



3. MERKATU-KONTROLA

Merkatu-kontrola jarduera sorta bat da, hain zuzen ere kontsumitzaileen eskura dauden produktuek eta zerbitzuek indarreko legerian eskatutako baldintzak (etike-
tei, informazioari eta segurtasunari dagokienez) betetzen dituztela egiaztatzeko
ikuskatze-jardueren sorta, egiaztapena jarduera programatu edo planifikatuen
bitartez eginik, edota salaketen, erreklamazioen, komunikazioen eta/edo beste
autonomia-erkidego batzuen inhibizioaren ondoriozko jarduera puntualak eginez.

Horrek esan nahi du arau zorrotzak dituzten produktuen edo sektoreen
etiketak kontrolatzeko ikuskapen sistematikoak egin behar direla, baita gataz-
katsuak izateagatik arreta berezia eskatzen duten produktu eta zerbitzu jakin
batzuen jarraipena ere, horien segurtasuna egiaztatuta.

Honako jarduera hauek biltzen ditu:

- Ikuskatzeko eta kontrolatzeko kanpainak; jarduera programatuak dira,
eta horien helburu nagusia araudia bete dadin zaintzea da. Arreta berezia
jartzen da zorrotz araututa dauden sektoreen ikuskapen sistematikoan eta
hainbat produkturen etiketatzean.
- Osasunerako edo segurtasunerako arriskutsuak izan daitezkeen produk-
tuak identifikatzea, ibilgetzea, eta, beharrezkoa den kasuetan, merkatutik
kentzea.

3.1. IKUSKATZEKO ETA KONTROLATZEKO KANPAINAK

Hainbat arrazoi direla-eta (arau-aldaketak, kontsumo handia, erreklamazio
kopurua, arazoen detekzioa, normalizazio-premiak eta abar) berariaz kontro-
latzeko hautatzen diren produktuen, ondasunen eta zerbitzuen edota merkata-
ritza-praktiken inguruan programatzen dira ikuskapen-kanpainak.

2008. urtean honako produktu eta zerbitzu hauen ikuskatze-kanpainak egin
ziren:

1. Arrainen etiketak (otsaila).
2. Txandakako hiri-aparkalekuen zerbitzuak (apirila).

3. Oinetakoen etiketak, konposizioa eta laginak hartzea (maiatza).
4. Edari energetikoen etiketa eta konposizioari buruzko laginak hartzea (ekaina).
5. Linea zuriko etxetresna elektrikoen etiketen laginak hartzea (ekaina).
6. Farmazietan erosketa-tiketa egiten eta entregatzen dela egiaztatzea (uztaila).
7. Glutenik gabeko elikagaien laginak hartzeko kanpaina (iraila).
8. Jostailuen kontrola eta segurtasuna. CE ikurraren egiazkotasuna egiaztatzea (azaroa).
9. Telekomunikazio-zerbitzuak: telefonia mugikorra kontratuarekin (abendua).

3.1.1. Arrainen etiketak

2008ko otsailaren bigarren hamabostaldian, Kontsumoko ikuskapen-zerbitzuek arrainen etiketak kontrolatzeko kanpaina gauzatu zuten, soltean saltzeko txikizkako establezimendutan, 2007. urteko kanpainan aurreikusita zegoen bigarren fasearekin bat etorriz.

Kanpaina horren helburua honako hau izan zen: 2007an, ikuskatuak izan ondoren, irregulartasunak konpontzea eskatu zitzaizen establezimendu guztiek etiketak egokitu zituztela eta araudian ezarritakora egokitzen zirela egiaztatzea.

2007an egindako kanpainatik ateratako datuen arabera, ikuskatu beharreko establezimendu minoristen kopurua 50 zen, EAEko hiru lurraldeetan banatuta. Era berean, establezimendu bakoitzean programatu zen saltzeko jarritakoen artetik hiru arrain mota ikuskatzea.

Adierazi behar da kanpaina horretan Gasteizko, Muskizko eta Bilboko Kontsumoko Udal Bulegoetako ikuskapen-zerbitzuek lagundu zutela, zenbait kasutan lehen aldiz.

56 establezimendu ikuskatu ziren, baina ikuskapena egin zen unean horietako bik jarduera bertan behera utzita zuten eta beste batean ezin izan zen



ikuskapena egin ikuskatuak uko egin ziolako eta ez zuelako ikuskapena egiten utzi; azken horri zigor-espeditatea ireki zitzaion.

Arrain eta produkzio-metodo desberdinei lotutako 157 ikuskapen-protokolo egin ziren, eta honako hau egiaztatu zen:

- Ikuskatutako arrainen % 98k etiketa bistan zuten.
- Etiketen % 91,72k espeziearen izendapen komertzialari buruzko informazioa ematen zuen.
- % 82,17k arrainaren produkzio-metodoari buruzko informazio zuzena ematen zuen, hala nola: erauzteko arrantzakoak, ur gezatan harrapatuak, hazkuntzakoak edo akuikulturakoak eta/edo itsaski-bilketakoak.
- Ikuskatutako produktuen % 78,34k harrapaketa- edo hazkuntza-zonaren izenari buruzko informazioa gaineratzen zuen etiketan. Aplikatzekoa den araudiak adierazten du etiketan harrapaketa-zonak zein eratan adierazi behar diren.
- Ikuskatutako arrainen % 78,34k informazioa ematen zuten aurkezpen-moduari eta arrainak jasotako tratamenduari buruz. Arraina modu desberdinetan aurkez daiteke: triparik gabe, buruarekin, bururik gabe, xerratan, egosia edo desizoztua eta abar.
- Etiketen % 96,82k neurri-unitateko prezioaren berri ematen zuen.
- Ikuskatutako establezimenduen % 92,67k zituzten erreklamazio-orriak, eta orri horiek bazituztela adierazten zuen kartela.

Neurri zuzentzaileak

Lortutako emaitzak ikusita egiaztatu zen establezimendu horien betetze-maila 2007ko kanpainakoa baino handiagoa izan zela, datu zuzenak % 87,56ra iritsi zirelako, eta 2007an % 77,55era besterik ez.

Aipatu beharra dago handizkako establezimenduek ere arrainari dagokion etiketa jarri behar diotela, aplikatzekoa den informazioa adieraziz.

Arraina hornitzen duten enpresak erkidego honetako arrantza-zonetako arrain-lonjetan baldin badaude, horiek ere ikuskatu egin behar dira. Kasu horietan, Nekazaritza Sailaren Arrantza Zuzendaritzaren lankidetzara eskatzen da.

3.1.2. Txandakako hiri-aparkalekuen zerbitzuak

2008ko apirilean zehar, Kontsumoko Lurralde Bulegoetako ikuskapen-zerbitzuek, Irun eta Bilboko KIUBekin lankidetzan, ikuskapen-kanpaina hori gauzatu zuten, besteak zenbait arrazoiren artean, erabiltzaileen Babesa Hobetzeari buruzko abenduaren 29ko 44/2006 Legean bilduta dauden ibilgailu-aparkalekuak arautzen dituen araudian (2002ko azaroaren 15eko 40/2002 Legea) aldaketak egin zirelako, besteak beste ibilgailuaren estazionamenduaren benetako denbora fakturatzeari lotuta.

Kanpaina horren helburu nagusia izan zen aparkamendu-kontratua arautzen duen araudiaren betetze-maila egiaztatzea.

Era berean, helburu zehatzagoak ezarri ziren:

- Aparkalekuetara sartzeko frogagiri edo egiaztagirik entregatzen den egiaztatzea.
- Aparkalekura sartu baino lehen prezioak, ordutegiak eta erabilera- eta funtzionamendu-arauak ikusteko moduan adierazten direla egiaztatzea.
- Aparkatutako benetako denbora fakturatzeko duten egiaztatzea.
- Erreklamazio orriak eta orri horiek dituztela adierazten duten iragarki-taulak dituzten egiaztatzea.

EAEen ibilgailuen txandakako aparkamendua zeukaten aparkaleku guztiak ikuskatzea programatu zen, horiek pribatuak nahiz administrazio-emakidak izanik ere. Horrela, EAeko 63 aparkalekuetara egin ziren bisitak eta 62 ikuskapen-protokolo bete ziren. Aparkaleku batean, Donostian, Ilunbekoan hain zuzen ere, ezin izan zen ikuskapena egin parkinga kirol eta/edo kultur ekitaldiak egiten direnean bakarrik irekitzen delako.

Egindako protokoloen emaitzak aztertuta, honako hau ikus daiteke:

- Ikuskatutako aparkaleku guztiek (ikuskapenaren unean obretan zegoen batek izan ezik) parkingean sartu aurreko sistema bat zeukaten, ibilgailu orok aparkatzeko espazio libre bat zuela bermatzeko.
- Ia parking guztiek, bik izan ezik, sartzeko frogagiria edo egiaztagiria ematen zioten erabiltzaileari. Dena dela, bi salbuespenei dagokienez, adierazi



behar da horietako batek erregistro bat zeukala eta bertan ibilgailuaren datuak, sarrera-eguna eta ordua adierazten zituztela; eta beste kasuan, haizetakoan tiketa jartzen zuten eskuz, autoaren datuak eta sarrera-eguna eta ordua adieraziz.

— Erabiltzaileari entregatzen zaion sarrera-frogagiriak bildu behar duen informazioari (parkingean sartutako eguna, ordua eta minutua) dagokionez, kanpainaren emaitzak erakutsi zuen kasu guztietan betetzen zela. Era berean, ibilgailuaren identifikazioari buruzko informazioari dagokionez, adierazi behar da hori barne hartzen ez zutenek adierazi zutela sistemak aldatzeko prest zeudela, informazio hori eskaintzeko.

— Egiaztatuta geratu zen parkingen % 35ek ez zutela prezioari eta erabiler- eta funtzionamendu-arauei buruzko informaziorik ematen bertan sartu aurretik. Alderdi horiei buruzko informazioa tiketa jasotzen zen kabinan eta irteerako kabinan zegoen ipinita. Kokaleku horiek establezimenduaren barruan zeudenez, erabiltzaileak ez zuen aukerarik informazioa aldeztu aurretik lortzeko, eta ez bazuen aparkatu nahi, ibilgailuarekin egin beharreko maniobra ezinezkoa edo arriskutsua zen, atzeraka ateratzea besterik ez zegoelako.

Zenbait kasutan, ikuskatutako aparkalekuek adierazi zuten «kortesia» bost minutura arteko tartea zutela, eta tarte horretan ez zela kobratzen erabiltzaileak establezimendura sartu ondoren berehala atera nahi bazuen. Baina informazio hori ere ez zegoen erabiltzailearen esku, ez baitzen inon iragartzen. Beste kasu gutxi batzutan (% 8), sartzegatik bakarrik kanon bat kobratzen zuten.

— Tarifazioari zegokionez, egiaztatu zen ia parking guztiek aparkatutako benetako denboraren arabera kobratzen zutela, €/minutu prezioa desberdina izanik batez ere aparkamenduko lehen minutuetan (aparkalekuen % 63), ondorengo minutuetan baino garestiagoa baitzen. Beraz, nolabaiteko «urrezko minutua» zegoela esan daiteke. Gainera, kasu askotan (% 23) praktika hori lehen 15 minutuetara zabaltzen zen.

Prezio borobiltzeari dagokionez, ikuskatutakoek adierazi zuten 0,05€-ra egiten zela, eta datu hori egin ziren protokoloek gaineratutako tiketen batean egiaztatu zen.

— Azkenik, erreklamazio-orriek eta horiek edukitzeari buruzko informazioari zegokionez, egiaztatu zen betetze-maila handia zegoela, salbuespen batzuekin (kasuen % 10 inguru).

Establezimenduaren titularra ibilgailua aparkatuta egon den bitartean egindako kalteengatiko edozein erantzukizunengatik salbuetsita geratzen dela iragartzen duen kartelak edo legendak jartzeko debekuari dagokionez, egiaztatu zen betetze-maila oso handia zela (% 3k bakarrik ez zuten betetzen araua).

Neurri zuzentzaileak

Erabiltzaileari eskaintzen zaion informazioan irregulartasunak zituztela ikusi zen aparkaleku guztiei horiek konpontzeko eskaera egin behar zaie, irregulartasunak batez ere honako alderdi hauei lotuta egonik:

- Aparkalekuan sartzeraoan tiketik ez ematea.
- Tiketari ibilgailuaren identifikaziorik ez edukitzea.
- Kortesia-zerbitzu minutuei buruzko informaziorik eza, hala sarreran nola irteeran.
- Hizkuntza ez ofizialean aurkeztutako informazioa.
- Tarifei buruzko informazioa falta da.
- Erreklamazio-orriak badaudela adierazten duen kartelik ez dago.
- Erreklamazio-orririk ez dago.
- Aparkalekuek bertan sartu baino lehen informaziorik ez adierazteari lotutako alderdiak.

Tarifei eta zehazkiago *urrezko minutua* delakoari dagokienez, zenbait establezimendutan lehen minutua doakoa zela adierazi arren minutu hori fakturatu egiten zen. Zenbait aparkalekutan ere lehen hamabost minutuetako tarifa gainerako denbora baino garestiagoa zen. Praktika horiek guztiak ez datoz bat lege erregulatzailarekin.

Era berean, ikuskapen-protokoloaren 5. puntuan irregulartasunak aurkitu diren (suteen kasuan erantzukizunik ez hartzeari buruzko informazioa duten legendak/kartelak, eta abar) aparkalekuetan abusuzko klausulak egon daitezkeela aztertu beharko da.



3.1.3. Oinetakoen etiketak, konposizioa eta laginak hartzea

Maiatzean Kontsumoko Lurralde Bulegoetako eta Gasteiz, Hernani, Irun, Bilbo, Uribe-Kosta eta Erandioko Kontsumitzaileen Informaziorako Bulegoen ikuskapen-zerbitzuek oinetakoen etiketak, konposizio eta lagin-hartzea kontrolatzeko kanpaina gauzatu zuten.

Kanpainak honako helburu hauek zituen:

- Kontsumitzaileentzat salmentan jarritako oinetakoek araudian exijitutako etiketatze-betebeharrak biltzen dituztela egiaztatzea.
- Oinetako jakin batzuen kontrol analitikoaren bitartez egiaztatzea etiketetan deskribatutako etiketatze- eta konposizio-baldintzak betetzen zituztela eta beren konposizioan osasunarentzat arriskutsuak diren substantziak eta/edo osagaiak ez zituztela.

Hiru lurraldeen artean 90 establezimendu ikuskatzea eta establezimendu bakoitzean hiru ikuskapen-protokolo egitea (hiru zapata-pare desberdinentzat) programatu zen.

Ikuskatu beharreko establezimenduak honako hauek izan ziren: jarduera nagusizat oinetako-salmenta duten txikizkako establezimenduak, azalera handietako oinetakoen sekzioak, eta prezio merkeko bazarrak eta dendak, salgaiaren jatorria Asiako herrialde bat izanik.

Era berean, programatu zen oinetakoen sei arauzko lagin-hartze egitea.

Ikuskapenaren emaitzak aztertu ondoren honako hau egiaztatu zen:

- Programatutako establezimenduen % 100 ikuskatu zen.
- 271 protokolo bete ziren, hau da, planifikatutakoaren % 100.
- Sei lagin-hartze egin ziren.

Protokoloen emaitzak kontuan izanda, honako ondorio hauek azpimarra daitezke:

Ikuskatutako oinetakoen % 6,64 ez zegoen salmentan jarrita zegokion etiketarekin, gutxienez ere oinetako-parearen unitate bat.

Bestalde, ikuskatutakoen % 8,12k ez zituen etiketak arauak adierazten duen moduetakoren batean, hau da: oinetakoan inprimatua, oinetakoan itsatsita eta/edo estanpatuta eta/edo kartoizko edo paperezko etiketa-euskarriarekin.

Horrez gain, kasuen % 7,01ean, ez ziren oinetakoaren zatiak adierazten (oin-gaina, forrua, plantilla eta zola), ezta zati horien konposizioa ere.

Irregularitasunen ehuneko berbera (% 7,01) aurkitu zen egiaztatu zenean oinetakoen zatiak eta zati horien konposizioa etiketan nola agertzen ziren identifikatuta.

Arauak adierazten du piktogramen bitartez edo testuan identifikatu daitezkeela. Informazioa testu baten bidez eskaintzen bada, hizkuntza ofiziala(k) erabiliko d(ir)a. Ikuskatutako oinetakoen % 5,54k ez zuten baldintza hori betetzen.

Ez-betetze gehienak aurkitu ziren puntua izan zen saltokiek erakutsi behar duten kartelari buruzkoa, non adierazi behar dituzten oinetakoaren zatiak eta erabilitako materialen konposizio desberdinak. Hori piktogramen eta/edo testu idatziaren bitartez adieraz daiteke. Ez-betetze maila ikuskatutako establezimenduen % 46,86ra iritsi zen.

Erreklamazio-orriei eta horiek eskura edukitzeari buruzko informazioa ematen duen kartelari dagokionez, egiaztatu zen ikuskatutako establezimenduen % 12k ez zutela arau hori betetzen.

Egin ziren eta Ikerketa eta Kalitate Kontroleko Zentrora (CICC) aztertzeko bidali ziren sei lagin-hartzeei dagokienez, emandako emaitzen arabera bat zetozen aplikatzekoa den araudiarekin.

Neurri zuzentzaileak

Kontsumitzaileentzat salgai jartzen diren produktu guztiek behar bezala etiketatuta egon behar dutela eta aplikatzekoak zaizkien araudiak bete behar dituztela beharrezkotzat jotzen da. Horretarako, erabaki zen irregularitasunak aurkitu diren establezimenduetako arduradunei informatzea, saltzen dituzten oinetakoen etiketatze egokiaren legezko erantzuleak baitira.



Oinetakoak fabrikatzen eta/edo inportatzen dituzten enpresak kokatuta dauden autonomia-erkidegoetako Kontsumo Zuzendaritzari aurkitutako irregulartasunen berri emango zaie komunikazio baten bidez.

3.1.4. Linea zuriko etxetresna elektrikoen etiketen laginak hartzea

Beste autonomia-erkidego batzuekin koordinatuta planifikatutako kanpainen barruan, linea zuriko etxetresna elektrikoen etiketak, energia-kontsumoari buruzko informazioa eta beste baliabide batzuk kontrolatzeko kanpaina hau diseinatu zen.

Kanpainen aparatu desberdinen laginak hartu ziren. Zehazki, erkidego honi egokitu zitzaion lau lagin adierazle hartzea, bi laberi eta bi garbigailuri zegozkienak.

Kanpaina honetarako laginak hartu ziren labeak izan ziren «sare elektrikoarekin elikatutako etxeko erabilerako aparatuak, beste aparatu elektriko batzuetan sartutako labeak barne». Salbuetsita geratu ziren beste energia-iturri batzuk erabiltzen dituzten labeak, arau harmonizatuek estali gabeko labeak eta 18 kilogramotik beherako masa duten labe eramangarriak (finkoak ez direnak), betiere ez badira instalazioetan doitzera destinatzen.

Lagin-hartzearen xede izan ziren garbigailuak etxeko erabilerakoak eta sare elektrikoarekin elikatutakoak izan ziren. Salbuetsita geratu ziren zentrifugatzen ez duten garbigailuak, garbitzeko eta zentrifugatzeke upelak bereizita dituztenak, garbigailu-lehorgailu konbinatuak eta, oro har, beste energia-iturri batzuk erabiltzen dituztenak.

Bi produktu mota horien lagin-hartzeak kostu txikiagoko eta jendeak gutxiago ezagutzen dituen marketako aparatuetan egin ziren, eta azalera handietan edo produktu-sorta horretan espezializatutako dendetan hartu ziren.

Lagin horiek CICCren laborategira bidali ziren, eta argitalpen hau itxi den unean oraindik ez dituzte bidali emaitza guztiak.

3.1.5. Edari energetikoen etiketa eta konposizioari buruzko laginak hartzea

Beste autonomia-erkidego batzuekin koordinatuta planifikatu zen beste kanpaina bat edari energetikoena izan zen. Kanpaina hori egiteko hainbat arrazoi zeuden: ariketa fisikoa egin ondoren bitaminak, gatz mineralak eta beste substantzia batzuk ematen dituztela esaten duten produktuak egotea merkatuan, kontsumitzaileak nahastu egin ditzaketanak; era berean, irizpide berriak markatzen dituzten eta elikagai mota horretan beren osagai guztiei buruz agertu behar duen informazioa adierazten duten etiketatze-arau berriak.

Nutrizioari eta Dieta Erabilera Bereziatarako Elikagaiei buruzko Codexaren Batzordeak edari energizatzailea honela definitzen du: «gorputzari energia-maila altua hornitzeko erabilitako edaria, baina jarduera fisikoaren ondoriozko ur- eta mineral-galera konpentsatzen saiatzen ez dena»

Hala eta guztiz ere, gaur egun merkatuan dauden hainbat produkturen ize-nean era deskribapenean erabilitako «energia» hitzak, askotan, substantzia aktibo jakin batzuen eragin farmakologikoa aipatzen du eta ez ordea konposizioaren nutrienteen kaloria-ekarpena.

Kanpaina honetan, kafeina, kinina eta teina substantziak eta beste hainbat landare-estraktu (guarana, ginseng, kola-hurra) eta propietate estimulagarri dituzten beste substantzia batzuk barne hartzen zituzten botilaratu edo lata-ratutako nahasketen hiru arauzko lagin-hartze egin ziren. Salbuespen gisa, lagin-hartzean barne hartu ziren taurina (aminoazidoa da) zeukaten edariak, zenbaitetan kontzentrazio-maila handitan aurkitzen delako, eta epe luzera izan ditzakeen eraginei buruzko azterlan toxikologikorik ez dagoenez, kontsumitzaileentzat aurkako ondorioak ekar ditzake.

Bestalde, ez ziren kanpaina honetan sartu «kirol-edaritzat» hartzen direnak, halakotzat ulertuz ariketa fisikoaren ondorioz galdu diren ura, mineralak eta energia berreskuratzerantz destinatzen direnak. Aipatutako osagaietako bakar bat ere ez zeukaten edariak kanpoan geratu ziren, karbohidratoak, bitaminak edo mineralak, proteinak edo aminoazidoak (leuzina, isoleuzina, valina, glutamina, arginina, eta abar) eduki arren, edo errendimendu fisikoa handitzeko erabiltzen diren konposatuak (adibidez isotoniko edo berhidratatzaileak deitutakoa freskagarriak) edota karbono-hidratoekin, proteinekin edo aminoazidoekin eginda dauden eta errendimendua hobetzera eta esfortzu



fisiko bat egin ondoren errekupezioa hobetzera destinatutako edariak izan arren.

CICCren laborategiak bereziki adierazi ondoren, laginak ez ziren gimnasioetan hartu.

Etiketen baldintzak egiaztatzeaz gain, laborategiko zehaztapen analitikoak kafeina, kinina, taurina eta gatz mineralen kopuruen kuantifikazioan oinarritu ziren.

Orain arte, jasotako laginen % 75aren emaitza jaso da, eta horietako bakar batek ere ez ditu debekatutako osagaiak.

3.1.6. Farmazietan erosketatik egiten eta entregatzen dela egiaztatzea

Uztailaren lehen hamabostaldian, Kontsumoko Lurralde Bulegoen ikuskapen-zerbitzuek ikuskapen-kanpaina egin zuten farmazietan erosketatik egiten eta entregatzen zutela egiaztatzeko.

Kanpainaren helburua honako hau izan zen: farmazia-establezimenduek transakzio komertzialen tiketa, faktura edo egiaztagiria emateari dagokionez araudia betetzen duten egiaztatzea.

Kanpaina honen plangintzan aurreikusi zen lurralde historiko bakoitzeko hamabost farmazia-establezimendu ikuskatuko zirela, protokoloan galdera bakarra eginez: farmazia-establezimenduak kontsumitzaileei erosketei dagozkien frogagiriak ematen ote dizkien.

Programatutako farmazia guztiak (46) ikuskatu ziren eta egiaztatu zen ikuskatutako establezimenduen % 45,66k ez dutela erosketatik ematen ofizioz.

Hala eta guztiz ere, ikuskapen-protokoloetan adierazi zen bezala, zenbait establezimenduk adierazi zuten hainbat bezerok kontua zutela farmazian eta egindako gastu guztien zerrenda osoa daukatela urtearen amaieran.

Beste kasu batzuetan adierazi zuten erosketatik entregatzen dutela bezeroak eskatzen duenean.

Erreklamazio-orriak edukitzeari eta horiek badituztela adierazten duen kartelari dagokionez, ikuskatutako hiru farmaziak bakarrik ez dute betetzen araudi hori.

Neurri zuzentzaileak

Erabaki zen erosketa-tiketa emateari dagokionez irregulartasunak zituzten farmaziei arazoa konpontzeko eskatuko zitzaizela. Era berean, erabaki zen erreklamazio-orriak ez zituzten farmaziei orri horiek eskura ditzatela eskatzea.

2009. urtean beste ikuskapen-kanpaina bat egingo da aurreko urtean irregulartasunak izan zituzten farmazientzat, irregulartasun horiek konpondu ote dituzten egiaztatzeko.

3.1.7. Glutenik gabeko elikagaien laginak hartzeko kanpaina

EAEko Administrazioaren (Industria, Merkataritza eta Turismo Saila, Osasun Saila eta Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Saila) eta Euskadiko Zeliakoen Elkartearen (EZE) artean baterako jardunak egiteko Lankidetzaren Hitzarmenaren arabera, Kontsumo eta Industria Segurtasuneko Zuzendaritzaren Ikuskaritza Zerbitzuari dagokio glutenik gabeko elikagaien laginak hartzeko kanpaina egitea.

Glutenik gabeko elikagaien laginak hartzeko kanpainak honako helburu hauek ditu:

- Analisisien bitartez egiaztatzea «glutenik gabeko» bezala saltzen diren eta etiketatzen diren elikagaiak beren osagaien artean glutenik, kontserbagarririk eta/edo dulkoratzailerik ez dutela.
- Glutena dutela aipatzen ez diren elikagaien osagaien artean elementu hori benetan agertzen den ala ez egiaztatzea.

Horretarako 30 lagin hartu ziren ondoren adierazten den produktu-sortatik, eta bertan era berean adierazten da produktu mota bakoitzerako egin behar diren arauzko laginen kopurua:



- «Glutenik gabe» lemarekin etiketatutako produktuak. Lau arauzko lagin-hartze.
- Zerealezko haur-ahiak. Sei arauzko lagin-hartze.
- Hestebeteak eta haragi-prestakinak, urdaiazpiko egosi estrak. Sei arauzko lagin-hartze.
- Esne-postreak. Lau arauzko lagin-hartze.
- Aperitiboak (gusanitoak, aromadun patata frijituak, gantxitoak). Lau arauzko lagin-hartze.
- Saltsak. Hiru arauzko lagin-hartze.
- Piperrautsak eta elikadura-koloratzaileak. Hiru arauzko lagin-hartze.

Laginak CICCren laborategira bidali ziren. Emaidza honako hau izan zen: hiru mg/kg (hiru gluten zati milioiko) baino gutxiago kasu guztietan batean salbu, zeinak emaitza gisa 20 mg/kg eman zuen, hau da, beti ere baimendutako gehieneko mugen azpitik.

3.1.8. Jostailuen kontrola eta segurtasuna. CE ikurraren egiazkotasuna egiaztatzea

Azaroan zehar, jostailuen kontrol eta segurtasunerako eta CE ikurraren egiazkotasuna egiaztatzeko kanpaina egin zen, jostailuen segurtasun-arauak onartzen dituen ekainaren 29ko 880/1990 Errege Dekretuaren eskakizunen araberak.

Kanpainak honako helburu hauek zituen:

- Hautatutako establezimenduetan dauden jostailuen etiketatze-baldintzak eta segurtasun-baldintzak egiaztatzea.
- Ikuskaritzaren ustez irregulartasunak izan ditzaketen jostailuen arauzko laginak hartzea.
- CE ikurraren benetakotasuna egiaztatzea eta, horretarako, enpresa fabrikatzailearen edo horrek Europar Batasunean duen ordezkariaren aurrean jostailuaren segurtasuna bermatzen duen dokumentaziorik badagoen ikustea.

Honako establezimendu hauek ikuskatu ziren: bazarrak, multiprezioko dendak, jostailuetan espezializatutako dendak eta merkataritzagune handietako jostailu sailak. Era berean, hiru lurralde historikoetan dauden jostailu-inportatzaileen establezimenduak ikuskatu ziren, ikuskapenak eskatutako jostailuen CE ikur egokia kreditatzen zuen dokumentazioa bazegoela egiaztatzeko.

Guztira 175 leku bisitatu ziren.

Establezimendu bakoitzean hiru ikuskapen-protokolo egin ziren, hiru jostailu mota desberdinei zegozkienak.

- «36 hilabetetik beherakoak» adinaren barruan zeudenak, hala nola: txin-txirrinak, arrastatzeko jostailuak, pelutxeak, tente-potentek, estutzeko jostailu txilibitudunak, pilagarriak, puzzleak eta antzekoak, trizikloak, autoak eta aulkitxoak panpinentzat.
- Pinturak eta bernizak zituztenak eta/edo ertz ebakitzailak, punta zorrotzak edo piletarako konexioak zituztenak.
- Maskaren eta babes-kaskoen imitazioak (adibidez: motorretarako kaskoak, industria-lanetarako segurtasun-kaskoak, suhiltzaileen kaskoak, eta abar).
- Imandun jostailuak. (Imandun jostailu guztiek dagokion oharra eduki behar dute, Kontsumoko Institutu Nazionalaren 2008ko uztailaren 7ko Ebazpenean bildutakoa).

Kanpainaren emaitzetatik, azpimarratu behar da 153 establezimendutara egin zela bisita (% 87,42), eta bertan 447 protokolo bete zirela (% 97,38). Lurraldeen arabera, 46 establezimendu Araban zeuden, 50 Gipuzkoan eta 57 Bizkaian. Protokoloei dagokienez, 114 Araban egin ziren (% 82,6), 177 Gipuzkoan (% 98,3) eta 156 Bizkaian (% 91,2).

Ondorioa:

- 50 irregulartasun-akta egin ziren, bertan 56 irregulartasun adieraziz, eta jostailuak ibilgetuz. Lurraldeen arabera, 17 Araban, 23 Gipuzkoan eta 10 Bizkaian.
- Jostailuen 612 unitate ibilgetu ziren (370 Araban, 143 Gipuzkoan eta 99 Bizkaian).



- Detektatu ziren irregulartasunak batez ere ikuskapen-protokoloaren hiru puntutan oinarritzen ziren:
 - Etiketatze egokiari buruzkoa: 16 akta (% 29,62) eta 262 unitate (% 42,81) ibilgetu.
 - Adinari buruzko oharrak edo debekuak eduki behar dituzten jostailuen kasuan: 15 irregulartasun (% 27,77) eta 103 unitate (% 16,83).
 - Azkenik, imandun jostailuen eta imanari buruzko nahitaezko oharraren kasuan, 23 irregulartasun (% 42,59) aurkitu ziren eta 247 unitate (% 40,35) ibilgetu ziren.

Era berean, ikuskaritzaren ustez ez seguruak izan zitezkeen jostailuen 14 arauzko lagin hartu ziren. Jarduketaren unean zegokion erosketa-faktura edo -albarana eskatu zen eta lagin-hartzearen aktari gaineratu zitzaion, izan ere, bertan adierazten baitziren jostailuan eta edukinontzian agertzen ziren datu guztiak.

Laborategira bidalitako laginen emaitzek adierazi zuten horietako bost bat zetoze aplikatzekoa den araudiarekin; aztertutako bi jostailutan irregulartasunak aurkitu ziren, eta zegokion autonomia erkidego eskudunari komunikazioa bidali zitzaion, enpresaren helbide soziala kontuan izanik; eta kasu batean, alerta-sarean sartu zen, jostailua segurua ez zela egiaztatu zelako. Gainerako bost laginen emaitzak ez dira iritsi oraindik.

3.1.9. Telekomunikazio-zerbitzuak: telefonia mugikorra kontratuarekin

2008. urteko azken kanpaina abenduan egin zen, kontsumitzaileek jarduerasektore horrekin erlazionatuta aurkezten duten erreklamazioen kopuru handiaren ondorioz, izan ere, 2008. urtean erreklamazio guztien % 30 inguru jarduera horri lotuta zeuden.

Hortaz, helburuak honako hauek izan ziren: telefonia-zerbitzuak eskaintzen dituzten enpresek honako gai hauek zein neurritan betetzen dituzten egiaztatzea: kontratudun telefonia mugikorreko zerbitzuetan kontsumoaren alorrean indarrean dagoen legeria, zerbitzuen kontratazio eta bajarako prozedurak (presentziala, etxean egindakoa, telefono bidezkoa edo kontratazio elektronikoa), eta kontratuen eta publizitatearen edukia.

Zehazkiago, honako hau egin nahi da:

- Zerbitzu horien publizitatea aztertu, funtsezko datuak adierazten ez dituen edo kontsumitzaileen errakuntza eragin dezakeen publizitate engainagarririk ote dagoen aurkitzeko.
- Kontratudun telefonia mugikorreko zerbitzu bat kontratatu aurretik kontsumitzaileek jasotzen duten informazio guztia egiaztatu, batez ere tarifak eta prezioak, kontratazio-prozedura, kontratua aldatzeko aukerak eta kontratua amaitzeko eskubidea erabiltzeko modua.
- Kontratuetan erabiltzaileen eskubideak mugatzen dituzten abusuzko klausulak ez daudela egiaztatu, eta bereziki eskubideak mugatzen dituztenak, adibidez neurritz kanpoko penalizazioak, elkarrekikotasunik eza edo kontratuaren alde bateko aldaketa.
- Operadoreari erreklamazioak egiteko prozedura badagoela egiaztatu, ziurtatuz sail espezializatu bat badagoela, bezeroaren arretarako zerbitzua doakoa dela, aurkeztu den erreklamazioa erreferentzia-zenbaki baten bitartez behar bezala identifikatzen dela, eta abar.
- Telefonia mugikorreko operadoreen web-orriak ikuskatuz egiaztatu orri horietan agertzen den informazioa araudian eskatzen denarekin bat datorrela, honako gai hauetan: enpresaren identifikazio-datuak, kontratatu beharreko zerbitzuen prezioak, kontratua formalizatzeko jarraitu beharreko izapideak, kontratuaren baldintza orokorrak eskura edukitzea, eta abar.
- Lurralde Bulegoetan eta Kontsumoko Arbitraje Batzordean operadore desberdinen aurka aurkeztutako erreklamazioak sakon aztertu, zerbitzuaren prestazio desegokiarekin, bidegabeko kobrantzekin, eskatu gabeko eta kobratutako prestazioekin erlazionatuta, besteak beste.

Ikuskatu beharreko establezimenduei dagokienez, adierazi behar da Telekomunikazioen Merkatuko Batzordearen web-orrian agertzen diren operadore batzuk ez dutela presentzia fisikorik erkidego honetan, eta beraz, ezin da zehaztu zein diren operadoreak eta lurralde bakoitzean ikuskatu beharreko banaketadendak. Hori dela medio, kontratu bidezko telefonia mugikorreko zerbitzuak eskaintzen dituzten establezimendu eta enpresa banatzaile baimenduak barne hartu ziren ikuskapenean, hala establezimendu propioak nola enpresa bana-



tzaile baimenduak. Era berean, operadore desberdinen web-orrian egiaztapena egin zen.

Horrela, lurralde historiko bakoitzak ikuskapen-protokolo bana egin zuen honako operadore eta/edo banatzaile hauekin: Movistar, Euskaltel, Orange eta Vodafone. Era berean, Tele2, Jazztel eta Yoigo operadoreen ikuskapena egin zen bi lurralde historikotan.

Behin Lurralde Bulegoetan ikuskapena amaitu ondoren, Zuzendaritzak irregularitasunak bilatu zituen aipatutako operadore bakoitzaren web-orrietan.

Azkenik, kanpaina amaitzeko, honako alderdi hauen azterketa estatistikoa egin zen:

- Kontsumitzaileek Kontsumoko Arbitraje Batzordean aurkeztutako erreklamazioak, erreklamazioen arrazoiak identifikatzeko.
- Kontsumitzaileek Lurralde Bulegoetan aurkeztutako erreklamazioak, ebazpen-prozedurak ezagutzeko: bitartekotza, Arbitraje Batzordera bideratzea, SETSIri komunikatzea, eta Lurralde Bulegoetatik zuzenean izapidetutakoak.

Kanpaina hori abenduan abiarazi zen, eta oraindik ere garatzen ari da.