los daños causados.



Consúltanos

En el [Servicio Territorial de Kontsumobide](#) o a través de nuestra web www.kontsumobide.eus

ETIQUETADO textil

Todos los productos textiles deben llevar una etiqueta, que proporciona información práctica sobre la empresa fabricante, la composición y los cuidados.

Obligatorio

Datos de la empresa fabricante

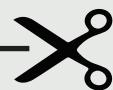
Nombre y dirección, nº de registro industrial (para productos fabricados en España), nº de identificación fiscal de la empresa importadora (para prendas importadas de países fuera de la CEE).

Composición del producto

65% poliéster, 18% acrílico, 17% lana.

No obligatorio

Pero aporta información útil sobre la prenda y su cuidado.



Lavar a mano o a máquina. La cifra indica la temperatura máxima de lavado.



La agitación de la prenda debe ser reducida.



Lavar a mano y a temperatura máxima de 40º.



No lavar.



Puede emplearse lejía.



No se puede usar lejía.



Se puede planchar. Los puntos indican la temperatura máxima de planchado.

- Máximo 110º
- Máximo 150º
- Máximo 200º



No planchar.



Lavar en seco.



No lavar en seco.



Se puede secar en secadora. Los puntos indican la temperatura.

- A cualquiera.
- Moderada.



No secar en secadora.



Lee siempre la etiqueta, te ayudará a seleccionar mejor las prendas que adquieres.

*zuregandik gertu
cerca de ti*

BILBAO

Alameda Recalde, 39 A
Tfno. 94 403 24 36
kb-bizkaia@kontsumobide.eus

DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN

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

VITORIA-GASTEIZ

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

www.kontsumobide.eus



Euskadi, bien común

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO