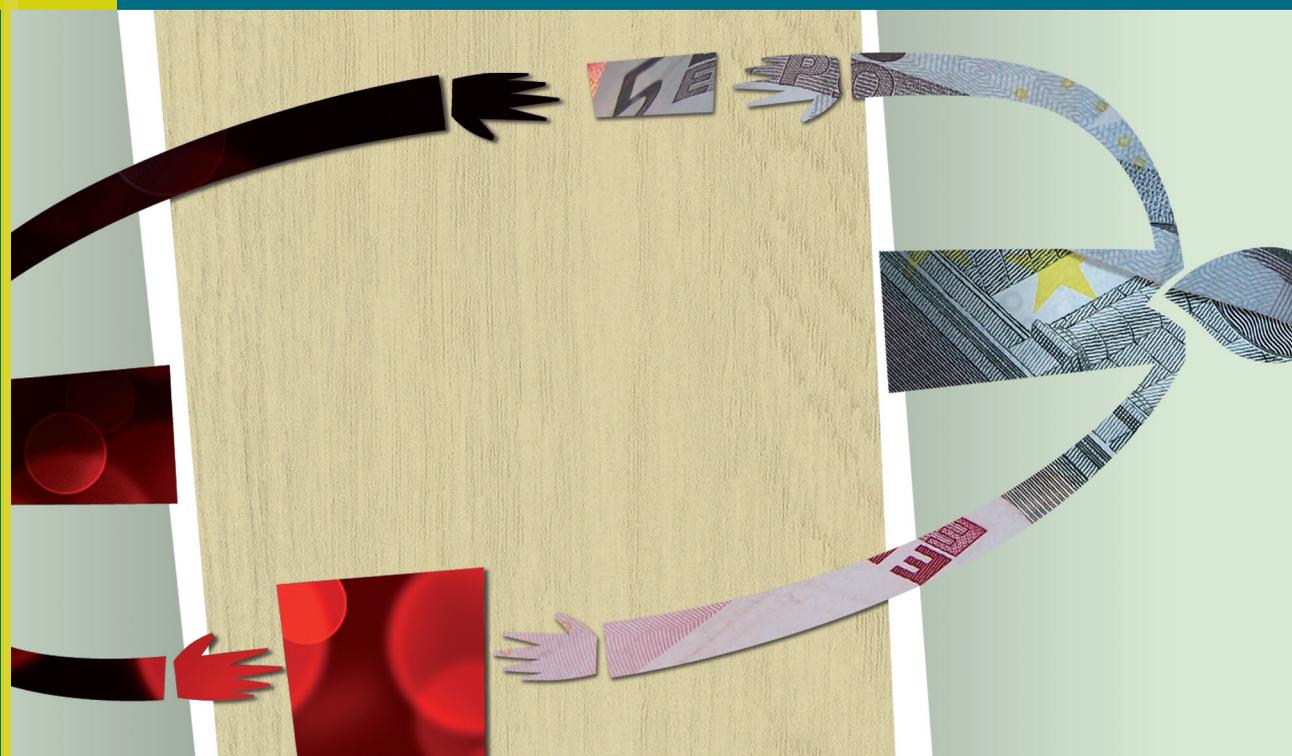


"Juan
San Martín"
GIZA
ESKUBIDEEN
BILDUMA

COLECCIÓN
DERECHOS
HUMANOS

"Juan
San Martín"



APLICACIÓN DE LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS USUARIAS Y CONSUMIDORAS EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO

Informe de investigación

Farapi:

Ana Beatriz Rodríguez Ruano (investigadora principal)

Oihane García Santiago

Amaia Benito Pumarejo

Araitz Rodríguez Gutiérrez

Nerea Elías Muxika

Begoña Pecharromán Ferrer

ararteko

Herriaren Defendatzaila
Defensoría del Pueblo

“Juan San Martín” GIZA ESKUBIDEEN BILDUMA
COLECCIÓN DERECHOS HUMANOS “Juan San Martín”

8



APLICACIÓN DE LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS USUARIAS Y CONSUMIDORAS EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO

Informe de investigación

Farapi:

Ana Beatriz Rodríguez Ruano (investigadora principal)

Oihane García Santiago

Amaia Benito Pumarejo

Araitz Rodríguez Gutiérrez

Nerea Elías Muxika

Begoña Pecharromán Ferrer



**VITORIA-GASTEIZ
2012**

Lan hau Creative Commons-en Attribution 3.0 Unported lizentziapean dago



Lizentziaren kopia bat ikusteko,

- sartu hemen: <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/es/>

- edo gutun bat bidali helbide honetara: Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

APLICACIÓN de los derechos de las personas usuarias y consumidoras en la Comunidad Autónoma del País Vasco : informe de investigación [Baliabide elektronikoa] / Farapi, Ana Beatriz Rodríguez Ruano (investigadora principal) ... [et al.]. – Vitoria-Gasteiz : Ararteko, 2012
151 or. – (“Juan San Martín” Giza ezkubideen bilduma = Colección Derechos humanos “Juan San Martín” ; 8)
Arartekoak, Euskal Herriaren Defendatzaileak, iragarritako ikerketa beka
Sistemaren eskakizunak: Adobe Acrobat Reader
Sartzeko modua: [World Wide Web](#)
Interneten [RTF](#) eta [XML](#) formatuetan ere erabilgarri dago
1. Kontsumitzaileen babesa
346.548(460.15)

Arartekoaren argitalpenak eskuratzeko:

- [web gunean](#)
- [posta elektronikoz](#) eskatuz
- **aurrez aurre gure hiru bulegoetako batean, idatziz** (Prado 9, 01005 Vitoria-Gasteiz) edo **telefonoz** (945 13 51 18)

Esta obra está bajo una licencia Attribution 3.0 Unported de Creative Commons



Para ver una copia de la licencia,

- visite: <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/es/>

- o envíe una carta a: Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California 94105, USA.

APLICACIÓN de los derechos de las personas usuarias y consumidoras en la Comunidad Autónoma del País Vasco : informe de investigación [Recurso electrónico] / Farapi, Ana Beatriz Rodríguez Ruano (investigadora principal) ... [et al.]. – Vitoria-Gasteiz : Ararteko, 2012
151 p. – (“Juan San Martín” Giza ezkubideen bilduma = Colección Derechos humanos “Juan San Martín” ; 8)
Beka de investigación convocada por el Ararteko, Defensoría del Pueblo Vasco
Requisitos del sistema: Adobe Acrobat Reader
Modo de acceso: [World Wide Web](#)
Disponible también en Internet en [RTF](#) y [XML](#)
1. Protección del consumidor
346.548(460.15)

Para acceder a las publicaciones del Ararteko:

- en la [web](#)
- mediante **solicitud por correo electrónico**
- **presencialmente en cualquiera de las tres oficinas, por escrito** (Prado 9, 01005 Vitoria-Gasteiz) o por **teléfono** (945 13 51 18)

ARARTEKO

Multimedia: UTE MANIPULADOS - EPS

Ilustración de cubierta / Azaleko irudia: EPS comunicación • www.eps-grupo.com

AURKEZPENA / PRESENTACIÓN	11
INTRODUCCIÓN	15
APARTADO 1. PERSONAS USUARIAS Y RECLAMANTES ¿NUEVOS PERFILES DE CONSUMO?	17
1.1. <i>La globalización: nuevo modelo de producción, consumo y reclamación</i>	17
1.2. <i>¿Por qué adquirimos las cosas que adquirimos?</i>	18
1.3. <i>¿Quién reclama?</i>	19
1.4. <i>Definiciones necesarias</i>	20
APARTADO 2. CONSULTAS Y RECLAMACIONES EN TRES SECTORES ESTRATÉGICOS	23
2.1. <i>Sector de transportes</i>	25
2.2. <i>Sector de las tecnologías</i>	26
2.3. <i>Sector de telecomunicaciones</i>	27
APARTADO 3. INICIATIVAS EN DEFENSA DE LAS PERSONAS USUARIAS Y CONSUMIDORAS	31
3.1. <i>Entidades de defensa de las personas usuarias y consumidoras</i>	31
3.2. <i>Mecanismos de defensa en las empresas privadas</i>	35
3.3. <i>Mapa de recursos de defensa en consumo en el País Vasco</i>	37
APARTADO 4. MARCO JURIDICO-NORMATIVO	39
4.1. <i>Marco jurídico básico</i>	39
4.1.1. <i>Derechos de las personas consumidoras y usuarias en el País Vasco</i>	40
4.1.2. <i>Inspección de Consumo</i>	45
4.1.3. <i>Competencias de las Administraciones Públicas</i>	47
4.1.4. <i>El papel de las empresas</i>	48
4.2. <i>Bienes de consumo: productos tecnológicos</i>	48
4.2.1. <i>La factura</i>	48
4.2.2. <i>Cambios</i>	48
4.2.3. <i>El etiquetado</i>	49
4.3. <i>Contratos: los servicios de telecomunicaciones</i>	51
4.3.1. <i>Información alrededor de la contratación</i>	51
4.3.2. <i>La contratación</i>	51



4.3.3. Contratos celebrados a distancia	52
4.3.4. Reclamaciones	54
4.3.5. Rescisión del contrato	54
4.3.6. Garantía y servicios postventa y postcontratación	55
4.4. <i>El transporte aéreo</i>	56
4.4.1. Cancelación de vuelos	56
4.4.2. La sobre-reserva u overbooking	57
4.4.3. Retraso	57
4.4.4. Incidencias con el equipaje	58
APARTADO 5. RESULTADOS	61
5.1. <i>Comienzo del proceso: los motivos</i>	67
5.1.1. Darse cuenta del problema y reaccionar	67
5.1.2. Primeros pasos: consulta a la empresa	68
5.1.3. Procedimientos en los tres sectores	68
5.2. <i>Continuación del proceso: pensando alternativas</i>	75
5.2.1. Personas que en este punto del proceso no continúan	75
5.2.2. Personas que en este punto del proceso continúan	77
5.2.3. ¿Por qué se llega a estos recursos?	77
5.2.4. ¿Cómo se llega a estos recursos?	78
5.2.5. Confusión entre recursos	79
5.2.6. Las OMIC	80
5.2.7. Asociaciones	82
5.2.8. Relaciones OMIC – Asociaciones	84
5.2.9. Kontsumobide-Instituto Vasco de Consumo	85
5.2.10. SETSI-Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información	86
5.2.11. Centro Europeo del Consumidor	86
5.2.12. Sistema Arbitral de Consumo	86
5.2.13. Vía Judicial	87
5.3. <i>Final del proceso: ¿la luz al final del túnel?</i>	88
5.3.1. Reclamación directa a la empresa	88
5.3.2. Reclamación por vías formales	88
5.3.3. Valoración después del proceso	88
5.3.4. Diferencias percibidas entre antes y después	90
5.3.5. Las personas insertas como enganche de las ajenas	91
5.3.6. Sentimientos que genera el proceso	91
5.4. <i>Las empresas</i>	96
5.4.1. Las explicaciones de las empresas	96
5.4.2. La visión de las personas	97
5.4.3. La atención al cliente: ese departamento maldito	103
5.4.4. Buenas prácticas	106

APARTADO 6. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS	107
6.1. <i>Conclusiones</i>	107
6.2. <i>Propuestas</i>	109
BIBLIOGRAFÍA	111
WEBGRAFÍA	119
ANEXOS. RELACIÓN DE CENTROS PERTENECIENTES A LA RED CIAC	123
LOS DERECHOS A LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y USUARIAS EN EL PAÍS VASCO. RECOMENDACIONES A ENTIDADES DE DE- FENSA	137
RECOMENDACIONES A EMPRESAS EN EL TRATAMIENTO DE LAS PERSONAS	141
ITINERARIO DE SUPERVIVENCIA PARA CONSUMIDORES	144

AURKEZPENA

Duela zenbait urtez geroztik, Arartekoak ikerketa-bekak iragartzen ditu aldizka, erakundearen eginkizunekin zerikusia duten arloetan sakon azter daitezen giza eskubideei buruzko eta beren ahultasunagatik Arartekoaren arreta berezia behar duten taldeei buruzko alderdiak.

Denok dakizuenez, Arartekoaren betekizun nagusia da euskal administrazioen organoen jarduera kontrolatzea, administrazioen irregularitasunek eragindako herritarren eskubideak zaintzeko.

Horregatik, kontsumoaren arloan, arazoak enpresa pribatuen jarduerak sortzen dituztenez gero, Arartekoak mugatua du bere jarduera-eremua, partikularren arteko arazoak baitira eta ezin baitu zuzenean esku hartu herritarrek egiten dizkioten kezarik gehienetan. Hala ere, herritarrei aholkuak ematen dizkiegu, beraien erreklamazioa erakunde eskudunei azaltzeko zer urrats egin behar dituzten adierazten diegu.

Era berean, Arartekoak baditu beste tresna batzuk, helburu orokorrekoak –ez kexa zehatz bati lotuak politika publikoak ebaluatzeko: adibidez, eskubideen arloan ikerketa sustatzea, ikerketa-bekak iragarriz (horren barruan kokatzen da proiektu hau); administrazioen jarduera egokiak bultzatzea; edo jardunaldiak burutzea (esate baterako, EHUK antolatutako uda ikastaroetan, Arartekoak jardunaldi bat antolatu du eta gero mintzatuko naiz horretaz). Horiek guztiek kontsumitzaileen eta erabiltzaileen eskubideak babestea dute helburu.

PRESENTACIÓN

Desde hace varios años, el Ararteko convoca periódicamente becas de investigación dirigidas a profundizar en aspectos relacionados con los derechos humanos en ámbitos que guardan relación con las funciones de la institución, así como con colectivos que son objeto de especial atención del Ararteko en razón a su mayor vulnerabilidad.

Como todos ustedes saben, la función del Ararteko consiste en el control de la actuación de los órganos de las diferentes administraciones vascas, para velar por los derechos de la ciudadanía que pueda verse afectada por irregularidades administrativas.

Por ello, en el ámbito de consumo, en tanto que los problemas que se suscitan versan sobre actuaciones de empresas privadas, el Ararteko ve limitado su ámbito de intervención por tratarse de conflictos entre particulares, y no puede intervenir directamente en la mayoría de las quejas que nos presenta la ciudadanía, si bien realizamos una tarea de asesoramiento sobre los pasos que deben dar para proseguir con su reclamación ante las instancias competentes.

Igualmente, el Ararteko dispone de otras herramientas de propósito general no ligadas a la resolución de una queja concreta para evaluar las políticas públicas, como son el fomento de la investigación en materia de derechos mediante la convocatoria de becas de investigación en la que se enmarca el presente proyecto, la promoción de buenas prácticas por las administraciones, o la celebración de Jornadas (como la que se celebra este año dentro de los cursos de verano de la UPV organizado por el Ararteko a la que después me referiré), todas ellas encaminadas a la defensa de los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

Tradizioz, ikerketa-beketan, gure ohiko jarduerarekin zerikusia duten gaien gaineko ikerketak bultzatu izan dira (bakarrik dauden adin txikiko atzerritarrak, etorkinek gizarte-zerbitzuak eskuratu ahal izatea, terrorismoaren biktimak, atxiloaldi inkomunikatua, e.a.). Hala ere, Arartekoa kontsumitzaileen eskubideengatik gero eta kezkatuago zegoenez gero, ikerketa-proiektu hau iragarri zuen 2010ean, eta Farapi aholkularitza-enpresa izan zen esleipendun. Bi helburu zituen:

- Erabiltzaileen eta kontsumitzaileen eskubide batzuk nola ezartzen diren sakonki aztertzea, izan ere, gure ustez, arazo horiek biztanle gehienengan dute eragina eta eskubide horiek urratzeak biziago eragiten diete babesik gutxien duten taldeei.
- Erabiltzaileek eta kontsumitzaileek, beren eskubideak baliatzeko orduan, zer eskubide dituzten ezagutaraztea, baita ere administrazio eskudunek eskubide horiek zaintzeko zer eginkizun bete behar duten.

Emaitza oso ona izan da, jarraian azalduko dugunez. Azterlan horri esker, askoz hobeto dakigu zertaz, nola eta zergatik erreklamatzeko den eta noren aurrean egin behar den (hori interes orokorreko material garrantzitsua da); horrez gain, juridikoa ez baina garrantzitsua den ikuspegitik, askoz hobeto dakigu erreklamatzailerik zer-nolako oztopoak aurkitzen dituzten eta erreklamazio-prozesuak berak zer erakusten digun. Orobat, zenbait gomendio egin ditugu eta horiek baliagarriak izan daitezke bai kontsumitzaileak babesten dituzten erakunde guztientzat, bai zerbitzu horiek eskaintzen dituzten enpresentzat ere.

Lan bikain horrekin batera, laster kontsumoarekin lotutako beste gai batez hausnartu ahal izango dugu, bada EHuko uda ikastaroetan, uztailearen 6an Arartekoak zuzendutako jardunaldi bat egingo da, erakunde pribatuek interes orokorreko zerbitzu publikoak emateari buruz.

Aunque tradicionalmente las becas de investigación se han dirigido a propiciar investigaciones en línea con otros temas más relacionados con nuestra actividad ordinaria (menores extranjeros no acompañados, acceso personas inmigrantes a los servicios sociales, víctimas del terrorismo, detención incomunicada, etc.), el Ararteko, preocupado cada vez más por los derechos de los consumidores, convocó en 2010 este proyecto de investigación, del que resultó adjudicatario la consultora Farapi, con el objetivo de:

- Analizar a fondo la aplicación de algunos derechos de las personas usuarias y consumidoras, entendiendo que se trata de problemas que afectan a la mayor parte de la población, y que la vulneración de esos derechos incide de forma más intensa en determinados colectivos más desprotegidos.
- Dar a conocer los medios de defensa de los que disponen las personas usuarias y consumidoras, en ejercicio de sus derechos como tales, y el papel de tutela de los mismos que las administraciones competentes están llamadas a cumplir.

El resultado ha sido plenamente satisfactorio, como se explicará seguidamente y, gracias a este estudio, disponemos de mucha mayor información, no solo de qué, cómo y por qué se reclama, y ante quién ha de hacerse (lo cual constituye un material de interés general muy importante), sino también, desde una perspectiva no jurídica que también es relevante, sobre los obstáculos con los que las personas que emprenden una reclamación se encuentran y lo que ese propio proceso de la reclamación nos enseña. Asimismo, disponemos de unas recomendaciones que serán útiles para todas las instituciones de defensa de las personas consumidoras, así como para las propias empresas prestadoras de estos servicios.

En paralelo con este magnífico trabajo, vamos a disponer en breve de una nueva ocasión para reflexionar sobre otro tema relacionado con el consumo, ya que dentro de los Cursos de Verano de la UPV, se celebrará una jornada el día 6 de julio dirigida por el Ararteko, sobre la prestación de servicios públicos de interés general por entidades privadas.

Gaur egun, administrazioan ohikoa da eta gizartean onartuta dago enpresa pribatuek pertsonentzat oso garrantzitsuak diren zerbitzu orokorrak eta publikoak egitea (elektrizitatea, ura, telefonia, garraioa, e.a.), kudeaketa-sistema ezberdinak erabiliz. Kontu hori ez da berria.

Interes orokorreko zerbitzuak pribatu bihurtzeak ez luke babes-galerarik ekarri behar, oinarrizko eta funtsezko eskubideak baitira eta, urratzen badira, herritarren bizi-kalitatean eragiten baitute.

Horren haritik, guztiok gonbidatuta zaudeten jardunaldi horretan, Arartekoak eztabaida piztu nahi du arazo horren gainean –interes orokorreko zerbitzuen ikuspegi teorikotik abiatuta–, baita ere zerbitzuen erabiltzaileek egindako salaketen eta haien eskubideen gainean. Era berean, bi gauza aztertu nahi dira: batetik, eragindako administrazioek beren titulartasuneko zerbitzuak nola egiten diren benetan eta eraginkortasunez kontrolatzeko duten betebeharra; eta, bestetik, konprometitutako enpresek berek barne-prozesuak autoerregulatzeaz eta autokontrolatzeaz duten ikuspegia, kontsumitzaileen eskubideak babestuko direla bermatzeko.

Jardunaldi horietan Farapiko ordezkari batek ere parte hartuko du, azterlanaren funtsezko ondorioen berri emateko.

No descubro nada nuevo si les digo que, en la actualidad, constituye una práctica administrativa y socialmente admitida que los servicios generales y públicos de la mayor importancia para las personas como la electricidad, el agua, la telefonía, el transporte, etc. son prestados, a través de diferentes sistemas de gestión, por empresas privadas.

El Ararteko entiende que el hecho de que servicios de interés general sean privatizados no debería producir pérdida alguna de protección, ya que nos encontramos frente a derechos básicos y esenciales que, si son objeto de vulneración, afectan a la calidad de vida de la ciudadanía.

En este sentido, desde el Ararteko con esta jornada a la que les invitamos se pretende suscitar un debate sobre esta problemática, partiendo de una visión teórica sobre la concepción de los servicios de interés general, así como sobre las denuncias que realizan las personas usuarias de los servicios y los derechos que les asisten. De la misma manera, se trataría, por una parte, de analizar las obligaciones de las administraciones concernidas sobre el control efectivo y real de la prestación de los servicios de los que son titulares y, por otra, desde la propia visión de las empresas comprometidas sobre la necesidad de autorregulación y autocontrol de los procesos internos que garanticen la tutela de los derechos de los consumidores.

También participará en dichas jornadas una representante de Farapi para trasladar las conclusiones fundamentales de este estudio.

Iñigo Lamarca Iturbe
Arartekoa

Vitoria-Gasteiz, 2012ko ekaina

INTRODUCCIÓN

Este documento de trabajo se inscribe dentro del proyecto “Aplicación de los derechos de las personas usuarias y consumidoras en la Comunidad Autónoma del País Vasco-CAPV”, impulsado por la Defensoría del Pueblo Vasco-Ararteko, a través de una beca de investigación convocada en noviembre de 2010 (BOPV núm. 228, de 26 de noviembre). Dicha beca, tal y como explica la convocatoria, buscaba impulsar el análisis de una determinada problemática en el ámbito concreto de la Comunidad Autónoma Vasca, “dirigido a analizar a fondo la aplicación de algunos derechos de las personas usuarias y consumidoras, entendiéndose que se trata de problemas que afectan a la mayor parte de la población, y que la vulneración de esos derechos incide de forma más intensa en determinados colectivos más desprotegidos”.

Así pues, este estudio ha tenido como propósito contextualizar la situación de las formas y procedimientos de reclamación, así como las iniciativas de defensa de las personas usuarias, en tres sectores estratégicos: las tecnologías, las telecomunicaciones y los transportes, dentro del territorio de Euskadi.

Este trabajo se articula en torno a varios ejes, que se consideran estratégicos en la comprensión integral de la problemática. Así, en primer lugar realizamos un análisis de algunas perspectivas teóricas que han abordado el consumo como manifestación cultural, y su papel dentro del funcionamiento de las sociedades globalizadas. En segundo lugar, revisamos los materiales existentes en la CAPV orientados a dar a conocer y sensibilizar a la población de sus derechos como personas consumidoras. Nos centramos en la documentación estadística que aporta claves sobre la situación de la defensa de los derechos de las

personas, la trayectoria que esta ha tenido en los últimos años, así como el contexto actual. En tercer lugar, abordamos la parte legislativa de la temática, recogiendo los derechos, deberes y procedimientos contemplados por el marco legislativo actual. Estos tres primeros puntos nos han sido de utilidad no solo como contextualización del problema, sino también como base para elaborar las herramientas a emplear durante el trabajo de campo.

En los siguientes apartados, nos centramos en el acercamiento concreto que se ha realizado en el marco de esta investigación, y desarrollamos los resultados de las entrevistas y observaciones realizadas en el ámbito de la C.A.E. (apartado 4). Un quinto y último punto nos lleva a plantear conclusiones y propuestas en base a las interpretaciones que hemos encontrado en las voces de los agentes consultados.

El trabajo se ha basado en realizar una mirada analítica y detenida, desde la perspectiva antropológica y el método cualitativo-etnográfico, a los procesos por lo que tienen que pasar las personas que demuestran interés en informarse y/o reclamar, que se despierta por la relación entre la persona consumidora y usuaria con la empresa que le suministra el bien. En ese proceso, en principio dual, emergen las entidades de defensa de los derechos de consumidores como garantes de que las personas tengan el asesoramiento necesario para decidir qué caminos seguir. La interrelación entre estos tres agentes ha revelado, como veremos, importante claves acerca de cómo intervenir para mejorar la situación encontrada.

Queremos emplear este espacio para agradecer a todas las personas y entidades que se han prestado a colaborar desinteresada y activamente en este proyecto:

- Eka.
- Omic de Erandio y Hernani.
- Eka-Acubi de Irun.
- Kontsumobide.
- UCE Arabako Kontsumitzaileen Elkarte.
- Atención al cliente de Euskaltel.
- Atención al cliente de Fagor.
- Y a todas aquellas personas que alguna vez tuvieron que hacer una reclamación, y compartieron la experiencia en esta investigación.

Sin ellas, este trabajo no hubiera sido posible. Y a ellas va dedicado.

APARTADO 1

PERSONAS USUARIAS Y RECLAMANTES ¿NUEVOS PERFILES DE CONSUMO?

En primer lugar, para poder hablar de reclamantes tenemos que hablar primero de una serie de conceptos básicos. Hablar de personas consumidoras o usuarias es el primer paso, ya que sin la acción de consumir no podemos pensar en la posible acción de reclamar. Pero también es necesario abordar qué se entiende por reclamación, y en conjunto, cómo se configura el consumo¹.

1.1. La globalización: nuevo modelo de producción, consumo y reclamación

La globalización y las telecomunicaciones han contribuido a cambiar el mapa mundial en todas sus dimensiones, en lo que a este trabajo concierne, el ámbito del consumo será el eje principal. El consumo relacionado con la figura de personas consumidoras, y a su vez relacionado con los nuevos modelos de producción que inciden en los modos de consumir y a su vez de reclamar.

Para entender estos nuevos procesos de producción, que influyen directamente en los instrumentos que las empresas ofrecen para desarrollar una reclamación, hay que poder **visualizar cómo es el nuevo modelo de producción** que se extiende a lo largo del globo. Las nuevas tecnologías de las telecomunicaciones facilitan la dispersión geográfica de las actividades económicas operando así globalmente, lo que posibilita que las empresas de productos o servicios estandarizados tengan mayores opciones de localización. Este es el caso, por ejemplo, de

¹ Tomamos estas definiciones de la legislación básica, de materiales y webs institucionales y divulgativas sobre consumo. Ver Bibliografía y Webgrafía.

los call centers o de las oficinas online de las empresas que analizaremos en la investigación. Servicios que, como ilustrarán los resultados, a priori pueden resultar rentables a las empresas, pero que **tienen un importante costo en confianza de las personas consumidoras hacia la empresa**² (Saskia Sassen y Castels).

Este nuevo modelo da lugar a **reorganizaciones en los modos de producción, explotación y consumo, que a su vez inciden a la hora de desarrollar una queja o reclamación**. Los procesos que se implementan desde las empresas y desde los servicios públicos o privados para llevar adelante una queja también están inmersos en esta realidad, es esta situación la que limitará o caracterizará el propio proceso de reclamaciones.

En este proceso no podemos olvidar a la persona como individuo. Simmel (Marinas, 2000) habla de la conformación de una sociedad en la que aparece una nueva clase ociosa y que establece un nuevo modelo de socialización, a partir de la Industrialización principalmente. Por tanto, el objeto del consumo no es solo el bien que se adquiere, sino una red más amplia de normas culturales, de relatos y signos en la que los objetos se presentan y que cobran significación, y que Simmel denomina inauguralmente estilo de vida. (185).

Todos los cambios que se han ido dando en los últimos tiempos nos llevan a observar una **sociedad cada vez más identificada con la identidad de persona consumidora que con la de ciudadana**. No solo habló de esto Simmel, sino que otros autores-as han analizando estos nuevos parámetros de identidad, sociedad y participación, tales como Guy Debord, Walter Benjamin, Hannerz, Appadurai, Castells, García Canclini. Como se afirma en las diferentes investigaciones y reflexiones desarrolladas, los cambios en los modos de consumo han alterado las formas y posibilidades sentirse parte de la sociedad y así lo resume García Canclini en su libro *Consumidores y Ciudadanos*:

Junto con la descomposición de la política y el descreimiento en sus instituciones, otros modos de participación ganan fuerza. Hombres y mujeres perciben que muchas de las preguntas propias de los ciudadanos [...] se contestan más en el consumo privado de bienes y de los medios masivos que en las reglas abstractas de la democracia o en la participación colectiva en espacios públicos. (García Canclini)

Es así como **se nos convoca a participar en este mundo**, y a partir de donde se emplean las mismas técnicas que se han desarrollado para vender, que para informar, formar y enseñar a la ciudadanía como sujetos de consumo.

1.2. ¿Por qué adquirimos las cosas que adquirimos?

Explica la antropóloga Susana Narotzky (1997) que el consumo es solo una parte de las actividades de “aprovisionamiento de recursos”, que puede incluir actividades mercantiles, productivas, reproductivas e incluso domésticas. Se trata de un proceso complejo, que integra relaciones de producción, distribución, apropiación y el propio consumo. **Cada contexto espacio-temporal va a marcar las formas y pautas de aprovisionamiento, además de dirigir determinados productos y servicios a diferentes agentes sociales y mercantiles.**

Según esta visión, el significado de los bienes consumidos define identidades y, subraya diferencias o similitudes entre los grupos sociales (Molina y Valenzuela, 2006), es decir, define *estilos de vida*. Otros

² Ver punto 5.4.3 del apartado “Resultados”.

estudios³ sobre el consumo han seguido indagando en la relación directa del consumo con el estatus y la identidad, hecho que marca también el acceso, constancia y proceso a la hora de hacer reclamaciones⁴.

La principal aportación de la **Antropología del consumo**, es señalar que como personas consumidoras, **tenemos capacidad de elegir** un producto o servicio, y esa elección dependerá de factores como nuestros ingresos, el punto de venta/provisión que nos resulte más conveniente, la información que tengamos sobre las opciones de adquisición, nuestro posicionamiento ideológico incluso, pero asimismo **entran en juego elementos menos evidentes y nombrados**, (Narotzky, *ibíd.*). Como demostrará el trabajo realizado, la decisión en la práctica de decantarse por un producto o servicio, o de continuar siendo cliente de una empresa, está influenciada por factores que muchas veces son ignorados, como por ejemplo, los sentimientos que genera enfrentarse a un proceso de reclamación⁵. Es necesario por tanto atender a las formas en que estos procesos redundan en el acceso y la fidelización en los sectores de interés en este estudio.

1.3. ¿Quién reclama?

¿Quién reclama? ¿Por qué se reclama?, esa es la pregunta que nos viene a la cabeza después del análisis realizado en las líneas anteriores. ¿Acaso son preguntas que las podemos contestar desde la teoría? Podemos decir que no, o al menos que la respuesta quedaría incompleta: para conocer este aspecto es necesario acercarnos a él desde la experiencia, ¿Qué hace que llevemos a cabo una reclamación? ¿Qué mecanismos posibilitan llevar hasta el final una reclamación? ¿En qué casos nos quedamos a medio camino?

Muchas son las preguntas que nos surgen a la hora de desarrollar este apartado. De entrada, la importancia social y concienciación en materia de consumo va in crescendo, y podemos encontrar diferentes iniciativas desde los poderes públicos, orientadas a contribuir en la divulgación y defensa de los derechos de las personas consumidoras, y en los últimos años, a promover un consumo responsable entre la ciudadanía. Tal es el caso, por ejemplo, del establecimiento del día **15 de marzo como Día Mundial del Consumidor**, que sirve para retomar en el discurso público este asunto con periodicidad (mínima) anual. Hoy por hoy podemos recurrir a las estadísticas que nos dan una ligera idea de qué sectores de consumo reciben más reclamaciones, y recoger esos datos para desarrollar una pequeña foto de cuál es la situación a la que se enfrentan las personas consumidoras una vez adquirido un producto o un servicio. Aún así **nos seguimos preguntando quién reclama y qué nos empuja hacerlo**. Para hacer un análisis en profundidad necesitamos acercarnos a las personas consumidoras, reclamantes y no reclamantes, y a las instituciones y entidades privadas que se articulan alrededor de estas situaciones, y que nos cuenten de primera mano su experiencia.

Cambios en el consumo

No hay duda que las tendencias y hábitos de consumo han variado, las luchas generacionales acerca de **lo (no) necesario y lo (no) deseable cambian según la época, la situación económica y las modas**. También varía la tolerancia que tenemos frente a la durabilidad de los objetos, y a partir de aquí podemos interpretar el descontento contemporáneo, es decir ya no mencionamos solo lo que falta, sino

³ Para saber más sobre este tema consultar obras como *La distinción* de Bourdieu, *The social life of things* de Appadurai, *The world of goods* de Douglas y Isherwood, *Provisioning* de Narotzky.

⁴ La antropología ha sido una de las disciplinas que ha hecho una importante aportación a los estudios de consumo, con sus estudios desde la perspectiva de la economía política (Wolf, 1982; Mintz, 1985). Desde una perspectiva transaccionalista y culturalista, podemos encontrar a Kopytoff (1986), y el imprescindible Appadurai (1986). Sobre la reproducción y mantenimiento de élites económicas y políticas a través de patrones de consumo, destaca Bourdieu (1979). También encontramos estudios sobre consumo en sociedades no occidentales (Bohannon, 1959; Bloch y Party, 1989).

⁵ Ver punto 5.3.6 del apartado “Resultados”.

que tenemos que partir de la sensación de que los objetos y experiencias que poseemos se vuelva a cada instante obsoleto o deje de desarrollar su función.

Ya no podemos hablar de conformarse con lo que se tiene como en los años 60 y 70, en la sociedad del consumo actual tenemos que hablar de **qué es lo que se quiere**. La tendencia de las últimas décadas ha sido que las personas no se han conformado con un pequeño parche en la goma de la lavadora realizado por el sobrino; sino que la lavadora se ha comprado bajo una variable de parámetros que nos hacen entender la lavadora más allá de su función de lavado. Por eso, lo que se espera del objeto y de la empresa varía según las expectativas, costos, usos, etc.

Si bien esta tendencia se ha mantenido, a partir de 2007 tenemos que hablar de un contexto diferente. La recesión de ese año, unida a la posterior coyuntura de crisis que se extiende hasta la actualidad, ha hecho que **los valores se modifiquen, se formulen desde otras variables, en las que ese hiperconsumismo imperante se ha tenido que aliar con el retroceso de oferta, y la disminución de posibilidades de adquisición de bienes**. Situación que ha sido sobrevenida, y que ha encontrado a la población desprevenida, con pocas herramientas para afrontar ese cambio, ya que esa retracción de las empresas ha supuesto también una pérdida de calidad en la oferta, entendida esta desde el propio producto o servicio, hasta todo lo relacionado a la atención al cliente postventa, como por ejemplo, las vías de ejercicio de derechos. Y esta situación no ha afectado solo al sector privado, sino también al público, puesto que los recortes de gasto público de los últimos años también han afectado a los departamentos de consumo de los diferentes niveles administrativos. En tal sentido, hacia la valoración por parte de las personas consumidoras de aspectos materiales antes no tan considerados, apuntan algunos de los resultados obtenidos en el trabajo desarrollado, como mostraremos en posteriores apartados⁶.

También debemos hacer referencia a que las personas que se encargan de la buena gestión de los objetos o de los servicios que se contratan no siempre son las personas que lo usufructúan. En un estudio realizado por Farapi en 2011 en el Centro de Información al Cliente de Fagor, se identificó que las personas que realizan las reclamaciones en muchos casos no son las personas que compraron el objeto o contrataron el servicio y tampoco son las personas que hacen uso del mismo. Podemos hablar de que en muchos de los casos donde hay personas mayores, las personas que se encargan de que los servicios o los objetos funcionen adecuadamente son sus hijos-as o nietos-as siendo estos-as las que realizan la reclamación pertinente. No debemos olvidar además que las mujeres son las responsables del 80% de las decisiones de compra en los hogares, por tanto, suelen ser objeto de deseo de la gerencia de mercadeo, de las campañas publicitarias y de la diversificación del mercado, bien mediante productos y servicios dirigidos directamente a ellas, bien como gestoras y organizadoras de las compras de los miembros de su unidad doméstica (Carosio, 2008).

1.4. Definiciones necesarias

Por último, antes de entrar en otro punto, es necesario recoger algunas definiciones básicas para lograr un consenso y entendimiento sobre los conceptos en los que se va a basar la información aquí analizada.

Personas consumidoras y usuarias

La Ley 6/2003 de Estatuto de las Personas Consumidoras y Usuarias del País Vasco define a las **personas consumidoras y usuarias** como aquellas “personas físicas o jurídicas de cualquier nacionalidad o residencia que adquieran, utilicen o disfruten, como destinatarias finales, bienes muebles o inmuebles,

⁶ Ver puntos 5.3.3, 5.3.4 y 5.4.2 del apartado “Resultados”.

productos o servicios, siempre que el proveedor sea una empresa, profesional o la propia Administración cuando preste servicios o suministre productos en régimen de derecho privado”. A partir de esta definición se establecen los derechos que les corresponden, y la **condición de irrenunciabilidad de estos derechos**.

Dentro del colectivo de personas consumidoras y usuarias, establece dos situaciones de protección prioritaria: cuando tengan **relación directa con productos o servicios de uso común, ordinario y generalizado**; y cuando afecten a **colectivos de especial protección** en situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión.

No se considera como personas consumidoras y usuarias a las personas físicas o jurídicas que integren los productos, bienes y servicios en un proceso productivo, de comercialización o prestación de servicios.

Vías ante disconformidad: queja, reclamación y denuncia

Ante la disconformidad por un producto o servicio, cabe el recurso a diferentes vías, que definimos a continuación:

La **queja** es una manifestación de insatisfacción de las personas con los servicios prestados, el funcionamiento de un producto, o el trato dispensado durante una transacción. La principal característica es **que no se formaliza por escrito, o no se continúa el proceso hasta convertirla en una reclamación**, por lo que sus efectos prácticos no van más allá del desahogo. Está muy relacionado con el concepto **consulta**, ya que en buena parte las personas que realizan una consulta a un organismo o entidad de defensa de consumo es porque en el fondo subyace una queja, una disconformidad con el servicio o producto. En la **información que sustente sus motivos de queja, así como en la valoración personal**, reside que la consulta o queja se convierta o no en reclamación.

La **reclamación**, por su parte, es la **expresión por escrito de una queja o insatisfacción por parte de la persona** consumidora o usuaria. Mediante esta, pone en conocimiento del comercio que le ha vendido el producto o prestado el servicio, un perjuicio causado por una mala práctica realizada por esta y por la que se pretende su reparación o resarcimiento de un daño sufrido.

Como mostrará el trabajo etnográfico, en la práctica, lo que se entiende por queja, reclamación, y especialmente por consulta, **puede ser objeto de diferentes interpretaciones, que hacen que se puedan confundir, y extraer diferentes conclusiones al respecto**⁷.

Como principio general, todos los sujetos responsables de la producción, comercialización, distribución y venta de bienes y productos o prestación de servicios deben contestar, por escrito razonado, a las quejas y reclamaciones de consumidores y usuarios.

Un concepto relacionado, pero diferente en matiz, es la **denuncia**. Consiste en la **exposición de unos hechos que pueden ser constitutivos de infracción**, con la finalidad de ponerlos en conocimiento de la Administración competente. No persigue efectos compensatorios.

Así pues, ¿cuáles son los mecanismos y dinámicas por las que estos conceptos interactúan?, ¿qué factores entran en juego, y cómo operan? Este acercamiento busca desvelar estas interrelaciones, para mejorar en la defensa de los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

⁷ Ver punto 5.2. del apartado “Resultados”.

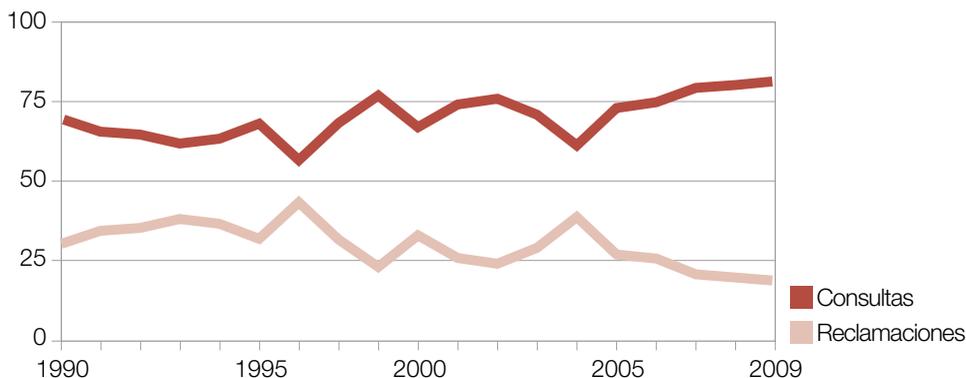
APARTADO 2

CONSULTAS Y RECLAMACIONES EN TRES SECTORES ESTRATÉGICOS

En la actualidad, los sectores de telecomunicaciones, tecnologías y transporte se presentan como tres áreas emblemáticas de estudio. Estos tres sectores han ido adquiriendo una creciente e imparable importancia en la cotidianidad del conjunto de consumidores, emergiendo como unos de los máximos exponentes de nivel de vida de la ciudadanía. Además, son precisamente estos tres sectores los que representan una buena parte de los sectores objeto de reclamaciones.

En este sentido, antes de analizar las consultas y reclamaciones en los tres sectores estratégicos seleccionados y contextualizar mejor la importancia de cada uno, bien merece la pena detenernos en la evolución del conjunto de consultas y reclamaciones presentadas en las organizaciones de consumidores a nivel estatal entre 1990-2009.

Evolución de consultas y reclamaciones presentadas en las organizaciones de consumidores de ámbito estatal, 1990 - 2009



Elaboración propia⁸

Tal y como podemos observar en el gráfico, en los últimos años **la brecha entre reclamar y consultar se va incrementando paulatinamente**: si en el año 2004 las consultas y las reclamaciones suponían el 61,2% y 38,8% respectivamente, en el año 2009 las reclamaciones apenas suponen el 18,8% frente al 81,2% de las consultas realizadas. La conclusión es clara: a pesar de que en números absolutos cada vez se consulta y se reclama más, en proporción a las consultas realizadas en este periodo cada vez se reclama menos.

Además, al multiplicarse las agencias y los modos de formalizar la reclamación, podemos aventurar que las asociaciones de consumidores van perdiendo peso frente a otras organizaciones y servicios de reclamación. El Informe de satisfacción al consumidor a nivel estatal (2006) apunta en el mismo sentido: los y las usuarias encuestadas para el estudio recurren directamente al proveedor de servicios para resolver su problema (el 76,08% de las reclamaciones se hacen a través de los servicios de atención al cliente), y su segunda elección es recurrir a la administración más cercana, que suele ser la Oficina Municipal de Información al Consumidor (2,76%) o a las organizaciones de consumidores y usuarios (2,83%), dependiendo de la materia que se trate.

Vías a las que se recurre para resolver problemas con productos/servicios. Estado



Además de esto, estudios como el de los Hábitos de las Personas Consumidoras en la CAV muestran que la mayor parte de disconformidades en el sector tecnológico tienden a ser tratadas y resueltas directamente en la tienda que suministró el producto (un 85% acudió al establecimiento de compra del producto, y un 70% aprox. obtuvo solución directamente en la tienda, o fue gestionada a partir de esta).

⁸ Todos los gráficos son de elaboración propia, a partir de los datos mencionados en el texto.

Finalmente, **es importante atender a las diferenciaciones en cada sector**, y a los diversos matices que implican en la posible tramitación de una reclamación: no es lo mismo hacer una reclamación por un producto defectuoso que por un servicio deficitario, siendo en el segundo caso bastante más complejo demostrar incumplimiento de acuerdos comerciales⁹; no es lo mismo mostrar un ordenador con un fallo, que hacer valer que la velocidad de Internet no es la prometida por la tarifa ofrecida.

Estos matices en las consultas y reclamaciones son las que acercaremos a continuación, utilizando para ello fuentes secundarias y datos estadísticos que nos guiarán de forma orientativa en el recorrido que iniciaremos en una segunda fase: conocer en profundidad las experiencias de las personas usuarias y reclamantes en los tres sectores seleccionados.

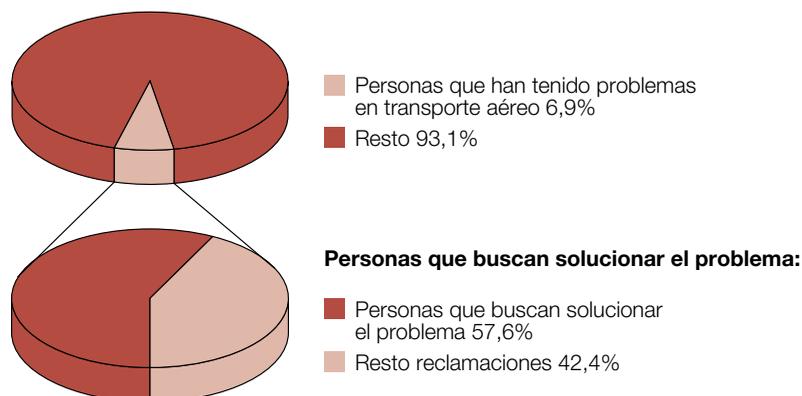
2.1. Sector de transportes

Conforme a los objetivos propuestos, en este estudio nos centraremos en el transporte aéreo interno y externo.

Según el Kontsumobide, si nos centramos en las reclamaciones de transportes en Euskadi, el número se eleva hasta el 7,7% para 2010. Más de la mitad de estas reclamaciones (un 53%) se refieren al transporte aéreo.

Por otra parte, **el nivel de satisfacción según el tipo de transporte es muy variable**. Así, en relación con los servicios y problemas sufridos, el transporte aéreo ocupan un puesto destacado, siendo el 6,9% de las personas consumidoras entrevistadas en el País Vasco quienes dicen haber tenido algún problema durante el año anterior a la realización de la encuesta (INE, 2006). A la hora de tomar medidas de cara a solucionar el problema, los datos se disparan: en base a la misma fuente, a nivel estatal **el 57,6% da algún paso para solucionar el problema que ha tenido con el transporte aéreo**.

Personas que han tenido problemas en transporte aéreo. Estado



A este respecto, también tenemos que tener muy en cuenta el *nivel de satisfacción con la resolución de las quejas o reclamaciones*, ya que el 53,2% de las personas encuestadas que pusieron una queja o reclamación respecto al transporte aéreo están satisfechas con la resolución.

⁹ Sobre todo al contratar servicios de telefonía fija e Internet, que se hacen por vía telefónica o Internet, y en los que las compañías no suelen enviar por escrito las condiciones contratadas, y en general la clientela tampoco suelen exigirlo.

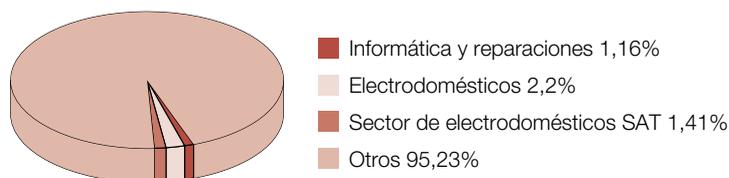
2.2. Sector de las tecnologías

En este sector están incluidos los productos de línea marrón (televisiones, DVD, aparatos de sonido MP3, MP4, etc., el sector más importante de consumo de tecnología dentro de los hogares), de línea blanca (electrodomésticos), videojuegos, y aparatos de telecomunicaciones¹⁰, tales como las tecnologías de la información (ordenadores, impresoras, monitores, consumibles, etc.). Así pues, **este sector y el de telecomunicaciones están muy ligados**, encontrándonos en muchos casos que los datos, las informaciones e incluso las reclamaciones tienen componentes de uno y otro ámbito.

Según el citado Balance estatal, el porcentaje de consultas y reclamaciones de 2009 en Informática y reparaciones supuso un 1,16% (16.053 en números absolutos). Se trata de un número no muy elevado pero que, sin embargo, se ha visto multiplicado por 7,47 durante el lustro 2004-2009, periodo en que empieza a registrarse de modo diferenciado¹¹. Además, se debe tener en cuenta que en muchas ocasiones las consultas relativas a este sector se realizan directamente en las tiendas donde se adquirieron los productos, y que muchas veces son sustituidos o reparados directamente allí. Finalmente, el periodo de garantía juega en favor de que merme la recurrencia a las reclamaciones¹².

En este sentido, el sector de los electrodomésticos tampoco supone un número elevado en el conjunto de consultas y reclamaciones (apenas un 2,2%) ni en números absolutos (30.436 en el año 2009), ni ha tenido una importante subida en los últimos años (en el año 1995 se registraron 18.877). Sin embargo, a estos datos hay que añadir el número de consultas y reclamaciones en el sector de electrodomésticos SAT (Servicio de Asistencia Técnica), el cual representa el 1,41% del total, con 19.592 consultas y reclamaciones en el año 2009. Este sector de servicios de asistencias en electrodomésticos tiene su pico en el año 2004, con más de 30.000 consultas y reclamaciones.

Consultas y reclamaciones en sectores de tecnología. Estado



Conocer de fondo el descenso del número de quejas y reclamaciones en el sector electrodomésticos SAT, por lo tanto, tiene particular interés en este estudio, más aun cuando este campo sigue ocupando un lugar destacado en el ranking de problemas de personas usuarias y consumidoras, con un 4,4% de quejas y reclamaciones entre las personas entrevistadas en el País Vasco (INE, 2006). Según este mismo informe, los servicios SAT están también en el ranking de problemas sobre el que la gente suele tomar alguna clase de medidas (un 72,4% a nivel estatal) y donde **el nivel de satisfacción e insatisfacción después de la resolución de la queja o reclamación, suele estar repartido por igual**: un 41,6% dicen estar satisfechas, un 38,4% insatisfechas, y un 12,3% sigue en el trámite de reclamación. La reparación correcta de la reparación incorrecta realizada inicialmente, junto a la durabilidad de los productos electrónicos, pueden explicar parcialmente todos estos datos.

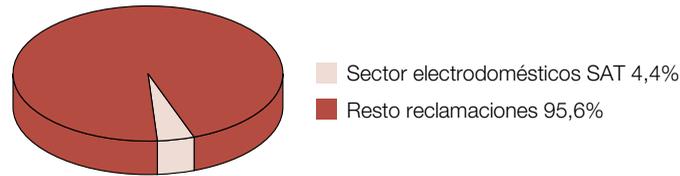
¹⁰ Clasificación obtenida de www.tercermercado.com.

¹¹ En el periodo 1995-2004, solo aparecen registradas las consultas y reclamaciones en el sector de la informática y reparaciones en los años 1999 (3.431 en total), 2000 (3.505 en total) y 2001 (3.073 en total)

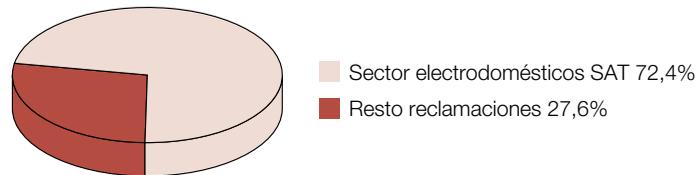
¹² Además, durante el 2008 y 2009 la compra de tecnologías para el hogar sufrió una importante caída, de la que se ha empezado a recuperar en 2010. Fuente: <http://www.terra.es/tecnologia/articulo/html/tec21277.htm> y www.tercermercado.com.

Quejas y reclamaciones en el sector electrodomésticos SAT

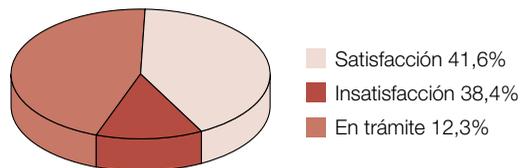
País Vasco



Estado



Nivel de satisfacción con la resolución de la queja o reclamación. Estado



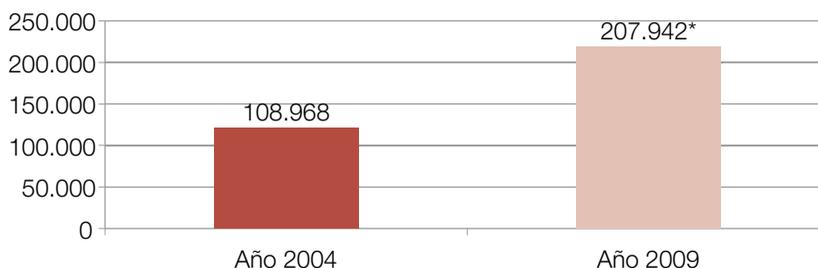
2.3. Sector de telecomunicaciones

En este sector están incluidos los servicios de distribución de sonido, imágenes, datos u otra información a través de redes de cable, radiodifusión, retransmisión o satélites; los servicios de comunicación por teléfono, telégrafo y télex; los servicios postales; la transmisión (aunque no la provisión) de programas de radio y televisión; la provisión de acceso a Internet y el mantenimiento de redes, etc.

Integrándose en este sector servicios como la telefonía móvil y el acceso a Internet, encontramos que **es el ámbito que con diferencia es objeto de más quejas e insatisfacciones**. Así, el aumento de consultas y reclamaciones en el sector de la telefonía ha sido particularmente significativo desde el año 2004 (con un total de 108.968) y, según el Balance estatal, señalar que “las perspectivas futuras indican que estas seguirán creciendo y, de forma más notoria, por lo que se refiere al ámbito del acceso a Internet”.

Para consultas y reclamaciones en telefonía, según el informe citado, se atendieron a un total de 207.942 personas en el año 2009, suponiendo el 15,03% del total de consultas y reclamaciones atendidas por las asociaciones. Es el sector que más quejas contabiliza, habiéndose multiplicado por ocho las consultas y reclamaciones desde el año 1995.

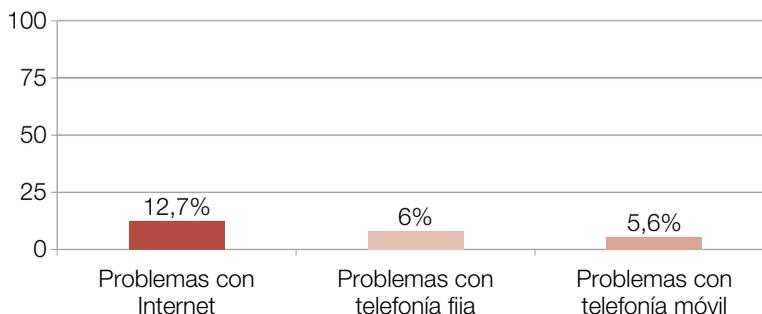
Evolución de consultas y reclamaciones en telecomunicaciones. Estado. 2004-2009



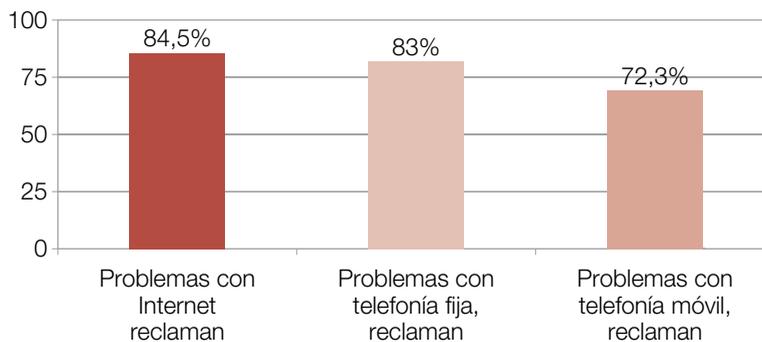
*Supone un 15,03% del total de consultas y reclamaciones de ese año.

Tanto en el sector de la telefonía móvil y fija, así como en los servicios de Internet, **el grado de insatisfacción de las personas usuarias y consumidoras está en lo más alto del ranking** de problemas sufridos en el margen de solo un año: entre los y las encuestadas en el País Vasco, el 12,7% ha tenido algún problema en Internet, el 6% en telefonía fija, y el 5,6% en telefonía móvil (INE, 2006). Según la misma fuente, también son los sectores dónde las personas encuestadas toman más medidas: a nivel estatal, el 84,5% lo hizo para solventar problemas en el servicio de Internet, el 83% respecto a la telefonía fija, y el 72,4% respecto a la telefonía móvil. Finalmente, respecto al grado de satisfacción con la resolución de las quejas o reclamaciones interpuestas en los tres tipos de servicios, señalar que no hay diferencias porcentuales considerables entre las personas que están satisfechas con la resolución (entre 31,6%-41,5%) y aquellas que están insatisfechas (entre el 30% y el 42,8%).

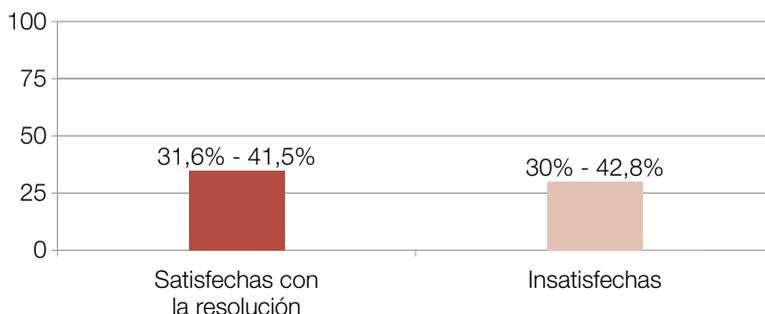
Problemas relacionados con telecomunicaciones. País Vasco



Medidas tomadas ante un problema con telefonía. Estado

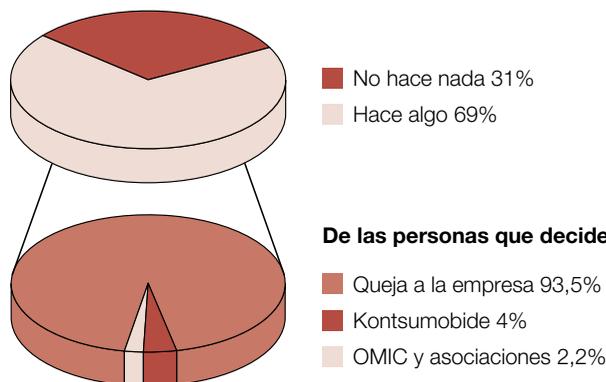


Nivel de satisfacción con la resolución de la queja o reclamación en telecomunicaciones. Estado



Finalmente, dentro del sector de la telefonía, dada la resignificación de la telefonía móvil como necesaria, básica e insustituible de nuestra cotidianidad, este producto presenta unas particularidades destacables. Así, en base al estudio sobre los hábitos de consumo de productos electrónicos de las personas consumidoras de la Comunidad Autónoma Vasca (2008), mientras que dos de cada tres clientes encuestados presentaron algún tipo de reclamación respecto al teléfono móvil, **el 31% no hizo nada por subsanar la situación**. La mayor parte de los casos la reclamación se queda en una queja oral. Además, las reclamaciones se dirigen en casi todas las ocasiones a la propia empresa (93,5%), mientras otras se trasladan al antiguo Departamento de Consumo del Gobierno Vasco, actual Kontsumobide (4,3%) seguido de las OMIC y otras asociaciones de Consumidores, las cuales canalizan apenas el 2,2% de las reclamaciones en telefonía móvil. Acercarnos a los diferentes organismos de defensa de las personas usuarias y consumidoras es, por lo tanto, una de las tareas más urgentes de este estudio.

Medidas tomadas ante un problema con telecomunicaciones. País Vasco



APARTADO 3

INICIATIVAS EN DEFENSA DE LAS PERSONAS USUARIAS Y CONSUMIDORAS

En lo relativo al contexto actual que se da en la Comunidad Autónoma del País Vasco respecto a las iniciativas en defensa de las personas consumidoras y reclamantes, nos hemos centrado en dos campos fundamentales que nos van a facilitar una cartografía clara de lo que en estos momentos existe: entidades de defensa de las personas usuarias y consumidoras por una parte, y los mecanismos de defensa de las personas consumidoras y reclamantes en las empresas privadas por otra parte.

3.1. Entidades de defensa de las personas usuarias y consumidoras

Dentro de este apartado, y en función de la información elaborada por el propio Gobierno Vasco, podemos hablar de una red de **Centros de Información y Atención al Consumidor (CIAC)** distribuida por los tres territorios históricos. Esta red incluye entidades públicas como son **Kontsumobide-Instituto Vasco de Consumo**¹³ y las **OMIC** (Oficinas Municipales de Información al Consumidor), y entidades privadas como las **AACC** (Asociaciones de Consumidores). Las funciones principales de los centros pertenecientes a esta red se pueden definir entorno a tres áreas: formación, información y resolución de conflictos.

Respecto a las dos primeras, podríamos decir a grandes rasgos que lo que se pretende con ellas es empoderar a las personas consumidoras y usuarias

¹³ Recientemente creado por la entrada en vigor de la Ley 9/2007, de 29 de junio, de creación de Kontsumobide-Instituto Vasco de Consumo. BOE 258, de 26 de octubre de 2011. Anteriormente existía la Dirección de Consumo del Gobierno Vasco.

en lo que se refiere a sus derechos, de manera que se les dote de herramientas no solo para consumir responsable y críticamente, sino también para que puedan detectar aquellas acciones que vulneren sus derechos, pudiendo actuar en consecuencia. Dentro de esta categoría, enmarcaríamos actividades como consultas, cursos, conferencias, campañas, publicidad, etc. que son ofrecidas y realizadas por los propios centros y las personas que los forman.

La tercera área se refiere más a las vías que pueden ser utilizadas por las personas consumidoras y usuarias para solucionar problemas relacionados con el consumo. Así, las quejas, reclamaciones, mediaciones, solicitudes de arbitraje, juicios, etc., realizadas por las ellas, y su defensa y tramitación en los diferentes centros serían acciones que entrarían dentro de esta categoría. Las entidades que forman parte de esta red con funciones directas en materia de consumo y que, como hemos comentado, se pueden dividir en públicas y privadas, son las siguientes:

Entidades públicas:

Gobierno Vasco y Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC)

El Gobierno Vasco, concretamente Kontsumobide, cuenta con tres herramientas entorno a la defensa de los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

Por una parte, facilita un **teléfono gratuito de atención a las personas consumidoras y usuarias (900 600 500)**, que tiene una labor más bien orientativa, ya que su objetivo es poner a disposición de este colectivo todas las herramientas necesarias para, entre otras cosas, poder conocer sus derechos y obligaciones. Este servicio se concreta en dos partes:

- *Recepción de la llamada de la persona consumidora y evaluación de la cuestión. Cuando esta es de carácter simple, se resuelve de forma inmediata.*
- *Cuando el problema es más complejo o se requiera una tramitación posterior, se deriva al o la consultante a uno de los servicios de atención a las personas consumidoras. Estos servicios son los pertenecientes a la red CIAC.*

Por otra parte, también cuenta con las **Oficinas territoriales de Kontsumobide-Instituto Vasco de Consumo.**

Kontsumobide-Instituto Vasco de Consumo consta de tres oficinas, una en Bizkaia, otra en Gipuzkoa y otra en Araba/Álava¹⁴, a partir de las cuales asesora e informa a las personas consumidoras y usuarias sobre sus derechos. Entre las acciones que entrarían dentro de su competencia se encuentran la mediación para solucionar un problema respecto al consumo y la sanción a las empresas que estén cometiendo irregularidades, ya que tienen potestad para ello. Sin embargo, a pesar de poder sancionar las infracciones de la normativa, no puede reclamar el pago de daños y perjuicios, por lo que en este caso o en caso de no resolverse la problemática con la mediación, las reclamaciones serán derivadas al Sistema Arbitral de Consumo o al Judicial, pudiendo darse un juicio verbal o un juicio ordinario¹⁵. Si definitivamente se decide hay acudir a la vía judicial para la defensa de los derechos de las personas consumidoras y usuarias¹⁶, se predisponen subvenciones económicas para ello, siempre y cuando se cumplan unos requisitos concretos. A esta vía se suele acudir de forma individual o a través de una asociación de consumidores, suponiendo una ventaja esta segunda opción, ya que permite hacer más fuerza frente a los grandes equipos de asesoramiento jurídico de las empresas.

¹⁴ Las direcciones de los servicios de atención a las personas consumidoras y usuarias se incluirán en este estudio mediante un Anexo a modo de información.

¹⁵ Para más información: http://www1.euskadi.net/guiaconsumo/frames_c.apl?n_tema=02.

¹⁶ Es importante tener en cuenta que una vez utilizada la vía arbitral, no hay posibilidad de llevar a cabo la reclamación por la vía judicial.

Respecto a su relación con otras entidades que también toman parte en la defensa de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, subrayar que **el Gobierno Vasco apoya económicamente tanto a las OMIC como a las asociaciones de personas consumidoras**, siempre con el fin de promover los derechos del colectivo de consumidores y usuarios, y jurídicamente a las OMIC para prestar información y asesoramiento respecto a los problemas que puedan surgir a estas personas a la hora de consumir.

Por último, también consta del **Sistema Arbitral de Consumo**. Se trata de una vía, entre otras cosas, extrajudicial, aunque sus laudos se deben cumplir de forma obligatoria, rápida, gratuita y voluntaria, ya que ambas partes, es decir, tanto la persona consumidora y usuaria como la empresa, comercio o profesional, deben haber manifestado con anterioridad su voluntad de someterse a este sistema. Su función principal es resolver los desacuerdos que se dan en las relaciones de consumo o solucionar las reclamaciones que se han llevado a cabo por parte de las personas consumidoras y usuarias en defensa de sus derechos. Para las personas consumidoras significa **elegir un sistema eficaz para resolver sus conflictos; saber que sus intereses estarán defendidos y que su caso será juzgado en equidad o en derecho**.

Las demandas que se hacen al Sistema Arbitral de Consumo pueden proceder tanto de las Áreas de Consumo de Araba/Álava, Bizkaia y Gipuzkoa, como de las OMIC, las AACC o directamente de las personas consumidoras y usuarias. Existe una Junta Arbitral de Consumo de Euskadi y una municipal en Vitoria-Gasteiz.

En el caso concreto de las telecomunicaciones, además se cuenta con vías específicas como la **Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI)**, en caso de que el operador no se quiera someter a las Juntas Arbitrales, y la **Oficina de Atención al Usuario de Telecomunicaciones**, perteneciente a la Dirección General de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, cuyas funciones principales son la información y atención de las personas consumidoras y usuarias de telecomunicaciones y la tramitación y propuesta de resolución de las reclamaciones que llegan a la Secretaría.

En el caso concreto de los transportes, existen también las **Juntas Arbitrales del Transporte**, dependientes del Ministerio de Fomento, que son órganos creados para *resolver las reclamaciones de carácter económico en materia de medios de transporte terrestre y aquellos en los que se combinan estos con otros transportes aéreos o por barco*. La cuantía no debe exceder los 6.000 euros, aunque tienen potestad para actuar con importes mayores si así lo acuerdan las partes. Otras entidades, a nivel del Estado, a las que se puede reclamar en esta área son la **Dirección General de Aviación Civil**, en caso de que la reclamación tenga que ver con transporte aéreo, el **Ente Público de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)**, en caso de que la reclamación tenga que ver con los aeropuertos, y la **Dirección general de la Marina Mercante**, si la reclamación está relacionada con los transportes marítimos.

Las **OMIC** son las **Oficinas Municipales de Información al Consumidor**. Suelen depender de los ayuntamientos o de organismos creados por ellas, tratándose de servicios gratuitos. Entre sus funciones principales se encuentran las de tramitar las quejas y reclamaciones, informar y orientar a las personas consumidoras y usuarias sobre sus derechos, pudiendo incluso mediar entre las partes del conflicto de consumo para conseguir una solución amistosa. A diferencia de los Áreas de Consumo del Gobierno Vasco, las OMIC no tienen competencia para sancionar, de manera que en caso de no llegar a un acuerdo entre las partes implicadas, puede remitir las reclamaciones a la Junta Arbitral de Consumo.

Las reclamaciones que son tramitadas desde este servicio suelen proceder bien de las propias personas consumidoras y usuarias o bien de otras Oficinas de Información al Consumidor o Asociaciones de Consumidores. Además de en cada capital de provincia de la CAPV, las OMIC se encuentran en diferentes localidades que pueden ser consultadas en el documento **Anexo 1**.

Asimismo, cabe citar la institución del **Ararteko-Defensoría del Pueblo Vasco**.

En primer lugar es necesario señalar que la función del Ararteko consiste en el control de la actuación de los órganos de las diferentes administraciones vascas (Gobierno Vasco, Diputaciones, Ayuntamientos, etc.) para velar por los derechos de la ciudadanía que pueda verse afectada por irregularidades administrativas.

Por ello en el ámbito de consumo, en tanto que los problemas que se suscitan versan sobre actuaciones de empresas privadas, el Ararteko ve limitado su ámbito de intervención por tratarse de conflictos entre particulares.

No obstante, dicha institución dispone de la facultad de fiscalización sobre la actuación que en esta materia deben llevar a efecto las oficinas municipales de información al consumidor y Kontsumobide y, que consiste en el control de las posibles irregularidades administrativas que se pudieran constatar en la prestación de los servicios, es decir, el incumplimiento por parte de las empresas de las normas administrativas que regulan los servicios.

Según la información facilitada por la institución por lo que respecta a las quejas tramitadas, tienen por objeto, fundamentalmente, la disconformidad de las personas interesadas con el procedimiento seguido por las oficinas municipales para tramitar las reclamaciones o el archivo de las que en materia de consumo se promueven ante Kontsumobide, al no constatarse la existencia de una infracción administrativa. A este respecto, el Ararteko, como ya es sabido, ha insistido ante las administraciones concernidas en la necesidad de que se realice un esfuerzo para hacer más comprensibles las resoluciones emitidas y así poder explicar a los ciudadanos y ciudadanas los motivos por los que se considera que no es posible avanzar en las reclamaciones.

También, en ocasiones, el Ararteko se ha dirigido, en su labor de fiscalización de las funciones meramente administrativas ante la Junta Arbitral de Consumo del País Vasco, con motivo de las quejas recibidas por la demora en la emisión de los correspondientes laudos así como respecto a la falta de comprensión de los mismos.

Igualmente, el Ararteko dispone de otras herramientas de propósito general para evaluar las políticas públicas, como son las actuaciones de oficio, la emisión de recomendaciones generales, el fomento de la investigación en materia de derechos mediante la convocatoria de becas de investigación en la que se enmarca el presente proyecto, la promoción de buenas prácticas por las administraciones, la realización de estudios o Informes Extraordinarios, o la celebración de Jornadas (como la que se celebra este año dentro de los cursos de verano de la UPV sobre la prestación de servicios de interés general por entidades privadas, organizado por el Ararteko), intervenciones todas ellas encaminadas a la defensa de los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

Entidades privadas:

Asociaciones de Consumidores (AACC)

Las Asociaciones de Consumidores (AACC) son entidades privadas, sin ánimo de lucro, independientes de las administraciones públicas y con la finalidad última de defender los intereses de las personas consumidoras y usuarias¹⁷.

Su función principal es defender los derechos de las personas consumidoras y usuarias, llevando a cabo tareas de información y formación entorno a este tema, representación, asesoramiento (atención y consejo) y defensa jurídica tanto en el Sistema Arbitral de Consumo como en los tribunales de justicia.

¹⁷ Fuente: http://www.kzguea.net/docs/conoce_tus_derechos_consumidor_V01.pdf.

A nivel de la CAPV existen 3 grandes organizaciones de personas consumidoras y usuarias, bajo las que se encuentran organizadas numerosas asociaciones repartidas por todo el territorio¹⁸:

- **EHKB / UCE** (Euskal Herriko Kontsumitzaileen Batasuna / Unión de Consumidores de Euskadi): las funciones principales que lleva a cabo esta organización y las asociaciones que forman parte de ella serían la formación e información de las personas consumidoras y usuarias, la representación, promoción y defensa de sus intereses, además de la recogida de sus reivindicaciones a favor de la mejora de su calidad de vida. Cuentan con un equipo de personas técnicas de consumo y abogadas que facilitan el servicio de Información jurídica y la Atención de Consultas, la representación, tramitación y defensa de los derechos de las personas consumidoras y usuarias tanto por vías jurídicas como extrajurídicas y el acceso a la base de datos y la biblioteca sobre temas de consumo.
- **EKA / OCUV** (Euskal Herriko Kontsumitzaileen Antolaketa / Organización de Consumidores y Usuarios Vasca): las funciones principales que desarrolla a favor de la defensa de los derechos de las personas consumidoras y usuarias son de formación, información, defensa y medidas de disuasión. Para ello, cuenta con un equipo de personas que se dedican al asesoramiento jurídico y financiero, al pedagógico, comunicativo y de documentación de estudios¹⁹.
- **EKE / FCE** (Euskadiko Kontsumitzaileen Elkargoa / Federación de Consumidores de Euskadi): esta federación lleva a cabo labores de formación, información y defensa de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, ofreciéndoles la vía de la mediación amistosa para resolver la problemática respecto al consumo o, en caso de no llevarse a cabo o no funcionar, tramitando y gestionando la vía arbitral o judicial. Para ello, cuentan con un gabinete jurídico, otro de seguros, uno pedagógico y, por último, uno económico, además del correspondiente fondo documental²⁰.

3.2. Mecanismos de defensa en las empresas privadas

Respecto a las acciones que llevan a cabo las empresas privadas a favor de la defensa de las personas consumidoras y usuarias, recalcar que el Código de Consumo de la CAPV les obliga en este sentido a poseer **hojas de reclamaciones**, así, *con objeto de facilitar las reclamaciones a las personas consumidoras y usuarias, todos los comercios, servicios y actividades profesionales de la Comunidad Autónoma de Euskadi deberán tener hojas de reclamaciones a su disposición*²¹. En caso de no poseerlas, la persona consumidora y usuaria tendrá derecho a llamar a la Policía Local y redactar un Acta de Denuncia.

A diferencia de otros Códigos de Consumo de otras comunidades, como el de Cataluña, en la CAPV no está legislado que las empresas privadas deban poseer un servicio telefónico gratuito al que puedan dirigirse las personas consumidoras y usuarias afectadas en caso de incidencia o de reclamación, aunque al parecer esto está próximo a cambiar. Sin embargo, un gran número de empresas sí que disponen de un servicio de **Atención al Cliente** ya que garantiza más calidad en sus servicios, ofrece mayor confianza a sus clientes y permite no tener que acudir a la Administración para resolver las reclamaciones²². Sus funciones principales son las de atender las consultas, los trámites y las reclamaciones. Estos servicios de Atención al Cliente se desarrollan especialmente por teléfono, los llamados **call centers**, pero Internet va cobrando cada vez más importancia. Su objetivo principal es intentar

¹⁸ Al igual que el resto de direcciones, estas se facilitarán en el documento del Anexo 1.

¹⁹ Fuente: <http://www.eka.org/>.

²⁰ Fuente: <http://www.eke-fce.com/>.

²¹ Fuente: http://www.kontsumobide.euskadi.net/y10-kbdocs05/es/contenidos/informacion/kb_ley6_2003_tit2_cap3/es_ley/kb_ley6_2003_22dic_tit2_cap3.html.

²² Fuente: http://www.consum.cat/temes_de_consum/reclamacions/index_es.html.

resolver el problema “in situ” y en caso de no conseguirlo, se recurre a la hoja de quejas y reclamaciones, a las OMIC o a las AACCC y, en caso de ser necesario, al sistema de Arbitraje de Consumo o a los juzgados.

Otra acción a favor de la defensa de los derechos de las personas consumidoras y usuarias que llevan a cabo algunas empresas privadas es adherirse al **Sistema Arbitral de Consumo**, lo cual es una operación totalmente voluntaria²³. En caso de no estar adherida la empresa a este sistema, tiene posibilidad de aceptar o rechazar la vía arbitral y, en caso de rechazo, la persona consumidora y usuaria solo tendría la posibilidad de utilizar la vía judicial. Pero el hecho de incorporarse a este servicio, permite a las empresas atraer la confianza de sus clientes al garantizarles la rápida resolución de controversias en materia de consumo (...) que garantiza, a priori, el cumplimiento, por parte de los establecimientos, de la normativa prevista en materia de consumo. El estar adheridos implica que esas empresas aceptan someterse a este sistema y, por tanto, debido a la obligatoriedad de su laudo, cumplir con lo que en ella se imponga. Esta acción supone un seguro para las personas consumidoras y usuarias, ya que trae consigo la posible consecución de sus derechos.

Por último, las empresas también tienen posibilidad de tomar parte en los cursos de formación que el Gobierno Vasco lleva a cabo para los profesionales del consumo. En ellos, el objetivo principal es reciclar y dotar de conocimiento y habilidades para atender de forma eficaz los servicios de las administraciones y organismos competentes en consumo.

²³ Para conocer cuáles son las empresas que se encuentran adheridas a este sistema, consultar: http://www1.euskadi.net/arbitrajeconsumo/busqueda_c.apl.

3.3. Mapa de recursos de defensa en consumo en el País Vasco



APARTADO 4

MARCO JURIDICO-NORMATIVO

La materia de consumo viene regulada desde diferentes ámbitos y niveles administrativos. La CAPV tiene la competencia principal en materia de defensa de las personas consumidoras, tal y como viene recogido en el Estatuto de Autonomía del País Vasco.

El País Vasco ha sido pionero en la regulación de los derechos de las personas consumidoras en el Estado español. Así lo recoge la actualmente vigente Ley 6/2003, de 22 de diciembre, de Estatuto de las Personas Consumidoras y Usuarias (BOPV 254, del 30 de diciembre)²⁴, en su exposición de motivos, en referencia a la anterior normativa (la derogada Ley 10/1981, de 18 de noviembre, del Estatuto del Consumidor), que fue la primera en el Estado en preocuparse de las personas usuarias. Si bien, por su falta de referentes, se trató básicamente de una ley de corte programático.

*4.1. Marco jurídico básico*²⁵

La actual Ley 6/2003 EPCU, apoyándose en la entrada en vigor del Tratado de Ámsterdam, y en la elaboración de normativa europea, desarrolla los derechos de las personas consumidoras y usuarias, así como el papel de los niveles administrativos (principalmente autonómico y local) en la defensa de estos, que entre otras funciones, debe promover la articulación de

²⁴ En adelante Ley 6/2003 EPCU.

²⁵ El grueso de contenido de este apartado está basado en la Ley 6/2003, de 22 de diciembre, de Personas Consumidoras y Usuarias. No obstante, hacemos también alguna referencia al Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, cuando aporta algún aspecto novedoso a la Autonómica. En tales casos, explicitamos que dicho contenido se extrae de la Ley Estatal.

organismos públicos y privados. También identifica qué acciones por parte de las empresas pueden ser consideradas infracción, y las sanciones correspondientes²⁶.

La normativa actual tiene una clara **orientación localista**, buscando dar prioridad a la actuación municipal, en coordinación con otros niveles administrativos, para evitar duplicidades. Para ello, propone algunas fórmulas de participación y colaboración con todos los agentes sociales implicados en la defensa de las personas consumidoras y usuarias, así como también crea la red de centros de información y atención de personas consumidoras y usuarias, y la Comisión Coordinadora de Consumo (dependiente del Gobierno Vasco).

4.1.1. Derechos de las personas consumidoras y usuarias en el País Vasco

Se identifican seis tipos de derechos, que son desarrollados en función de su contenido:

a) Derechos relacionados con la salud y la seguridad

Hace referencia a la protección y al uso seguro de productos y/o servicios, salvo los usual o reglamentariamente admitidos en condiciones normales y previsibles de utilización. En este caso, deben ser puestos en conocimiento previo²⁷ del público destinatario. El deber de salud y seguridad recae en los sujetos responsables del producto o servicio.

Son **sujetos responsables** *quienes produzcan, importen, distribuyan o manipulen productos, bienes o servicios, así como quienes los comercialicen en primer lugar*. Dichos sujetos deben participar activamente en el control de seguridad de los artículos y servicios que comercialicen y presten.

b) Derecho a la protección de los intereses económicos y sociales

Las Administraciones Públicas de Euskadi deben desarrollar y promover acciones que aseguren el respeto de los legítimos intereses económicos y sociales de las personas consumidoras y usuarias. Concretamente, se establece una serie de acciones a garantizar:

- La entrega de factura, de presupuesto previo (con su plazo de validez), y del resguardo de depósito.
- Entrega de documento de garantía y de los manuales de instrucciones.
- Asegurar la disposición de hojas de reclamaciones en los establecimientos, y su entrega en caso de que sea demandada por alguna persona.
- Vigilar la exposición pública y visible de precios y tarifas.
- Asegurarse de que no exista un corte de suministros sin constancia de que la persona consumidora está enterada. Entre los sectores especialmente mencionados, se encuentra el **servicio telefónico**.
- La prohibición de publicidad ilícita.
- Eliminar cláusulas abusivas en los contratos.
- Asegurar la comercialización de productos que garanticen la disposición de repuestos y servicio técnico.
- La eliminación de métodos coactivos, engañosos, o agresivos de venta o captación de clientes.
- La prohibición de acciones que provoquen inexactitud en el precio, peso o medida.

²⁶ En la bibliografía se puede consultar la totalidad de las leyes revisadas.

²⁷ Define **producto seguro** como “*aquel que en condiciones de utilización normales o razonablemente previsibles, (...) no presente riesgo alguno o únicamente riesgos mínimos, compatibles con el producto y considerados admisibles de cara a la protección de la salud*”.

c) **Derecho a la protección jurídica y reparación de daños**

Se establece el derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, y se estipula que **la utilización de hojas de reclamaciones es compatible con la formulación de reclamaciones por cualquier otro medio admitido en derecho** (como acudir a la empresa o emplear medios telemáticos). Las reclamaciones presentadas por vía administrativa deberán ser contestadas por esta, mediante escrito razonado.

Por otro lado, establece los sistemas de Mediación y Arbitraje (dirigidos especialmente a la ciudadanía, pero también para profesionales y empresariado)²⁸.

d) **Derecho a la Información**

Se dispone el derecho a recibir una información veraz, completa, objetiva y comprensible sobre las características esenciales de los bienes y servicios, con indicaciones para su correcto uso o consumo y (en relación con los derechos a la salud y seguridad, desarrollados en el primer apartado) a las advertencias sobre los riesgos previsibles.

Sobre la prestación de servicios, y en la medida en que sea compatible con las características de los mismos, las personas consumidoras y usuarias **tienen derecho a la entrega de un presupuesto previo por escrito** debidamente explicado.

También establece la información mínima que debe aparecer en un producto, a través de su etiquetaje, presentación y publicidad²⁹.

La publicidad se ha de hacer de forma que no pueda inducir a error. La legislación regula las técnicas publicitarias y establece que la oferta, la promoción y la publicidad de los productos o servicios se ha de ajustar a su naturaleza, a sus características y condiciones, y a su utilidad o finalidad. También dispone que los contenidos, las prestaciones propias de cada producto o servicio, y las condiciones y garantías que aparecen en la publicidad son exigibles por parte de las personas consumidoras y usuarias. Considera que la publicidad engañosa, la publicidad desleal, la publicidad subliminal y la que infringe la normativa que regula la publicidad de determinados productos, bienes, actividades o servicios, es ilícita.

La Administración debe velar por la cesación o rectificación de esta publicidad ilícita, así como también tiene otras funciones relativas a la información de las personas usuarias.

Actuaciones de la Administración Pública de Euskadi en materia de Información

La Administración tiene la responsabilidad de crear y fomentar oficinas y servicios de atención e información a personas consumidoras y usuarias, tanto públicas como privadas (es decir, asociaciones de personas consumidoras y usuarias). Especialmente debe propiciar las dependientes de Ayuntamientos, subrayando ese protagonismo del nivel local que prevalece en la Ley 6/2003 EPCU.

Asimismo, el Gobierno Vasco debe coordinar la actuación de estas oficinas, y propiciarles información, para lo que existe la **Red Informática de Centros de Información y Atención de Consumo**, a la que se podrán sumar las oficinas públicas y privadas. También se dispone de un registro obligatorio de centros de información y atención al consumo.

²⁸ Este tema se desarrolla en el siguiente apartado.

²⁹ La información del producto la desarrollamos en el siguiente apartado, centrándonos en productos tecnológicos.

Funciones de las oficinas de información (públicas y privadas)

- Informar, ayudar y orientar, así como **mediar en las reclamaciones de consumo dentro de su ámbito territorial.**
- Recibir, registrar y acusar recibo de las denuncias y remitirlas a las entidades u órganos competentes.
- Elevar solicitud de dictamen, a instancias de las partes interesadas.
- Desarrollar actividades de **educación y formación.**
- Facilitar a la personas consumidoras y usuarias los datos referentes al registro y autorización de los productos o servicios puestos a su disposición en el mercado, y los de aquellos que se encuentren suspendidos, retirados o prohibidos, e informar sobre la regulación de precios y condiciones de productos y servicios de uso común.
- En el caso de oficinas públicas, prestar apoyo a las asociaciones, y facilitar la información sobre la existencia y actividad de tales asociaciones a las personas consumidoras y usuarias.
- Realizar campañas informativas.
- Disponer de documentación técnica y jurídica sobre consumo, y potenciar su estudio.
- En municipios donde no exista Junta Arbitral, elevar solicitud de arbitraje a la Junta Arbitral del Consumo de Euskadi.
- Recibir peticiones concretas, elevándolas a las autoridades pertinentes, para modificar algún servicio o establecer otros nuevos.

Las Administraciones Públicas además, tienen la obligación de informar a las Oficinas de Información a las personas consumidoras y usuarias de diferentes datos y situaciones sobre entidades prestatarias de productos y servicios, como registro y autorización, productos o servicios suspendidos, retirados o prohibidos, sanciones firmes con expresa mención a las entidades sancionadas, regulación de precios y condiciones.

e) Derecho a la Educación y Formación

Es potestad del Gobierno Vasco garantizar el acceso a la educación y formación de las personas consumidoras y usuarias. Para ello promoverá programas de educación y formación, en las que podrán colaborar las asociaciones, cuyo objeto será:

- Potenciar la formación del personal competente en la materia, especialmente de quienes desarrollen funciones de control de mercado e información y orientación a las personas, así como del personal de las asociaciones.
- Colaborar con el personal docente.
- Potenciar y desarrollar, en colaboración con las organizaciones empresariales, la **formación en la materia de los distintos sectores empresariales.**

Estas acciones son desarrolladas mayoritaria y prioritariamente a nivel local, mediante la colaboración interinstitucional.

Asimismo, les corresponde potenciar la educación a través de los medios de comunicación social de titularidad pública.

f) **Derecho a la Representación, Consulta y Participación**

Las asociaciones son el cauce de representación y participación para la defensa de los intereses de las personas consumidoras y usuarias. Las Administraciones deben fomentar el asociacionismo, y asegurar su participación en todos los ámbitos de la vida pública que les pueda afectar.

Derechos de las asociaciones

Las asociaciones tienen derecho a:

- Ser oídas en consulta en el procedimiento de elaboración de normas.
- Participar en la elaboración y aprobación de los modelos de contrato de prestación de servicios, cuando sean prestados por Administraciones Públicas, a través de empresas públicas o privadas.
- Participar en las comisiones consultivas cuando se debatan temas de interés
- Ser consideradas parte interesada en los procedimientos administrativos de carácter sancionador promovidos por estas.
- Participar en el sistema arbitral de consumo.
- Disfrutar de justicia gratuita.
- Ser declaradas de utilidad pública cuando reúnan los requisitos necesarios para ello.
- Percibir ayudas y subvenciones que se establezcan.
- **Ejercer las acciones judiciales y extrajudiciales en defensa de los socios-as, y de los intereses colectivos** de las personas consumidoras y usuarias en general.
- Integrarse en otras asociaciones o federaciones.
- Propiciar sistemas de resolución de conflictos. Es decir, pueden tener mediación propia.

Las Administraciones Públicas deben promover el diálogo entre las asociaciones y las organizaciones empresariales o profesionales. Para ello, existe la **Comisión Consultiva de Consumo de Euskadi**, órgano consultivo asesor, interadministrativo, que busca fomentar la colaboración entre los agentes sociales implicados en el consumo, y con la propia Administración.

Esta comisión está integrada por representantes de agentes sociales, profesionales y económicos y entidades públicas y privadas de personas consumidoras y usuarias, y sus funciones son las siguientes:

- Dar su parecer en el procedimiento de elaboración legislativa.
- Proponer a entidades para participar en los órganos colegiados, organismos y entidades en los que deban estar representadas el colectivo de consumidores-as y usuarios-as. Es decir, proponer a representantes en mediación y juntas arbitrales.

- Formular propuestas de interés y asesorar a la Administración Autonómica.
- Pedir información a las Administraciones sobre materias generales o sectoriales.
- Desarrollar investigaciones.

Además, las Comisión elabora un informe anual sobre su actividad política global.

A nivel estatal, regulado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias (BOE 287, de 30 de noviembre) también existe el **Consejo de Consumidores y Usuarios** (órgano de consulta y representación institucional de las personas consumidoras y usuarias), que integra a las asociaciones de ámbito supraautonómico que, según criterios establecidos, se consideren las más representativas.

Por otro lado, también encontramos en este nivel la **Conferencia Sectorial de Consumo**, que supone el máximo órgano de cooperación institucional del Estado con las Comunidades Autónomas.

g) **Derechos lingüísticos**

Los derechos lingüísticos hacen referencia a:

- El derecho a recibir en las dos lenguas la información sobre bienes y servicios.
- Derecho a usar cualquiera de las lenguas oficiales en sus gestiones, comunicaciones y reclamaciones con empresas o entidades que operen en Euskadi.

Las entidades públicas deben garantizar la presencia de las dos lenguas:

- En los establecimientos del ámbito territorial: rótulos, avisos, comunicaciones dirigidas al público.
- En impresos o modelos oficiales.
- En contratos de adhesión, con cláusulas tipo, normados, condiciones generales, y documentación asociada, salvo que la persona usuaria elija una lengua.
- En cualquier comunicación dirigida a las personas consumidoras y usuarias: facturas, presupuestos, y otros documentos, salvo que la persona elija una lengua.
- En manuales de instrucciones, garantía, etiquetaje, envasado de productos o servicios.
- En las ofertas, promociones y publicidad.

Existe un tratamiento especial de **las entidades subvencionadas, y sectores de interés general**, entendiéndose por tales a las entidades o personas jurídicas que prestan servicios legalmente calificados como universales, de interés general o cualquier otra categoría análoga, o que se encuentran sujetos a un régimen jurídico de universalidad e igualdad en su prestación, mencionando explícitamente entre los ejemplos a **los transportes, las telecomunicaciones y los energéticos**. Así como también comprende a entidades o personas jurídicas que sean beneficiarias de ayudas públicas. Dichas entidades deben cumplir los 4 primeros puntos del apartado anterior.

Hasta marzo de este año, los establecimientos de venta de productos y prestación servicios deberán cumplir los tres primeros apartados. Y si son grandes establecimientos, también deben cumplir con el punto 4. Asimismo, deberán poder atender a la personas en las dos lenguas. De no cumplirse con estas obligaciones, habrá motivo de sanción.

Sin embargo, este último punto se ha visto modificado, puesto que la Ley 2/2012, de 9 de febrero, de modificación de la Ley 6/2003, de Estatuto de las Personas Consumidoras y Usuarias (BOE núm. 53, de 2 de marzo de 2012) ha suprimido los mecanismos sancionadores para las empresas que no cumplan obligaciones lingüísticas.

4.1.2. Inspección de Consumo

La Ley 6/2003 EPCU establece mecanismos de inspección y control coordinados entre Gobierno Autónomo y Administraciones locales. Esas inspecciones se realizarán preferentemente sobre bienes, productos y servicios de uso o consumo común, ordinario o generalizado. Las empresas y entidades están obligadas a colaborar con la inspección. En caso contrario, se considerará infracción.

Si se produce alguna infracción, corresponde a las Administraciones Autónoma y Local la potestad sancionadora.

Los tipos de infracciones existentes son:

- a) **En materia de protección de la salud y seguridad.** En general, toda acción, incumplimiento, omisión o transgresión que suponga o pueda repercutir en un riesgo para la salud y seguridad.
- b) **Por alteración, adulteración o fraude de bienes y productos:** En general, cualquier elaboración, distribución, suministro o venta de productos a los que se haya alterado su composición, calidad y estructura y no se ajuste a las disposiciones vigentes.
- c) **Por defectuosa o incorrecta prestación de servicios:**
 - El incumplimiento de las condiciones conformes a la normativa aplicables, o con las condiciones que se ofertaran.
 - El incumplimiento en materia de garantía y arreglo o reparación.
 - La insuficiencia de asistencia técnica o inexistencia de repuestos.
 - La defectuosa prestación de servicios durante la validez de la garantía.

A este respecto, el citado Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, introduce como novedad legislativa la tipificación como infracción administrativa las exigencias abusivas al derecho de las personas consumidoras de poner fin a los contratos de prestación de servicios o suministro de productos de tracto sucesivo o continuado, así como la obstaculización al ejercicio de ese derecho, la falta de previsión de este o la falta de comunicación a la persona del procedimiento para darse de baja en el servicio.

- d) **En materia de normalización técnica, comercial y de prestación de servicios, y en condiciones o técnicas de venta o suministro de bienes y servicios:** Es decir, incumplir las disposiciones en esta materia, así como incumplir la de veracidad informativa o publicitaria,

y la de comercialización de bienes prohibidos. También supone infracción no hacer entrega del documento de garantía o no extender factura o depósito, o hacerlo de forma indebida, así como incluir cláusulas abusivas en los contratos.

Especial mención merece el incumplimiento de las normas reguladoras de precios, y la realización de transacciones en las que se imponga, de forma injustificada, condiciones, recargos o cobros indebidos a la persona consumidora o usuaria.

De nuevo, el Real Decreto Legislativo 1/2007 introduce un nuevo concepto de infracción, por incumplimiento del régimen establecido para **contratos celebrados fuera del establecimiento mercantil**, así como el de las obligaciones de información y documentación, de cumplimiento de plazos y de devolución en **contratos celebrados a distancia**³⁰. En este tema, también suponen infracción las remesas con pretensión de cobro, de envíos no solicitados por la persona, y el uso de técnicas de comunicación que no requieran el consentimiento expreso previo o la falta de oposición de la persona, cuando no concurra la circunstancia correspondiente.

e) **En materia de información, vigilancia, investigación, inspección, tramitación y ejecución:**

- No tener o no entregar hojas de reclamaciones.
- Obstrucción a la inspección de consumo y manipulación de muestras a disposición de las autoridades competentes.
- Incumplimiento en general de medidas provisionales

En general, la responsabilidad de las infracciones recae en las personas físicas o jurídicas que por acción y omisión hubieren participado en las mismas.

Tipos de Infracciones

Los criterios para tipificar las sanciones son los siguientes:

- Daño o riesgo grave para la salud y seguridad.
- Lesión grave de intereses económicos.
- Negligencia grave o dolo.
- Generalización de la infracción.
- Afección directa a un colectivo de personas especialmente protegido.

En función de dichos criterios, las infracciones serán **leves** (si no concurre ninguno), **graves** (si concurre uno de ellos, o si se cometen dos o más infracciones leves en un año), o **muy graves** (si concurren dos o más de los criterios, o si se cometen dos o más infracciones graves en un año).

Existe un tiempo de prescripción de las infracciones, siendo de seis meses para las leves, de dos años para las graves, y de tres años para las muy graves.

³⁰ Se dedica un apartado específico a este tipo de contratación debido a su estrecha relación con los sectores objeto de estudio.

Sanciones

A cada infracción corresponde un tipo de sanción:

- Las leves, tendrán **amonestación por escrito o multa de hasta 3.000 €**.
- Las graves, **multa de entre 3.001 y 15.000 €**, con posibilidad de rebasarse bajo ciertas circunstancias
- Las muy graves, **multa de entre 15.001 y 600.000 €**, con posibilidad de rebasarse bajo ciertas circunstancias. Además, esta sanción supondrá la suspensión total o parcial de ayudas oficiales.

Otras sanciones correctivas a aplicar pueden ser:

- Decomiso o destrucción de mercancía.
- Cierre temporal de la empresa.
- Publicidad de las sanciones.
- Rectificación pública.

La competencia para sancionar estará compartida entre la Administración de la Comunidad Autónoma, y las Administraciones locales.

4.1.3. Competencias de las Administraciones Públicas

Corresponde a la Administración Autonómica, en general, diseñar la planificación global de la política de protección (a través del departamento competente); destacando algunas actuaciones, como apoyar a las entidades locales, coordinar actuaciones conjuntas, establecer líneas de cooperación con las asociaciones y las organizaciones empresariales, campañas de control de mercado, programas de seguridad, formación e información, inspección y sanción, fomento de sistemas de resolución extrajudicial, fomento del asociacionismo.

Para lograrlo, la Ley 9/2007, de 29 de junio, de creación de Kontsumobide-Instituto Vasco de Consumo (BOPV núm. 140, de 20 de julio de 2007) crea Kontsumobide como un organismo autónomo adscrito al departamento del Gobierno Vasco competente en materia de consumo, cuyo objetivo principal es “definir, planificar, impulsar y ejecutar las políticas del Gobierno Vasco en materia de defensa y protección de las personas consumidoras y usuarias”.

Corresponde a las Administraciones Locales, la protección y defensa de las personas consumidoras y usuarias, en particular, la inspección de productos y servicios. Aquellos municipios que disponen de personal inspector, tienen potestad sancionadora de hasta una sanción máxima de 15.000 €, y siempre en relación con los establecimientos domiciliados en su término municipal. Si algún municipio decide ejercer esta potestad, debe comunicarlo al Administración Autonómica, para evitar duplicidades. También debe comunicar las actuaciones y sanciones impuestas. En contrapartida, el Gobierno Autonómico debe mantener informado a cada municipio de las actuaciones y sanciones desarrolladas en su término municipal.

Otras funciones a desarrollar por los ámbitos locales son el fomento y apoyo a las asociaciones, y la colaboración con otros niveles institucionales en situaciones de crisis.

En general, **todos los niveles administrativos tienen la responsabilidad de promover un elevado nivel de protección** de las personas consumidoras y usuarias. Una medida claramente favorecedora de ello es la prevista en la Ley 4/2011 de modificación de la Ley de Enjuiciamiento Civil (BOE núm. 72, de 25 de marzo

de 2011), por la cual, cuando el importe de la cantidad reclamada no supere los 2.000 euros la persona puede solicitar que su asunto se vea por el procedimiento de juicio verbal sin necesidad de abogado ni procurador.

4.1.4. El papel de las empresas

El Real Decreto Legislativo 1/2007 establece que las empresas, por su parte, tienen responsabilidad de facilitar a las personas consumidoras y usuarias un **régimen de comprobación, reclamación, garantía y posibilidad de renuncia o devolución que sea eficaz** para los casos de error, defecto o deterioro de los productos o servicios. Para que de este modo, se pueda hacer efectiva la garantía, y obtener la devolución equitativa en casos de incumplimiento o cumplimiento defectuoso.

Por otro lado, las oficinas de atención al cliente que las empresas pongan en marcha, deberán asegurarse de que a **las personas consumidoras les quede constancia de sus quejas y reclamaciones**. Si estos servicios utilizan la atención telefónica o electrónica deberán poder garantizar una atención personal directa, aparte de poder emplear de forma complementaria otros medios técnicos.

Por su parte, las asociaciones empresariales tienen derecho a ser escuchadas en consulta durante los procedimientos de elaboración de las disposiciones de carácter general relativas a materias que les afecten directamente.

4.2. Bienes de consumo: productos tecnológicos

Tratar los bienes de consumo en este proyecto lleva a centrarnos principalmente en los productos tecnológicos, puesto que en telecomunicaciones y en transportes el grueso principal del consumo consiste en usar un servicio (si bien, las telecomunicaciones conllevan consigo la adquisición de ciertos bienes tecnológicos. Pero tanto el aprovisionamiento como los procesos de reclamación llevan a dirigirse a la empresa prestataria del servicio). Al hablar de productos tecnológicos, nos referimos a los **bienes de consumo**, es decir, los bienes muebles corporales destinados al consumo privado, y que en este caso, funcionan con energía eléctrica. En general, hace referencia a aparatos eléctricos, electrotécnicos, electrónicos e informáticos y su software. El campo de estos productos es muy amplio, y alcanza desde un frigorífico hasta una lavadora, un televisor, un vídeo o un teléfono móvil, hasta una agenda electrónica.

En principio, se aplica la normativa general de todo tipo de productos y servicios, a la que podemos añadir algunas normas específicas en el campo de los electrodomésticos, surgiendo entonces las siguientes especificaciones:

4.2.1. La factura

La factura es el **documento imprescindible que facilitará realizar una ulterior reclamación, en caso de problemas con el aparato**. Además, si se pierde la garantía o si no se entrega, puede necesitarse el ticket o la factura para hacer reclamaciones.

La factura de compra ha de contener los datos siguientes: datos del establecimiento, datos de la persona compradora, identificación del producto, precio, impuestos, fecha y firma o sello.

4.2.2. Cambios

Cuando se ha adquirido un producto solamente se tiene derecho al cambio o a la devolución de la cantidad pagada si el producto es defectuoso o no es conforme al contrato.

En esos supuestos, **la persona compradora podrá optar entre exigir la reparación o la sustitución del bien**, salvo que una de estas opciones resulte imposible o desproporcionada.

Si no se puede exigir la reparación o sustitución, cabe la posibilidad de una rebaja del precio o la finalización del contrato.

Si se quiere cambiar un producto, no por ser defectuoso, sino por otras razones como el color, el tamaño, etc., el establecimiento no está obligado a hacer tal cambio o a devolver el importe, excepto que lo informe verbalmente o publicite esta posibilidad.

4.2.3. El etiquetado

El etiquetado de los productos es obligatorio y proviene directamente de dos de los derechos de las personas consumidoras ya desarrollados: derecho a la seguridad y derecho a la información.

Una de las funciones más importantes del etiquetado es identificar el responsable del producto, que puede ser el fabricante, el distribuidor, el vendedor, o el importador. Como se ha visto en el apartado anterior, también es importante que informen de los posibles riesgos susceptibles de una utilización previsible, y está prohibida la comercialización de bienes que carezcan de las marcas de seguridad obligatorias y necesarias, así como que carezcan de los datos mínimos para identificar al responsable del bien.

Datos generales de la etiqueta

En la etiqueta del producto siempre debe constar información de forma que no induzca a error, de forma clara y legible, y en el caso de productos tecnológicos debe contar, como mínimo, con los datos siguientes:

- El nombre genérico del producto.
- Las características esenciales del producto, instrucciones de uso, advertencias y consejos de instalación, uso y mantenimiento, manejo y condiciones de seguridad que sean necesarios para proceder al uso correcto y seguro del producto.
- La identificación y domicilio del fabricante o vendedor. Este requisito es necesario para saber a quién se puede reclamar, si hace falta.
- Potencia máxima, tensión de alimentación y consumo energético.

Los electrodomésticos deben llevar las instrucciones de uso al interior del embalaje, y algunos deben llevar un esquema de su funcionamiento eléctrico.

Los precios de venta de los productos deben estar indicados con carteles o etiquetas visibles, y deben estar precedidos de las siglas PVP (precio de venta al público). El precio indicado debe incluir los impuestos y los gastos, si hay.

El etiquetado ecológico y energético

Las etiquetas ecológicas identifican y certifican, de forma oficial, que los productos o servicios que acompañan son respetuosos con el medio ambiente. En nuestro contexto, existe la Etiqueta Ecológica Europea como garante de esta cualidad. Se trata de una herramienta voluntaria, pero que una vez con-

cedida, obliga al producto al cumplimiento de unos valores sobre el impacto del producto a lo largo de su vida útil, basado en estudios científicos y en información no engañosa.

El organismo competente para gestionarla y otorgarla es la administración de cada Comunidad Autónoma. En el caso del País Vasco, el órgano competente es la Viceconsejería de Medio Ambiente del Gobierno Vasco.

Productos o servicios que pueden tener la etiqueta ecológica

- Equipamientos y material de oficina y del hogar: ordenadores de sobremesa, ordenadores portátiles, papel para escribir y otros productos de papel y cartón.
- Higiene y limpieza doméstica: detergentes para vajilla (a mano y a máquina), detergentes para lavadoras, productos para la limpieza del hogar en general, papel tisú (papel higiénico, papel de cocina, etc.) y bolsas de basura.
- Electrodomésticos: lavadoras, lavavajillas, frigoríficos, etc.

Además de estos, pueden tenerla otros productos, como ropa, calzado, artículos de papelería, de bricolaje, etc.

Por su parte, **la etiqueta energética** es la que figura en los electrodomésticos y que informa sobre el consumo de energía y otros recursos esenciales, así como también sobre datos complementarios relativos a cada tipo de aparato, de manera que la persona compradora, cuando lo adquiera, pueda escoger el más adecuado a sus necesidades y posibilidades.

Actualmente, este tipo de información se puede encontrar en las lavadoras, frigoríficos y congeladores de uso doméstico, entre otros, siempre que estos aparatos se alimenten por la red eléctrica. Progresivamente va imponiendo en otros electrodomésticos, como lavavajillas, calentadores, fuentes de luz y aparatos de aire acondicionado.

Esta etiqueta está dividida en cuatro zonas que recogen, respectivamente:

- Los datos relativos al fabricante y al modelo de electrodoméstico.
- La clase de eficiencia energética del aparato, indicada con flechas de diversos colores y diversas letras. La letra A significa la máxima eficacia, mientras que la G la mínima posible. Si el aparato ha obtenido la etiqueta ecológica europea, el símbolo que lo indica puede estar en esta zona.
- Los datos específicos para cada tipo de electrodoméstico.
- El ruido que el aparato emite mientras funciona, medido en decibelios y siempre que sea necesario indicarlo.

El mercado de la CE

Las siglas CE están presentes en una gran cantidad de productos. Indican que los productos se han fabricado siguiendo las directrices comunitarias de seguridad y atribuyen la responsabilidad de este proceso de fabricación al fabricante, a su representante en la Unión Europea o al responsable de su comercialización. Estas directrices comunitarias de seguridad están enfocadas en dos direcciones:

- Garantizar la seguridad de las personas, los animales y los bienes cuando se utilicen estos productos.
- Garantizar la libre circulación del producto dentro del mercado interior de la Unión Europea.

No todos los productos deben llevar esta marca, solamente aquellos por los que se han dictado las normas de seguridad concretas que les afecta, como máquinas, aparatos electrodomésticos, alimentos, etc.

4.3. Contratos: los servicios de telecomunicaciones

Aunque la normativa sobre contratación afecta y se refiere a productos y servicios en general, para los objetivos que nos ocupan en este acercamiento, hemos de pensar sobre todo en el sector de telecomunicaciones. El incesante cambio del sector y la evolución de las tecnologías conllevan modificaciones de la normativa de aplicación que buscan mejorar las relaciones entre empresas y entre estas y los usuarios finales.

4.3.1. Información alrededor de la contratación

Existe una serie de información que la empresa debe facilitar a la persona antes de formalizar un contrato, de forma clara, comprensible y adaptada a las circunstancias de la información.

Un ejemplo claro es el **presupuesto**. Cuando contratamos un servicio, como la reparación de un electrodoméstico o la prestación de un servicio de telefonía, conviene solicitar un presupuesto previo y por escrito para saber cuánto deberemos pagar por el servicio. En el presupuesto debe constar claramente:

- La identificación de quién prestará el servicio (nombre y apellidos, dirección y NIF).
- La explicación del servicio que se realizará.
- El precio del servicio desglosado: mano de obra, desplazamientos, material y piezas de recambio.
- Los impuestos aplicables.
- El plazo de validez del presupuesto y plazos de cumplimiento del servicio.

El contenido del presupuesto obliga al profesional a respetar todo lo que se ha establecido si se contratan sus servicios durante el período de vigencia de este.

4.3.2. La contratación

Además de estos datos básicos del presupuesto, cuando llega el momento de la contratación, hay otros que deben ponerse en conocimiento de la persona, sobre todo para los que supongan una duración prolongada, como una contratación de línea telefónica e Internet:

- Procedimiento de que dispone la persona para poner fin al contrato.
- Garantías ofrecidas.
- Lengua-s en las que podrá formalizarse el contrato.
- Existencia del derecho de desistimiento que pueda corresponderle a la persona consumidora o usuaria, y el plazo y forma de ejercitarlo.

Asimismo, **en los contratos se prohíben cláusulas que supongan obstáculos onerosos o desproporcionados para el ejercicio de los derechos de la persona**. La persona consumidora o usuaria podrá ejercer su derecho a poner fin al contrato en la misma forma en que lo celebró, sin ningún tipo de sanción o de cargas onerosas o desproporcionadas.

Se debe entregar recibo justificante, copia o documento acreditativo con las condiciones esenciales de la operación. En los casos de contratación telefónica o electrónica con condiciones generales deberá constar la aceptación de todas y cada una de las cláusulas del contrato, sin que sea necesaria firma convencional. En tal

caso, se debe enviar de forma inmediata a la persona contratante una justificación de la contratación efectuada por escrito, salvo que esta se oponga, en cualquier soporte de naturaleza duradera adecuada a la técnica de comunicación a distancia empleada, en la que deben constar los términos del contrato establecido.

Derecho de desistimiento

El derecho de desistimiento es la posibilidad de la persona consumidora y usuaria de dejar sin efecto el contrato celebrado, notificándose a la otra parte contratante en el plazo oportuno para ejercitar tal derecho (que será como mínimo de siete días hábiles). Es obligación de la empresa informar por escrito, en el contrato o documentación previa a este, de este derecho, y no se puede penalizar el ejercicio de este, ni suponerle ningún gasto.

Cláusulas abusivas

Las cláusulas abusivas en un contrato son aquellas estipulaciones no negociadas individualmente y aquellas prácticas no consentidas expresamente que causen perjuicio a la persona consumidora y usuaria.

Se distinguen diferentes tipos de cláusulas abusivas:

- Las que vinculan el contrato a la voluntad de la empresa.
- Las que limiten los derechos de la persona consumidora y usuaria.
- Las que le impongan garantías desproporcionadas o le impongan indebidamente carga de la prueba.
- Que resulten desproporcionadas en relación con el contrato.
- Contravengan las reglas sobre competencia y derecho aplicable.

Se prohíbe explícitamente la existencia de tales cláusulas en las contrataciones de productos y servicios.

4.3.3. Contratos celebrados a distancia

Se trata de aquellos **contratos celebrados sin la presencia física simultánea de los contratantes**, siempre que la oferta y aceptación se realicen exclusivamente a través de una técnica cualquier de comunicación a distancia y dentro de un sistema de contratación a distancia organizado por la empresa.

Para realizarlo, es imprescindible que en todas las comunicaciones comerciales establecidas conste y se informe sin lugar a equívoco de la finalidad comercial de la comunicación. Asimismo, se necesita autorización de la persona consumidora y usuaria para emplear técnicas de comunicación que consistan en sistemas automatizados de llamada sin intervención humana.

En la información precontractual, además de los datos explicitados en el apartado anterior, en la contratación a distancia también debe suministrarse:

- El coste de utilización de la técnica de comunicación a distancia, cuando sea diferente a la tarifa básica.
- Las características esenciales del bien o servicio.
- Los gastos de entrega y transporte, si los hay.

- El plazo de vigencia del precio ofertado, y si no tiene derecho a desistimiento.
- Duración mínima del contrato.
- Otras posibles ofertas y servicios, si es solicitado por la persona.
- Forma de pago y modos de entrega o ejecución.
- Si la empresa está adherida a un sistema extrajudicial de resolución de conflictos.

En todo caso, antes de la ejecución del contrato, se deben suministrar todos estos datos, más la dirección del establecimiento empresarial donde se pueden presentar reclamaciones, la información sobre los servicios postventa y garantías existentes, y las condiciones para la denuncia del contrato (en caso de servicios mayor de un año).

Como se ha mencionado más arriba, se prohíbe expresamente envío de productos o servicios no solicitados por la persona, cuando incluyan una solicitud de pago.

Celebración de contratos para el acceso a la red de telefonía pública

A los contratos celebrados con los operadores que faciliten la conexión o el acceso a la red de telefonía pública le será de aplicación la normativa general sobre protección de los consumidores y usuarios.

Concretamente, dichos contratos deben tener los siguientes **requisitos**:

- El nombre o razón social del operador y el domicilio de su sede o establecimiento principal.
- El teléfono de atención al cliente.
- Las características del servicio ofrecido, con indicación del plazo de la conexión inicial, la descripción de cada una de las prestaciones incluidas en el contrato, con la indicación de qué conceptos se incluyen respectivamente en la cuota de abono y, en su caso, en otras cuotas. Asimismo, figurará el derecho de desconexión, en su caso, y su modo de ejercicio, en los supuestos de servicios como el de llamadas internacionales y el de llamadas a servicios de tarifas superiores, en especial de tarificación adicional.
- Los niveles individuales de calidad de servicio que el operador se compromete a ofrecer y los supuestos en que su incumplimiento dé derecho a exigir una indemnización, así como su método de cálculo. A tales efectos, los operadores deberán utilizar los parámetros y métodos de medida que, en su caso, determine el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- Precios y otras condiciones económicas de los servicios. Esta información comprenderá los datos relativos a los precios y tarifas que se aplican y las modalidades de obtención de información actualizada sobre las tarifas aplicables.
- Período contractual, indicando, en su caso, la existencia de plazos mínimos de contratación y de renovación.
- Política de compensaciones y reembolsos, con indicación de los mecanismos de indemnización o reembolso ofrecidos, así el método de determinación de su importe.
- Tipos de servicio de mantenimiento ofrecido.

- Procedimientos de resolución de litigios, con inclusión, en su caso, de los que haya creado el propio operador.
- Causas y formas de extinción y renovación del contrato de abono. Si es por voluntad de la persona usuaria, esta deberá comunicarlo previamente al prestador del servicio con una antelación mínima de 15 días naturales al momento en que ha de surtir efectos.
- Dirección de la oficina comercial del operador, dirección postal y electrónica del departamento o servicio especializado de atención al cliente, teléfonos propios del operador y, en su caso, página web, a efectos de la presentación de quejas, reclamaciones y peticiones por parte del abonado, especificando un procedimiento sencillo y gratuito y sin cargos adicionales, que permita la presentación de las mismas y su acreditación.
- Reconocimiento del derecho a la elección del medio de pago entre los comúnmente utilizados en el tráfico comercial.
- Información referida al tratamiento de los datos de carácter personal del cliente, en los términos exigidos por la legislación vigente en materia de protección de datos.
- Información al cliente en los supuestos y con el contenido exigido por las disposiciones del capítulo I del título V del reglamento, cuando proceda.

Si se modificaran las condiciones del servicio, serán comunicadas a la persona usuaria al menos un mes antes, pudiendo este resolver el contrato sin penalización alguna en su contra.

4.3.4. Reclamaciones

Los operadores de telefonía **móvil deberán disponer de un departamento o servicio especializado de atención al cliente gratuito que tenga por objeto atender y resolver las quejas y reclamaciones de los clientes**, que como se ha dicho, **debe garantizar una atención personalizada, además de poder contar con otros medios técnicos.**

Las personas usuarias deben formular sus quejas en el plazo de un mes desde el momento en que se tenga conocimiento del hecho que las motive. Si no hubiera obtenido respuesta satisfactoria del operador en el plazo de un mes, podrá dirigir su reclamación a una Junta Arbitral de Consumo.

En el caso de que el operador no se someta a la Junta Arbitral, la persona abonada podrá dirigirse en el plazo de 3 meses desde la respuesta del operador o la finalización del plazo para responder, a la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de Información. La resolución que esta dicte agotará la vía administrativa y contra ella podrá interponerse recurso contencioso administrativo.

4.3.5. Rescisión del contrato

El contrato se extinguirá por las causas generales de extinción de los contratos y, especialmente, por voluntad de la persona abonada, comunicándolo previamente al prestador del servicio con una antelación mínima de 15 días naturales al momento en que ha de surtir efectos.

Ante la solicitud de baja a su operador, este deberá garantizarle la constancia de la misma y ejecutarla en el plazo de 15 días.

El operador se abstendrá de facturar y cobrar cualquier cantidad que se haya podido devengar, por causa no imputable al usuario, con posterioridad al plazo de 15 días en que debió surtir efectos la baja.

En el caso de solicitarse baja por incumplimiento del operador, la eficacia de la baja será inmediata.

4.3.6. Garantía y servicios postventa y postcontratación

En el momento de adquirir un producto, la persona tiene derecho a que se le entregue el documento de garantía. En los bienes de naturaleza duradera deberá entregarse en todo caso y por escrito u otro soporte duradero. Deberá expresar:

- El objeto sobre el que recae la garantía.
- La identificación del garante, **que puede ser el fabricante o el productor.**
- La persona titular de la garantía, es decir, la **adquiriente del producto.**
- Los derechos, adicionales a los legales, del titular de la garantía.
- El plazo de duración y su alcance territorial.
- Las vías de reclamación de que dispone la persona consumidora.
- Especificación de que la garantía no afecta a los derechos legales antes la falta de conformidad de los productos.

El **plazo mínimo de la garantía** de los productos de naturaleza duradera **es de dos años**. En consecuencia, de los defectos que se manifiesten dentro de este plazo, responderá el vendedor. De todas maneras, será necesario que el comprador haya manifestado de manera fehaciente al vendedor su falta de conformidad dentro del plazo de dos meses desde que se dio cuenta del defecto.

En el caso de los bienes de segunda mano, el vendedor y el consumidor podrán pactar un plazo menor, que no podrá ser inferior a un año desde la entrega.

Beneficios de la garantía

Durante el plazo de vigencia de la garantía, si el bien no se ajusta a las condiciones del contrato, su titular tendrá derecho a la reparación o sustitución y estas:

- **Serán gratuitas para el consumidor.** Dicha gratuidad comprenderá los gastos necesarios realizados para subsanar la falta de conformidad de los bienes con el contrato, especialmente los gastos de envío, así como los costes relacionados con la mano de obra y los materiales.
- **Deberán llevarse a cabo en un plazo razonable** y sin mayores inconvenientes para el consumidor, teniendo en cuenta de la naturaleza de los bienes y la finalidad que tuvieran para el consumidor.
- En el supuesto de que la reparación no sea satisfactoria y el bien no está en condiciones de ser utilizado en óptimas condiciones, **el comprador podrá exigir la sustitución del bien por otro de idénticas condiciones**, o la rebaja del precio o la resolución del contrato.

La empresa está obligada a entregar un producto o servicio conforme a lo contratado. Y en caso de defecto, tiene el deber de la reparación o sustitución del producto (a no ser, como se ha dicho, que una de las opciones resulte objetivamente imposible o desproporcionada), a la rebaja del precio o a la resolución del contrato, bajo determinadas circunstancias.

En caso de reparación o sustitución, en todo caso serán gratuitas para la persona, se llevará a cabo en un plazo razonable, y durante los seis meses siguientes a la entrega el vendedor responderá de las faltas de conformidad derivadas o análogas a las que motivaron la reparación.

En los productos de naturaleza duradera, se tiene derecho a un adecuado servicio técnico y a la existencia de repuestos durante el plazo mínimo de cinco años a partir de la fecha en que el producto deje de fabricarse.

Responsabilidades

Toda persona perjudicada por bienes o servicios defectuosos tiene derecho a ser indemnizada, bajo las circunstancias legales previstas. En este caso, los prestadores de servicios serán responsables de los daños y perjuicios causados, salvo que prueben que han cumplido las exigencias y requisitos reglamentariamente establecidos.

De forma especial, responden a los daños originados en el correcto uso de un servicio, cuando por su propia naturaleza, o por reglamentación, incluyan necesariamente la garantía de niveles determinados de eficacia y seguridad, y que suponga por tanto tener controles técnicos, profesionales o sistemáticos de calidad, para que llegue en condiciones adecuadas a las personas.

Bajo este régimen especial de responsabilidad están incluidos en todo caso, además de otros, los servicios de reparación y mantenimiento de electrodomésticos, y los servicios relacionados con medios de transporte³¹.

4.4. El transporte aéreo

Los derechos mínimos que asisten a una persona usuaria de transporte aéreo en las circunstancias problemáticas más comunes (denegación de embarque, cancelación o retraso de vuelo), siempre que se trate de un vuelo con origen o destino en un Estado Miembro de la UE, o que se trate de un vuelo operado por una aerolínea europea, están regulados por el Reglamento CE 261/2004.

4.4.1. Cancelación de vuelos

En caso de cancelación motivada por la persona usuaria, se debe informar a la compañía lo antes posible, ya que se puede imponer una penalización variable según el tipo de vuelo, el ámbito y la tarifa utilizada.

En caso de retraso en los viajes o de cancelaciones por parte de la compañía aérea, esta debe informar sobre las causas, y en estos casos las personas afectadas tienen derecho a:

- **Compensación económica** de 250 euros (vuelos hasta 1.500 km), 400 (vuelos intracomunitarios de más de 1.500 km y los demás entre 1.500 y 3.500 km) o 600 euros (el resto). Los kilómetros se cuentan hasta el último destino.

No hay compensación si se comunica con dos semanas de antelación la cancelación, si se informa en el plazo entre dos semanas y siete días promoviendo un transporte alternativo que permita salir con no más de dos horas de antelación y llegar con no más de cuatro horas de retraso, o si se informa con menos de siete días de antelación y se ofrece otro vuelo que permita

³¹ En relación con este punto, la Ley Estatal centra su Libro Cuarto en la reglamentación de los viajes combinados.

salir con no más de una hora de antelación y llegar con dos horas de retraso. Todo ello respecto a los horarios de llegada y de salida contratados.

La compensación económica podrá reducirse un 50% si se ofrece vuelo alternativo y la diferencia horaria con la original es inferior a 2 horas en vuelos de 1.500 km, inferior a 3 horas en vuelos comunitarios de más de 1.500 km o los otros entre 1.500 y 3.500 km e inferior a 4 horas en el resto de vuelos.

- **Que se les devuelva el precio del billete** correspondiente a la parte o partes del viaje no efectuadas y, en su caso, vuelo de vuelta al punto de partida lo más rápido posible.
- **A ser conducidas a su destino final** en condiciones de transporte comparables lo más rápidamente posible o, en su caso, en fecha posterior. Si se establece el vuelo a otro aeropuerto, la compañía correrá con los gastos de transporte hasta el aeropuerto primeramente convenido, u otro lugar cercano convenido con el pasajero.
- **Tener comida y refrescos** suficientes durante la espera.
- **Alojamiento en hotel** si hay que pernoctar (incluye el transporte al hotel).
- **Dos llamadas** telefónicas, fax o correos electrónicos.

Recientemente, además, ha habido una sentencia del Tribunal de Justicia de la UE que ha dictaminado que los pasajeros de un vuelo cancelado tienen derecho a reclamar el reembolso de los gastos razonables en que hayan incurrido cuando una compañía aérea no les haya proporcionado atención, pero además también una compensación en concepto de daños morales³².

4.4.2. La sobre-reserva u overbooking

Se trata de la reserva de plazas por encima de la capacidad real del servicio que hacen algunas compañías aéreas en vuelos regulares con la intención de cubrir posibles anulaciones y/o no presentaciones.

Si un transportista aéreo prevé esta circunstancia tendrá que pedir, primeramente, si existen personas que voluntariamente renuncien a sus reservas a cambio de determinados beneficios (los que acuerden). Si no hay suficientes, podrá denegar el embarque a pasajeros en contra de su voluntad.

Las personas afectadas por overbooking tienen los mismos derechos y en las mismas circunstancias que en los casos de cancelación de vuelo.

4.4.3. Retraso

En el caso de un retraso, respecto de la hora prevista de salida, superior a 2 horas en vuelos de hasta 1.500 km, superior a 3 horas en vuelos intracomunitarios de más de 1.500 km o extracomunitarios entre 1.500 y 3.500 km y superior a 4 horas en el resto de vuelos, las personas afectadas tendrán derecho a:

³² Ver noticia en http://www.elpais.com/articulo/economia/Justicia/europea/respalda/pago/danos/morales/cancelacion/vuelo/elpepueco/20111013elpepueco_3/Tes.

- **Tener comida y refrescos** suficientes durante la espera.
- **Dos llamadas** telefónicas, fax o correo electrónicos.
- **Alojamiento en hotel** si hay que pernoctar (incluye el transporte al hotel).
- **Devolución del precio del billete** correspondiente a la parte o partes del viaje no efectuadas y, en su caso, vuelo de vuelta al punto de partida lo más rápido posible si el retraso es de más de cinco horas.

4.4.4. Incidencias con el equipaje

El Convenio de Montreal (BOE, núm.122, de 20 de mayo de 2004) regula las incidencias por daño, retraso o pérdida de equipaje, y establece que la facturación del equipaje debe hacerse en el mostrador asignado a la compañía aérea al efecto, donde se entregará a cada pasajero la tarjeta de embarque y el talón de equipaje.

La compañía aérea está obligada a transportar el equipaje del pasajero aunque puede limitar el número de bultos o el peso máximo de dicho equipaje. Cuando las condiciones del avión lo permitan, se puede facturar más peso del inicialmente permitido pagando la cantidad establecida en concepto de exceso de equipaje.

Cuando existan incidencias con su equipaje (daños, retrasos, pérdida) según el Convenio de Montreal, **es la compañía aérea la única responsable del daño causado.** Este Convenio establece un límite máximo en la responsabilidad de 1.131 Derechos Especiales de Giro (DEG)³³ por pasajero, salvo declaración especial de valor, no existiendo compensaciones automáticas a los pasajeros.

En caso de pérdida, daño o retraso en la entrega del equipaje, se debe presentar y solicitar el PIR o Parte de Irregularidad, antes de abandonar el aeropuerto. Además de solicitar el PIR en el aeropuerto, es necesario escribir a la compañía, presentando una reclamación y dejando constancia del daño o retraso a la compañía aérea. Aunque los plazos difieren dependiendo de si se trata de daño, retraso o pérdida se suele recomendar presentar esta reclamación antes de 7 días desde el vuelo. Se debe adjuntar copia de los documentos probatorios. Una maleta se considerará perdida una vez que han transcurrido 21 días desde la llegada a destino del pasajero.

Cabe aclarar que, si se ha adquirido el billete a través de una agencia de viajes (bien solo el billete, o como parte de un viaje combinado) para la tramitación de cualquier tipo de reclamación ocurrida durante el viaje se puede recurrir a la propia agencia, de forma que se solicite la gestión de esta.

Sobre el deber de información a las personas usuarias, los transportistas aéreos deben velar por que en el mostrador de facturación se exponga, de forma claramente visibles, el siguiente anuncio: “En caso de denegación de embarque o retraso de su vuelo superior a dos horas, solicite en el mostrador de facturación o en la puerta de embarque el texto en el que figuran sus derechos, especialmente en materia de compensación y asistencia”.

Asimismo, en caso de denegación de embarque o cancelación, existe el deber de entregar a las personas afectadas un impreso en el que se indiquen las normas en materia de compensación y asistencia.

³³ El derecho especial de giro es una unidad definida por el Fondo Monetario Internacional, cuyo valor es la suma de los de determinadas cantidades de varias monedas: Dólar USA, Euro, Yen japonés y Libra esterlina. En julio del 2008, 1 DEG = 1,030 € aprox.

El abono de compensaciones o prestación de asistencia a las personas usuarias no limitan el derecho de estas a reclamar otro tipo de compensaciones suplementarias. Asimismo el transportista tiene derecho a reclamar a terceros compensaciones por incumplimiento de servicios (como agencias de viajes, u operadores turísticos).

Hasta el momento, hemos hecho un repaso teórico, tanto sobre las perspectivas analíticas como sobre el marco jurídico, que contextualiza la realidad del consumo (y por extensión, de las reclamaciones) en la que nos encontramos actualmente. Pero ahora toca dar el paso hacia la práctica, hacia las experiencias cotidianas de los agentes implicados más directamente en ese contexto que hemos descrito, y analizar qué cosas se están llevando con éxito a cabo, y qué cosas fallan, pueden mejorar, qué quiebras se dan.

El acercamiento a las personas desde la mitología etnográfica nos dará, como comprobaremos, la visión completa y compleja que buscamos, y que creemos primordial, para entender qué está pasando cuando se reclama.

APARTADO 5

RESULTADOS

Durante el desarrollo de esta investigación, se ha realizado un total de 28 entrevistas:

- **15 a personas reclamantes.** En este grupo, cabe destacar que algunas personas tenían más de una experiencia de reclamación. En la tabla T1 se recogen las principales experiencias que han sido objeto de análisis.
- **4 a personas que no llegan a cursar reclamación.**
- **6 entrevistas a 5 entidades públicas y privadas de defensa de derechos de las personas consumidoras** (a una de las entidades se le realizaron dos entrevistas, una al inicio del proyecto, y otra al final).
- **3 entrevistas a otras tantas empresas** de los sectores de interés.

Asimismo, se han desarrollado **observaciones durante tres jornadas**, dos de ellas en una de las entidades privadas y una tercera en uno de los organismos públicos en las que se desarrollaron las entrevistas. Las observaciones ha sido importantes para conocer el procedimiento de atención a las personas que se dirigen a estas oficinas, principalmente a obtener información en relación a un problema que les ha surgido con alguna empresa con la que han contratado un servicio o adquirido algún producto.

Las tablas **T1, T2, T3 y T4** resumen las principales características de las personas participantes en los tres ámbitos identificados.

Las conclusiones obtenidas a raíz del trabajo de campo realizado se desarrollan a continuación.

T1. Personas reclamantes

NOMBRE ³⁴	T.H. ³⁵	SECTOR	MOTIVO	PROCESO	RESULTADO	VALORACIÓN
Ainara	Bizkaia	Tecnología	Sustitución de un elemento roto por otro defectuoso	Tienda Servicio Técnico → H.R. ³⁶ Empresa Fabricante → Reclamación por OMIC	Cambio de elemento, tras haber comprado otro anterior	Insatisfecha con el proceso. Satisfecha en parte con resultado
Luis ³⁷	Bizkaia	Telecomunicaciones	Problemas al cambiar de compañía	Empresas (saliente y entrante) → Reclamaciones directas y por OMIC	En proceso, ha logrado en parte lo que buscaba	Insatisfecho con el proceso. Satisfecho en parte con resultado
		Tecnología	Un elemento del aparato se ha roto 2 veces en un año	Tienda Empresa → Reclamación directa	Pide cambio de campana, no se lo hacen. Pero le hacen nueva garantía por 2 años	Satisfecho
Javi	Bizkaia	Telecomunicaciones	Cobros de más	Empresa → Reclamación por OMIC	Le devuelven lo facturado de más	Satisfecho
Pablo	Bizkaia	Tecnología	Incumplimiento garantía	Empresa → Reclamación por OMIC	Le reparan sin cobrar	
Esther	Bizkaia	Transporte aéreo	Compra viaje y agencia quiebra	Empresa → Reclamación directa y por OMIC	Empresa asume devolución rápidamente	
Leire	Gipuzkoa	Telecomunicaciones	Cambio de tarifa	Empresa → Reclamación directa y por OMIC	Cambio a la tarifa anterior. No devuelven dinero cobrado de más	
Sara	Gipuzkoa	Transporte aéreo	Deterioro maleta	Empresa → Reclamación directa	Le informaron mal del trámite para reclamar. No le indemnizaron maleta, ni tampoco por mala información	
Víctor	Gipuzkoa	Tecnología	Aparato defectuoso desde comienzo	Empresa → Reclamación directa y por OMIC	Llega a acuerdo con empresa	
		Tecnología	Técnico quería arreglarle por reparación derivada de una anterior	Empresa → Reclamación por OMIC	Le repara nuevamente el aparato sin cobrar	
Vero	Araba/ Álava	Transporte aéreo	Contrató viaje y en un enlace se encontraron sin billete	Empresa → Reclamación directa, por Kontsumobide y por Asociación	Juicio: le devuelven el dinero de los dos billetes nuevos que compró	

³⁴ Los nombres de todas las personas participantes han sido modificados.

³⁵ Territorio Histórico en el que reside la persona entrevistada.

³⁶ Hoja de Reclamaciones.

³⁷ En los casos de Luis, Víctor y Antonio, se ha analizado más de una experiencia de reclamación

NOMBRE ³⁴	T.H. ³⁵	SECTOR	MOTIVO	PROCESO	RESULTADO	VALORACIÓN
Antonio	Araba/ Álava	Telecomunicaciones	Incumplimiento contrato	Empresa → Reclamación directa Asociación	La asociación medió, no continuó la reclamación. Devolución de dinero y baja del servicio	Satisfecho en parte con el proceso. Satisfecho con resultado
		Tecnología	Incumplimiento condiciones oferta y garantía	Tienda → Reclamación directa. Pide HR, no se la dan	Llega a acuerdo con la tienda	Satisfecho en parte
Sergio	Araba/ Álava	Tecnología	Incumplimiento garantía	Tienda → Reclamación directa	Logra que la avería la cubre la garantía	Satisfecho
Mercedes	Araba/ Álava	Transporte aéreo	Perdió viaje por huelga de controladores	Agencia → Reclamación directa AENA → Reclamación directa	Alargan el proceso hasta que se le pasa el plazo	Insatisfecha. Ha consultado a asociación
Valeria	Araba/ Álava	Transporte aéreo	Cancelación vuelo	Aerolínea → Reclamación directa y por asociación	Le devuelven dinero de todos los gastos	Insatisfecha con el proceso. Satisfecha con resultado
Bárbara	Araba/ Álava	Telecomunicaciones	Cobro de mensajes no enviados	Empresa → Reclamación por asociación	Le devuelven el dinero	Satisfecha
Jone	Araba/ Álava	Transporte aéreo	Incumplimiento condiciones contrato del viaje	Empresa → Reclamación directa y por Asociación	En trámite. Están estudiando la vía judicial	Insatisfecha con el proceso

T2. Personas no reclamantes

NOMBRE	T.H.	SECTOR	MOTIVO	PROCESO	RESULTADO	POR QUÉ NO RECLAMA
Ainara	Bizkaia	Telecomunicaciones	Cobro de más	OMIC (Consulta)	No reclamó	Suponía demasiado esfuerzo hacer las gestiones por la cantidad que reclamaba
Idoia	Gipuzkoa	Tecnología	Deterioro rápido del producto	Nada	No reclamó	No cree que sirva para nada
Aritz	Gipuzkoa	Transporte aéreo	Quiebra aerolínea. No vuela	Oficina aeropuerto Fomento Embajada	Presentó quejas, tuvo que comprar nuevo billete. No le pagaron ni el anterior ni el nuevo	No le contestaron a las primeras consultas que hizo. Hartura, ganas de acabar
Gorka	Gipuzkoa	Telecomunicaciones	Cobro de más. Incumplimiento oferta	Empresa	Devolución parcial de lo cobrado de más. Baja del servicio 6 meses después de haberla pedido	Le daban largas para presentar reclamación en la empresa. Hartura, ganas de acabar

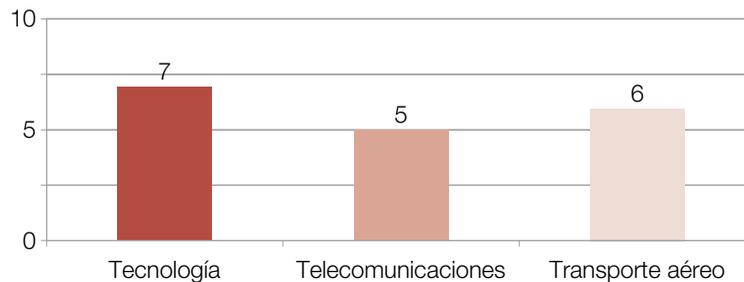
T3. Entidades de defensa (entrevistas y observación)

PARTICIPANTES	TITULARIDAD	TERRITORIO	ÁMBITO
Representante entidad	Pública	Entrevista en sede de Araba/Álava	Autonómico
2 trabajadoras entidad	Pública	Municipio de Bizkaia	Municipal
Representante entidad	Pública	Municipio de Gipuzkoa	Municipal
Representante y trabajadora entidad	Privada	Municipios de Gipuzkoa	Provincial, Integrada en Entidad autonómica, y Federada a nivel estatal
Representante y 3 trabajadores entidad	Privada	Entrevista en sede de Bizkaia	Autonómico y Federada a nivel estatal

T4. Empresas

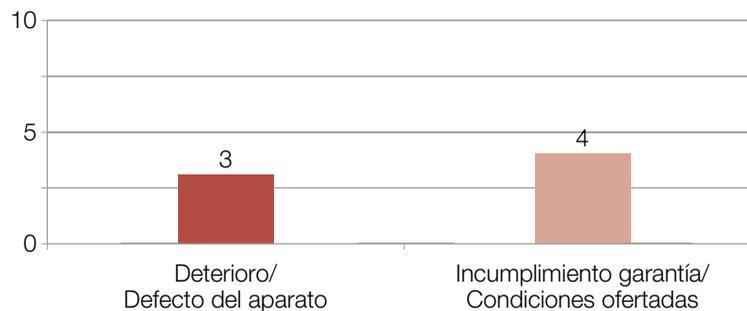
NOMBRE	SECTOR	PERSONA ENTREVISTADA
Garoa	Tecnología	Coordinadora de Atención al Cliente
Lucía	Telecomunicaciones	Directora de Atención al Cliente
NO APORTA NOMBRE	Transporte aéreo	Jefe de Servicio de Atención al Cliente

Tipos de reclamaciones analizadas

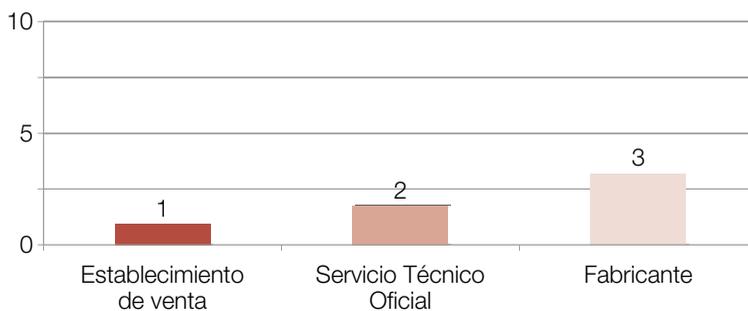


SECTOR TECNOLÓGICO

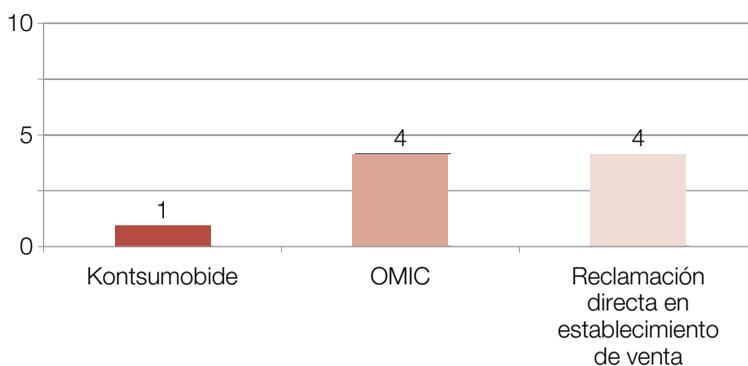
Tecnología. Motivos



Recursos empleados para solventar el problema

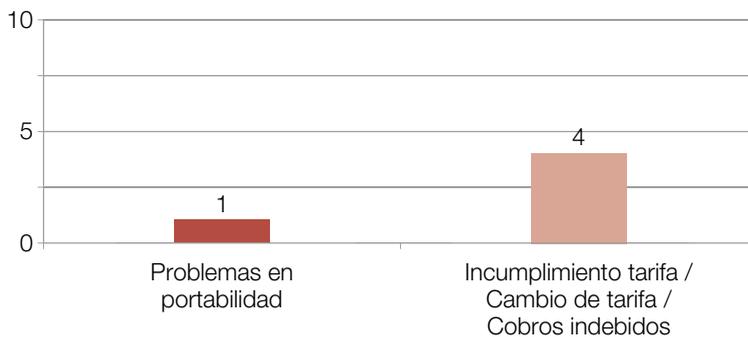


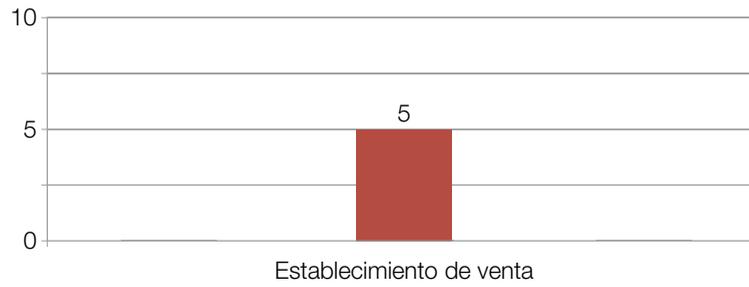
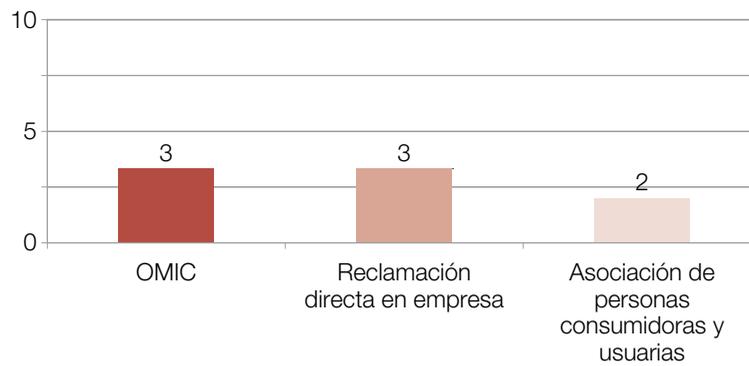
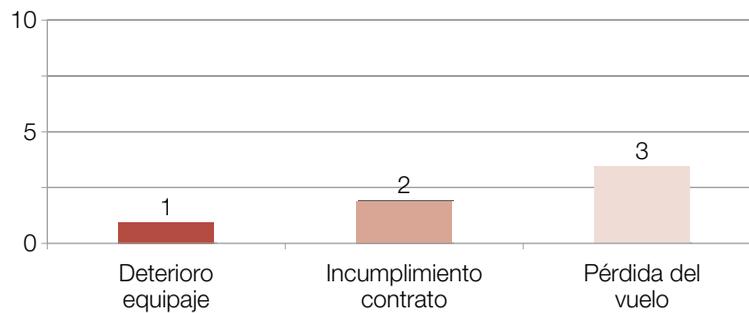
Recursos empleados para reclamar



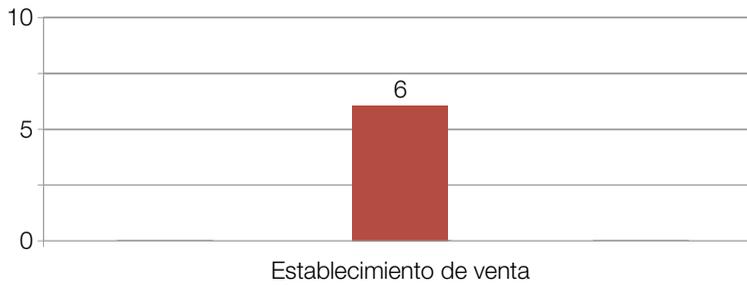
SECTOR TELECOMUNICACIONES

Telecomunicaciones. Motivos

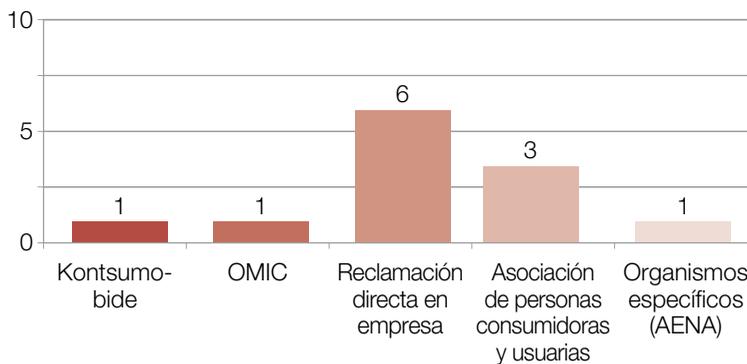


Recursos empleados para solventar el problema**Recursos empleados para reclamar****SECTOR TRANSPORTE AÉREO****Transporte aéreo. Motivos**

Recursos empleados para solventar el problema



Recursos empleados para reclamar



5.1. Comienzo del proceso: los motivos

¿Cómo empieza el proceso? ¿En qué punto la persona entiende que hay algo que no funciona? En las tablas **T1** y **T2** se presentan los motivos para iniciar un proceso orientado a obtener una satisfacción por lo que se considera un perjuicio.

Los principales motivos tienen que ver, en el caso del sector tecnológico, con averías o defectos en productos; en el caso de telecomunicaciones, con fallos en el cumplimiento de las condiciones contractuales pactadas; y en el caso del transporte aéreo, encontramos casos tanto de defectos en la prestación efectiva del servicio (bien por parte de la agencia o de la aerolínea: cancelaciones, deterioro de maletas...), como de circunstancias excepcionales que se han producido en los últimos años en algunos aeropuertos (Barajas ha sido siempre el principal afectado), que parecen sobrepasar tanto las posibilidades de respuesta de las compañías, como la propia cobertura legal (bancarrota de aerolíneas, huelgas imprevistas...).

5.1.1. Darse cuenta del problema y reaccionar

En algunos casos, **la toma de consciencia de que hay un problema es inmediata**, por las propias características de este: por ejemplo, la cancelación de un vuelo lleva directamente y en el momento a una disconformidad de la persona. En otros sectores, **ser conscientes de que se está dando un posible incumplimiento de sus derechos puede conllevar más tiempo**.

Por ejemplo, Leire cuenta que le llevó unos meses darse cuenta de que le estaban cobrando de más, puesto que no solía fijarse en la cantidad que marcaban las facturas:

“No miraba las facturas, sino las primeras. Doy por hecho que no me van a engañar. A partir de un punto, abría las facturas, pero no las miraba-miraba”.

A partir de la “confianza” quizás mal entendida, en que la empresa se encargará de proveer un buen servicio, y del desconocimiento de lo que parece ser una de las principales conclusiones del estudio, y es que **ser consumidor-a responsable y concienciado conlleva un esfuerzo**. Podemos entender esta confianza como el primer síntoma de lo que parece una escasa concienciación, o más bien, de constancia, a la hora de realizar un seguimiento de los servicios por parte de las personas que lo contratan. Veremos que esta primera actitud de ingenuidad se ve complementada más adelante con otras carencias que debilitan el proceso de reclamación, como no guardar la documentación acreditativa, no presentar reclamaciones por escrito, etc.

5.1.2. Primeros pasos: consulta a la empresa

Una vez que hay consciencia de que el problema existe, hay una motivación por actuar, o más bien, por obtener información sobre lo que ha ocurrido, y los motivos de ello. Tal y como han mostrado las personas entrevistadas, ello viene acompañado de una **sensación de pérdida, de desorientación, y de cierta indignación**, que dependerá del grado del problema y su afcción sobre ellas. En este momento, el primer recurso, la respuesta unánime, es acudir a la empresa en primer lugar, para solventar sus dudas. Así nos lo explica Sara:

“No sabía bien qué se podía hacer, pensé que tenía que ir al stand de [compañía aérea], salí y fui. La de [compañía aérea] me dijo que esa reclamación no la podía hacer aquí, tenía que volver a entrar donde cogí la maleta, y dar los datos”.

Excepto en los incidentes ocurridos en aeropuertos, donde la desorientación es mayor, las personas suelen saber dónde encontrar el servicio de atención de las empresas, bien porque conocen el teléfono, bien porque conocen dónde consultar para obtenerlo (mayoritariamente se dirigen a las empresas por vía telefónica, lo que a veces, como veremos, a posteriori puede resultar un problema para la propia persona). Así lo ratifican las representantes de empresas que hemos entrevistado, que explican que se hace publicidad del servicio de atención a través de las facturas, de las páginas web, o las redes sociales, en la publicidad escrita, etc. En los casos de productos tecnológicos, en el propio aparato aparece la forma de contacto.

5.1.3. Procedimientos en los tres sectores

Los procedimientos dentro de cada sector varían, y a su vez podrán variar dentro de las diferentes empresas. Pero podemos extraer algunos parámetros indicativos de la atención que prestan, que aportan información relevante sobre la situación de los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

Telecomunicaciones

Según Lucía, la representante del sector de telecomunicaciones consultada, tanto a través del teléfono de atención como a través de la página web se pueden realizar consultas y poner reclamaciones.

Una vez que se comienza el proceso de consulta, comienzan las explicaciones a los problemas que han ocurrido. Tal y como nos comenta, hay ocasiones en los que la persona queda satisfecha con la explica-

ción que se le ofrece desde la empresa, o si no lo está, realmente no tiene motivo para reclamar, y debe conformarse con una respuesta contraria a la que esperaba. Por ejemplo, comenta el caso de una mujer que se quejaba de que le habían salido moratones en las piernas desde que le habían puesto el teléfono en su casa. A pesar de que la reclamación no tiene fundamento, Lucía afirma que todas las reclamaciones son recogidas, y esta también lo fue.

Sin embargo, al consultar a las personas reclamantes, hemos encontrado algunos defectos en los procedimientos, que informan de posibles debilidades en estos. A continuación desarrollamos algunos de los primeros que se han dado, al recurrir a la empresa.

– **Falta del consentimiento expreso para el cambio de condiciones del contrato**

Cuando Leire se dirige a su compañía telefónica para saber por qué le estaban cobrando de más, le contestan desde el centro de atención telefónica que unos meses antes le habían enviado junto a la factura una carta en la que anunciaban que iban a cambiar las condiciones del servicio contratados: aumentaría la velocidad de conexión, y por tanto aumentaba la facturación. Si no deseaba este cambio, tenía que dirigirse expresamente para rechazarlo, de lo contrario, la omisión de respuesta significaba que aceptaba el nuevo contrato. Esto provocó la indignación de Leire, ya que, sin conocer bien los pormenores legales, entendía que la empresa debe asegurarse de que la persona dé su consentimiento expreso a este tipo de cambios. Efectivamente, desde la OMIC le informaron de que ese procedimiento era reclamable.

– **Falta del derecho a desistimiento**

Según la legislación vigente, se disponen de 7 días hábiles como mínimo para cancelar un contrato. Este es otro de los puntos que no siempre se cumplen, ya que Luis intentó cancelar la portabilidad de una compañía telefónica a otra, al revisar las condiciones y detectar algunas que no le habían sido comunicadas. En este caso, además, Luis conocía su derecho a desistimiento, y fue consciente de que lo habían vulnerado:

“Me asiste la ley porque tengo 5 días hábiles para cancelar la portabilidad. Lo pedí, y no me hicieron caso”.

– **Falta del derecho a presentar reclamación**

En el mismo caso de Luis, al darse cuenta de la vulneración, pide presentar una reclamación, y el operador le responde que no va a ponerle una reclamación por ese motivo, negándose además a darle una explicación. Ante esta situación Luis finalmente opta por pedir la grabación de la conversación en la que se le niega la reclamación, a lo que la empresa le responde que su consulta ya ha sido atendida vía telefónica, obviando el envío de la grabación.

Una vez ocurrido esto, Luis decide devolver las facturas de la compañía telefónica, esperando que este fuera un modo de conseguir que le hicieran caso y le dieran la baja del servicio. Al contrario de lo que esperaba, no le cortan, y le empiezan a mandar cartas diciendo que está inscrito en listas de morosos. Es decir, la **empresa que le ha negado el derecho a desistimiento y a reclamación, no solo no le soluciona el problema, sino que amenaza a la víctima del abuso**. Este hecho paradójico, impensable en otros campos, parece que en materia de consumo es algo habitual, lo que, como se mostrará más adelante, despierta la indignación de las personas usuarias, puesto que se sienten sin armas propias para poder reaccionar ante lo que consideran una total injusticia. Luis actualmente se encuentra en trámites para presentar reclamación a través de la OMIC del pueblo en que reside.

Por otro lado, el caso de Gorka, que finalmente no presenta reclamación por otras vías, habla de una situación parecida (y hacemos constar que se trata de una compañía telefónica diferente a la del caso de Luis). Cuando Gorka llama a la compañía porque desde el primer mes le están cobrando una tarifa mucho mayor de la pactada, le empiezan a dar explicaciones que se centran en desdecir las condiciones que le ofertaron por teléfono (Gorka no pidió, ni tampoco le enviaron el contrato por escrito). A la vez que intenta aclarar qué ha pasado, Gorka explica que “en todas esas llamadas que he hecho, he dicho que quería poner reclamación, pero siempre me han invitado a mandar un fax a no sé dónde, llama a otro número, empezar un nuevo procedimiento, y al final pues por pereza, por lo que sea, por no perder más tiempo con eso, no lo hice”.

Así pues, ni se le envían las condiciones del contrato que ha aceptado por escrito, y la persona tampoco lo demanda, ni se cumple la responsabilidad de las empresas “de facilitar a las personas consumidoras y usuarias un **régimen de comprobación, reclamación, garantía y posibilidad de renuncia o devolución que sea eficaz**”, tal y como la legislación establece. Como veremos, este hecho se repite en varios casos.

Ambos casos nos muestran que **la facilitación de vías de reclamación que deben habilitar las compañías telefónicas, en ocasiones no se está viendo garantizada**, y que las personas encuentran obstáculos para ejercer su derecho a reclamar, lo que en algunos casos, como el de Gorka, termina por el agotamiento y abandono del proceso, que se conformó finalmente con que le devolvieran parte de lo que le había cobrado de más, y con conseguir la baja del servicio, mucho tiempo después de haberla solicitado.

Tecnología

Un sector tan amplio como la tecnología lleva a encontrar muchas vías de implementación de consultas, pero de nuevo, **la respuesta más encontrada es que las personas acuden en primer lugar a la tienda** en la que adquirieron el producto para encontrar una solución, especialmente si este se encuentra en garantía.

Si desde la tienda la respuesta no soluciona el problema, el camino se bifurca entre, bien ir al servicio técnico oficial, o bien acudir a la empresa fabricante. En algunos casos, estas dos opciones son la misma, puesto que implica tener que consultar a la fábrica. Para Ainara, la obligación de acudir al servicio técnico es una tara del procedimiento, porque se depende totalmente de lo que te respondan:

“Y el problema también son los servicios técnico oficiales. Porque tienes que ir ahí o ahí. No hay otro sitio”.

– Falta de responsabilidad sobre la garantía

El incumplimiento de la responsabilidad sobre la garantía de los productos es recurrente. Hemos encontrado varios casos en los que la garantía ofertada en los productos tecnológicos es de un año, cuando según la legislación vigente han de ser dos. O sobre la responsabilidad en las reparaciones de los productos. Por ley, en principio el sujeto responsable, el establecimiento de venta en este caso, es el encargado de facilitar la reparación. Pero la experiencia de Ainara, que comenzó por acudir a la tienda, la contradice, porque le dijeron que no se hacían cargo de la reparación.

Además, hay casos de cobro por reparaciones en periodo de garantía, como nos cuenta Víctor, al que le cobraron el material de la reparación de su producto en garantía, cuando se especifica legalmente que la “gratuidad comprenderá (...) especialmente los gastos de envío, así como los costes relacionados con la mano de obra y los materiales”.

– **Falta en la responsabilidad sobre la garantía después de una reparación**

Víctor también nos cuenta que en un caso similar que le ocurrió con otro producto, en este caso con un frigorífico, al no estar ya en garantía, acudió a un profesional de las páginas amarillas (adherido al Sistema de Arbitraje, fue uno de los motivos por los que lo eligió). Este acudió e hizo la reparación, pero a los dos días el frigorífico volvía a fallar. Cuando llamó de nuevo al técnico, este le dijo que le cobraría esta nueva visita, yendo en contra de la responsabilidad establecida por Ley de responder durante los seis meses posteriores a la reparación de fallos relacionados con esta. Víctor acudió entonces a la OMIC y presentó reclamación contra él, y se resolvió favorablemente, puesto que no tuvo que asumir un nuevo coste de la reparación.

– **Falta por no tener o no facilitar las hojas de reclamaciones**

Especialmente en el ámbito de la tecnología, hemos encontrado historias en las que se han pedido las hojas de reclamaciones en el establecimiento de venta, y les han respondido que no tienen (desconocemos si efectivamente no tenían o no querían darlas).

Ante esta situación, ha habido personas que no sabían reaccionar, y se han quedado en ese paso. Sin embargo, Javi, que es un consumidor más experimentado, y había pedido la hoja porque le querían cobrar por una reparación de ordenador un precio muy superior al que se marcaba en una publicidad de la empresa, conocía que podía llamar a la Policía Local, y al comentar que era lo que iba a hacer, motivó que el personal de la tienda llegara a un acuerdo con él.

– **Falta de garantías en las compras por Internet**

En el ámbito de tecnología, no hemos encontrado ningún caso de este tipo entre las personas consumidoras entrevistadas. Sin embargo, es algo que nos han remarcado desde una entidad de defensa³⁸, y es que el auge de las compras de productos por Internet, que en ocasiones se realizan a empresas ubicadas fuera de ámbitos territoriales con legislaciones más claras y desarrolladas, hace que, en caso de defecto, no se pueda reclamar. Un dato aportado por este organismo es que aproximadamente el 20% de lo que se compra por Internet no llega a su destino, porque hay un mercado conocido y fiable, y hay otro que todo lo contrario.

Transporte

Las vías de reclamación en el transporte aéreo son diferentes según el motivo de reclamación. La principal diferencia radica en si la reclamación se debe a un retraso, cancelación de vuelo, overbooking o similar, o si se debe a un deterioro o pérdida del equipaje facturado.

En el primer caso, de reclamación por incidencias en el vuelo, se diversifican en dos posibilidades, además de las vías institucionales. Tal y como nos han explicado tanto el representante de la aerolínea entrevistado, como los de las entidades de defensa en consumo, existe la reclamación directa a la aerolínea, o la reclamación a la AENA (Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea). Además, esta reclamación se puede presentar en cualquier aeropuerto (no es necesario que sea el de origen o destino), y en el momento en que ocurrió la incidencia, o en otro posterior. En caso de que el billete fuera adquirido a través de una agencia de viajes, cabe también presentar reclamación a esta.

³⁸ A efectos expositivos, nos referiremos a las entidades públicas y privadas que trabajan en la defensa de los derechos de las personas consumidoras y usuarias como “entidades de defensa” u “organismos de defensa”.

En el segundo caso, de incidencias en el equipaje, la reclamación se debe hacer en el momento que ocurra, antes de salir del aeropuerto de destino, ya que de lo contrario, la empresa entenderá que la incidencia puede haber ocurrido en cualquier otro momento, y que por tanto no es responsable del equipaje. Para realizar la reclamación, hay que dirigirse al servicio de Incidencias de Equipajes de la compañía, y rellenar el Parte de Irregularidad.

El caso del transporte es algo diferente a los otros dos sectores, porque según hemos encontrado, el establecimiento de estas vías propias de reclamación, hace que **las OMIC no tengan oportunidad de participar en la representación de las personas afectadas**, puesto que de no producirse respuesta satisfactoria, la siguiente vía es la presentación de la hoja de reclamaciones de Kontsumobide. Así nos lo explica la representante de la OMIC de Gipuzkoa:

“Si tienes un problema con una aerolínea, yo trato de dar satisfacción al consumidor. Pero lo normal es que si tienes un problema con el equipaje o billete, en tu contrato has dicho que vas a reclamar primero al operador, a la compañía de transporte. Luego, si te han dicho que no, que no te atienden, estás obligado a dirigirte a AENA, por ese consentimiento previo que has dado al comprar el billete. Es decir, son reclamaciones que ya tienen su propio procedimiento, entonces ahí nosotros ya no intervenimos”.

Si de nuevo, la respuesta es insatisfactoria, la vía que se queda es la judicial, puesto que ninguna compañía aérea está adherida al Sistema Arbitral de Consumo. Y, como veremos más adelante, la entrada de Kontsumobide no garantiza un cambio en la respuesta de la empresa, ya que este organismo lo que hace en las reclamaciones de particulares es una labor intermediaria en la gestión, pero no realiza una defensa de sus intereses. La entrada de la vía judicial complica el procedimiento, ya que supone buscar asesoramiento legal. Una vía importante para seguir adelante son las Entidades Privadas de Defensa, que estudian el caso y, si lo ven viable, aceptan continuar el proceso. Uno de los representantes entrevistados de la Entidad Privada de Bizkaia³⁹, Un entrevistado de la EPB nos explica que este procedimiento por el cual se salta del recurso a la empresa casi prácticamente a la vía judicial le ha ido viniendo muy bien a las compañías aéreas.

“Lo del triple proceso [se refiere a las vías de reclamación en Transporte Aéreo: reclamar a la compañía, a AENA, y a Kontsumobide] es porque les conviene [a las compañías aéreas], porque si va a AENA la reclamación duerme el sueño de los justos, porque tarda un año en contestar, porque no soluciona... Porque hay un plazo de 2 años para reclamar la resolución. Lo que va a hacer AENA es pedir a la compañía datos, con lo que esta le diga, va a dictar un informe, que en teoría es vinculante para la compañía. Porque tenemos muchos casos que se pasan la resolución por el forro de las narices”.

Tal y como afirman, **la regulación para reclamaciones en este sector es caótica**, e incluso el abogado de la asociación, lo considera “un verdadero rollo”, puesto que no solo depende del motivo de la reclamación (como hemos visto), sino del país en el que ocurre, el origen de la compañía aérea, etc. Si esto no fuera suficiente, es que tampoco está garantizado que, haciendo bien los trámites, se responda de forma responsable.

– **Falta de información sobre el proceso y vía de reclamación**

El proceso para presentar reclamación en transporte aéreo es complejo, pero lo es más porque la información sobre las vías de reclamación es muy opaca y contradictoria. En el caso de Sara, a la que le rompieron la maleta en un vuelo internacional, desconocía por completo el proceso de reclamación:

³⁹ En adelante EPB.

“Salí fuera de la zona de llegadas, pregunté y me dijeron que para reclamar era en la otra zona, así que tuve que volver a entrar, volver a pasar el control, enseñar el pasaporte... Cuando llegué al mostrador había otro problema con otro vuelo de pérdida de maletas, había muchísima gente haciendo cola para reclamar, porque a un vuelo entero le habían perdido las maletas. Así que como se iba a alargar la cosa, pregunté y un chico de la compañía me dijo que no esperara, me dio un número y me dijo que podía poner la reclamación por esa vía. Así que me fui”.

Al desconocimiento inicial de Sara, hay que añadir la confusión del momento, la sobresaturación del servicio de reclamación, y la información errónea que le da el empleado, puesto que posteriormente, a Sara la compañía le responde que no debería haber salido del aeropuerto, puesto que desde ese momento no puede demostrar que el deterioro de la maleta ha sido por causa de la compañía.

“A la vuelta del viaje fui a la oficina, la del aeropuerto. La excusa fue que en ese momento, ese empleado me tenía que haber hecho la reclamación, porque ahora cómo sabían que eso era verdad. Entonces yo dije, vale he perdido los derechos con esto, pero ahora quiero poner una reclamación porque un empleado de esta empresa no me ha dado la información correcta. Además no me dio ningún papel ni justificación de que había hablado con él. (...) Yo entiendo que tiene su lógica lo que me decían, pero yo qué podía saber, a mí me dijeron que podía reclamar luego. Pues hice el escrito, y me contestaron de la compañía que tenía razón, que intentarían mejorar, pero era una carta genérica. Porque yo decía que si no era totalmente responsabilidad mía, alguna compensación tendría que tener. Pero ahí se quedó. Supongo que habrá maneras, OMIC y tal, pero no sé” (Sara).

El representante de la compañía aérea nos explica que se hace difusión de los derechos y las vías de reclamación, a través de carteles y folletos, pero esta información parece no llegar a las personas en el momento oportuno, y cuando es necesario, llega mal. Además, no se habilitan servicios ágiles de atención en estos casos, sino que pareciera que se buscara la deserción del pasajero a reclamar. Los vericuetos para las reclamaciones en el transporte aéreo parecen estar para confundir más que para facilitar los procesos.

De hecho, en el propio desarrollo de esta investigación, **el contacto para entrevistar a un trabajador de una compañía aérea ha sido, con diferencia, lo más difícil de conseguir**, y esto en sí mismo ya aporta información sobre el interés de las compañías en implicarse en los temas que afectan a los pasajeros. El equipo de trabajo envió cartas de presentación vía e-mail del estudio a múltiples empresas de los tres sectores, en las que se solicitaba la colaboración a través de una entrevista personal a algún responsable, o si no era posible, algún empleado de los servicios de atención al cliente. Encontramos respuestas afirmativas rápidas para los sectores de tecnología y telecomunicaciones. Sin embargo, desde las compañías aéreas la respuesta general fue la ignorancia, la no-respuesta, a pesar de la insistencia, y de contactar vía telefónica para intentar lograr la colaboración. Finalmente, a través de redes personales, pudimos entrevistar al Jefe de Servicio de una de las principales compañías estatales, pero este solo accedió hacerla vía telefónica. En los primeros momentos de la conversación, antes de realizar ninguna pregunta, el entrevistado se centró en aclarar que su colaboración era un “gesto especial”, y que realmente no tenía por qué estar dando información sobre la empresa, aunque a continuación aclaraba que tampoco iba a dar una información comprometedor sobre esta. Y nos referimos a él como “el entrevistado”, sin nombres, aunque sea modificado, porque se negó a facilitarnos cómo se llamaba.

Todo este proceso que hemos tenido que pasar para hacer una entrevista que se centraba en conocer los mecanismos de atención al cliente, y que no encontró tal oposición en los otros dos casos, nos ha llevado a reflexionar sobre el papel que juegan las personas pasajeras dentro de las compañías aéreas. Parece que cualquier tipo de aclaración sobre las vías que existen para ejercer sus derechos se entiende como incómoda, y por tanto, se intenta evitar la familiarización con estas. Esta idea además se ha visto reforzada por las opiniones y experiencias halladas tanto en las personas usuarias como en las entidades de defensa.

– **Falta por circunstancias excepcionales, que parecen sobrepasar la cobertura legal**

Hay que nombrar los casos de fallos en la defensa de los derechos de consumo por las circunstancias excepcionales ya mencionadas que han ocurrido en los últimos años, y que han afectado a un gran número de personas. En nuestro acercamiento, hemos encontrado tres casos afectados por estas circunstancias, que han consistido en sendas bancarrotas de dos aerolíneas y de una agencia de viajes, y la huelga de controladores aéreos. Si bien esto, como se ha dicho, son circunstancias excepcionales, parece que, especialmente en los casos de bancarrota, han faltado mecanismos legales y recursos efectivos que puedan responder ante estas situaciones que, ya desde la experiencia, se sabe que sobrepasan las posibilidades de las compañías y de los entes públicos responsables⁴⁰.

– **Falta por incumplimiento de plazos de respuesta a reclamaciones**

Aparte de lo dicho, otro de los defectos de los procedimientos en los transportes aéreos es el incumplimiento de los plazos de resolución de reclamaciones. El mismo representante entrevistado, afirma que mejoraría los plazos de respuesta, ya que “se supone” que son de 15 días. Esa mejora podría pasar por una reorganización del proceso de reclamación, puesto que explica que todas las consultas, quejas y reclamaciones, a nivel estatal e internacional se centralizan en un solo departamento, y que este se ve sobrepasado en muchas ocasiones.

En relación a este punto, y al anterior sobre las circunstancias excepcionales, encontramos un caso realmente ilustrativo en el de Mercedes, que contrató un viaje a través de una compañía on-line, y en el comienzo del mismo, sucedió la huelga de controladores. Más allá de que como se ha dicho, sean momentos no previstos, que deben ser estudiados para integrar soluciones ágiles y efectivas, y que se pueda comprender el desconocimiento y desconcierto de las propias empresas prestatarias de servicios bajo dichas circunstancias, el comportamiento concreto de esta agencia consistió en marear a Mercedes hasta que se consumió el plazo para presentar reclamaciones:

“Volvemos y comienzan las gestiones. Enviamos una notificación, según la norma de las reclamaciones, como justificando un billete no usado para recuperar el dinero, mandamos un e-mail, a la agencia. No recibimos contestación, volvemos a repetir. Todo esto asesorada, porque yo de informática fatal, la reserva la había hecho mi sobrina, mi cuñada hace la reclamación, no recibimos contestación. Llamamos y nos dicen que no nos preocupemos, que en un mes tienen el ingreso [la devolución del billete]. Al cabo de un mes que no nos pagan volvemos a llamar, nos dicen de nuevo que no nos preocupemos, que en un mes. Así llega abril [esto ocurrió en diciembre].

⁴⁰ Recientemente hemos podido comprobar que esto sigue sin resolverse, al asistir a las reacciones que ha provocado el cierre de la compañía aérea Spanair el pasado 27 de enero. Ver noticia, entre otros, en: <http://www.publico.es/dinero/419065/spanair-confirma-el-cese-total-de-operaciones-y-deja-de-volar>, y especialmente, el interesante reportaje “Las aerolíneas no saben quebrar sin crear el caos”, en http://www.elpais.com/articulo/sociedad/aerolineas/saben/quebrar/crear/caos/elpepiscoc/20120202elpepiscoc_1/Tes.

De forma paralela, llega una carta de AENA, diciendo que adjuntásemos toda la documentación: billetes, hoteles, toda, para que constase y abriesen expediente. Hacemos todo el papeleo y lo enviamos certificado. Seguimos llamando a la agencia, hacemos constar a AENA que no habían recibido compensación, y lo mínimo que pedíamos era la devolución del billete y la diferencia de lo que nos había costado el tren. Luego daños morales se iba a estudiar... Vuelvo a llamar, me van pasando de operadores... Es que me he gastado una cantidad enorme de dinero llamando. Me piden de nuevo el localizador, la factura, y me dicen que la reclamación es correcta, pero que ha vencido el plazo”.

Todo el procedimiento seguido por la empresa **ha estado dirigido a agotar el plazo** del que disponía Mercedes para acceder a una compensación, y sus derechos tanto a una facilitación de la reclamación, como a una información veraz y útil, y el respeto de los plazos, se han visto vulnerados en un mismo proceso. Mercedes actualmente está asesorándose en una asociación para saber qué puede hacer.

Hay que hacer constar que, si bien en la actuación de las empresas en los tres sectores pueden encontrarse negligencias, es en el transporte aéreo donde hemos hallado una mayor cantidad de vulneraciones, y de ignorancia de los derechos de las personas. Es además, en donde la actuación de las empresas se ha dirigido mayoritariamente a rechazar las reclamaciones de las mismas, y en donde, cuando entra una entidad de defensa, la resolución del caso varía considerablemente, en favor del usuario. Y es importante señalar que dichas vulneraciones las cometen tanto las compañías aéreas como las agencias de viajes (físicas u on-line).

– **Falta por falseamiento de datos**

Otro caso que muestra la tendencia de las compañías a evitar solventar reclamaciones es el caso de Jone, que pidió la hoja de reclamaciones de la compañía aérea para presentar reclamación por retraso, y le dieron la hoja con la hora de llegada del vuelo escrita. Jone se dio cuenta, y pidió una nueva hoja totalmente en blanco, en la que no constara ningún dato que favoreciera a la compañía.

5.2. Continuación del proceso: pensando alternativas

Una vez que se ha intentado solucionar el problema directamente con la empresa, y no se ha llegado a una resolución satisfactoria, hay dos posibilidades: hay personas que en este punto se rinden y no continúan el proceso y hay otras que continúan.

5.2.1. Personas que en este punto del proceso no continúan

Este estudio se ha centrado sobre todo en desvelar los vericuetos en que se enredan las personas que presentan reclamaciones ante una situación que consideran abusiva. Por tanto, el grueso de las entrevistas ha buscado personas que hayan culminado uno o varios procesos de reclamación. Sin embargo, para comparar con otras situaciones que no suelen ser marginales, se accedió a tres personas que tenían motivos para presentar reclamación, y que una vez que intentaron solucionarlo con la empresa, y o bien no lograr solucionarlo, o solo solucionarlo en parte, se pararon en ese punto.

Tal es el caso de Aritz, al que la quiebra de la compañía aérea en la que iba a viajar le impidió su vuelo. Aritz hizo los trámites que pudo desde Madrid, y se puso en contacto con familiares para que consultaran por las vías que se pusieron en marcha durante esos días (algunas de ellas suponían la presentación de un escrito justificando el billete) las posibilidades de acción que tenía. Se vio expuesto a una cantidad de informaciones contradictorias, a

una desinformación y desorganización total, que le motivó, pasados dos días, a comprar un nuevo billete, que era a Argentina, con lo cual el precio del mismo no era despreciable. Aritz **nunca recibió ninguna respuesta ni de la compañía ni de los entes públicos implicados en el conflicto**, pero tampoco continuó el proceso y presentó una reclamación para que le indemnizaran, al menos, el nuevo billete que tuvo que comprar. Nos explica que:

“La verdad que no tenía ni puta idea de lo que tenía que hacer. Las primeras horas, ni estás, y luego te cabreas, yo qué pinto en la embajada argentina... Fui a AENA, pero tampoco te decían qué tenías que hacer. Además el gasto de las gestiones de desplazamiento y gastos en Madrid. Y luego volver al País Vasco. No guardé tiques ni nada, del cabreo que tenía, aparte que no sabía qué hacer en esos momentos. **Se supone que cuando contratas algo, además con esa cantidad de dinero, alguien te tiene que solucionar los problemas, ¿no?** En AENA solo me dijeron que esperara, no me informaron de qué tenía que hacer, ni de que guardara los papeles... Tampoco hice seguimiento, porque si no me voy a volver a cabrear. Tengo asumido que no voy a volver a recuperar ese dinero”.

El desconcierto, la indignación, y la desilusión que Aritz siente al darse cuenta de que no encuentra vías efectivas de acompañamiento, de guía para reclamar, motivan que abandone el proceso. Tal y como cuenta en la entrevista, el dinero no le sobra, pero no puede permitirse “estar perdiendo tanto tiempo y energías para que no me hagan caso”. **La sensación de abandono es una constante en el proceso**, incluso entre las personas que continúan con él hasta el final.

Por su parte, Gorka, que como hemos visto sufrió un cobro más elevado del que le ofrecieron en un principio, apunta algunas cosas similares a Aritz en la decisión de darse por “satisfecho” cuando desde la compañía telefónica le devuelven una parte de lo que le habían cobrado de más, y consigue darse de baja (8 meses más tarde desde la primera vez que la solicitó).

“No consulté en OMIC ni hice otra consulta. **Me ha dado mucha rabia todo el tiempo que te pide dedicarle al asunto**, o sea que durante mogollón de tiempo lo tienes ahí lo intentas solucionar, no lo haces, es algo que en el tiempo lo tienes ahí. Me molesta más eso que el dinero, Me he cabreado bastante, y quiero pasar página, **no quiero seguir gastando energías en esto**. Tampoco consulté sobre todo por pereza, por ganas de no seguir con eso, la mayor razón es esa. Y en bastante menor medida, pero también, porque no sé, nunca he entrado en la web de atención al consumidor, no... Quería pasar, dar portazo. (...) **Igual otra de las razones es la asimetría entre yo y [la compañía telefónica]**. Imaginaba que podía entrar en un proceso de un posible juicio, y que..., no es, no voy a coger a un amigo abogado para que se meta en un caso contra un macrobufete de abogados que trabaja para telefónica. Igual es una película que te montas en la cabeza. Aun sintiendo que tienes la razón, y que tus derechos han sido vulnerados, pero sin tener la certeza de que sí o no han sido vulnerados, o hasta dónde”.

A lo que apuntaba Aritz, Gorka además añade la necesidad de terminar con ese problema que tienes durante meses presente, es otra tarea más, otra gestión más, que no se soluciona fácilmente, sino que **se añade a la agenda cotidiana**. Y por otro lado, la sensación de indefensión ante un gran ente como suelen ser las compañías telefónicas, en la misma línea de desamparo que pueden sentir las personas individuales en un proceso de este tipo. Desamparo que se debe, además, a un desconocimiento de las vías de reclamación, puesto que no conoce la posibilidad de asociarse para acudir a juicio con esa representación, o el recurso al sistema arbitral, al que la mayoría de compañías telefónicas están adheridas.

Por último, el caso de Javi con el sector tecnológico es algo diferente. En la tienda a la que llevó su ordenador había publicitada una oferta por revisarlo, pero posteriormente le pasaron una factura por el triple de lo ofertado, aludiendo que habían tenido que hacerle más cosas. Javi pidió la hoja de reclamaciones,

puesto que no estaba de acuerdo con el precio, y consideraba que debían haberle informado de esas nuevas reparaciones a realizar, facilitándole un presupuesto previo. Al pedir la hoja de reclamaciones, el personal de la tienda llegó a un acuerdo con él, por el cual Javi pagaba parte de la factura (que era más del doble de lo ofertado en la publicidad). Sin embargo, Javi se sintió resarcido y simplemente no quiso continuar con un proceso de reclamación para pagar solo lo ofertado. Es un caso en el que **la persona siente que con un cierto resarcimiento de lo vulnerado, es suficiente, y se muestra incluso comprensiva** con la empresa. Es algo que aparecerá varias veces en el proceso.

Desde otras perspectivas, el representante de la EPB, considera en cierto modo que la ciudadanía es “perezosa” para reclamar.

“Puedes estar consultando en el bar o la peluquería, lo que te ha pasado con tal empresa, que si te dicen de reclamar, uaaaaahhh. Eso indica poca madurez, como ciudadano, consumidor, agente económico”.

Aunque, continúa, “esto también ha ido cambiando, lo que indica cierta madurez. Vamos mejorando, pero estamos lejos del nivel de concienciación de otros países”.

5.2.2. Personas que en este punto del proceso continúan

La segunda posibilidad es la que engloba a las personas que siguen con el procedimiento, y tienen que pensar alternativas para continuar. Cuando “una vez que han intentado pelear por ellos mismos”, como afirma Luis, **se ven necesitados de otros recursos para defender su postura**. Es ahí donde aparece una importante diferencia, resultado también principal de este estudio, y es la que hay entre las personas que ya han acudido antes a algún recurso de defensa de derechos de las personas consumidoras y usuarias, y las que nunca han acudido a ellos. Las primeras se encuentran, en mayor o menor medida, **insertas** en la red de recursos, se han movido por uno o varios de ellos, y si bien pueden confundirse o no tener clara la estructura de la red, saben que existe, y que, en muchos casos, funciona. Las personas del segundo grupo no han tenido contacto alguno con recursos sobre consumo, son **ajenas** a la red, y la sensación de pérdida y desamparo es mucho mayor (tal y como les ocurrió a Gorka y Aritz, lo que produjo que abandonaran el proceso antes de saber si tenían derecho a alguna compensación).

Esta va a ser una diferencia fundamental en la forma de moverse por los vericuetos del proceso, de forma que a mayor experiencia de acudir a recursos, mayor soltura e incluso autonomía para defender los propios derechos.

5.2.3. ¿Por qué se llega a estos recursos?

Cuando se consulta en un organismo de defensa, se debe a que la persona ha tenido un problema con una empresa, y que ha intentado solucionarlo directamente con esta, pero no ha conseguido una solución satisfactoria. Entonces **quiere informarse, manifestar su caso para comprobar si la intuición de que la ley le asiste es real o no**, y en caso de que sí, cómo proceder para hacerlo valer. En ocasiones, la intuición es falsa, y la entidad le da la razón a la empresa porque no hay fundamento para reclamar, o aunque lo haya, la persona es informada de que no hay forma de demostrar su queja, puesto que no hay documentación que lo pruebe (porque no la ha guardado, porque todo ha sido por teléfono...).

En estos casos, si bien no trasciende en reclamación, **habría que entender que sí que ha habido un proceso de interés por un problema, y habría que diferenciar unos casos de otros en las estadísticas de las entidades, para poder identificar en qué casos efectivamente no había lugar a reclamación, de aquellos casos en los que no se está pudiendo dar una cobertura adecuada a las personas**, porque el desconocimiento o la falta de concienciación de estas ha hecho imposible continuar el proceso.

Se acude cuando hay un problema

Ha sido una respuesta generalizada, especialmente de las personas consumidoras, pero también de las entidades de defensa, el que la primera vez que se acude a un recurso de este tipo es porque ya se tiene un problema, y se quiere informar de si se puede hacer algo al respecto.

“Y además hemos hecho campañas y materiales de concienciación, pasos para cambiar de operador, tutoriales muy sencillos, que se entregaban con los diarios provinciales. Pues **a la gente le da la impresión de que no les llega el mensaje hasta que están cabreados**” (OMIC de Gipuzkoa).

“**Estas asociaciones son como el dentista, vas cuando te duelen las muelas.** La gente acude cuando tiene problemas. Hay muy poca consciencia de ir para luchar contra el mercado y sus abusos” (Representante EPB).

Ello contrasta con otra interpretación de que el hecho de que el número de consultas sea bastante mayor que el de reclamaciones se debe a que la gente pregunta antes de tener un problema, y que de hecho, lo deseable es que esta brecha siga en aumento.

“La gente suele venir a consultar, y luego viene con la reclamación. Buena señal, porque la información y asesoramiento ha dado su fruto. **Antes venían más con la reclamación directamente, sin saber cómo les iba a ir.** Ahora se hacen muchas más consultas que antes. Se consulta más porque hay más concienciación y educación en consumo. Y también más presencia de estas asociaciones de defensa” (Representante EPB).

Pero este contraste se debe, como hemos dicho, a lo que se entiende por “consulta” y todo lo que se engloba en ella.

“El gran reto es que hubiese cada vez menos reclamaciones. Por lo de la función preventiva. Porque es lo humano, nos acordamos de santa Bárbara cuando truena. **El ir bajando significaría prevención. La gente consulta por cualquier cosa.** Es que computan igual cualquier tipo de consulta al 900, desde consultas de horario de atención, hasta consultas de reclamación. Si la consulta es previa, no debería derivar en reclamación. La consulta no es solamente cuando ya se tiene el problema” (Entidad Pública Autónoma⁴¹).

Pero en los casos estudiados, las personas no habían recurrido nunca a ningún organismo de defensa hasta que tenían algo que les inquietaba. Aún está por conseguir que las personas se dirijan antes de firmar un contrato, o antes de comprar un producto, para que le asesoren preventivamente.

5.2.4. ¿Cómo se llega a estos recursos?

La forma de llegada por primera vez a los recursos puede ser a través de:

- **Vías institucionales:** como el asesoramiento de los Servicios Municipales de Atención a la Ciudadanía, que informan de los recursos existentes (tanto OMIC como asociaciones). Asimismo, hay personas que acuden directamente a Kontsumobide, puesto que es un ente reconocido por la población.

En el conocimiento de estos recursos institucionales ha jugado un papel importante las campañas publicitarias y de concienciación.

⁴¹ En adelante EPbA.

- **Vías formales:** tipo medios de comunicación. Una entrevistada conocía la asociación a la que acudió por haber escuchado a sus empleados en la radio. También las revistas y boletines que publican son una vía de conocimiento. Y por supuesto Internet se ha convertido en una herramienta valiosísima para la difusión del trabajo las entidades.
- **Vías informales:** el boca a boca se ha revelado como una fuente muy importante no solo para informar a esas personas ajenas a la red de recursos, sino para concienciarlas y motivarlas a su participación activa en la defensa de sus derechos. Una parte de las personas entrevistadas accedieron por primera vez a un recurso porque algún contacto, conocido o familiar, había tenido una experiencia (habitualmente positiva) con él. Y a su vez, las personas que ya están insertas en la red, actualmente sirven de enganche para personas ajenas que están teniendo un problema de consumo.

5.2.5. Confusión entre recursos

Tal y como afirma la representante de la EPbA, existen tres vías principales para consultar y reclamar en materia de consumo en el País Vasco:

“Para hacer consultas, están los teléfonos 900, para consultas y reclamaciones, puedes dirigirte directamente a la Administración, o puedes dirigirte a las web institucionales. Y luego están las OMIC y las asociaciones de consumidores, que atienden consultas de forma gratuita, no las reclamaciones, para eso tienes que asociarte”.

Sin embargo, esto que parece tan sencillo, no llega bien a la ciudadanía, porque una característica común es que las personas entrevistadas, tanto ajenas como insertas en la red, **se sienten en muchas ocasiones perdidas entre lo que para ellas es una compleja estructura sin forma**. Continúa:

“La gente no sabe a dónde viene cuando llega aquí. Se hacen un lío terrible. Recibí una llamada ayer, que decía que había estado en una serie de sitios, no se enteraba si había sido OMIC, asociación, gobierno... Y es una señora normal, y tiene un lío de locos... Pero no sé, para nosotros está claro. Y te dicen “he ido a lo del consumidor”. Pero ¿a cuál? Pero tampoco importa tanto, porque al final hacemos lo mismo y estamos en red... No le veo mayor problema”.

“La gente les confunde con un organismo público, o nos confunden con la OCU. La gente no sabe bien a dónde viene, despistada...” (Representante EPB).

Desde nuestro análisis, sí que **puede ser un obstáculo en la defensa de derechos de consumo, el que las propias personas no sepan bien a dónde se están dirigiendo, y por tanto qué otras vías les quedan en caso de que alguna no le satisfaga** (por ejemplo, si la respuesta y trato de una asociación no le deja conforme, o el de la OMIC de su ciudad, y no hace nada más porque piensa que no hay más sitios a los que acudir). Por tanto, la red establecida no está cumpliendo del todo su cometido. Y esto ocurre no solo con las personas a las que llamaremos en adelante, “ajenas”, sino también con las “insertas”. Puesto que, por ejemplo, Antonio, que es de perfil inserto y siempre ha reclamado a través de asociación, no conoce qué es una OMIC, sabe que existe algo del Ayuntamiento, pero no lo identifica. Mientras que en otros casos de personas que han reclamado en OMIC, no conocen que existen asociaciones que pueden llegar a juicio, cosa que las OMIC no hacen porque no se encuentra entre sus funciones establecidas.

O el caso de Mercedes, inmersa en una reclamación con una agencia on-line, que en la entrevista se ve a las claras que ha hablado con varias instituciones públicas y privadas, y no sabe qué papel y funciones juega cada una de ellas.

“Acabo de recibir lo de AENA; y también voy a ir al Gobierno Vasco, y que me digan cómo lo tengo que enfocar a nivel jurídico, porque quiero hacer algo, quiero que alguien me aconseje lo mejor que sepa, en esa idea que hay de que se puede reclamar por menos de 2.000 €. No sé por dónde pero ahí voy a empezar algo. Y luego he hablado con Izaskun [abogada de la asociación], que es de la OMIC, ¿no? Tengo un poco de lío con lo que es cada cosa. Con el cabreo me he liado. Voy a ir con lo que me digan la asociación. El hablar hace terapia, el que te escuchen”.

Por tanto, las personas se pueden perder entre las diferentes iniciativas y niveles administrativos y privados, y esto también puede ser motivo de no continuar con el proceso.

5.2.6. Las OMIC

Las OMIC, junto a las Asociaciones, han sido los recursos más empleados por las personas entrevistadas. Una de las causas argumentadas para acudir a cualquier tipo de recurso es **que las organizaciones tienen más poder que las personas individuales**:

“A los organismos les hacen más caso porque si no, se nota más. Tienen más poder, se lo toman más en serio. Los particulares no tenemos tanto. Mucho mejor con la OMIC, volvería a acudir a ella” (Ainara).

Desde la OMIC de Bizkaia a la que consultamos, nos ratifican esta opinión de que desde las entidades organizadas se pueden conseguir mayores logros, ya no solo en la reclamación concreta de una persona, sino en la forma de actuación de las empresas.

“Con nuestro trabajo, se ha conseguido que las reclamaciones con las telefónicas se hagan por correo electrónico, con lo que se resuelve en un plazo más o menos rápido. Mientras que por correo postal se alargaba mucho más”.

Es decir, **se pueden conseguir cambios más estructurales en los procesos de reclamación y defensa de los derechos de consumo** al actuar con una entidad organizada.

Aunque en el caso concreto de las OMIC, hay que decir que en varias ocasiones el servicio que han prestado es de información de qué pueden hacer, pero no de representación de la persona que quiere reclamar. Tal y como afirma Leire “la OMIC me ayudó para dar un argumento en mi reclamación que desconocía”, puesto que allí le informaron que no era conforme a ley igualar la falta de respuesta como un consentimiento al cambio de tarifa. **La ayuda fue la información, pero no hubo un acompañamiento posterior en el proceso.** Aunque Leire valora positivamente el papel de la OMIC, esta ayuda puntual puede derivar en ocasiones en que las personas no continúen el proceso, ya que se pierden, o simplemente, como en el caso de Ainzane con un problema que tuvo con las facturas del teléfono, valoró que era demasiado trabajo:

“En otra duda que consulté sobre un tema de las facturas, en la OMIC me dijeron que pusiera yo la reclamación, y me suponía un trabajo tener que estar mirando las facturas de todos los meses, mirando lo que me habían cobrado de más en cada una, sacando la cuenta, peleando..., por 30 € que eran, pues lo dejé”.

En ocasiones, **las OMIC derivan a asociaciones de consumidores para realizar la reclamación, lo que está entre sus funciones**, según la Ley Autonómica de Defensa de Personas Consumidoras y Usuarías. Pero esto no es bien valorado por Jone, ya que puede considerarse, si no se conocen bien las funciones de cada elemento de la estructura, que son instituciones poco competentes.

“Fui a consumo, a lo del ayuntamiento... Lamentable. Fui a asesorarme, no tenían ni idea. Fuimos varios afectados juntos, y allí no sabían qué hacer. Nos dijeron que acudiéramos a un abogado privado o una asociación de consumidores”.

Por otro lado, como veremos en un apartado siguiente, desde algunos organismos privados de defensa, se opina que es lo que las OMIC deben hacer, puesto que su función es informar, y nada más.

Independientemente de esto, la actuación de las OMIC está bien valorada por las personas que continuaron el proceso con ellas. Y desde la OMIC de Bizkaia, nos explican que cada OMIC puede actuar de forma diferente, aunque tengan unos mínimos que cumplir. Explican que las OMIC no están obligadas por ley a presentar reclamación, pero en esa OMIC sí que lo hacen, y realizan un pequeño seguimiento del caso.

La OMIC y la “Administración”

Por otro lado, es curioso comprobar que, aunque la OMIC es un organismo público, municipal, desde el discurso de las OMIC (de las que hemos entrevistado al menos), no se configuran como recurso de la Administración, sino que se entienden fuera de ella. Así, la desde la OMIC de Gipuzkoa se comentaba que “si quieren seguir con la reclamación una vez acaban con nosotros, pueden ir a la Administración”, y continuaba diciendo que “los cambios que han de darse en esto de los procesos tienen que venir de ahí, de la Administración”. Entendemos que con ello se refieren a los organismos de consumo dependientes del Gobierno Vasco, y puede ser un indicador esa **sensación de lejanía, de diferenciación, por parte de las OMIC**, de que la estructura no está trabajando de forma coordinada y conjunta.

Factor que influye en este punto puede ser lo comentado por el personal de la OMIC de Bizkaia, que explica que estas oficinas son recursos subvencionados por el Gobierno, que tiene dos líneas de subvenciones, una a asociaciones, y otra a entidades locales, y lleva siendo así desde hace 20 años, lo que implica una **relación precaria, en la que no se integra el servicio como parte de la red pública a un nivel más cercano a la ciudadanía, no se formaliza esta presencia a través de un convenio**. Esto está conllevando a que en esta coyuntura económica de crisis y recortes presupuestarios, haya muchas OMIC que se estén cerrando, ya que los Ayuntamientos pueden entender que el consumo no es una competencia plenamente municipal, con la consecuente amenaza para la garantía de los derechos de las personas consumidoras.

La OMIC como información, no como guía

Uno de los problemas sentidos por la población entrevistada es ese papel de las OMIC como punto de información, pero que no acompañan en el proceso de reclamación, ni tampoco aportan una formación mínima para que las personas tengan cierta autonomía para reclamar.

“La administración está ahí, pero ellos te dicen: bueno, tú rellenas, y a ver un poco lo que contestan, pero si nos contestan que no, no podemos hacer nada, tendrías que ir a una asociación de consumidores a ver qué pueden hacer. O sea, que **ellos mismos fomentan el que se vaya a asociaciones**. Porque si esto mismo que dan las asociaciones lo diera la administración me parecería estupendo” (Jone).

Se percibe que para tener los derechos más garantizados, es necesario asociarse, o más bien, pagar unas cuotas, lo que pone en entredicho la igualdad de la ciudadanía. Sería necesario implementar medidas orientadas a informar y concienciar de qué función juega cada institución dentro de la red de recursos, porque como veremos más adelante, dicha confusión también se da con Kontsumobide, lo que ha provocado la indignación de varias reclamantes.

Esa **sensación de que “lo público funciona peor”** impregna incluso a personas que nunca han consultado a ningún recurso de este tipo. Es el caso de Sergio, asociado a una entidad privada de defensa, que defiende el papel de la asociación a la que pertenece, y el tratamiento que te ofertan desde ella, porque:

“Un servicio público sería más frío que la asociación. Me cortarían un poco más, no podría exponer con toda la tranquilidad del mundo. Porque las cosas públicas como que te imponen, no te dan tanta confianza, qué me van a solucionar, no me van a solucionar nada. No es por pagar la cuota, son las personas, el trato”.

5.2.7. Asociaciones

En contraste con la crítica hecha a las OMIC, las personas asociadas se sienten atendidas de forma más personalizada y más acompañadas en los procesos de reclamación.

“Valoras tener un sitio que te van a aconsejar. No solo poner la reclamación, sino aconsejarte. Además con personas mayores, o no familiarizadas con el papeleo o el proceso, se valora más” (Bárbara).

Esa sensación de cercanía lleva a que muchas de las personas asociadas se refieran, cuando hablan de la asociación, a la persona con la que suelen llevar su reclamación, y no a la institución en sí. Así, hemos encontrado varios casos en los que las personas reclamantes decían que “consulté con ella”, “es que [nombre] trabaja muy bien”..., y afirmaciones de este tipo, que hablan de la búsqueda y valoración de una relación cercana.

Además, aparece nuevamente la idea de que a las entidades organizadas las empresas le prestan mayor atención, por su capacidad de influencia. Pero esta idea no se basa en una preconcepción, sino en experiencias, tal y como nos cuenta Javi:

“Cuando entra la asociación, los trámites son rápidos. Algunos el mismo día. Y no es lo mismo que llame un abogado que un particular, que nos engañan. En la OMIC, te dicen, pero no te asesoran, no te ayudan, **te dan un caminito, pero no te enseñan a caminar**”.

Una característica común en entidades públicas y privadas de defensa es que, antes de entrar a hacer reclamaciones formales, intentan mediar de forma directa con la empresa, aprovechando ese papel de cierta influencia que tienen en su relación con ellas.

Se valora muy positivamente esa guía en el proceso, la experiencia de sentirse acompañado, arropado, en un procedimiento que ha sido ajeno hasta que ha habido un problema, es algo que crea enganche. De ahí que **las personas insertas en la red de defensa de consumo se mantengan enganchadas en esta**, precisamente “enredadas”, ya conocen el tejido, se han sentido bien en él y es difícil que vuelvan a salirse, y además, van a intentar integrar a personas ajenas dentro de la red.

La cita a continuación de Jone resume lo que se valora positivamente, lo que le hace sentir acompañada: que la entidad medie con la empresa, trate de llegar a un acuerdo, la atención recibida, la personalización en la relación, el asesoramiento constante, la perseverancia, y el aprendizaje casi inconsciente que va adquiriendo con cada nueva reclamación:

“El ciudadano con estas asociaciones se siente protegido, si no difícilmente puedes hacer nada. Te orientan, te aconsejan, son intermediarios. Estoy muy contenta de la forma que me han atendido. Pero **aparte de asesorarte, Izaskun interviene un poco de mediadora, tratando de solucionar las cosas lo mejor posible**. Tratando de conseguir sin que nadie salga perjudicado, la solución. Y me parece un 9,9, por no decir un 10. De atenderte lo mejor posible, asesorarte, tener mucha paciencia, de todo...”

Hacen además un seguimiento cercano, no es algo que te mantenga meses y meses. (...) No tienes que esperar, nunca tienen prisa, no te dicen: que tengo otra persona, ella vale muchísimo, te explica las cosas de forma que puedes entenderlas muy bien. El que llegue a los ciudadanos me parece muy importante, porque no todos somos abogados ni nada, sino amas de casa. Volvería a repetir el proceso, de hecho estoy asociada. La recomendaría más que la OMIC, no porque me hayan atendido mal. La atención y la información, es muy diferente. En la OMIC te dicen: toma una hoja y rellena, tú les cuentas lo que te ha pasado, y después de escucharte te dicen: te tramitamos la queja, toma un folio en blanco, redacta lo que tú creas, lo que te ha pasado, nosotros te lo sellamos, te damos una copia, y esperamos a que recibamos la contestación para enviarte lo que nos han dicho. Y entonces es cuando te dicen lo de que no seguirán si es negativo. Cosa que en una asociación tienes un abogado y una letrada, que puedes seguir el proceso, puedes llegar hasta el fin...”.

De hecho, varias de las personas entrevistadas, insertas en el circuito, además de haber pasado por varios procesos de reclamación, tenían en el momento actual varios abiertos de forma simultánea. **Una vez que empiezas a reclamar, con el apoyo necesario, parece difícil desconciarse.** Aunque la representante de la Entidad Privada de Gipuzkoa⁴², también se ha encontrado con casos que “se asocian para solucionar su problema solamente, y luego se dan de baja. No ha consciencia de mantenerse en esto”.

Sin embargo, desde las asociaciones hacen valer su papel como garantes de derechos.

“Al llevar la reclamación la asociación, te aseguras de que seguirán hasta que no puedan más. También tenemos contactos directos más altos con las empresas. Las empresas ponen personal directo y específico para atender a las asociaciones. El ciudadano, fuera de la organización, tiene muchísimas dificultades para hacer reclamaciones. Porque recibe la respuesta negativa de la empresa, y se queda ahí. Y en este punto es donde las asociaciones empiezan a trabajar, respondiendo a esa respuesta. Esa es la diferencia, en el conocimiento de las leyes. Normalmente las asociaciones saben mucho más que las empresas de protección del consumidor. Además, las empresas, desde que reciben una carta de una organización, están llamándoles en seguida ¿qué hay que hacer?” (Trabajador de EPB).

Necesidad de apoyo real

La valoración de las asociaciones es en general muy positiva, pero hemos encontrado alguna experiencia que nos muestra que no todas funcionan igual. Cuando Valeria empezó a buscar asociación para consultar su caso, se encontró con dos formas de proceder muy diferentes:

“Llamé al Gobierno Vasco para pedir listado de asociaciones. Elegí dos, y llamé a una, y me dijeron tenía que pedir cita, me la dieron para el mes siguiente, y **me dijeron que tenía que asociarme para atenderme**, es decir, primero asociarte, y luego te daban la información y analizaban el caso. Entonces llamé a la otra, y fue precisamente al revés, primero veían el caso, de forma gratuita, y si veían que sí, pues ya te asociabas. Y tramité la documentación por ahí. Es que vamos, vaya jeta los primeros”.

Puede que esta obligación de asociarse de la primera entidad a la que consultó Valeria se deba a escasez de recursos, puesto que uno de los problemas principales trata de eso: de la sobresaturación de casos por falta de personal, de una red articulada de recursos realmente operativa, de apoyo entre los diferentes

⁴² En adelante EPG.

niveles de intervención. Así, Javi comenta que lo que mejoraría en las asociaciones es que ve que en muchas ocasiones, **el personal no da abasto**, que la abogada de la asociación se puede pasar media hora al teléfono explicándole a una señora qué debe hacer, y pierde tiempo para hacer otras cosas. Bárbara también opina de la misma manera: “tiene demasiado trabajo, y eso quiere decir muchas cosas. Debería tener apoyo”.

Esta falta de apoyo puede hacer que las personas asociadas se sientan en algún momento mal atendidas, y que renuncien a continuar participando en la asociación:

“Cuando me di de baja, fue porque entendí que no me habían hecho mucho caso a mi consulta, porque tendrían cosas más importantes o no tendrían tiempo, la atendieron pero no con la intensidad o la atención que yo requería” (Pablo).

Es algo similar a lo que ocurre con las OMIC, que se sienten desplazadas, luchando más bien en solitario, **cada oficina, cada asociación es una isla en el mar de recursos, y no hay puentes, y los pocos que hay, no están sólidamente contruidos**, y acaso deteriorados. Uno de los entrevistados de la EPB explica que la asociación pertenece a una Federación que se creó para poder aglutinar asociaciones locales, que no podían acceder a subvenciones porque para acceder a ellas, el ámbito de actuación ha de ser autónomo. Y añade que el tema de las subvenciones es “sangrante”.

En relación a esto, es importante hablar de las relaciones existentes entre las OMIC y las Asociaciones.

5.2.8. Relaciones OMIC – Asociaciones

Las relaciones más estrechas dentro de la red de recursos se dan entre las OMIC y las asociaciones, es decir, **entre los niveles más cercanos a la ciudadanía**. En ocasiones, las OMIC derivan casos a las asociaciones de consumidores, y del mismo modo, hay asociaciones que tienen convenio con diversas OMIC, por medio de los cuales prestan la atención a las personas del municipio de esa OMIC.

Esta relación no está exenta de problemas. Como hemos adelantado, desde el punto de vista de algunos representantes de asociaciones, la función de las OMIC es simplemente informar, y en todo caso, derivar a las asociaciones.

“En parte tenemos una ‘competencia desleal’ que son las OMIC. **Estas deberían limitarse a informar y formar, pero no debería gestionar reclamaciones**. Y también deberían atender a personas más desprotegidas por situación social y económica, pero no a personas que puedan costearlo y tengan problemas ‘estándar’ de consumo. Por eso hay un índice de asociaciones bajísimo. Además, la OMIC cuando tiene mucho trabajo, deriva a las asociaciones. Es decir, cuando no dan abasto” (Representante de EPB).

Pero desde el punto de vista de las OMIC, esto no es así, ya que dentro de las competencias de las Entidades Locales está la defensa de los intereses de su ciudadanía, entre los cuales se puede entender el consumo. Así lo explica la representante de la OMIC de Gipuzkoa.

“Las asociaciones no tienen más recursos que las OMIC, ¿para qué vas a acudir a una privada? Porque sí, las asociaciones, tienen la posibilidad de ir al juzgado, sí, pero siempre que lo decidan ellos. Y según la Ley de Procedimiento Administrativo y de Bases de Régimen Local, **el ayuntamiento tiene competencias en todo aquello que sea defensa de sus ciudadanos. Tienen que cumplir esa defensa, si solo contestaran a consultas, esa defensa se queda coja**. Lo que pasa es que son celosos de eso, porque al tener un servicio

dentro de la administración, les resta trabajo. Y el que viene aquí, no va a la asociación. Es una pena, el movimiento asociativo debería tener mucho más respaldo, pero la gente está como está, ni se asocian siquiera a los sindicatos. Y debería ser diferente, porque se podría hablar casi hasta entre iguales con la administración y con las empresas”.

Aparte de la ley mencionada, la Ley Autonómica de Defensa de las Personas Consumidoras y Usuarías establece que las funciones de las entidades públicas y privadas serán, entre otras, “Informar, ayudar y orientar, así como **mediar en las reclamaciones de consumo dentro de su ámbito territorial**”, pero a continuación también establece que “**las asociaciones son el cauce de representación y participación para la defensa de los intereses de las personas consumidoras y usuarias**”. Con lo cual, parece que la lectura de la legislación **puede prestar a confusión de funciones y responsabilidades**. No parece que estas rencillas puedan ayudar a prestar una mayor defensa a la ciudadanía. De nuevo, parece necesario aclarar funciones y procedimientos, porque los recursos están, pero lo que falta es que se coordinen, y que hayan llegar ese funcionamiento coordinado a la ciudadanía.

Y esto es importante para fortalecer la red, ya que, tal y como afirman tanto desde organismos públicos como privados, la coyuntura actual de crisis supone una fuerte amenaza para los recursos de este tipo.

“En España, se han cargado a nivel estatal... Ha desaparecido la Secretaría General de Política Social y Consumo, y la Dirección General de Consumo, no saben dónde lo van a meter. Hay un desinterés del nuevo ejecutivo por las políticas de consumo. En el espacio de dos años, se han quitado unos 50.000 €, y se firman convenios que no se cumplen. Es decir, recortes por todos lados, menos información, menos fuerza, menos presión...” (Trabajador de EPB).

5.2.9. Kontsumobide-Instituto Vasco de Consumo

Son pocas las personas que han acudido directamente a Kontsumobide en el proceso de reclamación. Es el caso de Valeria, que pidió información en este organismo sobre asociaciones a las que acudir. Sin embargo, ha habido alguna experiencia en la que acudieron buscando una solución concreta a su problema, y ahí la valoración ha sido negativa. Como Vero, que acudió allí a reclamar, porque en un viaje que había contratado, se encontró que en uno de los enlaces, en Viena, no tenían billete para el avión. Finalmente tuvieron que comprar (eran 2 personas) dos nuevos billetes para el destino previsto. Una vez que volvió, comenzó los trámites.

“La primera reclamación la hice por el Gobierno Vasco, **que creo que se equivocó porque tenía que haber ido al ayuntamiento y punto**. En el Gobierno Vasco conté lo que me había pasado, y que pedía el dinero del billete que compré. Me contestaron de la agencia, porque el gobierno solo media, que eso no era así, que no tenía razón, que me habían mandado un correo diciendo que no tenía ese vuelo, y que la culpa era mía. Y encima acababan la carta agradeciendo que acudiera a ellos y que les tuviera en cuenta para su próximo vuelo. Y eso no era así, porque yo esperé a tener la confirmación de todos los vuelos y hoteles para cerrar. Bueno pues para mí, el Gobierno Vasco lo único que hizo fue pasar el papel, **un puro trámite, muy amables pero nada de nada. Ya vi que me había equivocado de sitio, y fui al ayuntamiento.** (...) La percepción del servicio del Gobierno Vasco que tengo es muy mala, me duele tener que decirlo, pero la tengo. Igual es mi percepción porque me salió mal, pero es que ni siquiera me dieron información. Y fui al gobierno porque me pareció más importante, pero ahora lo haría por el ayuntamiento. Porque para un servicio de mediación nada más, ya lo hago yo directamente, si no pelean un piquito por mis derechos, no sirve para nada”.

Efectivamente, la función de este organismo va más en la línea de realizar actuaciones más de fondo, y de carácter sancionador, que de solucionar concretamente las reclamaciones individuales.

“Es que el Instituto, como puede sancionar, trabaja más en esa línea, y entonces igual al consumidor no le supone solucionar su problema, que le devuelvan el dinero o lo que sea, por mucho que le pongan sanción a la empresa. (...) **La gente lo que no sabe es que lo que hace es un sistema de mediación voluntario**, otra cosa es la sanción. **Pero la gente tiene más expectativas de lo que en realidad puede hacer**. Siempre se dice, y todos los escritos van en esa línea: se ha intentado mediar, pero la empresa ha contestado que no, se cierra el expediente, o no se cierra, pero se va a iniciar un proceso para ver si hay infracción... Pero la persona sigue con su problema: le queda el arbitraje o la vía judicial.

Se intenta que se respeten esos derechos, porque si no se respetan, se pone expediente sancionador, y en eso se es bastante firme. Lo que no se puede es ir a obligar al acuerdo. Lo ideal sería que pudieran obligar a las empresas, pero dentro de los límites, sí que se está haciendo. Se está siendo bastante riguroso. Se podría hacer más, pero hacen falta recursos humanos para la incoación de expedientes. Es un proceso muy garantista para el sancionado, se puede alegar, presentar..., y se alarga mucho en el tiempo. Que debe mantenerse así, el problema son la falta de recursos” (Representante de EPbA).

El punto estratégico de Kontsumobide radica, más bien, en la búsqueda de cambios en las formas de actuar de las empresas, de manera que el proceso sea más ágil y efectivo, además de vigilar por el cumplimiento de la legalidad, sancionando las infracciones. Y de nuevo, es importante clarificar las diferentes funciones de cada organismo.

5.2.10. SETSI-Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información

Solo hemos hallado un caso que haya consultado en la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información. Se trata de Luis, que antes de acudir a la OMIC, se informó a través de Internet de las posibles vías de actuación, y llamó a este organismo, donde según sus palabras: “una tía súper borde me dijo que fuera a la OMIC, y me colgó”. Desde su punto de vista, esto muestra la incapacidad y el desconocimiento del personal de estos organismos, y pone en entredicho su utilidad, puesto que si su tarea es derivar a la OMIC, ¿para qué es necesaria toda una Secretaría? Aparece de nuevo que las funciones no están claras, e incluso, parece que se solapan.

5.2.11. Centro Europeo del Consumidor

Este recurso es mencionado desde las asociaciones, para asuntos en los que entran empresas transfronterizas, pero según su propia opinión, es “meramente titular”. Se puede recurrir a él sobre todo en asuntos de transporte aéreo, pero “no hacen gran cosa”. Desde las asociaciones, prefieren trabajar con otras asociaciones hermanas cuando se tratan estos temas, o con las OMIC, pero con este recurso no cuentan. ¿Qué papel juega un recurso de este tipo, cuando ni las personas consumidoras lo conocen, ni desde las entidades de defensa se entiende como un recurso de apoyo?

5.2.12. Sistema Arbitral de Consumo

En nuestro estudio no hemos encontrado a ninguna persona reclamante que haya tenido que pasar por Arbitraje, al menos en los casos analizados, ya que Luis sí que llegó una vez hasta el arbitraje, pero por un problema con una empresa gasificadora. Según explican desde las OMIC y asociaciones, el gas es el

nuevo sector de reclamaciones estrella, puesto que se están desarrollando desde las empresas unas muy malas prácticas, en las que media el engaño y el despiste para lograr nuevas contrataciones.

El motivo para no recurrir al Sistema Arbitral se ha debido a que el proceso ha terminado antes de llegar ahí (bien por abandono de la persona, o porque se soluciona con la empresa, mediando entidad de defensa), o en un caso, porque se ha continuado por la vía judicial directamente, ya que la empresa no estaba adherida al Sistema.

Sin embargo, una de las entrevistadas de la OMIC de Bizkaia, aporta su valoración sobre el arbitraje:

“No se ha conseguido que el sistema arbitral sea un elemento fuerte de defensa, simplemente viendo los datos, hay muy pocos recursos a esta vía. Ahora mismo, no se quiere publicitar más el sistema de arbitraje, porque **están saturados de casos a los que tampoco pueden dar solución rápidamente.** Y por eso también están empezando a mediar previo al arbitraje. Es lamentable. Si la propia Administración no cree en el sistema arbitral, qué nos queda. En vez de seguir potenciándolo, sobre todo en sectores donde muchas personas están en una indefensión importante, y que cada vez es más complicado (la portabilidad, las facturas...)”.

Por otro lado, la representante de la OMIC de Gipuzkoa, opina que el arbitraje es un recurso que cuesta dinero a la Administración, y que por tanto hay que saber valorar cuándo emplearlo:

“Reclamar por 20 €, si la empresa te dice que no, eso supone un coste para la administración por ende, para todos. Porque llegar a arbitraje cuesta dinero público. Reclamar una cuantía pequeña, a la administración, le cuesta mucho. Se está tendiendo a que las juntas sean unipersonales, el árbitro decide solamente” (OMIC Gipuzkoa).

Para ella, una forma viable de optimizar el recurso es lo último que comenta, reducir el personal necesario en el arbitraje, para abaratar el procedimiento.

5.2.13. Vía Judicial

El recurso a la vía judicial lo hemos encontrado en el caso de Vero, para reclamar dos billetes que tuvo que comprar en Viena al encontrarse que la agencia a la que había recurrido no había contratado esos pasajes de enlace al destino final al que se dirigía. Asesorada por la asociación a la que pertenece, fueron a dos juicios, uno por cada billete, para que el total reclamado en cada juicio no superara los 900 € (en aquel momento, ahora son hasta 2.000 €), y así Vero no tendría que correr con los gastos de abogado y procurador. **Este mecanismo es muy bien valorado por las personas que han llegado hasta juicio, ya que permite continuar con el proceso, sin tener que preocuparse tanto por los costes que supondrá.**

Vero además valora muy positivamente el asesoramiento dado por la asociación, ya que fue ahí donde le informaron de esta posibilidad.

Por su parte, desde las instituciones públicas se opina que el trámite del juzgado aleja y detiene a la gente en el proceso de reclamación. Según una de las personas entrevistadas de la OMIC de Gipuzkoa, una de las cosas que se necesitan mejorar en el proceso son esos trámites:

“Si llegas al juzgado es algo frío, ajeno..., si se habilitase un sistema de reclamación en el juzgado sería diferente. Porque a la gente le impone, o se enfría en el camino”.

5.3. Final del proceso: ¿la luz al final del túnel?

De las 15 personas entrevistadas que presentaron reclamación habría que diferenciar la resolución (definitiva o provisional) según la vía de reclamación.

5.3.1. Reclamación directa a la empresa

Entre las personas que presentaron reclamación directamente en la empresa es donde encontramos mayor variedad de opiniones sobre la satisfacción del resultado.

En algunos casos consideran solucionado totalmente el asunto, como el caso de Víctor, que logró que el servicio técnico asumiera la sustitución del ordenador que había comprado, que estaba defectuoso, y le devolviera los 80 € de la reparación que había tenido que pagar. Pero lo interesante del caso es que Víctor **tuvo que amenazar a la empresa con que iba a poner una denuncia a Consumo** para que dieran este paso, cosa que le parece indignante, pero que le sirvió para conseguir lo que estaba seguro que merecía.

En otros casos, no es necesario que medie amenaza de denuncia para tener una resolución positiva. Por ejemplo, a pesar de ser uno de los sectores que más reclamaciones recibe, el sector de telecomunicaciones parece haber empezado a implementar trámites de atención que, en ciertos casos, conducen a la resolución rápida y sin intermediarios del problema. Ello no quita para que se sigan dando una ingente cantidad de problemas, pero hay que destacar que en algunos casos, recurrir a la empresa es útil.

Podemos identificar otras personas que, si bien han resuelto el problema con la empresa a través de ella, y siguen siendo sus clientes, **se sienten insatisfechos con su servicio, pero tampoco se cambian porque al final “todas son lo mismo”**. Sobre esta visión tremendamente negativa y homogeneizadora de las empresas hablaremos más adelante.

Por último, casos como el de Sara o Mercedes, que han recibido una respuesta negativa de la empresa, además con un tratamiento bastante deficiente, no han descartado continuar la reclamación por otras vías. Así que estos procesos, si bien hasta el momento insatisfactorios en resultado, se pueden considerar abiertos.

5.3.2. Reclamación por vías formales

La reclamación que tiene continuidad por otras vías habitualmente finaliza con resolución favorable a la persona usuaria, ya que las entidades estudian el caso antes de aconsejar si se debe presentar reclamación. Aunque en el caso de Leire, que presentó reclamación a través de OMIC porque le cambiaron la tarifa, la respuesta fue negativa, puesto que cuando contrató su tarifa, lo hizo como si fuera una empresa, por la que se acogía a una oferta especial para estas. Así que la respuesta que recibió de la OMIC fue que al contratar como empresa, no les correspondía continuar con esa reclamación.

Aquí vemos un fallo desde el comienzo del proceso, en el **que por desconocimiento de lo que conlleva acogerse a determinadas condiciones, se puede perder en derechos** como ciudadano. Leire apunta a esto, pero también hace notar que en la respuesta de la OMIC tampoco le indicaron qué vías de reclamación le quedaban, a dónde podía acudir. Simplemente le dieron la negativa.

5.3.3. Valoración después del proceso

Aunque algunos procesos no estén acabados del todo, todas las personas entrevistadas han podido hacer una valoración del procedimiento que han seguido, de los puntos fuertes y débiles, lo cual nos da claves importantes para identificar qué cosas pueden mejorarse dentro del proceso.

La valoración general del resultado es positiva, especialmente desde que entra en juego un organismo de defensa de consumidores. Sin embargo, valorar el resultado no es lo mismo que valorar el proceso, y es ahí donde aparecen las mayores disconformidades. Tal y como afirma Luis **“valoro positivamente el resultado, no los plazos ni el proceso”**.

Se percibe que el proceso de reclamación se vuelve muy individual, que hay poco asesoramiento, y solo si se da con el recurso adecuado (por suerte, por cercanía...) puedes sentir más comodidad. Es además un procedimiento ajeno, frío, y las empresas se encargan de hacerlo más frío y ajeno, puesto que en muchas ocasiones, reclamar supone hablar con máquinas, repetir continuamente lo que te ha ocurrido, y sentirte sistemáticamente ignorado-a. Tal y como afirma Leire, “parece que solo te hacen caso si tienes jeta”:

“Y tienes que tener jeta. Porque estás preguntando en todos los sitios, y nadie te dice nada. (...) Se maneja mucho el ‘si tienes jeta, si eres vivo, si...’. Tus derechos quedan sujetos a tu forma de ser, de lo gallardo que seas, de la habilidad. Y no estás acostumbrado al trámite de las gestiones: hay que saber rellenar esos papeles, dónde moverse..., **hay un montón de gente que tampoco sabe enfrentarse a 5 hojas llenas de datos, además estás nervioso...** Para qué voy a ir de un mostrador a otro, ir gestionando... **Y se asocia a ‘tener jeta’. Y en teoría no tienes que tener jeta: si tú cumples con tu parte, la otra parte también. Pero como tenemos asociado que lo consigue el que tiene jeta, se asocia con algo negativo, como si pidiera de más. Y debería asociarse a: el que lucha por sus derechos.** La jeta está muy mal vista, y lo relacionas con esto: ‘yo al final no soy un jeta’. Cómo interpretamos la defensa de nuestros derechos influye en que los reivindiques más o menos. Y ya empiezas quemado...”

Continuar con la reclamación supone un extra de tiempo, de trabajo, de esfuerzo, pero también de habilidad personal para sobrellevar el conflicto. Este conjunto de cosas es lo que hace que haya gente que se quede en el camino, pero el factor personal parece ser un elemento primordial, especialmente para las personas ajenas, las que nunca han presentado reclamación. Es lo que explica Aritz:

“Si me volviera a pasar, no sabría por dónde empezar. Otra vez estaría en las mismas. Y volvería a perder los 700 €. Tendría que pasar igual la noche en el aeropuerto, igual tendría que ir a la embajada..., hasta que se te va la energía. Porque a los pocos que les hicieron caso fue porque empezaron a montar un pollo, y por qué tengo yo que pasar por eso...”

Esa sensación de falta de reciprocidad, de desequilibrio entre lo que una persona da como consumidora, y lo que recibe por parte de la empresa cuando hay un problema, llama al desánimo.

“La defensa de tus derechos te supone una carga de trabajo, porque te tienes que informar, tienes que ir, rellenar, llamar, guardar los tiques, escanearlos, guardarlos, hacer un seguimiento... **Te violentas, te hacen tener unas actitudes que no quieres. Finalmente por no pasar ese rato...** Esto te genera una actitud, que cualquier otra cosa que tengas que hacer en el futuro, ya partes de esa desconfianza y esa mala leche” (Leire).

Y lo dicho, incluso cuando la respuesta final es favorable para la persona, se plantea si ha valido la pena, o qué debería haber cambiado para que el proceso no fuera tan agotador.

“Además de lo que me gasté, fueron las vueltas y el tiempo. Perdí toda una tarde solo en hacer la reclamación. **La resolución que tomó la empresa me pareció insuficiente, pero no tenía ganas de seguir.** No es el dinero, es el tiempo. Y después de pagar más, de ir..., no es que haya conseguido nada extraordinario, solo que funcione. Todo el esfuerzo para que al final consigas solamente que el aparato funcione. Estoy muy cansada de tener que pelear, hago balance, me compensa o no. Depende del dinero que sea, porque al final lo que pides es dinero” (Ainara).

Y es que **ser una persona consumidora concienciada, atenta a sus derechos, supone un esfuerzo activo y continuo**, de revisión de las condiciones, de vigilancia de los productos y servicios, de almacenaje de documentos acreditativos...

Sin embargo, Sara recuerda otro proceso de reclamación que tuvo, en que el resultado final le ha sido de gran satisfacción. Curiosamente, Sara no pedía devolución de dinero ni indemnización ni nada similar, simplemente denunció una conducta que le parecía discriminatoria, y el resultado fue la sanción de la empresa:

“He tenido casos de quitarme la espinita, de seguir adelante, y aunque te cuesta tiempo y dinero, te **quedas más a gusto cuando te dan la razón**. Y sí que tenemos un deber las personas, pero si eso se convierte en una gymkana para ir encontrando y saber, me parece un poco injusto”.

La sensación de lograr justicia es pues un impulso en la continuación del procedimiento, más allá de la compensación personal

5.3.4. Diferencias percibidas entre antes y después

Es ese resultado, esa sensación de justicia, la que hace que muchas personas valoren finalmente el proceso seguido, que aseguren que lo repetirían de volver a necesitarlo. Porque además **se sienten reconocidas, sienten reconocidos y defendidos sus derechos**. Las personas pueden conocer más o menos sus derechos como personas consumidoras, pero más allá de eso, antes de comenzar el proceso, **lo que dudan es que esos derechos sean tenidos en cuenta**. Si realmente va a merecer la pena enredarse en esa maraña de llamadas, correos, papeles, recursos, y dudas. Pero cuando se sienten compensadas, y no solo eso, sino más familiarizadas con la red, se sienta un precedente positivo.

Además, **también se aprende a comportarse (a todos los niveles) ante una reclamación**. Así, Sergio explica que ha aprendido a anotar todo lo que habla con un operador-a, además del día y la hora, y el nombre de dicho operador-a. Y no solo en cuanto a estrategias para obtener pruebas en tu favor, sino en habilidades, como explica Luis.

“En comparación a cuando acudí por primera vez a la OMIC, me veo mucho más seguro. Ahora peleo, pero no me hierve la sangre”.

Incluso a la hora de llegar a la vía judicial, que supone una esfera totalmente ajena y bastante imponente para buena parte de la población. **Es familiarizarse con el proceso, con los espacios en los que se da el proceso, con las personas... Todo ello hace que el trámite sea mucho más sencillo**. Antonio lo explica, en sus experiencias (en otras reclamaciones por temas de propiedad de viviendas) que ha reclamado con la ayuda de la OMIC:

“Y noto diferencias entre primera reclamación y ahora. Siempre he sido muy cortado, pero he aprendido a superar el corte. Al principio lo pasaba muy mal, cuando tenía que entrar en un juzgado, me ponía nervioso, me infundía respeto, me dolía la barriga, unos quebraderos de cabeza. Y es que somos unos ignorantes, ahora voy con respeto, pero sé que voy a un sitio más. Y si además te marean, los trámites, que tienes que coger número, que tienes que bajar, subir... También aprendes la manera de dirigirte, de rellenar los documentos, que sea conciso, breve, datos... También te acostumbras a guardar todo”.

5.3.5. Las personas insertas como enganche de las ajenas

Otro punto importante, una vez que se ha pasado por el proceso y se ha familiarizado con él, es que se es consciente de que hay un apoyo social, que ese proceso que en principio se presentaba tan solitario, no tiene por qué serlo.

“Que tengas en casa modelos de queja, también hace mucho para que aprendas a reclamar. Para que seas más inconformista, y también para que conozcas los recursos que hay. Yo la OMIC la conozco por mi ama, no por otra cosa. También te sonaban otras cosas, el arbitraje, el no sé qué, pero hasta que no he comenzado este proceso, ni idea de cómo se hacía. Ahora sé que somos un montón” (Leire).

“Yo le he dicho a la gente que he puesto reclamaciones y que han servido, la gente se sorprende. Hay que poner reclamación, no habléis aquí, que se queda y no sirve para nada, donde seguro que no sirve es aquí” (Luis).

“Y otra cosa que hago es contar todos mis procesos de reclamación, porque lo que consigues es que la gente se dé cuenta de todos los derechos que tiene, sobre todo con grandes entidades” (Sara).

Por tanto, parece necesario **dar a conocer las experiencias de las personas que ya han reclamado para que sirvan de guía a otras personas que se sienten fuera de esa realidad**, como si no les afectara. Pero dar a conocer la experiencia de forma que **se especifiquen**:

- **los procedimientos seguidos;**
- **los recursos empleados, y la función de cada uno dentro de la red;**
- **y especialmente, los sentimientos que les surgieron, las percepciones desalentadoras que tuvieron que superar, y el papel que esa red de recursos tuvo para que se sintieran con apoyo, y continuar.**

Compartir estas experiencias además tiene potencial para generar un sentimiento de cohesión, que podría dar lugar a reformas más estructurales, en las que la defensa de las personas consumidoras no fuera una lucha de individuos sueltos, sino que fuera un compromiso de toda la sociedad.

5.3.6. Sentimientos que genera el proceso

Hay una serie de percepciones, sensaciones, que relatan las personas entrevistadas, y que nos pueden dar pistas acerca de por qué las personas deciden continuar o abandonar el proceso en algún punto. Algunos nos hablan de indignación, que son sensaciones que pueden ser reformuladas de forma positiva, para potenciar la continuidad. Otros, como el cansancio o la pérdida, son difíciles de atajar de forma que derive en la continuidad, pero es necesario conocerlos para saber por lo que están pasando las personas que deciden implicarse. Hay una tercera tanda de sensaciones positivas que se deben fomentar.

Trato defectuoso

Varias personas confluyen en haber recibido un trato muy desagradable por parte de los servicios de las empresas que se suponen que están para solucionar tus problemas. En especial, la atención al cliente telefónica es objeto de una crítica unánime, por lo que le dedicamos un apartado específico.

Además de un trato defectuoso, denuncian que les **“marean, porque te dicen que vayas aquí, allá, te quitan la razón, te la dan, la ley les da potestad para hacer lo que les venga en gana”** (Antonio).

Se quejan que si desean poner en práctica estrategias personales de resistencia, de queja, como devolver recibos, o dejar de pagar, **las empresas amenazan al consumidor**:

“Hace dos meses me llegó una carta de servicios jurídicos de telefónica, que si no pagaba me iban a llevar a juicio. Y te da un sentimiento de impotencia, de que te estás dando contra la pared una y otra vez. Y he pensado que el daño no me merecía tanto como para entrar en ese proceso. Si hubiera durado más, o me hubiera, yo creo que sí” (Gorka).

En el caso de Gorka, llevó a que, una vez devuelta parte de la cantidad cobrada, renunciara a seguir peleando.

Desde la EPB refuerzan que a veces la reclamación viene más por el trato recibido que por el dinero en sí:

“Hay veces que llegan cabreadas por cómo le han tratado en la empresa, y casi ni quieren reclamar nada material, sino que le traten bien. Hay muchos que llegan pensando “cómo es posible que pasen esas cosas, que estén infringiendo un contrato, que estén pagando un servicio que no me prestan” (Trabajadora EPB).

Injusticia e Indignación

En muchos casos, el acicate para continuar es precisamente esa indignación, esa flagrante sensación de vulneración de tus derechos.

“Hay que tener paciencia y perseverancia, lo primero que piensas es que al menos es tema de dinero, y a nadie le ha pasado nada, pero luego lo vuelves a pensar. **Y lo que me repateó fue la respuesta de ‘esperamos verle de nuevo, atentamente’, eso es lo que me rebotó, me toman el pelo, me hacen gastarme, y encima.** Me llegan a decir que no me he enterado, que lo sienten mucho, pero que es así, y aún, pero encima que me agradecen la confianza y esperan encontrarme de nuevo. (...) **Incluso la empresa me llega a dar la razón y a indemnizarme con 400 €, y me hubiera quedado tranquila.** Pero fueron las formas. Mi impresión es que yo tenía la razón claramente. En otros casos había overbooking, otras cosas, no era bueno, pero eran otras circunstancias. Además hay cosas que entiendes dentro de un riesgo de un viaje (que te cambien el hotel, retrasos...) pero esto” (Vero).

Como vemos, **la indignación es un arma de doble filo, ya que puede sentirse recompensada con una compensación parcial**, como apunta Vero cuando dice que si le hubieran devuelto una parte de la cantidad, se hubiera quedado tranquila. Sin embargo, al no hacerlo, motiva que siga con la reclamación.

Mercedes, que además ahora cuenta con tiempo para reclamar, porque se acaba de jubilar, afirma que lo que le pasó “es poquita cosa, pero **el cabreo gordo, y es mío, es mío.** Mi cuñada y mis sobrinas me dicen que lo deje, pero no, no puedo dejarlo esto así, tengo tal enfado, la injusticia me quema, **me hierva la sangre”.**

Desde las entidades identifican también esa sensación, sobre todo de injusticia, de que algo ha ido mal, y no debería haber sido así.

“Cuando una persona entra por esta puerta se siente sujeto de derechos. Con la conciencia de que no es justo que le engañen, es algo que no se debería hacer, y que la Administración debería tutelar que esto no pase, y defenderla” (OMIC Gipuzkoa).

E incluso Garoa, la entrevistada de la empresa de tecnología, nota esa sensación cuando los clientes se dirigen al departamento.

“Los usuarios no saben qué derechos tienen, pero sí saben que no están a gusto con su producto. Saben que no es normal lo que le está ocurriendo. E implícitamente dejan claro que saben que pueden poner una reclamación”.

Es uno de los elementos que tienen más potencial de fortalecer las ganas de continuar. Como dice Luis: “yo no quiero follones, pero tampoco quiero que se salten mis derechos”.

Desinformación y Pérdida

La falta de información, o la información errónea, genera una sensación de disfuncionalidad, que pierde a las personas y las desconcierta. Es en esos momentos cuando sería necesaria una fuente fidedigna de asesoramiento, porque una vez que han entendido lo que les ha sucedido, es cuando aparece la sensación de estafa.

Sara, al ir a reclamar la rotura de su maleta, cuenta que **“tenía que haber esperado dos horas para que atendieran a todos los que están ahí, y o sea... y ya me costó hacer eso, tardé un montón en salir del aeropuerto. Así como te ponen montón de detalles para entrar (embarque...), no te ponen información sobre qué hacer en casos de pérdida de maletas o deterioro, que ocurren con frecuencia. Cómo sabes dónde tienes que ir. La información no está, en el momento tienes que buscar. No voy a decir que no está, porque nos hacen firmar y leer un montón de papel, que no me lo leo, seguro que ahí habrá algo, pero creo que no es la forma. Deberían dejarse de explicarlo de formas legales, y que te digan claramente qué derechos tienes y no tienes”.**

La falta de información también afecta a los momentos previos a que se dé el problema. Es decir, **de haber leído o conocido mejor ciertas condiciones, algunos de los problemas que encontramos se hubieran evitado.** De ahí la importancia que subrayan las entidades por que aumenten las consultas, pero las de este tipo, las que buscan asesoramiento sobre lo que van a comprar o firmar, para evitar engaños. Tal fue el caso de Valeria, que prereservó un viaje, estando mal informada por parte de la agencia, puesto que desconocía que no la iban a avisar cuando los billetes se emitieran. Así que cuando fue a cancelarla, pensando que solo perdía 10 €, se encontró con que:

“La letra pequeña del contrato pone que una vez emitidos, no se puede devolver dinero. Pero es que la ley dice que los gastos de anulación los establece la agencia, entonces ahí estás vendido, porque en la letra pequeña no te ponen los gastos que son, lo pone en otro lado. Tú firmas un contrato cuando haces la prereserva, y si no haces el viaje, no significa que no debas ese dinero. Izaskun lo miró, y si no pagaba, iba a una lista de morosos. Es un abuso” (Valeria).

Cabe añadir que **esa falta de información afecta incluso a las empresas y a las instituciones responsables de garantizar esos derechos.** Así, hemos encontrado anécdotas en las que el empresario no conocía su deber de tener hojas de reclamaciones, o sentencias judiciales que remiten a leyes derogadas por otras nuevas, según nos han comentado desde una de las asociaciones consultadas.

La sensación de pérdida se refiere más concretamente a la incapacidad para saber a dónde dirigirse para consultar, a la desorientación en el proceso. Como dice Leire “es que **si la empresa te dice que no, entonces dices, ¿y a dónde voy?**”. Incluso desde las OMIC reconocen la dificultad del propio personal para familiarizarse con los procedimientos:

“Hay veces que **hay que tener un máster para entender las facturas**, una vez que la entiendes, te la cambian. La manera de nombrar conceptos, y van evolucionando porque tienen servicios nuevos. Y es muy complejo, porque también las tarifas por horas, a qué tipo de teléfonos llama...” (Trabajadora OMIC Bizkaia).

Desamparo

La sensación de abandono también es algo recurrente, especialmente después de haber experimentado la de pérdida. Así, Mercedes, a la que el tratamiento de la empresa hizo que le caducara la reclamación que había presentado, nos cuenta su absoluta decepción:

“Una cosa es el dinero, pero esto no puede pasar. Me ha vencido el plazo, desde el 9 de diciembre estamos en danza con esto, cómo que se nos vence el plazo. Hemos estado continuamente, dando los datos, la documentación. **¿Qué tenemos que enseñar? ¿A quién tenemos que enseñar? ¿Qué tenemos que demostrar? Nosotros nos hemos preocupado, ¿y nadie se ha preocupado de que alguien no ha cobrado? Hacer una revisión, aunque estén saturados, me da igual, yo soy una víctima.** Me leí concretamente todas las instrucciones de devoluciones de billetes no utilizados. Estoy saturada, voy a ir a tope, estoy al máximo. Es que qué hago. Nos buscamos la vida y fuimos por casas a dormir. No pedimos que nos recompensen la mala leche, el mal rato. **Es mala leche, es incomprensión, ¿quién se ha embolsado ese dinero? Yo, que no entendía de nada, empecé, ¿Dónde voy yo? ¿Hasta dónde voy a llegar? No es el dinero, es la indignación”.**

De nuevo, la indignación. Y también la sensación de que no hay mucho que hacer a nivel personal:

“Además, si no pagas para protestar, no puedes, porque pasas a ser moroso. Ni siquiera puedes retrasar el pago para que sufran. **No tienes ningún arma como consumidor, no puedes hacer nada, pues al final te aguantas, o el berrinche de la tienda, con la persona en concreto, y pensando que pensarán que soy una petarda.** Poco tenemos que hacer los consumidores en un montón de cosas. Cuanto más simpática vas a la tienda, peor te tratan, tienes que ir de borde desde el principio. Al final tienes que ir exigiendo (Esther).

Y la confianza en las instituciones es lo que queda en muchos casos para poder seguir adelante, tal y como explica Jone “pues tendremos que dar otro paso, que espero que no suponga gastar dinero, porque **después de lo que hemos pasado, y tener que dar más pasos, si nos supone más, como ciudadano me sentiría un poquito abandonado**, porque sí que he pagado un dinero, he contratado algo con alguien. Pero bueno, a la hora de defenderme, si tengo que gastar dinero, y luego no sé si voy a conseguir algo, pues me sentiría abandonado”.

Agotamiento

Es lógico que toda esta maraña de sensaciones dé paso al agotamiento, a las ganas de abandonar.

“No reclamas porque el trámite es una chapa” (Leire).

Y aquí las aportaciones más interesantes las hemos encontrado por parte del personal de las instituciones, que encuentran día tras día personas con esa percepción.

“**La gente reclama tan poco porque es un hastío**, están a expensas de que las cosas salgan bien si es la voluntad de la empresa. Si haces todo el trámite y la empresa dice no, si reclamas cuantía económica, la única posibilidad es el juzgado, si no el sistema arbitral. Si en esa reclamación la OMIC entiende que hay motivo, puedo acudir a la oficina territorial de consumo y que ahí se decida si hay sanción para la empresa. Pero a muchos reclamantes les da igual la sanción que le puedan poner porque sencillamente lo que quieren es que lo que les hayan cobrado indebidamente, se lo devuelvan. ¿Y qué pasa con los casos en los que es la palabra de la persona contra la empresa? Normalmente, gana la empresa, porque no hay pruebas” (OMIC Bizkaia).

Hay una opinión generalizada de que las personas, en muchos casos, están en manos de las empresas, y que tienen escaso margen de maniobra.

“Es que lo cuentas, y se cuenta rápido, y luego te ves 3 meses sin resolver un expediente. Entre que sale y llega la carta, que no contesta, le llamas a ver qué pasa, que si la envía... La media de tiempo es de... bastante alta. Hay gente que tira la toalla, y habrá gente que no. **Yo les entiendo perfectamente, porque no hay como pasarlo uno. Es un vacile total. Para el esfuerzo que supone, renuncias, o te cambias de compañía [telefónica]. No has tenido nada que ver, y te ves inmerso en una vorágine que dices: pero bueno, que mi tiempo también vale.** El consumidor en ese sentido está totalmente en manos de ellos” (Representante, EPbA).

Para paliar esto, es necesario armarse de ganas y de pruebas justificativas, pero de nuevo, el proceso puede acabar con las energías.

“La importancia está en dejar rastro de lo que se ha hecho, para que haya pruebas de lo hecho, hasta para el juez. Pero en ese proceso la gente se cansa, se desinfla... hay que ser constantes, las reclamaciones son duras” (Representante de EPB).

Confianza

Aunque no son muchos los sentimientos directamente positivos, sí que **hay personas que muestran confianza en el proceso**, en demostrar que tienen razón, y por ello no dudan en continuar. Para eso, también es importante estar familiarizado con el procedimiento y con las cosas que hacen que sea más fácil demostrar que tienes razón, es decir, ser una persona inserta en la red.

“La gente antes decía: seguro que no voy a conseguir nada, pero ahora hay más confianza en el sistema, en que va a haber castigo y compensación. Antes había más resignación. Desde el 98 se nota más esta cultura de la reclamación, que se hicieron una serie de campañas de concienciación. Desde la propia asociación animamos a presentar esa reclamación, le explicamos que tienen razón y le animamos” (Trabajadora EPG).

“Reclamas porque hay algo que no funciona o funciona como no debe, y consideras que no eres el culpable de ese mal funcionamiento. Y entiendes que es a la otra parte a la que le corresponde garantizar ese funcionamiento” (Pablo).

Dominio

Nuevamente, relacionado con el conocimiento del proceso, viene la sensación de dominar la situación, de ser parte agente de ella, y no una víctima sin voz, voto, ni capacidad de acción. Lo hemos encontrado

especialmente en las personas insertas. Porque ya **se domina no solo el proceso, sino las habilidades que conlleva, y se sabe que “hay que ir documentado, sabiendo lo que vas a decir, sabiendo lo que quieres y lo que tienes que pedir, de forma escueta y directa”**. (Antonio).

Bárbara además, apunta a ese dominio personal necesario para mantenerse paciente y constante: “También depende de la personalidad de cada uno. Hay que tener la capacidad de mantener la calma, nunca me pongo borde, aunque tenga ya que reclamar, nunca borde”.

Apoyo

Y un último punto importante de este apartado es la transformación que experimentan algunas personas, de empezar el proceso entendiendo que están solas, **a sentirse apoyadas, y conocer que hay muchas personas en la misma situación, que empatizan con los problemas de otras**, y que por tanto, crea cohesión. Es lo que nos cuenta Sara de sus experiencias reclamando:

“De la humillación inicial, pasé a entender que la gente comprendía que no había derecho a eso. Aprendí muchísimo del proceso con la experiencia. Una vez que lo haces, haces más, he hecho bastante, y en todas he conseguido algo, porque ves que tienes muchos más derechos de los que sabes. Hay una cultura de si me dice que no, será que no, y no puede ser”.

5.4. Las empresas

Otra de las conclusiones más relevantes de este estudio es comprobar cómo diverge de forma tan clara las interpretaciones que desde las empresas se dan a su forma de atención y actuación ante posibles reclamaciones, y las opiniones que se manejan en la población. Lo más llamativo, además, es que en parte, las entidades de defensa comparten esa opinión claramente negativa que surge continuamente entre las personas consumidoras.

5.4.1. Las explicaciones de las empresas

Las tres empresas consultadas han coincidido en apuntar que desarrollan un **modelo de atención dirigido en primer lugar a satisfacer al cliente**, apuntando que siempre que la persona tenga razón en lo que demanda.

“Las reclamaciones las atendemos, les damos solución, que no tiene que ser la que al usuario le guste. Y las soluciones en nuestro ámbito es cambiar el aparato por uno nuevo, o hacerle concesiones de tipo económico, para que las gestiones del servicio técnico sean más bajas, o incluso pagarles ese servicio al que hayan tenido que acudir” (Garoa, Empresa Tecnología).

Lucía, representante de la empresa de telefonía añade que, de hecho, para las empresas es necesario hacer este trabajo, porque negar los problemas que puedan estar apareciendo no tendría sentido, y sería contraproducente para la empresa.

“La filosofía es que **el cliente tenga toda la facilidad de medios para hablar con nosotros**, para ponernos una reclamación. Incluso hay gente que viene al edificio, y también se le atiende. **Para nosotros, jugar al avestruz no merece la pena. Merece que los clientes estén satisfechos con el servicio**, saber qué problemas están teniendo, si hay problemas masivos, como por ejemplo, si el error de procesamiento de una factura ha hecho que una promoción no haya ido bien. Para resolverlo rápido, es importante conocer qué está pasando. No tiene sentido poner trabas a que se pongan reclamaciones”.

Nos explican que se hace publicidad de las formas de contacto con el Departamento de Atención al Cliente por varias vías, adaptadas según el sector del que se trate. Por ejemplo, en el caso de las compañías aéreas “se hace publicidad en la web, en los correos de confirmación, y también hay un mostrador en los aeropuertos a los que te puedes dirigir directamente. Se trata de facilitar este contacto” (Entrevistado de compañía aérea).

Y se apunta a que **existen protocolos de obtención de estadísticas para analizar continuamente las reclamaciones resueltas y no resueltas**. Además, la empresa de Tecnología está integrando un sistema de análisis cualitativo de las consultas y reclamaciones recibidas, para trascender el mero dato numérico y atender a los discursos de las personas, a las formas de atención, al protocolo de actuación, y de este modo identificar posibles mejoras dentro de los procedimientos.

“De hecho tenemos un servicio de encuestas a personas que hayan reclamado para ver si están satisfechos. El índice de insatisfacción es muy bajo. Intentamos que se cumplan los derechos que tienen, y creamos unos procedimientos para que a todos los usuarios se les trate por igual” (Garoa, Empresa Tecnología).

Todas las empresas apuntan a que **tienen unos índices muy bajos de insatisfacción en los departamentos de atención al cliente**. Sin embargo, tanto para las entidades como para las personas usuarias, es conocido que el tratamiento que dan a una reclamación en las empresas no es el mismo si proviene de una persona particular que si proviene de una OMIC o asociación. Por parte de las empresas, esto solo es reconocido explícitamente por Garoa, aunque indica que lo que cambia es el procedimiento que se sigue, no la respuesta:

“Las reclamaciones vía asociaciones llegan siempre por escrito, y van a otro centro, porque como hay que responderles por escrito, van vía abogado. Llevan otro camino las reclamaciones de entidades. Al final la solución es la misma, pero al ser algo institucional, tienes que registrar, justificar la entrada, cumplir unos plazos...” (Garoa, Empresa Tecnología).

5.4.2. La visión de las personas

Estas explicaciones, que muestran a las empresas como orientadas hacia las personas a las que prestan servicio, **contrastan radicalmente con las interpretaciones que hemos encontrado “a pie de calle”**. Una tendencia muy generalizada ha sido, independientemente de que la resolución de su caso haya sido satisfactoria o no, a entender que las empresas hacen todo lo posible por no responder a sus responsabilidades. Así, Antonio apunta, refiriéndose a “las empresas”, que “te engañan. Y te intentan agotar para que no reclames”. Mientras, Luis indica que se aprovechan del desconocimiento de las personas en su favor:

“Sabemos perfectamente que no tenemos acceso a ese tipo de cosas que nos piden para demostrar nuestras quejas, lo hacen para que te canses. Debería hacerse mucho más fácil”.

El objetivo de las empresas no es garantizar el cumplimiento de los derechos del cliente, y tratar que así fuera, se antoja ingenuo. Pero lo que tampoco debe pasar, y es lo que parece que se está dando, es que sean un obstáculo, una gymkana, como afirmaba Sara, cuando dichos derechos son reclamados por las personas.

Tecnología

El sector tecnológico ha sido el “mejor parado”, o quizás el menos denunciado de forma directa. En esto puede influir que los diferentes agentes que intervienen en la resolución de una avería contribuyen a que las opiniones se difuminen entre el servicio técnico, el lugar de venta, y la empresa fabricante.

Sin embargo, Ainara, reclamante del sector de tecnología, y además, de productos de la empresa a la que entrevistamos, afirma que, aunque finalmente logró la sustitución de elemento defectuoso del aparato, la sensación que se le quedó del proceso fue negativa:

“Ya se te queda mala imagen de la marca. En las empresas, cuando va bien, todo genial, y si tú fallas, no pagas, tranquila que tienen poder para arreglarlo. Pero cuando son ellos, no tienen un dispositivo ágil, o sea si no tenemos la OMIC, nada. Y tampoco la OMIC es que tengan mucho poder”.

Desde la EPB, además, apuntan que el proceso de reparación de un aparato tecnológico puede ser muy tedioso, ya que normalmente puede suponer tener que llevarlo a la tienda, de ahí que te puedan derivar o no al servicio técnico oficial, y en tal caso, puede que tengan que enviar el producto a otra ciudad o región para repararlo, o esperar que llegue una pieza de otro sitio para ello...

Además, como apuntaba Jone, para reclamar en tecnología, **otro obstáculo suele ser la movilidad**, puesto que en muchos casos puede requerir desplazarse hasta el lugar de atención con el aparato, que puede ser grande y pesado, con lo cual, habitualmente necesitas compañía o coche. En otros casos, puede suponer la espera a la visita del servicio técnico, visita que quizás no resuelva el problema, con lo que hay que esperar otra nueva visita para la reparación..., por lo que durante ese tiempo, no cuentas con el funcionamiento del producto. Parece que no existen mecanismos que agilicen estos trámites, y que de nuevo, no acaben en el desistimiento de la persona.

Desde la empresa, confirman que **la gestión de las averías lleva unos trámites que no son inmediatos:**

“La reclamación lleva una serie de gestiones: le pasa la llamada a la gestora, y luego dependiendo del problema, le dará una respuesta, pero no se resuelve inmediatamente. Igual tenemos que hablar con servicio técnico, con fábrica, si llega o no la pieza. Si al final se le cambia el producto tienen que grabar un pedido, mandarlo a [otra ciudad], y enviarlo a casa del usuario. Si es una ayuda económica, es decir, abonar factura del usuario, hay que hablar con el servicio técnico, hacer una concesión económica... Lleva su tiempo” (Garoa, Empresa Tecnología).

Pero añade que intentan compensar esas demoras, o incluso evitarlas, con soluciones más directas. Eso sí, no en todos los casos:

“Por ejemplo, un usuario puede tener o no derecho a que se le cambie un producto, pero si consideran que por el historial que tiene, por la fidelidad, por el dinero que ha pagado, se anticipan a ese derecho, lo compensan. Igual no tiene derecho por ley, pero lo hacen, para que se quede satisfecho con la marca. Esos procedimientos los marca la empresa, no la ley” (Garoa, Empresa Tecnología).

Y en todo caso, no dejan nunca una reclamación sin resolver, aunque a algunas personas les pueda parecer lo contrario. Garoa atribuye esa valoración a la insatisfacción con el resultado:

“Nunca se deja una reclamación a medias. La sensación del usuario a veces puede ser que le dejas a medias, porque no se ha quedado satisfecho. Y encima puede decir que se ha quedado sin resolver, que no se le ha hecho ni caso, y valorarlo mal. Pero sí que se ha resuelto, porque tienen un protocolo. (...) Cuando no estás contento con un servicio, ya todo lo que valoras te parece mal. La atención de la gestora, el tiempo de resolución... Es difícil que la gente valore bien el servicio, aunque se quede insatisfecha. Lo engloban todo, no se saben diferenciar los pasos” (Garoa, Empresa Tecnología).

No es lo mismo el proceso que el resultado. Y aunque existan casos en los que proceso y resultado se confundan, tampoco parece acertado atribuir las malas valoraciones del servicio con el resultado insatisfactorio de este. Además, como veremos en el siguiente apartado, puede que el resultado que estén dando las empresas suela estar conforme a la legislación vigente, pero no queda tan claro que los mecanismos para el procedimiento de reclamación estén orientados a “facilitar la comunicación y la resolución”, como está establecido por Ley.

Telecomunicaciones

Las telecomunicaciones tienen el porcentaje más alto de reclamaciones de todos los ámbitos de consumo. Y la opinión de las personas entrevistadas tiende a confirmar que es un sector con muchas carencias en el servicio. Lucía, la representante de la compañía telefónica, atribuye esa cantidad de reclamaciones al número tan elevado de personas usuarias que tiene el sector, que además suelen tener contratados varios servicios: telefonía fija y móvil, Internet, televisión... Efectivamente:

“Un porcentaje de la población del Estado tiene incluso más de una línea de teléfono móvil a su nombre. Y con una cantidad tan elevada de clientes, prestando además un servicio tan complejo como es el de las telecomunicaciones, **es casi imposible que no se den reclamaciones**” (Lucía, Empresa Telecomunicaciones).

Sin embargo, desde las entidades de defensa afirman que hay errores casi inevitables, pero hay otros que, implementando mejoras en el funcionamiento de las empresas, sí que se podrían paliar. Pero a las empresas no les interesa lo suficiente.

“Nosotros le contestamos a las telefónicas, a eso que dicen que con tanta clientela tienen que tener reclamaciones..., **les respondemos a que grandes males, grandes remedios.** Los comerciales de estas empresas no están haciendo una labor ética, están engañando, mienten, y así es como luego generan las reclamaciones. No anticipan para evitar el problema” (Representante de la EPB).

“**Las telefónicas siempre buscan el truco para cobrar de más,** cuando no los 905, son los SMS, o los GPRS... Pero la gente está mucho más informada y manejan y saben buscar mucho más la información y el funcionamiento. La falta de ética no es algo ajeno a este servicio, en muchos casos no hay escrúpulos” (OMIC Gipuzkoa).

Que esto se afirme desde organismos que diariamente trabajan con empresas del sector, es realmente indicativo de que hay una carencia en el control de estas compañías.

Y esta falta de control, y la consecuente preocupación de las empresas, queda claramente reflejada en esta anécdota que cuenta uno de los representantes de la EPB, a propósito de uno de sus asociados:

“Ya **no es un problema de leyes, sino de sanciones.** Las grandes telefónicas tienen multones, y les da igual. Mira, por ejemplo, ha salido un laudo arbitral de 2007, que le obliga a modificar la tarifa a un cliente, que no era la que había contratado. Tenían que devolverle 125 €. [La compañía telefónica] no cumple el laudo, el cliente, que era asociado, presenta una demanda de ejecución del laudo. Le dan la razón. [La compañía telefónica] sigue sin cumplirlo. Entonces yo pido una medida coercitiva, que consiste en pagar una multa hasta que cumpla el laudo. Estimé por cálculos del caso que la multa debían ser 300 € mensuales hasta pagar. Se la ponen, y [La compañía telefónica] siguen sin pagar y sin cumplir con la multa.

Cuando pasan 12 meses, la ley te da una opción de sustituir la obligación de hacer por una indemnización económica. Pues he pedido que sea en total 36.000 por todo lo que no ha incumplido, pues siguen sin cumplir. Pues he pedido que embarguen a [La compañía telefónica] esas cantidades, y estamos ahí desde el 2007” (Trabajador de EPB).

Esta visión de las entidades ayuda a contextualizar que por parte de las personas usuarias, la opinión de las compañías telefónicas sea tan unánimemente negativa, incluso cuando no han sido reclamantes de estas empresas.

“Me consta que la política de ellos es, primero cobro, y luego habrá un porcentaje que reclame, y devuelvo. Pero el resto (los que no reclaman) son todo beneficios. A mí que me lo demuestre una compañía que no utiliza esa política. Estoy convencido de que si emiten 100 facturas, 99 van mal. Porque mucha gente no protesta, porque cogen a gente mayor, que no tiene ni ganas, mucha gente que no sabe leer la factura. Pues se aprovechan de eso, y un euro, 75 céntimos... Pues suma” (Luis).

“Las empresas tienden a dejar aparcado, a ver si te cansas, y marear la perdiz. Si tienes razón, deberían solucionártelo y ya está. Luego la facilidad que tienes para meterte en Internet con el móvil, sin querer, eso está estudiado. Y lo de la suscripción a los servicios de SMS sin darte cuenta. El tema de la cobertura, en la frontera, que se mete la francesa...” (Sergio).

Concretamente, se critica el contraste entre la facilidad que se tiene para darse de alta en un nuevo servicio, y la opacidad y complicación que supone darse de baja. A lo que también se le atribuye un componente de mala intencionalidad.

“Lo que hay es una gran asimetría, y lo tendrán más estudiado que... Entre **los procedimientos de darte de alta, que son muy directos, fáciles, accesibles, incluso mucho más humanos, porque lo puedes hacer en una tienda, cara a cara, y los procesos de reclamar, darte de baja, que son súper opacos, ocultos, laberintos...** La tienda que te ha dado de alta no puede darte de baja. Son como los 3.000 obstáculos que tienes que superar. Me encantaría saber en todos estos tiempos y procesos, que se alargan por el protocolo que establecen, en esos periodos de transición, cuánta ganancia dan, entre que quieres darte de baja y realmente te das. Para mí está deliberado. Y lo que me llama la atención es que para darte de alta en tiendas o el comercial, sí que son [la empresa de telefonía], pero para darte de baja, te dicen que ellos no lo son, que son intermediarios. ¿Cómo que no lo son? para mí tú eres [la empresa de telefonía], me has dado tú de alta, he tratado contigo (Gorka).

Y el resultado es que **la persona mire con desconfianza a cualquier empresa del sector.** Como afirma Gorka “todas son igual de malas”, opinión que se ha repetido en varias entrevistas. Aritz por ejemplo afirma que **siempre que habla con una compañía telefónica, parte de la idea de que le van a timar,** de que no le van a ofrecer algo ajustado, ni que vayan a cumplir con su contrato.

Preguntada por esto, Lucía, de la Empresa de Telecomunicaciones, afirma que es el “tópico de errores voluntarios y malintencionados. No creo que para nada sea real, porque es contraproducente. Porque tú sabes que la persona va a hablar, que va a ir a la OMIC, que funciona perfectamente..., no tenemos interés en tener marrones. Pueden darse errores, pero por desconocimiento. Pero sí que creo que ese tópico existe”.

Transporte

El caso del transporte aéreo es especialmente curioso, porque de primeras no es nombrado por las entidades como de los más problemáticos, y sin embargo, atendiendo a estadísticas, y una vez que se empieza

la entrevista, emerge como un sector no solo problemático, sino casi totalmente ajeno a la legislación. El transporte aéreo es, de los tres, es más complejo en regulación legislativa, y según lo contrastado con las asociaciones, parece que ha encontrado un escudo cómodo en la complejidad de esa legislación (que además es bastante favorable a los pasajeros), precisamente, para incumplirla.

“Hemos detectado que había sectores en los que estábamos cojos, como el transporte aéreo. **Porque la cantidad de reclamaciones, está casi igual que la telefonía.** Y se incumple totalmente, da igual que se retrase o que se cancele el vuelo, se incumplía el contrato sistemáticamente sin que hubiera ningún tipo de consecuencia. Incluso existiendo una ley, un Reglamento Europeo que les obliga a indemnizar a los pasajeros de forma automática en cuanto se produjera una cancelación, y sin embargo eso se estaba incumpliendo sistemáticamente. Y no teníamos ningún sistema para poder obligar a las compañías a que cumpliera la ley. En ese momento (...) se decidió que teníamos que meternos en juicios verbales de menos de 900 €, sobre todo esta modificación se hizo por estos sectores, porque **había empresas que desestimaban sistemáticamente las reclamaciones hubiera razón o no, y los usuarios se quedaban indefensos.** Y la experiencia ha sido súper positiva porque se han ganado todas las demandas presentadas, se han establecido las indemnizaciones correspondientes, y además lo que estamos logrando, que es lo que se buscaba, es que estamos obligando a las compañías a replantearse su postura. Por el momento hemos conseguido que si llega una reclamación nuestra, inmediatamente ofrecen dinero, aunque sea el de la indemnización automática. Porque saben que si no contesta, o contestan negativamente, vamos a presentar demanda. Y las compañías han empezado a contratar gente específica para llevar reclamaciones” (Representante de EPB).

La actuación de las instituciones públicas y privadas ha sido primordial para garantizar el cumplimiento de esas leyes, y además, para **lograr cambios en las formas de actuación de las empresas, evitando malas prácticas sistematizadas.** Y es que, por ejemplo, el cobro de facturación de maletas es ilegal, tal y como nos informan las entidades de defensa, y de hecho ha habido una modificación legislativa para hacerlo constar como tal, pero aún así hay aerolíneas que la siguen cobrando sistemáticamente. Así como el cobro de la impresión de la tarjeta de embarque, que tampoco es legal. Pero lo que falla es que a las compañías les sale más rentable pagar la sanción, que dejar de cometer estas faltas.

Por parte de las personas reclamantes, además, denuncian que no existe un trato cercano con el personal, sino que se trataban de mecanismos “súper fríos, todo automático, mal. Ni siquiera mandan correo electrónico” (Sara).

Aunque esta visión afecta a todas las compañías, existe, por parte de algunas personas que reclamaron a compañías de bajo coste, una visión más negativa hacia este tipo de empresas:

“También es el auge de los viajes baratos, y las garantías quizás son menos. Si hubiera ido a una agencia con el ritual de toda la vida, me parece que no hubiera pasado eso, más confianza, Algo tan puntual, tan declarado, me revienta que sean tan usureros, que pedimos lo que nos corresponde. Me joroba que administren mi dinero, que yo soy muy organizada” (Jone).

Esta última cita nos lleva a otro factor importante en el problema: las agencias de viaje, ya que como hemos visto, parte de los asuntos de reclamación han sido derivados de las agencias. Por ejemplo, las condiciones de reserva de un viaje continúan siendo ocultas a las personas que firman los contratos, y eso puede hacer que se encuentren con que tienen que pagar cantidades ingentes si desean cancelarlo, tal y como le ocurrió a Valeria.

“Lo que hemos aprendido es que para la próxima, no firmamos nada. Y también que ellos no están obligados por ley a avisar de cuándo emiten el billete, y eso es una laguna”.

En su caso, la explicación de la agencia (minorista) fue que la mayorista había emitido los billetes, y que no estaban obligados a informarles de ello. Además, en el contrato que firmaban, solo se estipulaba que “los gastos de cancelación los pondrá la agencia”, pero no especificaban de cuánto serían. Valeria, además, **consultó con la asociación a la que pertenece, y no tenía posibilidad de reclamación.** En este caso, la agencia minorista “resolvió” el problema, cambiándole las fechas del viaje, y asumiendo los gastos de la modificación. Pero hay que dejar claro que si bien esto puede ser una respuesta loable de la agencia, no era la solución que necesitaba Valeria, puesto que ella quería cancelar el viaje, y de hecho creía erróneamente que podía hacerlo, debido a una información previa deficiente. Por tanto, el papel de las agencias de viajes minoristas y mayoristas, la información que se facilita en cada contrato, debe ser revisado. Así como también es necesario atender a las formas y formatos mediante los cuales se informa a las personas usuarias de las condiciones de los contratos que van a firmar, puesto que se sigue mostrando que habitualmente las personas no siempre las leen, y si los leen, no las comprenden del todo.

Otra queja es que no se habilitan los procedimientos necesarios para las reclamaciones, especialmente las que deben realizarse en el aeropuerto, como las incidencias con maletas. Según Sara, “me fastidió bastante, yo entiendo que haya gente que haga fraude, pero no es mi problema que ellos no puedan controlar ese fraude, que pongan los medios, pero no pueden tratarte de fraudulenta de por sí. Porque como hay gente que roba, ¿quién te dice que tú no robas? Con esa excusa tratas a todo el mundo como ladrón, y por tanto, no te corresponde nada. **Si no me hubiera hecho un par de comentarios de ese tipo, me hubiera quedado más tranquila.** Pero se supone que quieren mejorar la atención al cliente, pero a la hora de la verdad eres un cero, y te tratan de ladrón”.

El caso de Sara además, es llamativo, porque el empleado de la compañía comete el error al informarle falsamente de la forma de reclamación. Posteriormente Sara reclama por esta mala información, y la empresa no lo asume, y además le justifica que siga sin poder reclamar por la maleta porque se parte de la premisa que va a mentir.

Las palabras del representante de EPB, sirven de resumen a la situación con las aerolíneas, y el peligro que la acecha.

“Lo que había en transporte era un auténtico desmadre, y lo están viendo. Porque hasta se indignan si no aceptan la indemnización directa, poco menos que lo TIENE que coger: ‘Que le estoy ofreciendo 200 € y los tiene que coger’. En este plan... Y no se pueden creer que haya un juez en Bilbao que les esté dando en el hocico una y otra vez, que les está obligando a pagar, incluso gastos de abogado, cuando no son necesarios, como penalización, y eso les está sacando de sus casillas, y no lo entienden. Pero estamos obteniendo resultados. Porque pedimos indemnización más daños morales. Y se les llevan los demonios a las compañías porque por un billete de 60 € están indemnizando con 400, pero tampoco lo entiendo, porque una cosa es lo que tú pagues por el billete, y otra el daño que te provoque el retraso. Es una normativa moderna y progresista, ponte en otro sector a hablar de daños morales... Pero los lobbys de transporte aéreo están presionando para que se modifique el reglamento europeo a su favor”⁴³.

Habría que vigilar que las normativas no retrocedieran en derechos a las personas.

⁴³ A este respecto, ver la noticia de Argentina sobre el reconocimiento de indemnización a pasajeros cuyo vuelo fue cancelado: http://www.lmneuquen.com.ar/noticias/2011/10/13/pasajeros-de-un-vuelo-cancelado-podran-pedir-indemnizacion_123961.

¿Qué está ocurriendo en la relación entre empresas y población para que las visiones sean tan opuestas? Podríamos pensar que en las entrevistas, las empresas han mostrado su mejor cara, sin embargo, es cierto y contrastable que trabajan con datos cuantitativos (sobre todo) y cualitativos que les orientan a la mejora del servicio, y que existe toda una estructura de personal orientada a la atención a las personas. Sería necesario establecer vías de comunicación más directas y fluidas entre empresa y clientes, para dar a conocer el trabajo de gestión de reclamaciones que realizan (algunas) empresas, y de este modo poner de ejemplo de prácticas a imitar.

5.4.3. La atención al cliente: ese departamento maldito

Un elemento primordial en el proceso de reclamación que está despertando indignación entre la población es el departamento encargado de atender en primera instancia las consultas, quejas y reclamaciones de las personas, concretamente, la atención telefónica. Independientemente del sector que se trate, **provoca un rechazo casi unánime, y de nuevo, se disocia del resultado final de la reclamación**, porque es el proceso en sí el que parece orientado a la rendición de la persona.

De hecho, recientemente se han publicado los resultados de un Informe elaborado por HISPACCOOP (Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios), orientado a estudiar la calidad y cumplimiento de los Servicios de Atención al Cliente de empresas de telecomunicaciones y eléctricas, que apuntan a que el grado de cumplimiento de en Telecomunicaciones no supera el 29%, mientras que en las eléctricas ronda el 33%⁴⁴.

Por ello, le dedicamos un punto específico, ya que parece ser una de las grandes lagunas del sistema, sobre las que hay que llamar la atención.

Qué dicen las empresas

Nuevamente, según a quién preguntemos, encontramos una interpretación u otra. Para las empresas, el personal de atención directa (conocido habitualmente como “operadores-as”) tiene una capacitación específica y un apoyo para resolver la mayoría de problemas que le plantean los clientes.

“[Las operadoras] **están capacitadas para todo tipo de preguntas, y tienen un apoyo técnico para asesorarlas, si no, llaman a fábrica**, ingeniería, calidad, cuando son preguntas un poco más complicadas. En las reclamaciones en general no tienen que consultar, tienen procedimientos estandarizados” (Garoa, Empresa Tecnología).

Desde la empresa de telecomunicaciones defienden su departamento, aportando opiniones, pero también datos concretos sobre el funcionamiento de este, y además, se considera injusto que se meta a todas las empresas en un mismo saco:

“Para usuarios directos hay un equipo de personas específico, con atención de 8 a 24 h. **Hay tres equipos de personas: información, averías, reclamaciones. Y son agentes expertos en atención a reclamaciones.** Les hacen seguimiento a las personas, vuelven a llamarles para informar cómo ha quedado la reclamación (...) Además es muy costoso el tratamiento de reclamaciones, porque las personas que las gestionan son de un

⁴⁴ El equipo planteó desde mediados de septiembre hasta mediados de diciembre de 2011 un total de 717 incidencias (un 56% eran consultas y un 44%, reclamaciones) en los SAC de ocho compañías del sector de telecomunicaciones y diez del sector eléctrico. Más información sobre este estudio en: http://revista.consumer.es/web/es/20120101/actualidad/tema_de_portada/76268.php.

nivel de preparación alto, con paciencia, empatía, habilidades... No atiende reclamaciones cualquiera, es gente profesional que llevan años haciendo esto. Y tenemos pocos casos de gente insatisfecha, sobre todo porque a pensaban que tenían razón, y no se la hemos dado. Con los años hemos ido reduciendo los límites de reclamaciones, y si esto lo extiendes, con el tiempo solo tendrán reclamaciones de personas que no estén de acuerdo, pero porque no tienen razón. (...) Hay algo injusto y es que se trata a todo el sector por igual, y no todas las empresas son iguales” (Lucía, Empresa Telecomunicaciones).

En el caso de la aerolínea, no pudimos acceder a la información relativa a la estructura y funcionamiento del departamento, debido a las condiciones bajo las que se realizó la entrevista. Solamente obtuvimos la opinión del entrevistado de que “el personal está cualificado para la atención y derivación de casos”. Como dijimos anteriormente, este simple hecho ya aporta conclusiones sobre la forma de operar respecto a la atención al cliente.

La opinión de la gente

Pero lo cierto es que la opinión generalizada choca frontalmente con los argumentos de las empresas.

“El que las empresas tengan atención al cliente no garantiza la defensa de tus derechos, garantiza que te van a tener más tiempo mareándote. Tienes que hacer presión diciendo que te vas a cambiar, o que vas a avisar a la asociación, para que te pasen a su superior, cuando unos minutos antes te han dicho que no tienen superior” (Bárbara).

Ya no es que se vea como un departamento con defectos, sino como una estrategia de despiste y agotamiento de las personas que quieren reclamar. Para lograr esto, desde el punto de vista de las personas consultadas, emplean varias tácticas:

a) **El alargamiento innecesario y posterior ignorancia de la llamada**

“Me han colgado a veces, teniendo el teléfono de altavoz una hora, te dejan en espera y te cuelgan” (Ainara).

“Luego te dejan en espera, con la musiquita, no te cogen...” (Sergio).

b) **La falta de entendimiento con el personal que atiende: bien por las expresiones, por las condiciones de audición del lugar en que están...**

c) **El traspaso entre personal sin poder de decisión propio, y la repetición de la historia**

“Además, por cada una que te pasan, tienes que repetir la historia, con lo cual, continuamente lo mismo. Y lo que te da rabia es eso, que estás hablando con una telefonista que no puede hacer nada” (Leire).

Es importante este último punto, porque es opinión compartida que, si bien el personal que atiende suele ser educado y amable en el trato, **su función finalmente es recibir el impacto de la queja, y tranquilizar a la persona, mediante palabras amables, sin solucionar el problema.** Al final solo te desahogas, pero nada más.

“Tuve que hablar con muchas telefonistas, y su atención es correcta, te atienden, te dan el argumento que te tienen que dar..., pero el problema es que **no te están solucionando el problema que tengo. Entonces eso raya en el enfado. Porque al final no es eficaz el servicio, y encima te mienten.** Enervan más tu enfado, no por la actitud, sino por la forma de solucionar el problema” (Leire).

“Que te escuche lo que quieres, y que resuelva en base a lo que quieres. **No cualquier persona que te escuche, que tiene marcada las instrucciones, alguien que recoja tu queja, y que resuelva en justicia, no más. Hasta como labor comercial de las empresas**” (Luis).

Lo que no deja de resultar, según la visión de Gorka, beneficioso para las empresas:

“Otra cosa molesta es que en estos procesos, **tratas con persona en la base de la pirámide, no tienen ningún poder de decisión. La mejor estrategia de negociación es mandar a negociar a alguien que no tiene ningún poder de decisión**, no puede hacer concesiones, no tiene libertad, solo vende tu producto, tu historia, es ‘a mí es lo que me dicen, lo que tal’, se te rompe cualquier posibilidad de negociación. Y nunca hablas con nadie que tenga poder de decisión, y arréglatelas ahí”.

De nuevo, ante esta situación, la forma de garantizar una lucha por los derechos son los organismos de defensa.

“Saben que están ahí para recibir el puñetazo, y amortiguar el golpe, y punto. Por todo eso, cuando reclamo no me doy de puñetazos contra el soldado raso, **me voy a la oficina del consumidor, lo explico, pienso que tengo derechos y a ver qué pasa**” (Sara).

Como afirman desde la EPB “las atenciones al cliente funcionan solo en casos sencillitos”. Se critica que ese personal con el que tienes que estar lidiando, finalmente no tiene poder de decisión, y se ciñen a unos protocolos dictados por la empresa. Sin embargo, la gestión individualizada del problema por parte de una persona con capacidad de dirimir, simplemente, no existe.

Esto es reconocido y justificado desde las empresas, en este caso, de Tecnología, aludiendo a que las personas responsables tienen otras funciones.

“Es verdad, no es fácil llegar a las coordinadoras. Pero es que si no, no podrían dedicarse a otras cosas. Y **las operadoras tienen que ceñirse a los procedimientos, no tienen manga ancha para crear otras soluciones que las establecidas, si alguien les pide que se salgan de ahí, tienen que consultarlo con las superiores**. De otro modo, sería un caos, si cada una hiciera una valoración. Los casos que me llegan a mí, como coordinadora, pueden ser un distribuidor, un delegado comercial, o porque el usuario ya ha hecho mucho ruido en la calle. Y ya ha llegado muy alto, o ha llegado a fábrica a altas esferas. A veces llegan, sí” (Garoa, Empresa Telecomunicaciones).

Es decir, que para llegar a esa atención más individualizada, es necesario poner en práctica esas “habilidades de reclamación” de las que se hablaba en apartados anteriores, es necesario hacer ruido, poner nervioso al personal de la empresa. No parece la vía más adecuada para garantizar los derechos de las personas.

Todo esto motiva la indignación de las personas, que se sienten defraudadas, ya que se han dirigido al departamento al que le deriva la propia empresa, de forma confiada y educada, y no se han sentido tratadas en igualdad de condiciones, tal y como explica Mercedes:

“Con [Agencia de viajes on-line], una conversación de hora y pico de mano en mano, a la espera de teléfonos automáticos, me dejaban en espera y estaban de vacilada entre ellas. **Me sentí estafada, no hay derecho, he llamado con toda la educación, he preguntado, me he informado, he tenido una paciencia impresionante**. No se pueden reír así de la gente, me parece vacilada, qué pasa, cuánto dinero se han embolsado las agencias. Mucho pasarte la mano por la espalda, mucha educación, que no quiero eso. (...) Es que qué hago, ¿me voy a Barcelona, a donde está la oficina? Es que me voy y pido hablar con alguien responsable, no

con 4 personas que les estáis pagando... **Atención al cliente me suda las narices ya. Lo que quiero es solución al cliente. No solo palabras amables, sino soluciones.** No es que exija, es que tiene un mínimo de derechos”.

Y desde las entidades se denuncia las actitudes que exigen a los usuarios estos procesos, para lograr el efectivo ejercicio de sus derechos, y llaman la atención a su papel dentro de la negociación con la empresa:

“El call center te puede atender desde cualquier sitio. Con las asociaciones y OMIC tienen departamento concreto. **Lo triste es que la persona tenga que estar pululando de un lado a otro, cuando está consiguiendo lo que quiere, se corta, te cambia de operador. Hay incluso hasta un daño moral, todo el mundo no tiene la misma preparación para enfrentarse a ese mundo de máquinas,** de pulse el número 3, de vuelva a contar el caso... es agotador. En muchos casos, les derivan directamente a las OMIC o a Consumo, las mismas tiendas u operadores. Con lo que las OMIC, y derivados, se están convirtiendo en atención al cliente de esas empresas que derivan. Lo ideal es que se limitaran a dar información, y que desaparecieran las reclamaciones, porque eso sería síntoma de que ha mejorado” (Trabajadora OMIC Bizkaia).

5.4.4. Buenas prácticas

Este último apartado pretende terminar el análisis de la información con una nota positiva, de confluencia entre los diferentes agentes consultados. Las conclusiones extraídas apuntan a que hay **dos líneas divergentes, una las de las personas y entidades que defienden sus derechos como consumidoras, y otra, la de las empresas, y que para paliar los problemas, fallos e incumplimientos legales** que se pueden estar dando, **es necesario, entre otras medidas, buscar puntos de unión, de interés común.** De ahí que rescatemos aquellas opiniones que nos pueden servir de ejemplo y guía en esta línea.

Como la historia de Esther, en que, a pesar de la quiebra de la empresa, esta se hizo cargo de la devolución prácticamente inmediata del dinero que habían pagado. Cosa que, por ejemplo, en el caso de Aritz, nunca ocurrió. **La valoración de Esther sobre la actitud de esa oficina, de ese personal, es muy positiva, a pesar de que la empresa les hubiera agitado su viaje de bodas** justo una semana antes de producirse.

“La agente se disculpó muchísimo, y dijo que había puesto todos los medios para que nos devolvieran el dinero. Antes de una semana me habían devuelto la mitad, y al final todo. (...) Te llevas el susto, pero se portaron muy bien. Antes y todo de que me devolvieran todo, cuando ya me habían devuelto la mitad, me hubiera quedado satisfecha”.

Es importante la resolución del problema, pero sobre todo, el tratamiento que se les ha dado a las personas afectadas. Incluso Esther afirma que se hubiera conformado con menos dinero. Lo que valora es la disculpa, la asunción de la responsabilidad de solucionar el asunto que en todo momento sintió.

Asimismo, otra vía interesante es el **trabajo conjunto que se puede realizar entre las empresas y las entidades de defensa,** y no es algo utópico, puesto que Lucía, de la empresa de Telecomunicaciones, explica que en ocasiones han prestado asistencia personal a las OMIC, para que entiendan algunos problemas tecnológicos relacionados con reclamaciones que están trabajando, y dichas reclamaciones pueden ir dirigidas a su empresa, o a otra diferente. Esa relación que tienen con las entidades, debido al tratamiento diferenciado que dan a las reclamaciones que provienen de estas, ayuda a desentrañar problemas.

Dar a conocer estas buenas prácticas puede ser un ejercicio de visibilización orientado a modificar la opinión de las personas. Pero es importante que dichas prácticas sean reales, sistemáticas y que supongan un compromiso firme por parte de las empresas.

APARTADO 6

CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

6.1. Conclusiones

Una vez expuestos todos los resultados a los que se ha podido acceder a través del análisis de la información obtenida durante esta investigación, podríamos resumir los principales hallazgos y puntos de interés en los siguientes:

- Nos encontramos ante un modelo de producción basado en la reorganización, reubicación y renovación constante de productos y servicios, de manera que **el consumo ha venido siendo el eje vertebrador del sistema socioeconómico**. Con las TIC, este modelo ha experimentado un fuerte impulso, ya que han facilitado la dispersión geográfica de las actividades económicas operando así globalmente.
- A pesar de la omnipresencia del consumo, y del peso de este en la identidad de la ciudadanía, **la concienciación y el conocimiento de los derechos como personas consumidoras sigue siendo algo precarios**. Si bien, en los últimos años ha experimentado cierta revitalización, motivada en parte al contexto de crisis mundial, que ha puesto en marcha mecanismos de reivindicación de los derechos conquistados⁴⁵.
- **Aunque ha habido proliferación de la legislación dirigida a la defensa de los derechos en materia de consumo, se siguen dando vulneraciones a los de-**

⁴⁵ En relación con estas dos primeras conclusiones, ver punto 1.5 del apartado “Personas usuarias y reclamantes: ¿Nuevos perfiles de consumo?”.

rechos de las personas consumidoras. En algunos casos, como el transporte aéreo, de forma sistemática y hasta un poco impunemente. Pero también se han identificado incumplimientos en telecomunicaciones y tecnología. En algunos casos, el pago de las sanciones les sale más rentable a las empresas que hacer cambios efectivos en su forma de actuar.

- **Aunque hay que distinguir matices en las experiencias, parece generalizada la percepción de pérdida, de desorientación en los procesos de reclamación.** Una parte de las personas ni siquiera se plantean abrir un proceso de reclamación, o informarse de sus derechos. En ocasiones no se identifican los recursos que existen.
- Las vías de conocimiento de los recursos de defensa de las personas consumidoras son diversas (Internet, televisión, entidades públicas...), pero **un elemento fundamental es la red informal.** Si una persona conoce a alguien que haya tenido un proceso exitoso de reclamación, es probable que se anime, como mínimo, a obtener información sobre su caso.
- En este sentido, **la identificación de personas experimentadas, insertas en los circuitos de defensa de sus derechos como consumidoras, es clave.** Estas personas se desenvuelven con cierta soltura en los procesos de reclamación, y pueden servir de enganche y guía a las personas ajenas, a las que entrar en la red les resulta mucho más complejo.
- Sin embargo, esto no quita para que **las propias personas insertas no conozcan buena parte de la red de recursos, sino solamente el camino concreto por el que suelen transitar** (si reclama por OMIC, solo conoce este recurso. Si reclama por asociación, conoce que existe “algo público”, pero no se identifica con ello...). La falta de conocimiento de la totalidad y articulación de los recursos, así como de la funcionalidad de cada uno de ellos, es generalizada, aunque los niveles de desconocimiento difieran según las experiencias.
- **No se puede decir que ese desconocimiento se dé por falta de materiales o vías de divulgación, ya que existe una gran cantidad de recursos** impresos, on-line, en medios de comunicación... Sin embargo, parece que no han logrado transmitir el mensaje a la ciudadanía, o no han logrado captar su atención, y que esta se identifique con los contenidos que plasman. Si bien la identidad como persona consumidora existe, la identidad como sujeto de derechos cuando se consume permanece difusa.
- **Las sensaciones que genera un proceso de reclamación** van desde la indefensión hasta la total indignación, y esto es importante porque **nunca se nombran cuando se interviene en la defensa de las personas consumidoras, como si el proceso fuera algo mecánico donde no se dan desencuentros, y conflictos, que producen reacciones.** Como afirma Narotzky (1997), en las pautas de consumo (y las relacionadas con este) intervienen **elementos menos evidentes y, por tanto, menos nombrados**, que afectan al significado que dicho producto o servicio tiene en nuestra sociedad⁴⁶. Existen algunas sensaciones que pueden ser empleadas de forma positiva, para motivar a la continuidad de los procesos.
- **Los propios procesos de reclamación generan un cierto empoderamiento de las personas que reclaman**, y hacen que se sientan más autónomas para hacer nuevas reclamaciones. Esto es algo que debe fomentarse, ya que la escasez de recursos de defensa hace que a menudo estén saturados, además de que previene de un posible agotamiento del equipo que trabaja en esas entidades.

⁴⁶ Ver punto 1.2 del apartado “Personas usuarias y reclamantes: ¿Nuevos perfiles de consumo?”.

- **Los servicios de atención al cliente están integrados plenamente en las empresas.** Su organización y estructura es compleja, identificando diferentes equipos de profesionales según su función. **Sin embargo, la orientación a resolver sus dudas es detectada por la población en general como muy defectuosa.** Producto, entre otras cosas, de las dinámicas de externalización⁴⁷, se encuentran fallos reiterativos e importantes en el proceso y en la resolución del problema, que deja una sensación de insatisfacción, y suponen un costo en la confianza de los clientes.
- **Las empresas desconocen o no quieren ser conscientes de la imagen que se llevan los clientes cuando las vías para consultar y reclamar son defectuosas.** Parecen no estar enteradas de la imagen tan negativa que desde la sociedad se tiene de estas empresas (al menos en los tres sectores estudiados), y que buena parte de esas valoraciones se debe a los departamentos de atención al cliente. La mejora de esto posibilitaría una mejor consideración de estas empresas, e incluso podría hacer una labor comercial.
- La función de los organismos públicos y privados de defensa de las personas consumidoras es clave. **El proceso y la resolución de la reclamación cambia sustancialmente cuando entran en acción, y las propias empresas son conscientes de ello**, articulando vías específicas para estas entidades. No obstante, las entidades acusan una falta de apoyo por parte de las Administraciones, y una escasa concienciación por parte de la ciudadanía, especialmente en los casos de las entidades privadas, que adolecen de un escaso nivel de asociacionismo, lo que limita su capacidad de influencia.
- En relación al nivel de **consultas y reclamaciones, las lecturas que se hacen desde los diferentes agentes son divergentes, pero esto se debe a lo que se entiende por consulta y reclamación.** Mientras que desde algunas entidades de defensa se opina que el aumento de la brecha entre consultas y reclamaciones es un dato positivo, ya que implica que las personas intentan prevenir los problemas que puedan surgir, desde la ciudadanía en general, y también desde otras entidades de defensa, la percepción es que las personas siguen reclamando poco, por los motivos ya mencionados, y que es necesaria una mayor concienciación sobre la importancia de reclamar los derechos conquistados.

6.2. Propuestas

- **Es importante trabajar en recursos divulgativos que enganchen a las personas, que llamen a su necesaria participación como agentes consumidores.** La sola información de los recursos existentes no es suficiente. Es preciso aclarar qué vías concretas hay que seguir, la función que tiene cada recurso, y qué reacciones pueden despertarse durante el proceso.
- **Un elemento básico es la identificación de personas clave, reclamantes activas, insertas en la red, para enganchar a las personas ajenas.**
- **Se debe intervenir reconociendo e integrando las percepciones y sensaciones que tiene una persona cuando se inserta en un proceso de reclamación,** ya que son un factor interviniente que puede decidir a una persona a abandonar el proceso. Es importante trabajar y comunicar estrategias y habilidades sociales para hacer frente a las sensaciones negativas, apoyándose, por ejemplo, en modelos de éxito, o argumentos sobre la importancia de defender los derechos.

⁴⁷ Ver punto 1.2 y 1.4 del apartado “Personas usuarias y reclamantes: ¿Nuevos perfiles de consumo?”.

- **Desde las instituciones, es necesario recoger datos desagregados en el campo de consultas**, que ayuden a distinguir las consultas “generales” (tipo preguntar horario de atención, o una dirección...), de las consultas específicas sobre posibilidades y casos de reclamación. Y así identificar, dentro de las segundas, aquellas que, teniendo motivos para seguir, no se continúan, y por qué motivo.
- **De cara a las empresas, es importante trabajar con ellas la incidencia que sus malas gestiones puede tener sobre sus clientes**. Asimismo, es interesante dar a conocer y fomentar las buenas prácticas, por ejemplo, las de colaboración entre empresas y entidades de defensa, y en general, todas aquellas que coloquen a las personas consumidoras en el centro de las decisiones.
- **Para continuar generando conocimiento, se debe fomentar la investigación** sobre las causas y las consecuencias que conllevan las actuales vías de defensa de los derechos de consumo. Es necesario seguir conociendo qué defectos existen, qué cosas han cambiado, y evaluar esos cambios.
- **Es preciso concienciar en el mensaje de que los derechos conllevan ciertos deberes**, y que la defensa de los derechos individuales como personas consumidoras es importante para el conjunto de la ciudadanía. La defensa de estos derechos es un deber colectivo, y dentro de este, las entidades de defensa deber trabajar de forma conjunta con la Administración en la transformación de ese modelo de consumo.
- Desde la legislación, pueden ser necesarias algunas modificaciones, ya indicadas, pero sobre todo, **es más relevante para la población garantizar que los derechos que ya están reconocidos se cumplan**.
- **El fomento del trabajo en comunidad para la defensa de los derechos de consumo es otro elemento primordial**, de forma que se conciencie de la importancia de actuar conjuntamente como ciudadanía, para lograr esos cambios en la cultura de consumo.
- Y por último, **es necesario modificar la cultura de consumo, para que cada persona, como consumidora y usuaria individual, pero también como parte de un conjunto más amplio, sea consciente de que sus decisiones en la adquisición de bienes le afectan no solo a ella, sino a la totalidad de la población**⁴⁸. Es importante además que las empresas se sientan cómplices en ese proceso, lo que es un reto difícil, pero alcanzable. Retomamos la cita de una de las personas entrevistadas a modo de conclusión de este trabajo:

“Hay que compensar, contrarrestar, toda la información que recibe un ciudadano desde que se levanta hasta que se acuesta, que son impactos que te están dirigiendo al consumo, etc., de cosas que necesitas y que no necesitas. No existen impactos disuasorios del consumo en nuestra sociedad” (EPB).

⁴⁸ Un recurso muy interesante que trabaja en esta línea es el Recurso educativo multimedia para el consumo responsable publicado por Andaira Investigación e Intervención Social S. Coop. Mad., y desarrollado por Greenpeace para concienciar en un consumo responsable. Para ver y descargar el recurso: <http://consumo.greenpeace.es/>.

BIBLIOGRAFÍA

- Anders, G. (2011) *La obsolescencia del hombre*. Pretextos, Valencia.
- Colectivo Situaciones. (2006) *¿Quién habla? Lucha contra la esclavitud del alma en los call centers*. Tinta Limón, Buenos aires.
- Douglas, Mary y Isherwood, Baron. (1978) *El mundo de los bienes*.
- Eusko Jaurlaritz/Gobierno Vasco. (sin fecha) Informe *El consumidor en la red*. En: http://www.kzguna.net/docs/conoce_tus_derechos_consumidor_V01.pdf.
- (2007) *Manual de Viajes y Transportes*. En: http://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=%22manual%20de%20viajes%20y%20transportes%22%20%22gobierno%20vasco%22&source=web&cd=1&ved=0CFwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.kontsumobide.euskadi.net%2Fy10-kbdocs03%2Fes%2Fcontenidos%2Finformacion%2Fkb_pubs_guias%2Fes_guias%2Fadjuntos%2Fviajes_transportes_es.pdf&ei=G87hT9f6LMzhtQam58lw&usg=AFQjCNEXftvx6opdyU7cllVFyv2ZUyiqbQ.
- (2008) Informe “*Estudio sobre los hábitos de consumo de las personas consumidoras de la C.A. Vasca. Productos electrónicos*”.
- (2009) *Memoria de Consumo 2009 / Kontsumo memoria 2009*. En: http://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=%22memoria%20de%20consumo%202009%22%20%22gobierno%20vasco%22&source=web&cd=1&ved=0CC0QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.kontsumobide.euskadi.net%2Fy10-kbdocs06%2Fes%2Fcontenidos%2Finformacion%2Fkb_memorias%2Fes_memoria%2Fadjuntos%2Fmemoria2009_es.pdf&ei=u9DhT7W7louRswa7y_hw&usg=AFQjCNHYL09Y0MeqfEJTyLvOf2ycSt5ehA.
- García Canelini, N. (1995) *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo, México.
- Instituto Nacional de Consumo. (2006) *Índice de satisfacción del consumidor*. En: <http://www.consumo-inc.gob.es/informes/home.htm?id=30>.
- Marinas, J. M. (2000) “Simmel y la cultura del consumo”, en Monográfico: George Simmel en el escenario de filosofía del dinero. *REIS*, nº 89.
- Molina, J. S. y Valenzuela, H. (2006) “Invitación a la antropología económica”. En: http://www.pacoramos.com/IMG/pdf/Manual_de_antropologia_economica.pdf (consultado el 15 de mayo del 2011).
- Narotzky, S. (2007) “El lado oculto del consumo”. Cuadernos de antropología social, versión on-line ISSN 1850-275X. En: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1850-275X2007000200002.
- Pardo, J. L. (2011) “No hay hombres de repuesto”. En *El País* 19-02-2011.
- Sassen, S. (2003) *Contra geografías de la globalización. Género y ciudadanía en los circuitos transfronterizos*. Traficantes de sueños, Madrid.
- Terrail, J. P. (1977) *Necesidades y consumo*. Grijalbo, México.

Legislación europea consultada

Reglamento (CE) n° 2027/1997 del Consejo, de 9 de octubre de 1997, sobre la responsabilidad de las compañías aéreas en caso de accidente.

Reglamento (CE) n° 889/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de mayo de 2002, por el que se modifica el Reglamento (CE) n° 2027/97.

Reglamento (CE) n° 261/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de febrero de 2004, por el que se establecen normas comunes sobre compensación y asistencia a los pasajeros aéreos en caso de denegación de embarque y de cancelación o gran retraso de los vuelos, y se deroga el Reglamento (CEE) n° 295/91.

Reglamento (CE) n° 1107/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de julio de 2006, sobre los derechos de las personas con discapacidad o movilidad reducida en el transporte aéreo.

Reglamento (CE) 820/2008 de la Comisión, de 8 de agosto de 2008, por el que se establecen medidas para la aplicación de las normas básicas comunes de seguridad aérea.

Legislación estatal consultada

Circular 1/2004, de 27 de mayo, sobre el consentimiento verbal con verificación por tercero en las tramitaciones de preselección de operador.

Circular 1/2009 de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, por la que se introduce el consentimiento verbal con verificación por tercero a la contratación de servicios mayoristas regulados de comunicaciones fijas, así como en las solicitudes de conservación de numeración.

Constitución Española.

Ley 39/2002, de 28 de octubre, de transposición al ordenamiento jurídico español de diversas directivas comunitarias en materia de protección de los intereses de los consumidores y usuarios. BOE 259, de 29-10-2002.

Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones.

Ley 44/2006, de 29 de diciembre, de mejora de la protección de los consumidores y usuarios. BOE 312, de 30-12-2006.

Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.

Orden ITC/912/2006, de 29 de marzo, por la que se regulan las condiciones relativas a la calidad de servicio en la prestación de los servicios de comunicaciones electrónicas.

Orden ITC/1030/2007, de 12 de abril, por la que se regula el procedimiento de resolución de las reclamaciones por controversias entre usuarios finales y operadores de servicios de comunicaciones electrónicas y la atención al cliente por los operadores.

- Orden ITC/308/2008, de 31 de enero, por la que se dictan instrucciones sobre la utilización de recursos públicos de numeración para la prestación de servicios de mensajes cortos de texto y mensajes multimedia.
- Orden ITC/3237/2008, de 11 de noviembre, por la que se modifica la Orden ITC/308/2008, de 31 de enero, por la que se dictan instrucciones sobre la utilización de recursos públicos de numeración para la prestación de servicios de mensajes cortos de texto y mensajes multimedia.
- Orden PRE/361/2002, de 14 de febrero, sobre los derechos de los usuarios y los servicios de tarificación adicional.
- Orden PRE/2410/2004, de 20 de julio, que modifica la Orden PRE/361/2002, sobre derechos de los usuarios y los servicios de tarificación adicional.
- Real Decreto 1945/1983, de 22 de junio, por el que se regulan las infracciones y sanciones en materia de defensa del consumidor y de la producción agro-alimentaria.
- Real Decreto 58/1988, de 29 de enero, sobre protección de los derechos del consumidor en el servicio de reparación de aparatos de uso doméstico.
- Real Decreto 1507/2000, de 1 de septiembre, por el que se actualizan los catálogos de productos y servicios de uso o consumo común, ordinario y generalizado y de bienes de naturaleza duradera, a efectos de lo dispuesto, respectivamente, en los artículos 2, apartado 2, y 11, apartados 2 y 5, de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y normas concordantes. BOE 219, de 12-09-2000.
- Real Decreto 3423/2000, de 15 de diciembre, por el que se regula la indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores y usuarios. BOE 311, de 28-12-2002.
- Real Decreto 1203/2002, de 20 de noviembre, por el que se modifica el Real Decreto 825/1990, de 22 de junio, sobre el derecho de representación, consulta y participación de los consumidores y usuarios a través de sus asociaciones. BOE 287, de 30-11-2002.
- Real Decreto 894/2005, de 22 de julio, por el que se regula el Consejo de Consumidores y Usuarios. BOE 204, de 26-08-2005.
- Real Decreto 487/2009, de 3 de abril, por el que se modifica el Real Decreto 894/2005, de 22 de julio, por el que se regula el Consejo de Consumidores y Usuarios. BOE 86, de 08-04-2009.
- Real Decreto 1681/2009, de 13 de noviembre, por el que se modifica el Decreto 2950/1975, de 7 de noviembre, por el que se reorganiza el Consejo de Comercio Interior y de los Consumidores y se crea el Instituto Nacional del Consumo. BOE 275, de 14-11-2009.
- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias. BOE 287, de 30-11-2007.
- Resolución de 15 de septiembre de 2004 sobre el Código de Conducta para la prestación de los Servicios de Tarificación Adicional.
- Resolución de 8 de julio de 2009 por la que se publica la modificación del código de conducta para la prestación de los servicios de tarificación adicional de 23 de julio de 2004.

Legislación autonómica vasca consultada

Decreto 399/1995, de 27 de julio, por el que se regula la actividad de prestación de servicios a domicilio.

Decreto 5/1997, de 14 de enero, por el que se regulan las hojas de reclamaciones de los consumidores y usuarios en la Comunidad Autónoma del País Vasco.

Decreto 123/2008, de 1 de julio, sobre los derechos lingüísticos de las personas consumidoras y usuarias. BOPV 135, de 16-07-2008.

Decreto 204/2010, de 20 de julio, de modificación del Decreto sobre los derechos lingüísticos de las personas consumidoras y usuarias. BOPV 142, de 26-07-2010.

Decreto Legislativo 1/2007, de 11 de septiembre, de aprobación del texto refundido de la Ley de Tasas y Precios Públicos de la Administración de la Comunidad Autónoma del País Vasco.

Ley 6/2003, de 22 de diciembre, de Estatuto de las Personas Consumidoras y Usuarias. BOPV 254, de 30-12-2003.

Ley 9/2007, de 29 de junio, de creación de Kontsumobide-Instituto Vasco de Consumo.

Ley Orgánica 3/1979, de 18 de diciembre, Estatuto de Autonomía del País Vasco.

Manuales y Materiales Divulgativos

Diferencia entre queja y reclamo. Grupo Kaizen. http://www.grupokaizen.com/sig/Diferencia_entre_queja_y_reclamo.pdf

Guía de la persona consumidora y usuaria. Dirección de Consumo, 2005.

Manual de viajes y transportes. Dirección de Consumo y Seguridad Industrial, 2007.

Manual del sistema arbitral de consumo. Dirección de Consumo, 2005.

Manual sobre la contratación de servicios de telecomunicaciones. Estrategias Empresariales Europeas, E-3 S.A., 2008.

Memoria Kontsumo 2010. Dirección de Consumo, Departamento de Sanidad y Consumo, 2010. http://www.kontsumobide.euskadi.net/y10-kbcono04/es/contenidos/informacion/kb_memorias/es_memoria/adjuntos/memoria2010_es.pdf.

Noticias

“La crisis modifica los hábitos de consumo”. *El País*, 07-10-2008. http://www.elpais.com/articulo/economia/tesis/modifica/habitos/consumo/elpepueco/20081007elpepueco_5/Tes.

“Las reclamaciones telefónicas saturan las juntas arbitrales de consumo”. *El País*, 24-11-2010. http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2010/11/24/actualidad/1290592866_850215.html.

- “Las asociaciones de consumidores atendieron más de un millón y medio de consultas y reclamaciones en 2010”. *Eroski Consumer*, 05-07-2011.
http://www.consumer.es/web/es/economia_domestica/2011/07/05/201811.php.
- “¿Quién lidera el ‘top’ de quejas?”. *La Provincia*, 15-07-2011.
<http://www.laprovincia.es/sociedad/2011/07/15/lidera-top-quejas/386933.html>.
- “Sentencia: facturación de telefonía e Internet”. *Eroski Consumer*, 18-07-2011.
http://www.consumer.es/web/es/economia_domestica/sociedad-y-consumo/2011/07/18/201887.php.
- “Estudian modificar la ley que obliga al comercio a atender en euskera”. EITB, 05-10-2011.
- “Parlamento vasco estudiará la modificación de la ley que obliga al comercio a atender en euskera”. *20 minutos*, 05-10-2011.
- “La telefonía móvil, la electrónica y las hipotecas son los servicios que más insatisfacción generan entre los españoles”. *Eroski Consumer*, 25-10-2011.
http://www.consumer.es/web/es/economia_domestica/2011/10/25/204443.php.
- “Lo probamos todo... ¿sin comprender nada?”. *El País*, 27-10-2011.
http://www.elpais.com/articulo/sociedad/probamos/todo/comprender/nada/elpepusoc/20111027elpepusoc_1/Tes#despiece1.
- “FACUA considera surrealista que el Gobierno responda a los fraudes vía SMS limitándose a cerrar los números”. 15-12-2011.
<https://www.facua.org/es/noticia.php?Id=6461>.
- “Ryanair, distinguida en Francia por obligar a las embarazadas españolas a aportar un informe médico en inglés”. 17-12-2011.
<https://www.facua.org/es/noticia.php?Id=6464>
- “Una vida de bajo coste”. *El País*, 09-01-2012.
http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/01/04/vidayartes/1325701701_361365.html.
- “Planteadas 717 consultas y reclamaciones en 18 servicios de atención al cliente (SAC) de compañías de telecomunicaciones y suministradoras de electricidad. Ninguno cumple con todos los requisitos mínimos para que la asistencia sea de calidad”. *Eroski Consumer*, 10-01-2012.
http://revista.consumer.es/web/es/20120101/actualidad/tema_de_portada/76268.php.
- “Etiqueta ‘verde’: ecologismo a medida”. *El País*, 11-01-2012.
http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/01/07/actualidad/1325901724_321870.html.
- “La CMT investigará los mensajes de móvil por sus elevados precios”. *Cinco Días*, 23-01-2012.
http://www.cincodias.com/articulo/empresas/cmt-investigara-mensajes-movil-elevados-precios/20111220cdsdiemp_6/.
- “Las aerolíneas no saben quebrar sin crear el caos”. *El País*, 02-02-2012.
http://www.elpais.com/articulo/sociedad/aerolineas/saben/quebrar/crear/caos/elpepusoc/20120202elpepusoc_1/Tes.

WEBGRAFÍA

Kontsumobide-Instituto Vasco de Consumo:

<http://www.kontsumobide.euskadi.net/y10-kbhome/es/>

Información sobre OMIC del País Vasco:

<http://aplicaciones.consumo-inc.es/cidoc/Consultas/mapas/espana/acu/mapaPaisVasco.aspx#>

Ararteko:

<http://www.ararteko.net/>

Sistema Arbitral de Consumo:

<http://arbitrajedeconsumo.msc.es/>

Junta Arbitral de Consumo de Euskadi:

http://www1.euskadi.net/arbitrajeconsumo/informacion_c.asp

Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información:

<http://www.usuarioteleco.es/Paginas/index.aspx>

Juntas Arbitrales del Transporte:

http://www.fomento.es/mfom/lang_castellano/direcciones_generales/transporte_por_carretera/servicios_transportista/juntas_arbitrales/

Ente Público de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA):

<http://www.aena.es/csee/Satellite/Home>

Centro Europeo del Consumidor:

<http://cec.consumo-inc.es/cec/Index.html>

EHKB / UCE (Euskal Herriko Kontsumitzaileen Batasuna / Unión de Consumidores de Euskadi):

<http://www.euskadikokontsumitzaileak.com/>

EKA / OCUV (Euskal Herriko Kontsumitzaile eta Erabiltzaileen Antolaketa / Organización de Consumidores y Usuarios Vasca):

<http://www.eka.org/>

EKE / FCE (Euskadiko Kontsumitzaileen Elkargoa / Federación de Consumidores de Euskadi):

<http://www.eke-fce.com/>

Materiales sobre consumo responsable de Greenpeace:

<http://consumo.greenpeace.es/>

ANEXOS

RELACIÓN DE CENTROS PERTENECIENTES A LA RED CIAC

1. DIRECCIÓN DE CONSUMO DEL GOBIERNO VASCO

Donostia-San Sebastián, 1
01010 Vitoria-Gasteiz
Tfno.: 945019923 / Fax: 945019931
E-mail: consumo@ej-gv.es
<http://www.kontsumo.net>

2. OFICINAS TERRITORIALES DE KONTSUMOBIDE

Kontsumobide. Servicio Territorial de Araba/Álava

Santiago, 11
01002 Vitoria-Gasteiz
Tfno.: 945062161 / Fax: 945062142
E-mail: kb-araba@kontsumobide.es

Kontsumobide. Servicio Territorial de Bizkaia

Alameda Rekalde 39 A, bajo
48008 Bilbao
Tfno.: 944031500 / Fax: 944031967
E-mail: kb-bizkaia@kontsumobide.es

Kontsumobide. Servicio Territorial de Gipuzkoa

Easo, 10-5ª
20006 Donostia-San Sebastián
Tfno.: 943022547 / Fax: 943022572
E-mail: kb-gipuzkoa@kontsumobide.es

3. ENTES ESTATALES

Organismos del Ministerio de Fomento

AENA. Ente Público Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea

Peonías, 2
28042 Madrid
Tfno.: 902404704

Dirección General de Aviación Civil

SERVICIO DE RELACIONES CON LA PERSONA USUARIA
Paseo de la Castellana, 67
28071 Madrid
Tfno.: 915978321 - 915977231 / Fax: 915978300 - 915978643
E-mail: pasajeros.aereo@inform.es

Dirección General de la Marina Mercante

SUBDIRECCIÓN GENERAL DE TRÁFICO, SEGURIDAD Y CONTAMINACIÓN MARÍTIMA
Ruiz de Alarcón, 1
28014 Madrid
Tfno.: 915979270 / Fax: 915979287

Oficina de Atención al Usuario de Telecomunicaciones

Capitán Haya, 41, planta baja
28020 Madrid
Tfno.: 901336699 / Fax: 901336699
<http://www.usuarioteleco.es>

Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI)
MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
Capitán Haya, 41
28046 MADRID
Tfno.: 901336699
<http://www.usuarioteleco.es>

4. KONTSUMO GELAK**Vitoria-Gasteiz**

Adriano VI, 20-1º
01008 Vitoria-Gasteiz
Tfno.: 945016600 / Fax: 945016601
E-mail: a-kontsumo.gelak@ej-gv.es

Bilbao

Nicolás Alkorta, 2
48003 Bilbao
Tfno.: 944032220 / Fax: 944032221
E-mail: b-kontsumo.gelak@ej-gv.es

Donostia-San Sebastián

Paseo Zarategui, 82-84 bis
20015 Donostia-San Sebastián
Tfno.: 943022590 / Fax: 943022592
E-mail: g-kontsumo.gelak@ej-gv.es

5. OFICINAS MUNICIPALES DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR (OMIC)**ARABA/ÁLAVA****Vitoria-Gasteiz**

Cuesta San Vicente, s/n
01001 Vitoria-Gasteiz
Tfno.: 945161240 / Fax: 945161251
E-mail: omic@vitoria-gasteiz.org

Cuadrilla de Campezo (Arraia-Maeztu – Bernedo – Campezo/Kanpezu – Lagrán – Peñacerrada-
Urizaharra – Harana/Valle de Arana)
Carretera Vitoria-Estella, 7
01110 Campezo/Kanpezu
Tfno.: 945405424 / Fax: 945405472
E-mail: ccampezo.blanca@ayto.alava.net

Cuadrilla de Añana (Añana – Armiñón – Berantevilla – Iruña Ika/Iruña de Oca – Kuartango – Lantarón – Erriberagoitia/Ribera Alta – Ribera Baja/Erribera Beitia – Valdegovía/Gaubea – Zambrana)

Plaza de los Fueros, 11

01213 Erriberagoitia/Ribera Alta

Tfno.: 945355089 / Fax: 945355053

E-mail: omic-anana@kontsumo.net

Cuadrilla Rioja Alavesa (Labastida/Bastida – Samaniego – Villanueva de Álava/Eskuernaga – Baños de Ebro/Mañueta – Leza – Navaridas – Elciego – La Puebla de Labarca – Laguardia – El Villar/Bilar – Kripan – Lanciego/Lantziego – Yécora/Iekora – Oyón/Oion – Moreda de Álava/Moreda Araba)

Carretera de Vitoria, 2

01300 Laguardia

Tfno.: 945621169 / Fax: 945621065

E-mail: omic-riojaalavesa@kontsumo.net

Laudio/Llodio

Herriko plaza, s/n

01400 Laudio/Llodio

Tfno.: 944034848 / Fax: 944034752

E-mail: omic-llodio@kontsumo.net

BIZKAIA

Bilbao

Ugalde, 7

48012 Bilbao

Tfno.: 944204969 / Fax: 944205066

E-mail: omic@ayto.bilbao.net

Mancomunidad de la Merindad de Durango (Abadiño – Atxondo – Durango – Elorrio – Garai – Iurreta – Izurtza – Mañaria – Zaldibar)

Askatasun Etorbidea, 2

48200 Durango

Tfno.: 946202707 / Fax: 946202707

Email: omic.mdurango@bizkaia.org

Ermua

Bajos del Mercado Municipal. Diputación, s/n

48260 Ermua

Tfno.: 943174585 / Fax: 943176290

E-mail: omic-ermua@kontsumo.net

Lekeitio

Sabino Arana, 14

48280 Lekeitio

Tfno.: 946034112 / Fax: 946034113

E-mail: kiub-lekeitio@kontsumo.net



Bermeo

Areilza, 4
48370 Bermeo
Tfno.: 946179160 / Fax: 946882097
E-mail: kiub-kontsumoa@bermeo.org

Etxebarri

Santa Ana, 1
48450 Etxebarri, Anteiglesia de San Esteban
Tfno.: 944406724 / Fax: 944491458
E-mail: omic-etxebarri@kontsumo.net

Ortuella

Plaza 1º de mayo, s/n
48530 Ortuella
Tfno.: 946642331 / Fax: 946642331
E-mail: omic-ortuella@konsumo.net

Muskiz-Forlan

Cendeja, 21-2º (Edificio Meatzari)
48550 Muskiz
Tfno.: 946706016 / Fax: 946323014
E-mail: omic-muskiz@kontsumo.net

Mancomunidad Uribe-Kosta (Barrika – Berango – Gorliz – Lemoiz – Plentzia – Sopelana – Urduliz)

Gatzarriñe, 2-4
48600 Sopelana
Tfno.: 946762674 / Fax: 946762872
E-mail: omic-uribekosta@kontsumo.net

Ondarroa

Musika Enparantza, 1
48700 Ondarroa
Tfno.: 946830498 / Fax: 946833667
E-mail: omic-ondarroa@kontsumo.net

Balmaseda

Plaza San Severino, 1
48800 Balmaseda
Tfno.: 946802990 / Fax: 946102053
E-mail: KIUB-balmaseda@kontsumo.net

Mancomunidad de Encartaciones (Artzentales – Karrantza Harana/Valle de Carranza – Galdames – Gordexola – Güeñes – Lanestosa – Sopuerta – Trucios-Turtzioz – Zalla)

La Inmaculada, 15
48850 Zalla
Tfno.: 946390636 / Fax: 946391168
E-mail: omic-encartaciones@kontsumo.net

Barakaldo

Paseo Dolores Ibarruri, s/n
48901 Barakaldo
Tfno.: 944180178 / Fax: 944189298
E-mail: omic-barakaldo@kontsumo.net

Portugaleta

Ayuntamiento de Portugaleta. Edificio Cívico Social, 4
48920 Portugaleta
Tfno.: 944729254 / Fax: 944729294
E-mail: omic-portugaleta@kontsumo.net

Erandio-Altzaga

Plaza 23 de septiembre, s/n
48950 Erandio
Tfno.: 944890112 / Fax: 944890144
E-mail: omic-erandio@kontsumo.net

Erandio-Astrabudua

Mezo, 20
48950 Erandio
Tfno.: 944175105 / Fax: 944175101
E-mail: omic-astrabudua@kontsumo.net

Basauri

Kareaga Goikoa, 52
48970 Basauri
Tfno.: 944666323 / Fax: 944261385
E-mail: jmbarragan@basauri.net

Santurtzi

Avenida Murrieta, 25
48980 Santurtzi
Tfno.: 944614551 / Fax: 944627131
E-mail: omic-santurtzi@kontsumo.net

Getxo

Juan Bautista Zabala, 6
48991 Getxo
Tfno.: 944660111 / Fax: 944660222
E-mail: omic-getxo@kontsumo.net

Sestao

Plaza del Casco, 4, 3ª Planta Edificio Castaños
48910 Sestao
Tfno.: 944729087 / Fax: 944691493
E-mail: omic@sestao.net

Leioa

Jose Ramon Aketxe 11, 1º (Kultur Etxea)
48940 Leioa
Tfno.: 946072572

Arrigorriaga

Paseo Urgoiti. Casa de Cultura. Edificio 6
48480 Arrigorriaga
Tfno.: 696494122
E-mail: cic.kez@hotmail.com

Zierbena

Kultura Zierbena
48508 Zierbena
Tfno.: 946366007

GIPUZKOA**Donostia-San Sebastián**

Alto de Errondo, 2 (Morlans)
20009 Donostia-San Sebastián
Tfno.: 943483410 / Fax: 943482829
E-mail: udala_omic@donostia.org

Oarsoaldea (Errenteria – Lezo – Oiartzun – Pasaia)

Olibet, 6
20100 Errenteria
Tfno.: 943510111 / Fax: 943518404
E-mail: omic-oarsoaldea@kontsumo.net

Hernani

Sandiusterri, 1
20120 Hernani
Tfno.: 943552610 / Fax: 943555862
E-mail: marian-o@hernani.net

Andoain

Centro de Servicios Sociales Pío Baroja, 1B-2º
20140 Andoain
Tfno.: 943304343 / Fax: 943304222
E-mail: omic-andoain@kontsumo.net

Lasarte-Oria

Beheko Kale Bidea, 1
20160 Lasarte-Oria
Tfno.: 943361605 / Fax: 943361605
E-mail: omic@lasarte-oria.org

Mancomunidad del Goierri (Alzaga – Arama – Ataun – Beasain – Gabiria – Gaintza – Idiazabal – Itsasondo – Lazkao – Legorreta – Mutiloa – Olaberria – Ordizia – Ormaiztegi – Segura – Zaldibia – Zegama – Zerain)

Beasain

Martina Maiz, 3
20200 Beasain
Tfno.: 943886908 / Fax: 943160604
E-mail: omic-beasain@kontsumo.net

Lazkao

Plaza de Euskadi, 1 (Ayuntamiento de Lazkao)
20210 Lazkao
Tfno.: 943805411 / Fax: 943889858
E-mail: omic-lazkao@kontsumo.net

Ordizia

Nikolas Lekuona, 2
20240 Ordizia
Tfno.: 943881642 / Fax: 943805615
E-mail: omic-ordizia@kontsumo.net

Irun

Juan Thalamas Labandibar, 21
20305 Irun
Tfno.: 943505536 / Fax: 943505659
E-mail: omic@irun.org

Tolosaldea Garatzen (Tolosa – Ibarra – Villabona)

Foruen Plaza, 1
20400 Tolosa
Tfno.: 704201202
E-mail: kontsumoa@tolosaldea.net

Eibar

Plaza Unzaga, 1
20600 Eibar
Tfno.: 943203843 / Fax: 943708420
E-mail: omic-eibar@kontsumo.net

Urola-Garaia (Urretxu – Zumarraga // Mantiene colaboración directa con dos asociaciones: Iratzarri de Legazpia y Mairi de Urretxu-Zumarraga)

Iparraguirre 11, bajo
20700 Urretxu
Tfno.: 943724279 / Fax: 943726164
E-mail: omic-urolagaraia@kontsumo.net

Iraurgi Lantzen (Azkoitia – Azpeitia)**Azkoitia**

Kale Nagusia, 60-62

20720 Azkoitia

Tfno.: 943857305 / Fax: 943857305

E-mail: omic-azkoitia@kontsumo.net**Azpeitia**

Enparan, 1

20730 Azpeitia

Tfno.: 943157193 / Fax: 943157201

E-mail: omic-azpeitia@kontsumo.net**Elgoibar**

Plaza de Navarra s/n (Plaza del Mercado)

20870 Elgoibar

Tfno.: 943743088 / Fax: 943743736

E-mail: omic-elgoibar@kontsumo.net**6. ORGANIZACIONES DE PERSONAS CONSUMIDORAS Y USUARIAS****EKA-ECUV, ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS VASCA**<http://www.eka.org>**ARABA/ÁLAVA****URKOA, Asociación de Consumidores y Usuarios**

Francia, 21-1º dpto. 3

01002 Vitoria-Gasteiz

Tfno.: 945283194 / Fax: 945283194

E-mail: urkoagasteiz@eka.org**BIZKAIA****EKA-OCUV, Organización de Consumidores y Usuarios Vasca**

Plaza Nueva, 7-1º dcha.

48005 Bilbao

Tfno.: 944168506 / Fax: 944150050

E-mail: ekainfo@eka.org**URKOA, Asociación de Consumidores y Usuarios**

Plaza Nueva, 7-1º dcha.

48005 Bilbao

Tfno.: 944168506 / Fax: 944150050

E-mail: urkoabilbao@eka.org

URKOA, Asociación Uribe-Kosta de Usuarios y Consumidores

Amezti, 6-1º dpto 8

48990 Getxo

Tfno.: 944912233 / Fax: 944912233

E-mail: urkoa@eka.org

GIPUZKOA

EKA-OCUV, Organización de Consumidores y Usuarios Vasca

Boulevard, 25 bajo Dpto. 8

20005 Donostia-San Sebastián

Tfno.: 943423993 / Fax: 943423993

E-mail: urkoadonostia@eka.org

ACUBI, Asociación de Consumidores y Usuarios del Bidasoa

E-mail: acubi@kontsumo.net

Kasino Zaharra – Hogar del jubilado

20280 Hondarribia

Tfno.: 943640488 / Fax: 943635067

Fueros, 2-2º dcha.

20302 Irun

Tfno.: 943632194 / Fax: 943635067

UNIÓN DE CONSUMIDORES DE EUSKADI

<http://www.uce-ehkb.org>

ARABA/ÁLAVA

Unión de Consumidores de Euskadi

Jose Lejarreta, 49-bis

01003 Vitoria-Gasteiz

Tfno.: 945264722 / Fax: 945264799

E-mail: uce@kontsumo.net

Unión de Consumidores Provincial de Gasteiz

José Lejarreta, 49-bis

01003 Vitoria-Gasteiz

Tfno.: 945264722 / Fax: 945264799

E-mail: uce-vitoria@kontsumo.net

BIZKAIA

Unión de Consumidores Provincial de Bizkaia

Hurtado de Amézaga, 27-11º dpto. 5

48008 Bilbao

Tfno.: 944215559 / Fax: 944215251

E-mail: ucebizkaia@kontsumo.net

GIPUZKOA

Unión de Consumidores de Gipuzkoa-Donostia

Idiáquez, 7-3º C

20004 Donostia-San Sebastián

Tfno.: 943431124 / Fax: 94342693

E-mail: uce-donostia@kontsumo.net

Unión de Consumidores de Gipuzkoa-Eibar

Plaza Unzaga, s/n (junto parada de taxis) apdo. 5

20600 Eibar

Tfno.: 943201987 / Fax: 943208762

E-mail: uce-eibar@kontsumo.net

FEDERACIÓN DE CONSUMIDORES DE EUSKADI

<http://www.eke-fce.com>

ARABA/ÁLAVA

AKE, Asociación Alavesa de Consumidores

Canciller Ayala, 11-1º dcha. oficina B

01004 Vitoria-Gasteiz

Tfno.: 945251708

E-mail: ake@kontsumo.net

BIZKAIA

ASKOFA, Asociación Familiar para la Orientación del Consumo de Euskadi

Pintor Antonio Guezala, 7 (entrada Saturrarán)

48015 Bilbao

Tfno.: 944752239 / Fax: 944752239

E-mail: ascofa@kontsumo.net

BKE, Asociación Vizcaína de Consumidores

Ledesma, 10 bis-4º dpto. 1

48001 Bilbao

Tfno.: 944246420 / Fax: 944246420

E-mail: eke@arrakis.es

EKE, Federación de Consumidores de Euskadi

Ledesma, 10 bis-4º dpto. 1

48001 Bilbao

Tfno.: 944249210 / Fax: 944246420

E-mail: eke@arrakis.es

ETXEKO-ANDRE, Asociación Provincial de Amas de Casa y Consumidores de Bizkaia

Jardines, 5-1º

48005 Bilbao

Tfno.: 944153874 / Fax: 944154917

E-mail: etxeakoandre@euskalnet.net

GIPUZKOA

ARANZAZU, Asociación Provincial de Amas de Casa y Consumo Familiar de Gipuzkoa

Ramón y Cajal, 4-bajo

20002 Donostia-San Sebastián

Tfno.: 943277594 / Fax: 943277594

E-mail: amasdecasa@euskalnet.net

7. JUNTAS ARBITRALES DE CONSUMO

Junta Arbitral de Consumo de Euskadi

Donostia-San Sebastián, 1

01010 Vitoria-Gasteiz

Tfno.: 945019936 / Fax: 945019997

E-mail: junta-arbitral@ej-gv.es

<http://www.euskadi.net/arbitrajeconsumo>

Junta Arbitral de Consumo Municipal de Vitoria-Gasteiz

Cuesta de San Vicente, s/n

01001 Vitoria-Gasteiz

Tfno.: 945161670 / Fax: 945161251

E-mail: junta.arbitral@vitoria-gasteiz.org

8. JUNTAS ARBITRALES DEL TRANSPORTE

Junta Arbitral de Transporte de Álava

Plaza de la Provincia, 4-bajo interior

01001 Vitoria-Gasteiz

Tfno.: 945181857 / Fax: 945181905

E-mail: cjimenez@alava.net

Junta Arbitral de Transporte del País Vasco

Gran Vía, 50-7º

48011 Bilbao

Tfno.: 944509404 / Fax: 944423719

LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y USUARIAS EN EL PAÍS VASCO. RECOMENDACIONES A ENTIDADES DE DEFENSA

Ararteko-Defensoría del Pueblo Vasco

Este material surge a raíz del Estudio “Aplicación de los derechos de las personas usuarias y consumidoras en la Comunidad Autónoma del País Vasco”, investigación realizada por Farapi S.L. para la Defensoría del Pueblo Vasco-Ararteko, dirigida a analizar la situación de los derechos de las personas consumidoras y usuarias en los sectores de telecomunicaciones, de tecnología y de transporte aéreo.

El trabajo ha consistido en gran parte en consultar a personas consumidoras que han tenido algún problema con alguna-s empresa-s del sector, a representantes de entidades de defensa de consumidores, y a representantes de empresas de los sectores estudiados. De las conclusiones obtenidas en el trabajo realizado, establecemos estas orientaciones para las entidades de defensa de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, que les pueden ayudar a continuar su importante intervención.

1. Las personas que han tenido experiencia de acudir a entidades de defensa de derechos de consumo valoran muy positivamente su papel. Se sienten bien asesoradas, y valoran que se les informe de los argumentos que les dan o incluso que les quitan la razón.

Las entidades de defensa de los derechos de consumidores-as, tanto públicas como privadas, juegan un importante papel para garantizar estos derechos. En muchos casos, posibilitan que personas que no pensaban reclamar, finalmente lo hagan, y que el agravio que ha sufrido sea subsanado. Y esto es valorado por las personas que han tenido experiencias con estas entidades.

2. En algunos casos, hay una cierta sensación de que las entidades se limitan a informar de lo que pueden hacer, pero no acompañan en el proceso de reclamación, lo que deja en algunas personas cierta sensación de “soledad” ante el problema.

Quizás sea necesario asegurar que las personas comprenden los pasos a seguir, y se sienten capacitadas para emprender el camino. Por ejemplo, a veces no basta con informarles de que “tienen que rellenar tal papel”, sino asesorarles sobre cómo hacerlo, e indicarles lo que va a pasar a continuación.

3. Por otra parte, las personas que nunca han reclamado, se sienten totalmente ajenas a la red de recursos existentes. No la conocen, y aunque les haya llegado información (con folletos, a través de prensa...), no la asimilan. No sienten que pueda serles de utilidad hasta que tienen un problema.

En este sentido, las personas con experiencia de reclamación pueden ser un importante medio de difusión y enganche a otras ajenas. En muchos casos, los reclamantes han decidido acudir a un recurso porque alguien les ha dicho que merece la pena.

Además, sería interesante pensar en medios y materiales de difusión impactantes, que estuvieran presentes en la cotidianidad de las personas, una especie de “publicidad viral”.

4. Las personas que alguna vez han reclamado a través de una entidad, han manifestado haber sentido en ciertos momentos sensaciones de pérdida y de desamparo. Ante esto, la labor de los profesionales de las entidades es importante, para que les orienten sobre sus posibilidades de continuar con el proceso.

En general, es importante reconocer e integrar en las intervenciones desde las entidades los sentimientos que genera el proceso, los desánimos y los ánimos, ya que muchas veces se actúa como si se tratara de un proceso mecánico, lo que puede terminar agotando a los reclamantes.

Además, se debe trabajar y comunicar estrategias y habilidades personales y sociales para hacer frente a las sensaciones negativas, apoyándose, por ejemplo, en modelos de éxito, o argumentos sobre la importancia de defender los derechos.

5. Las personas consumidoras, incluso las experimentadas en reclamaciones, en muchos casos sólo conocen una parte de los recursos existentes. Desconocen otras posibilidades de recursos y las funciones que desempeñan. Muchas veces confunden las entidades de iniciativa pública y privada, y no saben si han acudido a una u otra, duplican esfuerzos y trámites...

Además, esa confusión hace que en ocasiones esperen de algunas entidades servicios que no pueden ofrecerles, porque no son de su competencia, con lo que se produce el desánimo y la indignación, cuando simplemente no saben que son otros recursos los que sí pueden darle la respuesta que busca.

Por una parte, esto hace que sean fieles a las entidades con las que han tenido un buen proceso, pero ¿qué pasa si un día desaparece esa entidad? Si las circunstancias cambian, ¿estas personas sabrían a dónde acudir, o tendrían que volver a hacer un aprendizaje?

Si bien es importante que las personas se mantengan enganchadas a los recursos que las atienden, parece necesario que conozcan mejor que existen otros recursos y servicios que prestan servicios similares, y en qué pueden ayudarles.

6. El desconocimiento de los derechos de consumo es generalizado, debido en parte a la cantidad de legislación, a lo específico de cada sector, al desinterés... Sin embargo, en los últimos tiempos ha habido cierta revitalización e interés por éstos, en parte debido al contexto socioeconómico de crisis. Aunque es difícil identificar qué porcentaje de consultas terminan en reclamación y cuáles no, y por qué motivos, ya que no se recogen estos datos de forma desagregada.

La recopilación de datos desagregados en el campo de consultas, puede ayudar a distinguir las consultas “generales” (tipo preguntar horario de atención, o una dirección...), de las consultas específicas sobre posibilidades y casos de reclamación. Y así identificar, dentro de las segundas, aquéllas que, teniendo motivos para seguir, no se continúan, y por qué motivo.

Además, sería interesante aprovechar esta revitalización del interés para lanzar mensajes dirigidos a la concienciación sobre la importancia de defender los propios derechos como consumidores-as.

7. La defensa de los derechos se sigue viendo como algo de competencia individual. Hay poca conciencia de la influencia que tiene sobre el colectivo de consumidores la acción personal, y de la necesaria vinculación grupal para lograr mejoras.

Los mensajes lanzados a los consumidores podrían estar dirigidos a la creación de una conciencia colectiva, transversal. En el sistema en que nos encontramos, todas las personas somos consumidoras, independientemente de cualquier otra condición. Concienciar sobre esto puede ser un acicate a la actuación.

8. Un elemento importante es la progresiva consecución de autonomía para reclamar en las personas que van teniendo experiencias. Se trata de un hito a fomentar, ya que reduce la dependencia hacia las entidades, y fomenta el adecuado uso de éstas, evitando su sobreexplotación.

Como decíamos más arriba, se debe integrar dentro de la formación y asistencia a las personas consumidoras habilidades (personales y sociales) que posibiliten no sólo la continuidad del proceso en momentos en que aparezca el desánimo, pero también que doten de herramientas para considerarse con capacidad para afrontar el proceso siendo el protagonista principal de éste.

9. A pesar de que son tiempos difíciles para el desarrollo de cualquier iniciativa social, y que las propias entidades experimentan dificultades para mantenerse, más aún para actuar conjuntamente, sería necesario establecer actuaciones coordinadas entre las diferentes iniciativas de defensa, para aumentar influencia y capacidad de llegar a más personas.

El trabajo conjunto y coordinado de las entidades de defensa en consumo mejorará el servicio que se preste a las personas. Además, ante momentos difíciles, la importancia de unir fuerzas puede ser estratégica, y facilitar el mantenimiento de estas entidades, que son básicas para la garantía de los derechos de las personas.

¡ATENCIÓN, ATENCIÓN... AL CONSUMIDOR!!
RECOMENDACIONES A EMPRESAS
EN EL TRATAMIENTO DE LAS PERSONAS
Ararteko-Defensoría del Pueblo Vasco

Este material surge a raíz del Estudio “Aplicación de los derechos de las personas usuarias y consumidoras en la Comunidad Autónoma del País Vasco”, investigación realizada por Farapi S.L. para la Defensoría del Pueblo Vasco-Ararteko, dirigida a analizar la situación de los derechos de las personas consumidoras y usuarias en los sectores de telecomunicaciones, de tecnología y de transporte aéreo.

El trabajo ha consistido en gran parte en consultar a personas consumidoras que han tenido algún problema con alguna-s empresa-s del sector, a representantes de entidades de defensa de consumidores, y a representantes de empresas de los sectores estudiados. De las conclusiones obtenidas en el trabajo realizado, establecemos estas orientaciones para las empresas, que les pueden ayudar a conseguir un mejor tratamiento de la clientela, y una mejor consideración por parte de ésta.

1. Los servicios a atención al cliente, en general, son percibidos como deficitarios, y son valorados negativamente, especialmente la atención telefónica. La valoración negativa no concierne al personal, que se considera que tiene un trato correcto, sino a la sensación de que el proceso está orientado a agotar al cliente que quiere reclamar, mareándolo entre trámites, y a conseguir que desista de su reclamación. Además, la persona que atiende no suele tener capacidad de adaptar la respuesta a las características de la demanda, sino que es alguien que sigue un protocolo de respuestas estandarizadas. Esto genera un gran malestar en la clientela.

Por tanto, una atención más personalizada, que se centre en la problemática particular de ese cliente, y que sea flexible, se ve como algo a mejorar.

No se trata de algo utópico, puesto que existen empresas que han introducido cambios en la atención al cliente, logrando no sólo la mejora de la satisfacción de la clientela, sino también una mejora de la valoración de la empresa. Ver más información en:

http://economia.elpais.com/economia/2012/03/02/actualidad/13307ii991_177120.html.

2. Las personas usuarias valoran mucho más la correcta orientación para presentar la reclamación, que la propia resolución de ésta. Esto no quiere decir que cualquier respuesta a su reclamación les valga, pero en muchos casos, hay más indignación por el trato percibido que por la respuesta obtenida. A veces, un proceso de reclamación que ha acabado favorablemente para la persona que reclama, es mal valorado, y ello se debe al tratamiento que se ha dado, a la sensación nuevamente de estar siendo objeto de engaño.

Por tanto, la transparencia y la claridad en el proceso de reclamación es muy importante. Es mejor ofrecer una respuesta directa y argumentar los motivos por los que la empresa ofrece esa respuesta, que derivar de una persona a otra y dilatar la contestación.

3. En muchas ocasiones, las personas se sienten perdidas, desorientadas... La pérdida en el proceso les hace sentirse estafadas. La insatisfacción en el trato y la respuesta recibida de la empresa, lleva a muchas personas a continuar el proceso recurriendo a entidades de defensa de

los derechos de los consumidores. Pocas veces perciben a la propia empresa como una forma de solución a sus problemas, especialmente si éstos son complejos. Más bien, se ven como la fuente del problema, y el obstáculo a superar. No basta sólo con dar información, sino con orientar en el proceso, en qué pasos dar.

Las empresas no tienen la función de garantizar los derechos de las personas, pero tampoco deben obstaculizarlos. Adaptar las orientaciones sobre lo que hay que hacer cuando existe una duda o disconformidad con un producto o servicio debe ser algo integrado en las empresas, asegurando que se puede dar respuesta a la pluralidad de personas (idioma, comprensión de las instrucciones, adaptación a personas con diversidad funcional...). Las correctas vías de información son valoradas muy positivamente.

Un ejemplo práctico de una experiencia similar la encontramos en el caso de una entidad bancaria, que en 2009 puso en marcha un servicio de atención (en este caso financiera) para personas con dificultades auditivas severas, a través de un sistema de videoconferencia.

Más información en:

http://www.buenaspracticassbank.com.ar/site/index_php?put=noticia&id_noticia=422.

4. Con el contexto de crisis, ha aumentado la vigilancia en el cumplimiento de las condiciones de contrato y del servicio por parte de las personas consumidoras, y hay una mayor predisposición a reclamar. Además hay mayor comunicación entre personas consumidoras, se aconsejan sobre las empresas que prestan mejor servicio, y se informan mucho más antes de elegir una empresa u otra. Al elegir, los valores de eficacia y transparencia se tienen muy en cuenta, y también el consumo energético de los bienes adquiridos (tanto por ahorro económico como por preocupación ecológica).

Las empresas que cumplan con las condiciones ofertadas serán mejor valoradas. Es importante además facilitar una información previa de todas las condiciones que conlleva adquirir un producto o servicio, de forma clara y concisa. Se valorarán además las vías de comunicación con las empresas que supongan un coste mínimo, o mejor, que sean gratuitas. Pero que a la vez sean ágiles y efectivas.

En relación a una forma atractiva y ecológica de contactar con la clientela, ver un ejemplo en la campaña de automóviles “El envío más ecológico del mundo”:

http://www.youtube.com/watch?v=Elyff9b_zN E.

5. La valoración global que hacen las personas es que las empresas en general, y sin distinción de marcas, buscan ofrecer lo mínimo para obtener lo máximo posible, no confían en ellas, y por tanto no son fieles a ellas. Como piensan que todas son iguales y buscan lo mismo, no les importa cambiar de una a otra, y cuando no se sientan satisfechas con una, cambiarán de nuevo.

La integración de las orientaciones que aquí presentamos posibilitaría una mejor consideración de estas empresas, y por

tanto, realizarán una labor comercial indirecta, simplemente garantizando tanto las condiciones ofertadas en el producto o servicio, como las vías para comunicarse con la empresa de forma efectiva en caso de que haya un problema. El colectivo de consumidores es más consciente de que su opinión importa, y que como tal, ha de ser tenida en cuenta.

6. Hay cierto sector de las personas consumidoras familiarizado con los procesos de reclamación, ya han tenido experiencias de ello, normalmente han sido exitosas, y desde entonces repiten cada vez que consideran que hay un incumplimiento. Para estas personas especialmente (aunque no sólo para ellas), el buen hacer de una empresa pasa por su capacidad de respuesta ante los problemas que le plantea un cliente, así como por el itinerario de cooperación que pueda tener con entidades de defensa para mejorar en la atención a las personas.

Existen algunas buenas prácticas empresariales en materia de atención a personas consumidoras, que difícilmente se conocen. Por ejemplo, algunas empresas colaboran con entidades de defensa en consumo para asesorar en la interpretación y resolución de algunos casos de reclamaciones (tanto si son problemas de clientes de la propia empresa como de otra). Dar a conocer esas buenas prácticas, y centralizarlas en algún recurso, tipo “Banco de Buenas Prácticas” del sector, o de una empresa o grupo de entidades, puede ser algo que sume valor a las empresas interesadas.

Por ejemplo, existe un Banco de Buenas Prácticas Argentino, que presenta buenas prácticas en diferentes materias empresariales, de diferentes países. Ver en:
<http://www.buenaspracticashbank.com.ar/site/index.php>.

**DERECHOS Y DEBERES DEL CONSUMO.
MI PRIMER CUADRO DE SUPERVIVENCIA**



***PERSONA EXPERTA**

Los propios procesos de reclamación generan un cierto empoderamiento de las personas que reclaman y hacen que se sientan más autónomas para hacer nuevas reclamaciones: persona experta.

La identificación de personas experimentadas, insertas en los circuitos de defensa de sus derechos como consumidoras, es clave. Estas personas se desenvuelven con cierta soltura en los procesos de reclamación, y pueden servir de enganche y guía a las personas ajenas.

"Y otra cosa que hago es contar todos mis procesos de reclamación, porque lo que consigues es que la gente se dé cuenta de todos los derechos que tiene, sobre todo con grandes entidades".

1 RECURSOS

Consumo (información)
900 600 500 // www.kontsumo.net

Kontsumobide
945 062 140 // www.kontsumobide.net

SETSI (Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información)
901 336 699 // www.usuariosteleco.es

Centro Europeo del Consumidor
cec.consumo-inc.es/cec/index.html

Junta Arbitral del Consumo de Euskadi
945 019 936 // <http://www.euskadi.net/arbitrajeconsumo>

OMIC (Oficinas Municipales de Información al Consumidor)
las direcciones y teléfonos de las distintas OMIC de la CAPV se pueden encontrar en la siguiente dirección web:
www.euskadi.net/guiaconsumo/dutil/indice_capi?COD=03

Asociaciones de Consumidores de la CAPV
Las direcciones y teléfonos de las diferentes asociaciones de la CAPV se pueden encontrar en la siguiente dirección web:
www.euskadi.net/guiaconsumo/dutil/indice_capi?COD=02



**ARARTEKOAREN ARGITALPENAK /
PUBLICACIONES DEL ARARTEKO**

TXOSTEN BEREZIAK

- *Kalabozoak. Ertzaintzaren eta udalen atxiloketa egoitzak.* 1991.
- *Psikiatrikoak. Ospitale psikiatrikoetako buru-gaisoen egoera.* 1992.
- *Adinekoen egoitzak Euskal Autonomi Elkartearen (1992-1993).* 1994.
- *Euskal Herriko Ararteko Erakundearen lehen bost urteak (1989-1994).* 1994.
- *Euskal Autonomia Erkidegoan egoitzez kanpo adinekoentzat dagoen laguntzari buruzko txosten berezia (1994-1995).* 1996.
- *Euskal Autonomia Erkidegoko hartzeletako egoera.* 1996.
- *Babesik gabeko haur eta nerabeentzako laguntza zerbitzuak.* 1997.
- *Adin txikiko lege-hausleak.* 1998.
- *Uraren kalitatearen babesa Zadorra sistemako urtegiatan.* 1999.
- *Oinarritzko gizarte-zerbitzuen egoera EAEn.* 1999.
- *Buruko gaitzaren trataera ospitaleik kanpo.* 2000.
- *EAEko hezkuntza-premia bereziei emandako erantzuna.* 2001.
- *Sasoikako langileen egoera Arabako mahats eta patata bilketan.* 2002.
- *Pertsona ezgaituen lanerako aukerak EAEn.* 2003.
- *Euskal Autonomia Erkidegoan erabilera publikoa duten eraikinen irisgarritasuna.* 2003.
- *Emakumeen kontrako indarkeriari erakundeek emandako erantzuna EAEn.* 2003.
- *Pertsona nagusiei emandako arreta EAEn: etxeko laguntza, eguneko zentroak eta egoitza-zentroak.* 2005.
- *Bakarririk dauden adin txikiko atzerritarren egoera EAEn.* 2005.
- *Etixerik gabe eta bazterkeria larrian dauden pertsonen premiei emandako erantzuna.* 2006.
- *Bizikidetzaren eta gatazkak ikastetxeetan.* 2006.
- *Gazteentzako etxebizitza politika publikoak EAEn.* 2007.
- *Arreta soziosanitarioa: esparru kontzeptuala eta nazioarteko eta autonomietako aurrerapausoak.* Hurbilketa. 2008.
- *Gizarte ekintza sektoreko lan baldintzak.* 2008.
- *Euskadin terrorismoaren biktimei erakundeek emandako arreta.* 2009.
- *Adingabekoei balioak transmititzea.* 2009.
- *Transgeneroen eta transexualen egoera Euskadin.* 2009.
- *EAEko erakundeen jarduna nerabeen droga kontsumoaren arloan.* 2010.
- *Euskal Autonomia Erkidegoko oinarritzko gizarte zerbitzuen egoera.* 2010.
- *EAEko garraio sistema publikoak duen irisgarritasunari buruzko diagnostikoa.* 2011.
- *Arrisku egoera berezietan dauden adingabeak.* 2011.
- *EAEn norberaren autonomia sustatzeko eta mendetasunari arreta emateko legearen aplikazioa.* 2011.

URTEKO TXOSTENAK

- *Liburukiak:* 1989, 1990, 1991, 1992, 1993, 1994, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011.

ARARTEKOAREN GOMENDIOAK

- *Gomendioak* 2002, 2003, 2004.

BESTELAKO ARGITALPENAK

- *Idatz arauak / Normas de redacción.* 1992.
- *Ombudsmanaren Hirugarren Hitzaldi Europarra. Herrialdeko Ombudsmanaren garrantzia.* 1993.
- *Esanak eta eginak / Dichos y hechos.* Juan San Martín, Arartekoa. 1994.
- *XV Jornadas de Coordinación de Defensores del Pueblo.* 2000.

Faksimilak

- *Jaquin-bide Iritarautia - 1820.* Kadizko Konstituzioari buruz euskaraz idatzitako eskuizkribu argitaragabea, irakaskuntzarako moldatua. 1991.
- *Gaioren Institutionum.* 1992. (Gaztelaniazko lehen argitaralditik aterea, Madril, 1845).
- *Aita Frantzisko Vitoriakoaren De indis insulanis. De iure belli.* 1993. (Lyonen 1557an egindako lehen argitaralditik aterea).

INFORMES EXTRAORDINARIOS

- *Los calabozos. Centros de detención municipales y de la Ertzaintza.* 1991.
- *Los psiquiátricos. Situación de los enfermos mentales en los hospitales psiquiátricos.* 1992.
- *Las residencias de tercera edad en la Comunidad Autónoma Vasca (1992-1993).* 1994.
- *Cinco años de la Institución del Ararteko en el País Vasco (1989-1994).* 1994.
- *Informe extraordinario sobre la asistencia no residencial a la tercera edad en la Comunidad Autónoma del País Vasco (1994-1995).* 1996.
- *Situación de las cárceles en el País Vasco.* 1996.
- *Atención a la infancia y a la adolescencia en situación de desprotección.* 1997.
- *Intervención con menores infractores.* 1998.
- *Protección de la calidad del agua en los embalses del sistema Zadorra.* 1999.
- *La situación de los servicios sociales de base en la CAPV.* 1999.
- *Atención comunitaria de la enfermedad mental.* 2000.
- *La respuesta a las necesidades educativas especiales en la CAPV.* 2001.
- *Situación de la población temporera en Álava.* 2002.
- *La integración laboral de las personas con discapacidad en la CAPV.* 2003.
- *Accesibilidad en edificios de uso público de la Comunidad Autónoma del País Vasco.* 2003.
- *Respuesta institucional a la violencia contra las mujeres en la CAPV.* 2003.
- *Atención a personas mayores en la CAPV: servicio de asistencia domiciliaria, centros de día y centros residenciales.* 2005.
- *Situación de los menores extranjeros no acompañados en la CAPV.* 2005.
- *Respuesta a las necesidades básicas de las personas sin hogar y en exclusión grave.* 2006.
- *Convivencia y conflictos en los centros educativos.* 2006.
- *Las políticas públicas de vivienda dirigidas a la población joven en la CAPV.* 2007.
- *Atención socio-sanitaria: una aproximación al marco conceptual y a los avances internacionales y autonómicos.* 2008.
- *Condiciones de trabajo en el tercer sector de intervención social.* 2008.
- *Atención institucional a las víctimas del terrorismo en Euskadi.* 2009.
- *La transmisión de valores a menores.* 2009.
- *La situación de las personas transgénero y transexuales en Euskadi.* 2009.
- *El papel de las instituciones vascas respecto a los consumos de drogas de la adolescencia.* 2010.
- *La situación de los servicios sociales de base en la Comunidad Autónoma del País Vasco.* 2010.
- *Diagnóstico de accesibilidad del sistema de transporte público en la CAPV.* 2011.
- *Infancias vulnerables.* 2011.
- *La aplicación de la ley de promoción de la autonomía personal y atención a la dependencia en la CAPV.* 2011.

INFORMES ANUALES

- *Volúmenes:* 1989, 1990, 1991, 1992, 1993, 1994, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011.

RECOMENDACIONES

- *Recomendaciones* 2002, 2003, 2004.

OTRAS PUBLICACIONES

- *Normas de redacción / Idatz arauak.* 1992.
- *Tercera Conferencia Europea del Ombudsman. La importancia del Ombudsman regional.* 1993.
- *Dichos y hechos / Esanak eta eginak.* Juan San Martín, Ararteko. 1994.
- *XV Jornadas de Coordinación de Defensores del Pueblo.* 2000.

Facsimiles

- *Jaquin-bide Iritarautia - 1820.* Texto manuscrito inédito, en euskara, sobre la Constitución de Cádiz, adaptado para la enseñanza. 1991.
- *La Instituta de Gayo.* 1992. (De la primera edición española, Madrid, 1845).
- *De indis insulanis. De iure belli.* Fray Francisco de Vitoria, 1993. (De la primera edición en Lyon, 1557).

- Valentín de Forondaren *Cartas sobre la policía*. 1998. (Iruñean 1820an egindako bigarren argitaralditik aterea).
- Miguel de Lardizábal y Uriberen *Apología por los Agótes de Navarra y los Chuetas de Mallorca, con una breve digresión á los vaqueros de Asturias*. 2000. (Madriren 1786an egindako lehen argitaralditik aterea).
- Manuel de Lardizábal y Uriberen *Discurso sobre las penas contrahido á las leyes criminales de España, para facilitar su reforma*. 2001. (Madriren 1782an egindako lehen argitaralditik aterea).
- Xabier Maria Muniberen *Discursos inéditos*. 2002.
- Rita de Barrenechea eta beste emakume batzuk. *Catalin y otras voces de mujeres en el siglo XVIII*. 2006.

«P. Francisco de Vitoria» Giza eskubideen saila (bekadunen lanak)

- E. J. Ruiz. *El derecho al ambiente como derecho de participación*. 1993.
- M. Á. Encinas. *Viviendas de protección oficial y arrendamientos en el País Vasco (1982-1991)*. 1994.
- G. Varona. *La inmigración irregular. Derechos y deberes humanos*. 1994.
- A. Bergara. *Hezkuntza- eta Hizkuntza-eskubideak indarreko lege-araubidean*. 1996.
- M^a J. Fernández de Landa. *El control interinstitucional en la Unión Europea*. 1996.
- I. P. Sánchez. *Rechazo social hacia las personas seropositivas en la CAPV*. 1998.
- J. Morquecho. *Intervención comunitaria en Euskadi. Acercamiento a la acción social sobre la exclusión*. 1999.
- G. Moreno. *Trabajo y ciudadanía. Un debate abierto*. 2003.
- A. Olarte. *Alternativas a la cárcel en Euskadi: el trabajo en beneficio de la comunidad*. 2006.
- B. Sicilia. *Derechos fundamentales y Constitución Europea*. 2006.
- J. Zarauz. *Incidencia del padrón municipal en el ejercicio de los derechos de las personas extranjeras en situación irregular*. 2007.
- I. Mujika. *Visibilidad y participación social de las mujeres lesbianas en Euskadi*. 2007.

«Francisco de Vitoria» Giza eskubideen bilduma

Hausnartzeko eta parte hartzeko foroak

- *Eskolako bizikidetasuna eta gatazkak*. 2007.
- *Nerabe eta gazte lesbiana, gay, transexual eta bisexualak: trabak eta gaitzespenak beren garapen pertsonalean, harremanetan eta sozializazioan*. 2008.
- *Cannabisa. Erabilerak, segurtasun juridikoa eta politikak*. 2011.

Jardunaldiak

- *Eskubide sozialen egungo egoera*. 2008.
- *Politika publikoen eronkak demokrazia aurreratu batean*. 2009.

«Juan San Martín» Giza eskubideen bilduma (bekadunen lanak)

- J. M. Septién. *Mugarik gabeko eskola. Ikaste etorkinen irakaskuntza Araban*. 2006.
- A. Bacigalupe, U. Martín. *Osasun arloko gizarte desberdintasunak EAEko biztanleen artean*. 2007.
- J. L. Fuentes, T. L. Vicente. *Biztanleria magrebtarra Euskal Autonomia Erkidegoan. Egoera eta itxaropenak*. 2007.
- F. J. Leturia, N. Etxaniz. *Adinekoen eskubideak eta tratu desegokiaren prebentzioa*. 2009.
- I. Orbeagozo, A. I. Pérez, L. Pego. *Gizabanakoari eskubideak etetea terrorismo kasuetan: arreta berezitu atxiloaldi inkomunikatuari*. 2009.
- A. Gozalo, E. Jiménez, L. Vozmediano. *Adingabeak edo atzeritarra? Esku hartzeko politiken azterketa, lagundu gabeko adingabe atzeritarren gainekoa*. 2010.
- M. Arnos, M. Mazkarian, A. Arnos, S. Luciani, A. Villalón, A. Otaegi. *Etorkinek zerbitzu eta prestazioetara duten sarbidea, Euskal Autonomia Erkidegoan*. 2011.
- Farapi: Ana Beatriz Rodríguez Ruano, Oihane García Santiago, Amaia Benito Pumarejo, Aritz Rodríguez Gutiérrez, Nerea Elías Muxika, Begoña Pecharromán Ferrer. *Aplicación de los Derechos de las personas usuarias y consumidoras en la Comunidad Autónoma del País Vasco*. 2012.

- *Cartas sobre la policía*. Valentín de Foronda, 1998. (De la 2^a edición en Pamplona, 1820).
- *Apología por los Agótes de Navarra y los Chuetas de Mallorca, con una breve digresión á los vaqueros de Asturias*. Miguel de Lardizábal y Uribe, 2000. (De la primera edición en Madrid, 1786).
- *Discurso sobre las penas contrahido á las leyes criminales de España, para facilitar su reforma*. Manuel de Lardizábal y Uribe, 2001. (De la primera edición en Madrid, 1782).
- *Discursos inéditos*. Javier María de Munibe, 2002.
- *Catalin y otras voces de mujeres en el siglo XVIII*. Rita de Barrenechea y otras autoras. 2006.

Colección Derechos humanos «P. Francisco de Vitoria» (trabajos becados)

- E. J. Ruiz. *El derecho al ambiente como derecho de participación*. 1993.
- M. Á. Encinas. *Viviendas de protección oficial y arrendamientos en el País Vasco (1982-1991)*. 1994.
- G. Varona. *La inmigración irregular. Derechos y deberes humanos*. 1994.
- A. Bergara. *Hezkuntza- eta Hizkuntza-eskubideak indarreko lege-arabidean*. 1996.
- M^a J. Fernández de Landa. *El control interinstitucional en la Unión Europea*. 1996.
- I. P. Sánchez. *Rechazo social hacia las personas seropositivas en la CAPV*. 1998.
- J. Morquecho. *Intervención comunitaria en Euskadi. Acercamiento a la acción social sobre la exclusión*. 1999.
- G. Moreno. *Trabajo y ciudadanía. Un debate abierto*. 2003.
- A. Olarte. *Alternativas a la cárcel en Euskadi: el trabajo en beneficio de la comunidad*. 2006.
- B. Sicilia. *Derechos fundamentales y Constitución Europea*. 2006.
- J. Zarauz. *Incidencia del padrón municipal en el ejercicio de los derechos de las personas extranjeras en situación irregular*. 2007.
- I. Mujika. *Visibilidad y participación social de las mujeres lesbianas en Euskadi*. 2007.

Colección Derechos humanos «Francisco de Vitoria»

Foros de reflexión y participación

- *La convivencia y los conflictos en el ámbito escolar*. 2007.
- *Adolescentes y jóvenes lesbianas, gays, transexuales y bisexuales: dificultades y rechazos en su desarrollo personal, en sus relaciones y en su socialización*. 2008.
- *Cannabis. Usos, seguridad jurídica y políticas*. 2011.

Jornadas

- *La actualidad de los derechos sociales*. 2008.
- *Los retos de las políticas públicas en una democracia avanzada*. 2009.

Colección Derechos humanos «Juan San Martín» (trabajos becados)

- J. M. Septién. *Una escuela sin fronteras. La enseñanza del alumnado inmigrante en Álava*. 2006.
- A. Bacigalupe, U. Martín. *Desigualdades sociales en la salud de la población de la CAPV*. 2007.
- J. L. Fuentes, T. L. Vicente. *La población magrebt en el País Vasco. Situación y expectativas*. 2007.
- F. J. Leturia, N. Etxaniz. *Los derechos de las personas mayores y la prevención del maltrato*. 2009.
- I. Orbeagozo, A. I. Pérez, L. Pego. *La suspensión individual de derechos en supuestos de terrorismo: especial consideración de la detención incommunicada*. 2009.
- A. Gozalo, E. Jiménez, L. Vozmediano. *¿Menores o extranjeros? Análisis de las políticas de intervención sobre menores extranjeros no acompañados*. 2010.
- M. Arnos, M. Mazkarian, A. Arnos, S. Luciani, A. Villalón, A. Otaegi. *Acceso de la población inmigrante en la Comunidad Autónoma Vasca a los servicios y prestaciones*. 2011.
- Farapi: Ana Beatriz Rodríguez Ruano, Oihane García Santiago, Amaia Benito Pumarejo, Aritz Rodríguez Gutiérrez, Nerea Elías Muxika, Begoña Pecharromán Ferrer. *Aplicación de los Derechos de las personas usuarias y consumidoras en la Comunidad Autónoma del País Vasco*. 2012.

Material didaktikoak

- G. Azkarate, L. Errasti, M. Mena. *Giza Eskubideen hezkuntzari buruzko baliabideak* (Bigarren Hezkuntza). 2000.
- Zenbait egile (IPE). *Gure eskubideak* (Lehen Hezkuntza). 2001.
- E. Acero, I. Mier. *Giza eskubideak jokoan* (Bigarren Hezkuntza). 2001.
- Mugarik Gabe. *Sortuz / Generando* CDA. 2004.
- Ikasleen lanak. *Gure eskubideak / Nuestros derechos*. 2004.
- ZiberBullying-a. *Teknologia berrien bidezko jazarpena prebenitzeko material didaktikoa*. 2008.
- Leihoak. *Abentura ERREALA Mundu BIRTUALEAN*. Gozatu Internetez... Sarean erori gabe. 2008.

«Giza eskubideei buruzko jardunaldiak» bilduma

- *El derecho a la no discriminación por motivo de raza*. 1997.
- *Vigencia y futuro de la Declaración Universal de los Derechos Humanos en su 50 aniversario*. 1998.
- *Los derechos no caducan con la edad: el año internacional de las personas mayores*. 1999.
- *Una cultura de paz: cimiento para los derechos humanos*. 2000.
- *Responsabilidad penal de los menores: una respuesta desde los derechos humanos*. 2001.
- *Derechos humanos y nuevas tecnologías*. 2002.
- *La prevención y erradicación de la tortura y malos tratos en los sistemas democráticos*. 2003.
- *El trabajo en el siglo XXI: perspectivas de futuro*. 2004.
- *Familia berriak eta berdintasun printzipioa: eztabaida irekia*. 2005.
- *Arartekoa: XXI. menderako Ombudsmana*. 2006.
- *Herritarrek ingurumenean edo gizartearen eragina duten azpiegiturei buruzko erabakietan parte hartzea. Hausnartzeko eta herritarrek parte hartzeko IV. Foroa: Herritarren partaidetza: fikzioa ala errealitatea?* 2007.
- *Osasun mentala eta pertsonen eskubideak*. 2008.
- *Haurrak babesteko sistemak eta horien erronkak*. 2009.
- *Lana, familia eta norberaren bizitza bateragarri egiten laguntzeko politika publikoak berriz aztertzeko bidean*. 2010.
- *Gaixotasun arraroak: arreta publikoa behar duen errealitate baten argizaldea*. 2011.

Materiales didácticos

- G. Azkarate, L. Errasti, M. Mena. *Materiales para la educación en Derechos Humanos* (E. Secundaria). 2000.
- Varias autoras (IPE). *Nuestros derechos* (E. Primaria). 2001.
- E. Acero, I. Mier. *Los derechos humanos en juego* (E. Secundaria). 2001.
- Mugarik Gabe. *CD Sortuz / Generando*. 2004.
- *Trabajos de alumnos. Gure eskubideak / Nuestros derechos*. 2004.
- *CiberBullying. Material didáctico para la prevención del acoso por medio de las nuevas tecnologías*. 2008.
- *Ventanas. Una Aventura REAL en un Mundo VIRTUAL. Disfrutar de Internet... sin caer en la Red*. 2008.

Colección «Jornadas sobre derechos humanos»

- *El derecho a la no discriminación por motivo de raza*. 1997.
- *Vigencia y futuro de la Declaración Universal de los Derechos Humanos en su 50 aniversario*. 1998.
- *Los derechos no caducan con la edad: el año internacional de las personas mayores*. 1999.
- *Una cultura de paz: cimiento para los derechos humanos*. 2000.
- *Responsabilidad penal de los menores: una respuesta desde los derechos humanos*. 2001.
- *Derechos humanos y nuevas tecnologías*. 2002.
- *La prevención y erradicación de la tortura y malos tratos en los sistemas democráticos*. 2003.
- *El trabajo en el siglo XXI: perspectivas de futuro*. 2004.
- *Nuevas familias y principio de igualdad: un debate abierto*. 2005.
- *El Arartekoa: un Ombudsman para el siglo XXI*. 2006.
- *La participación ciudadana en las decisiones sobre infraestructuras de incidencia ambiental o con impacto social. IV Foro de reflexión y participación ciudadana: La participación ciudadana: ¿ficción o realidad?* 2007.
- *Salud mental y derechos de las personas*. 2008.
- *Los sistemas de protección de la infancia y sus retos*. 2009.
- *Hacia una revisión de las políticas públicas de apoyo a la conciliación de la vida laboral, familiar y personal*. 2010.
- *Las enfermedades raras: luces y sombras de una realidad que precisa de atención pública*. 2011.

