

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