



consumo2000

www.eke-fce.com

Editada por la Federación de Consumidores de Euskadi
Euskadiko Kontsumitzaileen Elkargoa argitaratua

11

Sumario



Gasto navideño

3

Consejos a la hora de comprar un juguete



5



Venta en rebajas

6

Contratos celebrados por consumidores fuera de los establecimientos mercantiles

7

Conflicto Euskaltel - Orange. Resolución CMT

9

Consejos para consumir de forma responsable

10

Ahora también, cita médica por internet



11



Consultorio Inmobiliario

12

El consumo no da la felicidad

Según un estudio hecho público hace sólo unos pocos días por la firma Deloitte, cada familia española (los vascos no estaremos por debajo de estas cifras) gasta por término medio 904 euros en la apoteosis consumista de las navidades. Este gasto de 904 euros se reparte de la siguiente manera: 500 euros se dedican a regalos, otros 218 a comida extra y 167 a salidas, es decir, fundamentalmente hostelería. Esto sin tener en cuenta otros gastos, como los viajes, o la lotería, en la que nos dejamos, la mayor parte de las veces atrapar con la excusa de que tenemos que atender a "compromisos". Detrás de estas frías cifras se enmascara un consumismo, en muchos casos, absurdo e irracional.

Gastamos cada vez más en Navidad, el estudio afirma que un 6% más que en 2005, gastamos mas que otros países de mayor poder adquisitivo (solo Irlanda, Gran Bretaña, Chipre y Estados Unidos superan la media española) y empezamos con la euforia navideña cada vez antes (incluso en noviembre podemos observar que



Rubén Mendiola Erkoreka
Director de Consumo y Seguridad Industrial
Gobierno Vasco

el "espíritu" consumista de la navidad aflora por alrededor en forma de multitud de reclamos para gastar nuestro dinero.)

Ahora bien, no por mucho gastar nos lo vamos a pasar mejor, no conviene equiparar ocio con gasto. Tenemos que releer aquel libro de nuestra infancia "El Principito" en el que se nos recuerda que lo esencial es invisible a nuestros ojos. Se podrá argumentar, y con cierta razón, que se trata de festejar unas fechas especiales y que los regalos

(Continúa) ►

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

INDUSTRIA, MERKATARITZA
ETA TURISMO SAILA
Merkataritza, Kontsumo eta Industria
Segurtasuneko Sailburuordetza
Kontsumo eta Industria Segurtasuneko
Zuzendaritza

DEPARTAMENTO DE INDUSTRIA,
COMERCIO Y TURISMO
Viceconsejería de Comercio, Consumo y
Seguridad Industrial
Dirección de Consumo y Seguridad
Industrial



Federación de Consumidores de
Euskadi

Juan de Ajuriaguerra 9 - 7º
48009 BILBAO
Tel: 94 424 92 10. Fax: 94 424 64 20
e-mail: eke@arrakis.es

demuestran el afecto por nuestros seres queridos. No niego que esto es así, pero el problema aflora cuando hacemos del consumo un fin en sí mismo o cuando caemos en la adicción a las compras (situación que es muy difícil de detectar por nosotros mismos), buscando emociones de las que carecemos.

No está de más darnos algún capricho o tener un detalle con ciertas personas, pero estos consumos se convierten en perversos cuando gastamos por encima de nuestras capacidades (sin olvidar el sobreendeudamiento al que la carestía de la vivienda nos ha abocado) o cuando vamos de compras simplemente por salir de un estado anímico negativo por medio de gratificaciones consumistas.

Si realmente compramos lo que necesitamos, o lo que racionalmente hemos decidido dentro de nuestra capacidad de gasto, no hay nada que objetar. Lo lamentable es que compremos simplemente llevados por la euforia consumista colectiva, o para llenar vacíos emocionales que, a la larga, serán mayores cuando observemos que hemos adquirido objetos de dudosa necesidad. Lo mismo ocurre cuando compramos porque estamos ante un "chollo" por los precios rebajados, cuando a veces no deseamos realmente el producto adquirido.

Un ejemplo de lo hasta aquí expuesto lo podemos comprobar en la compra de juguetes. Actualmente los niños disponen, en muchos casos, de demasiados juguetes y un exceso puede provocar un efecto contraproducente, como de bloqueo. Es importante no sobrecargar a los niños de juguetes, sino jugar con ellos.

Con los juguetes tenemos una ocasión para educar a nuestros hijos, no se trata de no tener en cuenta sus peticiones, pero tampoco se trata de satisfacer cada una de ellas. Debemos hacerles ver que nuestras posibilidades económicas nada tienen que ver con la buena educación o con el afecto. Algunos padres se agobian pensando que son peores padres por no poder atender a las peticiones de sus hijos, cuando puede ser mucho más educativo que aprendan a valorar lo que les ofrecemos.

Llegados a este punto quiero resaltar algunas ideas sobre la influencia de la publicidad en nuestros esquemas mentales que tienen incidencia sobre nuestros hábitos de compra. La publicidad hoy en día no es informativa, porque no explica contenidos sino que trata de vender sensaciones asociadas a productos de marca. La publicidad intenta que asociemos una marca con los tópicos dominantes en cada momento: la salud

(colesterol, dieta sana, etc.), ecología, culto a la imagen y a la apariencia física, etc.

Tal como nos explicó el psicólogo D. Javier Garcés Prieto en el curso sobre Publicidad y Consumo que organizamos en Donostia el pasado mes de octubre, realmente es muy difícil resultar inmunes a la publicidad, nos influye porque intenta crear hábitos de compra asociados a ideas tales como: ser admirado, tener éxito, tener libertad, distinción, exclusividad, pertenecer a una elite social, etc. Las marcas publicitarias intentan que las asociemos a estas ideas.

Esto se puede comprobar con bastante claridad en los anuncios de coches, el propietario de una buena marca de coche es admirado y envidiado por los demás, incluso los guardias de tráfico le ceden el paso frente a otros coches de inferior categoría. Si tenemos determinada marca tendremos más éxito social y personal (ligamos más). Estas ideas nos pueden parecer terriblemente primarias, pero, si reflexionamos unos instantes, nos damos cuenta que nos influyen en mayor o menor medida.

No hay nada más absurdo que endeudarse para aparentar que disponemos de un status social, incluso a veces los mismos viajes que realizamos los hacemos, en alguna medida, para responder luego ante nuestro círculo de amistades. Forzar nuestra economía para comprar un coche de elite, para darnos prestigio social, es algo que no se puede entender pero que ocurre constantemente.

Volviendo al título de estas líneas, es importante que no caigamos en los cantos de sirena de la publicidad: la felicidad y la alegría no depende de lo que vayamos a comprar, comprar productos de determinada marca no es señal de distinción y prestigio social, la apariencia física no es lo más importante para ser apreciados y queridos, si compramos determinados productos no pareceremos más jóvenes, guapos y delgados.

Si a lo anterior unimos el bombardeo publicitario para comprar a crédito (empresas de créditos fáciles), puesto que se nos hace ver que comprar a crédito no tiene ninguna dificultad y no plantea ningún problema, observaremos que la situación económica de muchas familias puede tambalearse ante semejantes señuelos que intentan que confundamos los objetos materiales con la felicidad.

Rubén Mendiola Erkoreka

Director de Consumo y Seguridad Industrial
Gobierno Vasco

Gasto navideño

Con la llegada de las fiestas navideñas las personas consumidoras nos vemos atrapados en una dinámica consumista que no tiene precedentes en el resto del año que nos induce a comprar obviando en buena parte la reflexión y responsabilidad que habitualmente establecemos en nuestras transacciones. Por todo ello compramos más y más caro generalmente. Este hecho estaría en relación no a una falta de madurez de los consumidores sino a los cambios de hábito que se han operado en lo que se refiere a las celebraciones de Navidad. Las fiestas han pasado de ser celebraciones estrictamente familiares a convertirse en la expresión máxima del consumismo.

A esta situación no resulta ajena la fuerte presión que recibe la ciudadanía, motivada por el potente y agresivo fenómeno de la publicidad, que bajo todo tipo de formatos, seduce y anula las voluntades más firmes, hecho éste que conlleva a que seamos uno de los países de la UE en los que mayor gasto per cápita se realiza en Navidad muy por encima de otros con superiores niveles de renta.

Según los datos recogidos en un estudio realizado conjuntamente por la Federación de Consumidores de Euskadi E.K.E., se desprende que éstas van a ser unas Navidades sensiblemente más caras que las anteriores, motivados por el incremento que ha sufrido la cesta de la compra y el que se prevé sobre todo para los productos tradicionalmente navideños, así como la subida de precios en ropa, calzado y el sector de ocio, que son sectores en los que se concentra fundamentalmente el gasto en estas fiestas. Por todo ello las familias vascas invertirán una media en torno a los 950 aproximadamente, algo más de un 6% de lo que se gastó el año pasado, cantidad que resulta llamativa, máxime si tenemos en cuenta que la deuda de las familias alcanza niveles históricos y que las recientes subidas de los tipos de interés van a gravar aún más esta situación.



Recomendaciones

La anticipación y la previsión han de ser nuestras más potentes herramientas ante la escalada del gasto e incremento de precios. Un recorrido atento por supermercados y jugueterías con la suficiente antelación nos puede llevar a un ahorro importante, sobre todo si aprovechamos las ofertas que en fechas anteriores se suelen llevar a cabo.

Por todo ello resulta necesario establecer un presupuesto equilibrado recordando la amplia gama de productos que nos ofrece el mercado y evitando adquirir aquellos productos que por tradición son sensiblemente más caros. Es conveniente en cuanto a cenas y comidas buscar alternativas a los platos tradicionales eligiendo menús equilibrados y nutritivos dentro de la gama que ofrece el mercado.

- **Comprar con la suficiente antelación evitando las prisas de los últimos días que nos impiden racionalizar la compra y que además suelen sufrir un incremento de precios.**
- **Las tiendas de consumo solidario, aparte de los beneficios sociales que reportan, pueden ser una buena alternativa para realizar un buen regalo**
- **Examinar con detenimiento las etiquetas de compra prestando atención especial a las fechas de caducidad.**
- **Cuando se trate de compra de objetos duraderos, conservar el recibo de compra así como la garantía debidamente sellada.**
- **Como norma general realice sus compras en aquellos establecimientos que estén adheridos al sistema arbitral del Gobierno Vasco.**

Distribución del gasto

Comida y bebida

A este apartado se destinará una cantidad en torno a los 320 .

Pescados y mariscos: Este es uno de los apartados que se lleva la mayor parte del presupuesto, dado que los productos estrella, tales como el besugo, las almejas, y el marisco fresco alcanzan incrementos importantes.

A esta partida le otorgamos un gasto de 130 de media, que puede verse sensiblemente disminuido si optamos por otro tipo de pescado, tales como el salmón, que alcanza una media de 9 frente a los 40 que puede alcanzar el besugo.

Carnes: Es uno de los capítulos que mantiene más estable los precios, estimándose un gasto aproximado de 75 . En este capítulo se han incorporado artículos tales como el solomillo y el cordero lechal.

Embutidos y patés: Se estima el gasto en una media de 35

Bebidas: Cava y vinos 35

Turrone y dulces: 45

Este incremento se debe fundamentalmente a que completar la cesta de la compra va a resultar un 8% más caro de media que el año anterior, lo que propiciará que se busquen para las cenas de Navidad y Nochevieja menús alternativos con materias primas más económicas.

Regalos y juguetes

Esta partida se mantiene similar a la del año anterior, entorno a unos 260 .

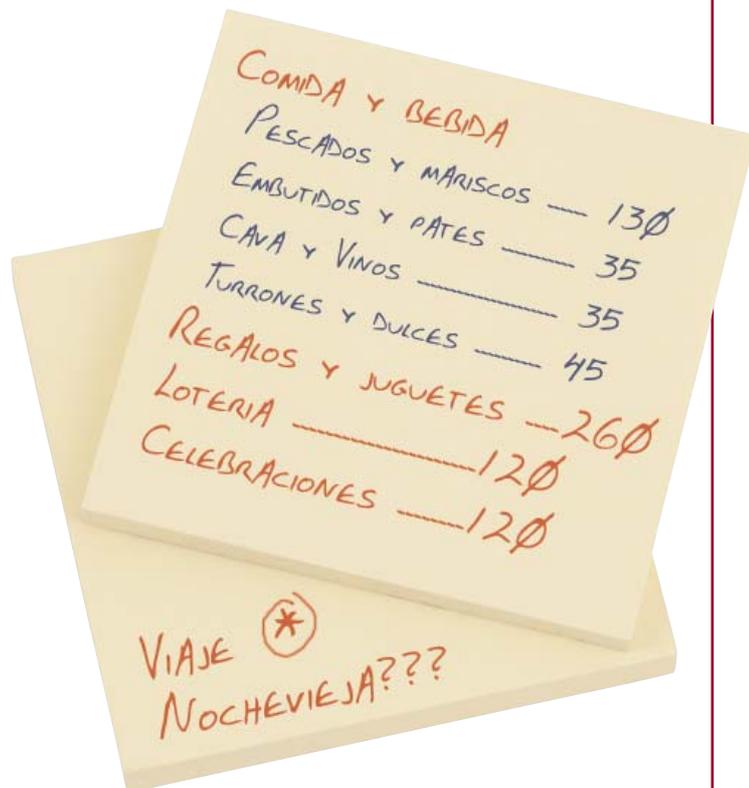
En este capítulo se observa una tendencia al alza al derivar el gasto hacia juguetes de componente electrónico.

Lotería

La partida destinada a este concepto se estima en 120 . En este apartado se hace imprescindible asignar un presupuesto, porque de lo contrario podemos acabar con los bolsillos repletos de participaciones.

Ocio y celebraciones

120 . Estas cantidades pueden verse incrementadas con la costumbre que últimamente va ganando terreno entre los consumidores de efectuar un viaje para celebrar el fin de año o unas vacaciones a la nieve, con lo cual la cifra podría verse incrementada según la opción elegida.



Consejos a la hora de comprar un juguete

AL COMPRAR:

- Acuda a establecimientos acreditados eludiendo las tiendas de temporada que desaparecen pasadas estas fechas.
- Busque el juguete apropiado para cada edad observando detenidamente las etiquetas explicativas y consultando al personal del establecimiento.
- Tenga en cuenta los gustos del niño sin imponerle ningún tipo de juego o juguete; el mejor juguete es aquel que ayuda al desarrollo de la imaginación infantil y al juego participativo. Evite los juguetes excesivamente complicados.
- Examine los juguetes detenidamente, probándolo si es preciso, y compruebe que el contenido se corresponde con lo que anuncia el embalaje.
- Conserve la factura como documento que avala la compra por si fuera necesario efectuar algún tipo de reclamación.

ANTES DE LA UTILIZACIÓN:

- Lea atentamente las instrucciones de empleo y las observaciones complementarias, montaje, equipo de protección, precauciones.
- Conserve todos los datos del fabricante o distribuidor, pueden ser de utilidad en el caso de tener que realizar una reclamación.

Consejos a tener en cuenta ante la compra de juguetes

ETIQUETAJE:

- En la etiqueta o caja del juguete deberá aparecer obligatoriamente la siguiente información:
 - Nombre, marca registrada, dirección del fabricante o su agente importador dentro de la CEE.
 - La marca CEE garantiza que el juguete cumple con las normas de seguridad españolas y europeas.
 - Instrucciones de uso y asesoramiento para una utilización segura del juguete.

- Algunos juguetes deben añadir en sus etiquetas leyendas suplementarias tales como: “No recomendado para menores de 36 meses”, “conveniencia de que sea utilizado en presencia de un adulto” o la necesidad de revisiones periódicas.

CONSIDERACIONES DE SEGURIDAD:

- Si compra una muñeca de peluche compruebe que los ojos no se arrancan fácilmente y sean susceptibles de poderse tragar.
- Comprueben que los juguetes no tienen bordes cortantes o puntas sobresalientes.
- Los juguetes que utilizan corriente eléctrica deben tener enchufes de seguridad, aunque no es recomendable su compra.
- Los juguetes para bebés han de estar fabricados con materiales irrompibles.
- Guardar siempre el resguardo o factura de compra para el caso de que fuera necesario realizar una reclamación.



Venta en rebajas

Las ventas en rebajas, tal como indica la normativa en vigor sobre ventas especiales, sólo podrán tener lugar como tales en dos temporadas anuales, la primera al principio del año y otra en torno al período de vacaciones de verano, aproximadamente en julio. Dentro del período fijado, cada comunidad autónoma establece la fecha de inicio y fin de las rebajas. Así y todo, la duración debe ser como mínimo de una semana y como máximo de dos meses.

Las rebajas, propiamente dichas, consisten en las ventas que realizan tanto pequeños como grandes comercios con el fin de fomentar la compra de artículos que quedan en el establecimiento una vez finalizada la temporada. Por tanto, los productos rebajados de precio tienen que haber formado parte de la oferta habitual del comercio durante, al menos, un mes, y no sacarlos a la venta expresamente para la ocasión. También es una obligación del comerciante que figuren en la etiqueta el precio o porcentaje rebajado junto al precio habitual. En cuanto a la calidad de los objetos, debe ser la misma que antes de rebajarlos.

Las personas consumidoras cada vez poseen un nivel más alto de información sobre sus derechos cuando hacen sus compras en las rebajas. No obstante, conviene recordar algunos aspectos:

Devoluciones: Antes de realizar la compra debe informarse si se admiten devoluciones, a través de dinero, vales o entrega de otro producto. En principio, el establecimiento no tiene la obligación de aceptar devoluciones, excepto cuando el artículo esté defectuoso. En ese caso, tanto en época de rebajas como fuera de ellas deberá cambiarlo. Aunque los comercios no estén obligados a realizar devoluciones, la mayoría si las acepta. Por tanto, si durante todo el año el punto de venta anuncia que se admiten cambios, deberá aceptarlas de igual forma en período de rebajas, salvo que se indique lo contrario expresamente en un lugar visible.

Si se adquiere un producto antes de la época de rebajas y se devuelve cuando ya han comenzado se deberá abonar el precio que tenía cuando fue comprado, y no el precio rebajado. Puesto que si el establecimiento se queda con la diferencia está obteniendo un beneficio que va en contra de la ley. E igual sucedería en el caso contrario.

En cualquier caso, se devolverá el importe que indique la factura o el ticket de compra, si se acepta la devolución de dinero. Así, es imprescindible solicitar el comprobante de compra como garantía de una posible reclamación. La factura es el documento fundamental que justifica la adquisición del artículo.

Formas de pago: Los medios de pago más comunes son en metálico o con tarjeta. Si el comerciante normalmente admite la tarjeta como forma de pago estará obligado a aceptarla todo el año, incluso en rebajas. Sin embargo, algunas tiendas prefieren el pago en metálico para eludir el pago de comisiones a bancos y cajas. Si no admiten tarjetas en rebajas deberán indicarlo de forma bien visible.

Garantía: Los productos duraderos generalmente ofrecen garantía y ésta no puede ser anulada con la excusa de haber rebajado su precio. Por eso, si el artículo presenta algún fallo de funcionamiento o de otro tipo tiene el derecho de exigir la garantía.

Es aconsejable **guardar los folletos publicitarios** si se tiene pensado adquirir algún objeto de los que aparecen en él, por si se produce alguna diferencia de precio al comprarlo u otros problemas. La promesas publicitarias del comerciante tienen valor contractual y podemos exigir su cumplimiento.

No se deben aceptar **productos de calidad inferior o defectuosos** por estar rebajados.

En cualquier caso, si el consumidor percibe alguna irregularidad en la compra o a la hora de realizar alguna queja, puede defender sus derechos denunciando la situación mediante la solicitud de una hoja de reclamaciones.



Contratos celebrados por consumidores fuera de los establecimientos mercantiles

Entre las modalidades más conocidas de estas formas de venta, caracterizadas por perfeccionarse fuera de un establecimiento comercial, destacan las promociones que se realizan en el trayecto de una excursión o visita, las que se realizan en una reunión en un hotel, o bien una visita –no concertada previamente– al domicilio del particular. Los productos ofrecidos varían: colecciones audio-visuales o editoriales, cursos a distancia, utensilios del hogar, etc.

La regulación legal

Esta modalidad comercial ha sido regulada por la Unión Europea, de manera que existe un conjunto mínimo de derechos y obligaciones de los consumidores y empresarios, que todos los Estados miembros deben garantizar.

Es imprescindible, para ello, que la venta o contrato cumpla **alguno** de los siguientes requisitos:

- Que se realice **fuera del establecimiento mercantil** del empresario o profesional.
- Que tenga lugar en el **domicilio de un consumidor** o en su centro de trabajo. Se exceptúan los casos en los que el consumidor ha llamado previamente al empresario o representante, o cuando aquél haya programado la visita de los profesionales citados, o si la visita se produce pasado un tiempo razonable, en función de la naturaleza del objeto del contrato y el precio y la finalidad previamente establecidos.
- Que tenga lugar en un **medio de transporte público**.

Los contratos excluidos

En principio, y con las salvedades siguientes, **todos** los contratos y las ofertas realizadas fuera del establecimiento mercantil, tienen una regulación específica y debe ser el empresario o profesional el que pruebe que no se someten a dicha normativa. Sin embargo, se exceptúa la aplicación de esta normativa a los contratos siguientes:

- de seguros
- sobre valores mobiliarios (acciones, bonos...)
- documentados notarialmente
- de construcción, arrendamiento o venta de bienes inmuebles, o que se basen en derechos sobre éstos



- cuyo importe o prestación total a pagar por el consumidor no llegue a 48,08 euros
- relativos a productos de alimentación, bebidas y otros bienes consumibles de uso común en el hogar, suministrador por proveedores que efectúen repartos
- cuando concurren **juntas** las 3 circunstancias siguientes:
 - 1) el consumidor ha consultado libremente un catálogo que fundamenta el contrato o venta, y
 - 2) existe la previsión de un trato continuado en el tiempo entre empresario-consumidor, respecto a la operación a realizar y las que se deriven, y
 - 3) catálogo y contrato mencionan, de forma clara, el derecho de libre rescisión a favor del consumidor, en un plazo mínimo de 7 días, o bien establecen de forma clara el derecho del consumidor a devolver los pro-

ductos en un plazo mínimo de 7 días, a contar desde la fecha de la recepción de los productos.

Por tanto, en cada uno de los anteriores supuestos, no se aplicará la regulación específica que la Unión Europea ha previsto para los contratos celebrados por consumidores fuera de establecimientos mercantiles. Siguiendo con esta regulación específica, es necesario distinguir los principales derechos y obligaciones de los consumidores y empresarios que intervienen.

La formalización del contrato

Existen dos importantes documentos vinculados a esta forma de venta, que ineludiblemente deberán cumplir unos requisitos concretos. En caso de no cumplirse, el consumidor podrá anular la compra realizada.

a. El contrato: tanto el contrato como la oferta deberán figurar por escrito, en ejemplar duplicado. Se indicará la fecha y se reservará un lugar para la firma de puño y letra del consumidor, sobre el cual se incluirá una explicación clara y precisa del derecho de revocación del contrato, indicando las condiciones y consecuencias de su ejercicio. Firmado el contrato, el profesional entregará al consumidor un ejemplar más el documento de revocación.

b. El documento de revocación: acompaña al contrato, y bajo la mención clara y destacada de documento de revocación, indicará el nombre y dirección del destinatario al que el consumidor deberá enviarlo en caso de querer anular el contrato. Se incluirán también los datos de identificación del contrato y de las partes contratantes.

La revocación del contrato

Si el consumidor decide rectificar su decisión de compra, puede hacerlo sin alegar motivo alguno. Dispone de un plazo de 7 días desde la recepción de los productos adquiridos para comunicárselo al empresario. La forma idónea de hacerlo sería enviando un telegrama con acuse de recibo, por ejemplo, o bien directamente devolviendo los productos recibidos. El consumidor deberá probar que ha ejercido el derecho de revocación dentro del plazo establecido. Dicho ejercicio no deberá suponer gasto alguno para el consumidor.

Una vez revocado el contrato, el vendedor debe devolver el precio y el comprador el producto.



El consumidor no está obligado a pagar ningún importe por la disminución de valor que la cosa objeto del contrato experimentó, si fue debido al uso de la cosa de conformidad a su naturaleza o a lo convenido en el contrato.

Si el consumidor perdió o destruyó el objeto del contrato, por causa que le es imputable, deberá abonar el valor de mercado que dicho producto tenía al tiempo de revocar el contrato, siempre que este valor sea inferior al precio de compra: si es superior, el consumidor deberá abonar el importe que corresponda.

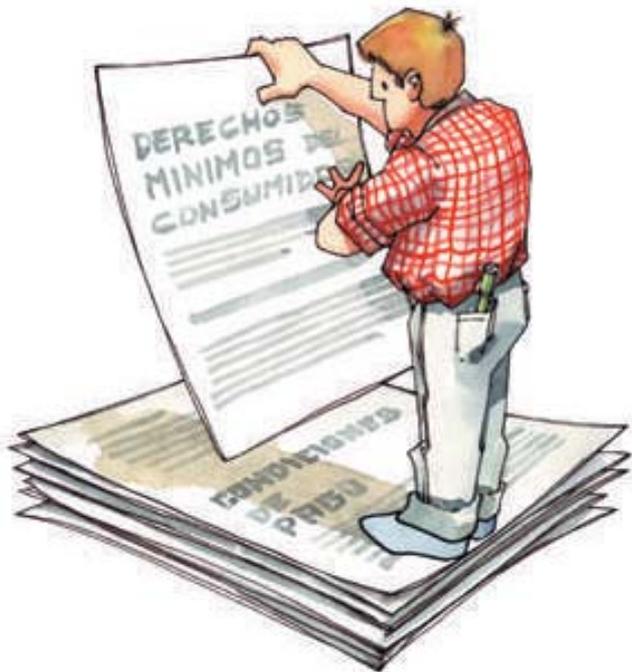
Si el empresario cumple con sus obligaciones, la imposibilidad de devolver el producto objeto del contrato sólo será atribuible al consumidor si éste no actuó con la misma diligencia que para sus propios asuntos.

La responsabilidad

Junto al empresario y quienes actúen por cuenta del mismo, responderán solidariamente el mandatario, comisionista o agente que hayan actuado en nombre propio.

Recuerde:

Estos son los derechos mínimos a los que el consumidor no puede renunciar, aunque el contrato podría, en cambio, contener cláusulas más beneficiosas para él.



- **Revise** las condiciones de pago de estas ventas.
- **No firme** bajo ningún pretexto documentos que no estén debidamente identificados, y menos si están en blanco. Así evitará sorpresas como el añadido de intereses o recargos no indicados. El vendedor suele ofrecer financiación de la compra mediante créditos o préstamos per-

sonales. **Valore** si realmente le interesa dicha financiación y no firme nada si no está completamente seguro de que comprende todas las cláusulas del contrato.

- **Exija** la acreditación del vendedor, especialmente en caso de visitas domiciliarias.
- **No se deje impresionar** por regalos o promesas, ni entregue dinero anticipado.
- **Pida factura** o recibo firmados por el vendedor si avanza alguna cantidad, en los cuales figure el NIF, la dirección, y se desglosen los conceptos y el importe total. Si detecta alguna irregularidad, debe comunicarlo a la empresa por escrito. Si pese a ello no obtiene una respuesta satisfactoria, podrá dirigirse a una asociación de consumidores, o bien a la administración competente en consumo más cercana a su domicilio, para interponer la reclamación o, en su caso, solicitar un arbitraje de consumo.

Fuente: Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno Vasco.

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

INDUSTRIA, MERKATARITZA
ETA TURISMO SAILADEPARTAMENTO DE INDUSTRIA,
COMERCIO Y TURISMO

Conflicto Euskaltel – Orange. Resolución CMT

Tras la disputa comercial entre Euskaltel y Orange, el Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) ha adoptado una resolución relativa al conflicto presentado por Euskaltel frente a Orange como consecuencia de la ruptura de su colaboración para prestar telefonía móvil en la Comunidad Autónoma Vasca. La CMT entiende que debe preservar la libertad de los usuarios para decantarse por una u otra compañía. En este sentido, considera que el instrumento de la portabilidad permite, en el presente conflicto, garantizar la libre decisión de los clientes contratados al amparo del Acuerdo Marco de Colaboración suscrito por Euskaltel y Orange el 16 de diciembre de 1998.

En relación con los clientes que opten por solicitar la portabilidad con Euskaltel, Orange deberá transmitir los datos relacionados con los servicios disponibles relativos a la configuración de red privada virtual, a los clientes de pre-pago y a otros servicios configurados por el propio usuario (desvío de llamada, llamada en espera, etc.)

La resolución dictada por el Consejo de la CMT considera razonable el acceso a estos recursos para seguir manteniendo en las mejores condiciones posibles el servicio ofrecido, evitando al máximo los perjuicios al usuario.

La CMT también ha asegurado el suministro de red a todos los usuarios durante el tiempo necesario para que puedan optar por solicitar la portabilidad con Euskaltel. En consecuencia, Orange deberá garantizar hasta el 31 de enero de 2007 la prestación del servicio a todos los clientes contratados al amparo del Acuerdo de 1998 y tal servicio deberá continuar de forma indefinida para los clientes que, habiendo solicitado la portabilidad a Euskaltel, no hayan culminado el proceso.

La resolución levanta la prohibición que pesaba sobre ambas compañías para llevar a cabo acciones comerciales individualizadas o generales sobre clientes del Acuerdo Marco de Colaboración. De esta manera, Orange y Euskaltel podrán dirigirse de igual forma a este colectivo para intentar su captación.

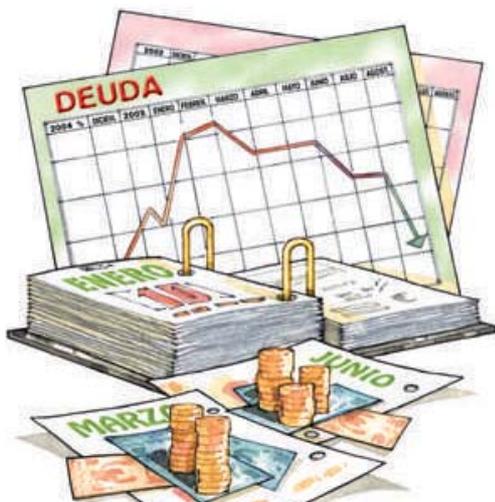
Consejos para consumir de forma responsable

- Consumir de acuerdo a nuestras necesidades reales y a nuestra capacidad económica, evitando realizar un gasto incontrolado al que nos cueste hacer frente.
- Procurar no caer en el consumo irreflexivo e impulsivo, analizar las necesidades y las obligaciones así como distinguir lo insustituible y lo verdaderamente necesario.
- Elaborar una lista, antes de ir de compras, en la que apuntemos lo necesario y ceñirnos lo máximo posible a ella.
- Evitar comprar de forma alocada nada más cobrar el sueldo, en momentos de tristeza o cuando se tiene el estómago vacío.
- No dejarnos cegar por las ofertas y comprobar que éstas realmente lo son.
- No dejarnos manipular por la publicidad y por otras influencias consumistas, desarrollando un espíritu crítico que contribuya a protegernos del gasto incontrolado.
- Distinguir entre el uso de las tarjetas como instrumento de pago del uso como medio de obtención de crédito. En el primer caso, podemos no ser conscientes del gasto y comprar en exceso. En el segundo, aún más peligroso, podemos acostumbrarnos a gastar mediante las tarjetas de crédito el dinero que aún no tenemos.



Evitar créditos rápidos

- No comprar a crédito cosas que puedan esperar a que tengamos el dinero suficiente para pagarlas al contado.
- Antes de realizar la petición de un crédito debemos analizar si seremos capaces de soportar la deuda que conlleva. Lo aconsejable es solicitarlo cuando es verdaderamente necesario y no acostumbrarnos a vivir permanentemente endeudados.
- Tener en cuenta que un endeudamiento superior al 20% de los ingresos puede implicar una situación de endeudamiento progresivo. Por ello, cuando se contraen deudas de larga duración, hay que prever la situación económica que tendremos durante los próximos años.
- Llevar un control exhaustivo de los gastos, el saldo de las cuentas y las fechas en las que tendremos que realizar los pagos.
- Tener como prioridad la reducción de la deuda, utilizando todo el dinero disponible y el que pueda sobrar a fin de mes para invertirlo en ello.
- Y, ante todo, tener en cuenta que el hecho de adquirir bienes o contratar servicios en exceso, lejos de favorecer una mejor calidad de vida, provoca estrés, nerviosismo y poca satisfacción.



EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

INDUSTRIA, MERKATARITZA
ETA TURISMO SAILADEPARTAMENTO DE INDUSTRIA,
COMERCIO Y TURISMO

Ahora también, cita médica por internet

Reservar tu cita médica es muy fácil. Sólo tienes que seguir los siguientes pasos:

Entra en **www.osanet.net**



1 Identifícate



Mediante tarjeta sanitaria electrónica

Introduciendo tus datos personales

2 Introduce tus datos personales

Num. Tis: Fecha de caducidad: / /
 Fecha de nacimiento:
 Día: Mes: Año:

3 Selecciona el día

Elije una de estas dos posibilidades:

Primera hora disponible

El día a partir de horas (opcional)

4 Revisa los datos

Paciente: Begoña Bilbao Gómez
 Centro de salud: Doctor Areilza
 Médico: Ángela Goikoetxea Pérez
 Día y hora propuestos: 18 / 05 / 07 a las 16:15 horas

Si lo deseas, puedes modificarla. Cuando estés de acuerdo, pulsa Confirmar.

5 Imprime el justificante

Con la confirmación de tu reserva podrás imprimir el justificante de tu cita médica.

Además, con tu Tarjeta Sanitaria Electrónica también puedes ver tus citas pendientes





Háganos llegar sus consultas a: Federación de Consumidores de Euskadi. C/ Juan de Ajuriaguerra, 9-7º. 4
8009 BILBAO o por correo electrónico a: eke@arrakis.es

¿Es posible el desistimiento anticipado del contrato de arrendamiento?

La Ley de Arrendamientos Urbanos en su artículo 11 establece que en arrendamientos de duración pactada superior a cinco años, podrá el arrendatario desistir del contrato siempre que el mismo hubiere durado, al menos, cinco años y dé el correspondiente preaviso al arrendador con una antelación mínima de dos meses.

Las partes podrán pactar en el contrato que, para el caso de desistimiento, deba el arrendatario indemnizar al arrendador con una cantidad equivalente a una mensualidad de la renta en vigor por cada año del contrato que reste de cumplir. Los períodos de tiempo inferiores al año darán lugar a la parte proporcional de la indemnización.

Si se sobrepasa en una venta el precio de la capitalización de la renta, ¿significa la nulidad de dicha venta?

El inquilino podrá impugnar la transmisión efectuada cuando el precio de la misma, incluido el importe de las cargas, exceda de la capitalización de la renta anual que en el momento de la transmisión pague el inquilino. Pero este precio máximo, de sobrepasarse, no significa en ningún caso la nulidad de la compraventa, sino la posibilidad de que sea impugnada por el arrendatario dentro del plazo de 60 días que establece el apartado 2 del citado artículo, en el sentido de que el nuevo adquirente no pueda denegar la prórroga por causa de necesidad.

Instalación de un ascensor y necesidad de disponer de parte de una propiedad privada.

En principio, ya se trate de la instalación de un nuevo servicio común de interés general, o suponga una obra para la eliminación de las barreras arquitectónicas para los minusválidos, o mayores de 70 años, por aplicación del artículo 17.1 de la LPH, el acuerdo sería de las tres quintas partes o de la mayoría del total de cuotas o propietarios., Ahora bien, aunque el acuerdo adoptado reúna todos los requisitos legales en cuanto a los quórum fijados legalmente, el problema estará en si técnicamente el citado acuerdo obliga a uno o varios propietarios a ceder una parte de su propiedad. Nuestra opinión al respecto es negativa, por cuanto la servidumbre que figura en el artículo 9.1.c) no consiste, siguiendo las reglas generales del Código Civil, en obtener parcialmente una propiedad privada, sino en conseguir el paso, por ejemplo de tubos o algo similar.

De este modo, caben dos posiciones. Si en el acuerdo figura ya que habrá que privar de una parte de elemento privativo al titular, la impugnación debe hacerse a tenor de esta decisión carente de base legal. Si en el repetido acuerdo lo único que consta es que se va a instalar el ascensor, sin mencionar para nada en qué consiste la servidumbre, el afectado puede esperar a que la comunidad le exija la cesión de parte de su propiedad, negándose y entonces será la junta la que tendrá que acudir al proceso judicial para conseguir dicha pretensión que, insistimos, desde nuestro punto de vista no tiene nada que ver con el concepto jurídico de servidumbre.

En ambos casos, en el juicio el propietario del local debe solicitar, de forma subsidiaria para el caso de que no se admitan sus razones, la indemnización que corresponda, que debe contemplar la parte proporcional del valor del local, añadiendo en su caso los perjuicios que esta privación puede ocasionar en el valor global.