



# MEMORIA

## Consumo

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

INDUSTRIA, MERKATARITZA  
ETA TURISMO SAILA

DEPARTAMENTO DE INDUSTRIA,  
COMERCIO Y TURISMO

# CONSUMO

## MEMORIA 2001

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

INDUSTRIA, MERKATARITZA  
ETA TURISMO SAILA  
*Kontsumo Zuzendaritza*

DEPARTAMENTO DE INDUSTRIA,  
COMERCIO Y TURISMO  
*Dirección de Consumo*

**Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia**

Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco

Vitoria-Gasteiz, 2002

**Edición:** 1.ª Abril 2002

**Tirada:** 500 ejemplares

© Administración de la Comunidad Autónoma del País Vasco  
Departamento de Industria, Comercio y Turismo

**Edita:** Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco  
Donostia-San Sebastián, 1 - 01010 Vitoria-Gasteiz

**Fotocomposición:** EPS, S.L.  
Beato Tomás de Zumárraga, 66 - 01009 Vitoria-Gasteiz

**Impresión:** Gráficas Santamaría, S.A.  
Bekolarra, 4 - 01010 Vitoria-Gasteiz

**Depósito Legal:** VI-141/02

# Índice

<b>1. Introducción</b> .....	7
<b>2. Atención a las y los consumidores</b> .....	9
2.1. Centro Europeo del Consumidor (C.E.C.) .....	10
2.2. Educación y Formación .....	11
2.3. Información .....	22
2.4. Resolución de conflictos .....	35
2.5. Arbitraje de consumo .....	39
2.6. Cooperación con otros agentes de consumo: Red CIAC .....	47
<b>3. Control del mercado</b> .....	53
3.1. Campañas de inspección .....	54
3.2. Control de la seguridad de los productos .....	66
3.3. Actuaciones inspectoras .....	68
3.4. Comunicaciones e inhibiciones .....	70
3.5. Expedientes sancionadores .....	72
<b>4. e-Kontsumo y sociedad de la información y del conocimiento</b> .....	73
<b>5. Relaciones con otros organismos</b> .....	77
<b>6. Desarrollo legislativo y normativo</b> .....	79
6.1. Anteproyecto de Ley de Estatuto del Consumidor y Usuario de Euskadi ..	79
6.2. Modificación del Decreto por el que se regula la Comisión Consultiva de Consumo de Euskadi .....	80
Anexos .....	81
I. Objetivos e indicadores .....	81
II. Estadísticas agrupadas de conflictos de consumo .....	85
III. Relación de centros pertenecientes a la Red CIAC .....	87

# 1. Introducción

La Dirección de Consumo, ante todo, quiere ofrecer la atención adecuada que demandan las y los ciudadanos. Para ello, desde esta dirección se realiza un gran esfuerzo para poner en funcionamiento los objetivos planteados, que son:

- *Mejorar y ampliar la protección de la salud, la seguridad y los intereses económicos* de las y los consumidores y usuarios a través del desarrollo normativo, de la mejora de acceso a la justicia y del control de mercado.
- *Incrementar el nivel de autoprotección* de las y los consumidores a través de proyectos y programas en materia de defensa, información y formación de las personas consumidoras.
- *Fomentar las OMICs y el asociacionismo* en materia de consumo y mantener con ellas una interrelación de consultas, reclamaciones, meditaciones, solicitudes y litigios, además de concederles subvenciones y ayudas.
- *Implantar un sistema de información integrado*, que mejore la organización y la coordinación de los diversos agentes de consumo.

Con todo ello, pretendemos garantizar la defensa de los derechos de las y los ciudadanos en materia de consumo y dotarles de una mejor calidad de vida.

## **2.** *Atención a las y los consumidores*

El conjunto de actividades de atención a las personas consumidoras tiene las siguientes líneas de actuación:

- 2.1. Centro Europeo del Consumidor (C.E.C.)**
- 2.2. Educación y Formación**
- 2.3. Información**
- 2.4. Resolución de conflictos**
- 2.5. Arbitraje de consumo**
- 2.6. Cooperación con otros agentes de consumo: Red CIAC**

# 1. Introducción

La Dirección de Consumo, ante todo, quiere ofrecer la atención adecuada que demandan las y los ciudadanos. Para ello, desde esta dirección se realiza un gran esfuerzo para poner en funcionamiento los objetivos planteados, que son:

- *Mejorar y ampliar la protección de la salud, la seguridad y los intereses económicos* de las y los consumidores y usuarios a través del desarrollo normativo, de la mejora de acceso a la justicia y del control de mercado.
- *Incrementar el nivel de autoprotección* de las y los consumidores a través de proyectos y programas en materia de defensa, información y formación de las personas consumidoras.
- *Fomentar las OMICs y el asociacionismo* en materia de consumo y mantener con ellas una interrelación de consultas, reclamaciones, meditaciones, solicitudes y litigios, además de concederles subvenciones y ayudas.
- *Implantar un sistema de información integrado*, que mejore la organización y la coordinación de los diversos agentes de consumo.

Con todo ello, pretendemos garantizar la defensa de los derechos de las y los ciudadanos en materia de consumo y dotarles de una mejor calidad de vida.

## **2.** *Atención a las y los consumidores*

El conjunto de actividades de atención a las personas consumidoras tiene las siguientes líneas de actuación:

- 2.1. Centro Europeo del Consumidor (C.E.C.)**
- 2.2. Educación y Formación**
- 2.3. Información**
- 2.4. Resolución de conflictos**
- 2.5. Arbitraje de consumo**
- 2.6. Cooperación con otros agentes de consumo: Red CIAC**



## 2.1. Centro Europeo del Consumidor (C.E.C.)



En este siglo XXI en el que vivimos, la política de consumo está plenamente asentada en nuestra sociedad. Ya en el Tratado de Amsterdam se reforzaron las bases para adoptar medidas en favor de los consumidores y consumidoras marcándose los siguientes objetivos:

- Hacer efectiva una mayor presencia del consumidor en toda la Unión Europea.
- Conseguir un mayor nivel de protección de la salud y seguridad del consumidor.
- Lograr un mayor respeto a los intereses económicos del consumidor.

El Centro Europeo del Consumidor, situado en Vitoria-Gasteiz, es un servicio de la Dirección de Consumo del Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno Vasco que se encuentra enmarcado en la Red de Centros Europeos de Consumo de la Comisión Europea. Este centro, desde Euskadi, quiere hacerse eco de estos objetivos y centra su actividad en el desarrollo y promoción de programas y actividades que tengan como finalidad una mayor protección de los derechos de los consumidores y usuarios.

El Centro Europeo del Consumidor del País Vasco, creado en 1993, prosigue su andadura con los siguientes objetivos:

- *Facilitar información* a las administraciones públicas, asociaciones de consumidores y centros docentes entre otros, en materia de consumo dentro de los ámbitos europeo, estatal y autonómico, mediante campañas publicitarias.
- *Asistir y formar* a las y los usuarios y consumidores a fin de incrementar su nivel de autoprotección y trabajar en favor de su salud, seguridad e intereses económicos, con planes de formación.
- *Sensibilizar a las* empresas respecto a la calidad y seguridad como medio favorecedor de la competencia.

## 2.2. Educación y Formación

La educación y formación de las personas como consumidoras tiene como objeto prioritario la formación de la ciudadanía para un consumo responsable y crítico. Con este fin, la Dirección de Consumo del Gobierno Vasco ofrece un programa basado no sólo en educar a la ciudadanía en general, sino también en reciclar a los especialistas que se encargan de la educación y formación del consumidor.

### Educación

#### Talleres itinerantes de consumo

Son ya 11 años consecutivos los que la Dirección de Consumo del Gobierno Vasco lleva realizando los Talleres itinerantes de consumo.

En esta actividad se trabajan, de forma práctica, distintos temas de consumo con el alumnado de educación primaria y educación secundaria del primer ciclo. Los objetivos a conseguir son dos:

- Aportar al alumnado elementos que le permitan situarse en la sociedad de consumo como personas críticas y responsables.
- Facilitar la toma de decisiones ante determinados fenómenos derivados del consumo.

La metodología empleada es activa y participativa, basada en la experimentación, la práctica y el trabajo en grupo. En consonancia con esta metodología se ha ofrecido a los centros educativos una lista de 14 talleres posibles para educación primaria y 14 diferentes para educación secundaria primer ciclo. Cada taller tiene una hora y media de duración y cada uno está centrado en un contenido diferente.



#### PARTICIPACIÓN GENERAL

Nº de centros	58
Talleres realizados	1.395
Nº de alumnos	10.079
Profesores	598
Padres-madres	494

#### CENTROS Nº DE TALLERES

Álava	11	176
Bizkaia	26	815
Gipuzkoa	21	404
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>1.395</b>

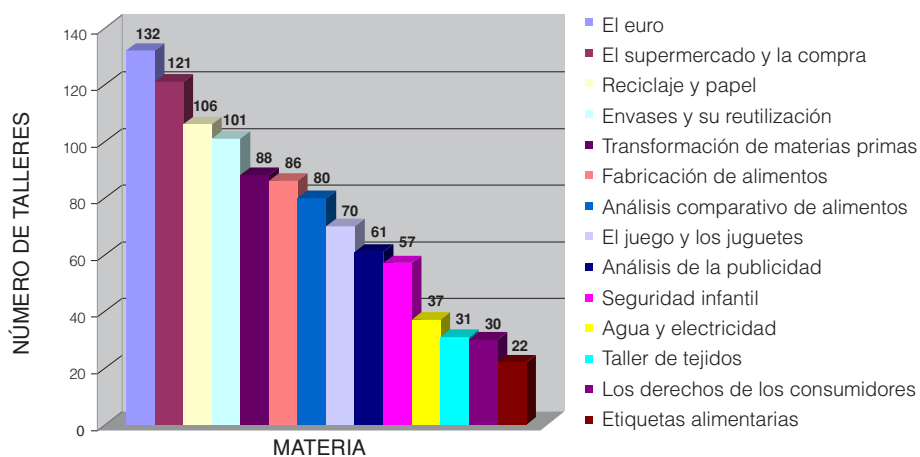


Dentro de este programa se realizan además otros dos tipos de acciones formativas:

- Un curso de iniciación al profesorado.
- Una charla informativa para los padres y madres entre ocho posibles temas diferentes.

■ Talleres impartidos durante el curso 2001

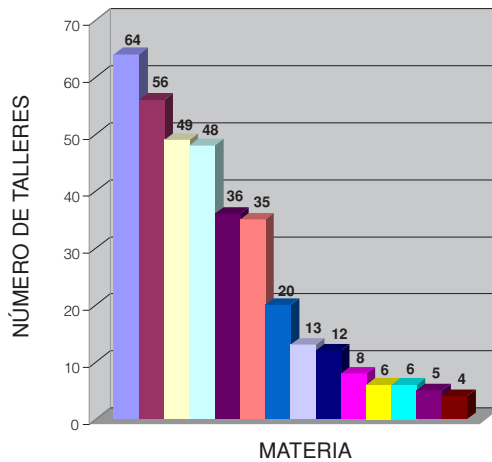
**Educación Primaria**



**Educación Secundaria**



- El euro
- Nuevas formas de ocio
- Estética y alimentación: el culto al cuerpo
- Telefonía móvil e Internet
- Consumo y medio ambiente
- Publicidad y consumo
- Transformación de materias primas
- Los recibos de agua y electricidad. Ahorro energético
- Alimentación y nutrición
- Dinero de plástico
- Análisis comparativos de alimentos
- Las etiquetas
- Los derechos de los consumidores
- Merchandising



*Certamen europeo del joven consumidor*

Se trata de un certámen convocado por la Unión Europea dirigido a jóvenes entre 12 y 16 años, cuyo lema ha sido “Alimentación equilibrada”.

La relación de premiados ha sido la siguiente:

- I.E.S. Aixerrota con el trabajo “Elikadura orekatua”. Premio de 450 euros.
- C.E.P. ERETZA con el trabajo “Aliméntate con una dieta equilibrada”. Premio de 300 euros.

## Formación

La formación en consumo es un proceso que exige constantemente el reciclaje de nuevos aspectos y temas concernientes al consumo. Por eso, desde este programa de formación se pretende que las personas adultas y los profesionales que asesoran estén completamente bien informados y fomentar una actitud crítica y responsable en el contexto de una sociedad de mercado.

### Semanas monográficas de Consumo

La formación en materia de consumo no tiene edad. Por eso, esta actividad está dirigida exclusivamente a los centros de la tercera edad. En ella, y a lo largo de una semana, se tratan dos temas específicos elegidos entre una amplia batería. El tratamiento que se hace de estos temas es, por un lado, teórico, a través de conferencias ofrecidas por especialistas en la materia. Durante este año, los temas ofrecidos han sido los siguientes:



- Consumo y medio ambiente
- Alimentación y nutrición
- Derechos del viajero
- Derechos de los consumidores
- Servicio de suministro: electricidad, agua, gas y teléfono
- Servicios bancarios
- Venta, publicidad y etiquetado de productos
- Ventas fuera del establecimiento comercial
- El euro
- Servicios de asistencia técnica: reparación de pequeños electrodomésticos
- Seguros más comunes



Los mayores también reciben formación en materia de consumo.

Por otro lado, es práctico, mediante aulas formativas con carácter meramente dinámico que permiten reflexionar a fondo sobre cuestiones abordadas en las conferencias.

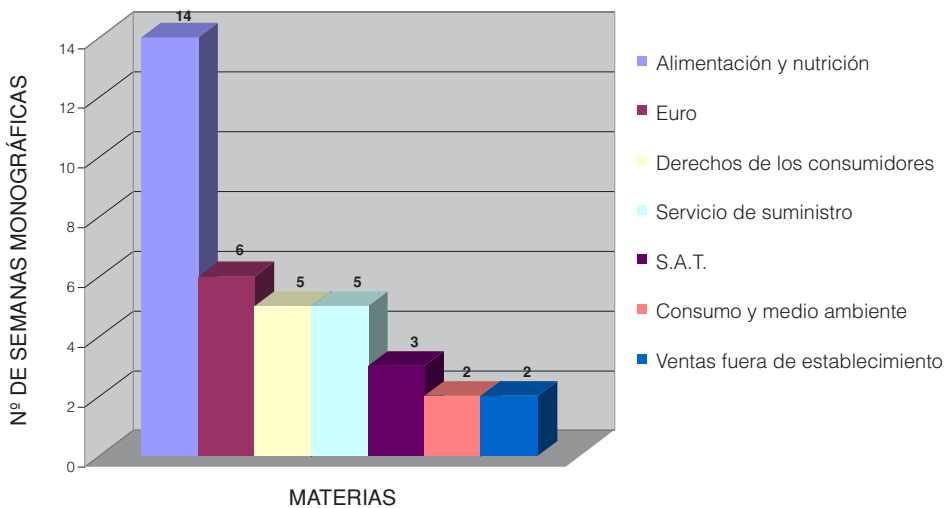
Las semanas monográficas han concluido con las visitas a las siguientes empresas:

- Centro comercial Carrefour
- Helados Miko
- Café Baqué
- Etap venta alta
- Reckitt-Benckiser
- Ingurugiro Etxea
- Central lechera Iparlat

Durante el año 2001 a este programa han acudido 20 centros de mayores de nuestra comunidad autónoma:

Nº TOTAL DE PARTICIPACIONES: 2.812	
Conferencias .....	1.272
Aulas formativas .....	934
Visitas .....	606

*Reparto por materias*



## Ciclos de conferencias

Se trata de un proyecto formativo con el que se pretende crear un espacio de reflexión sobre temas actuales referentes al fenómeno del consumo.

El programa está dirigido a diferentes asociaciones y colectivos, es decir, los destinatarios de las mismas son los consumidores y consumidoras adultas.

El programa se estructura en torno a la impartición por especialistas en distintas materias de cuatro conferencias a lo largo de cuatro semanas consecutivas. A cada uno de los asistentes se les entrega un dossier informativo en el que se recogen los puntos más importantes sobre los que gira la conferencia.

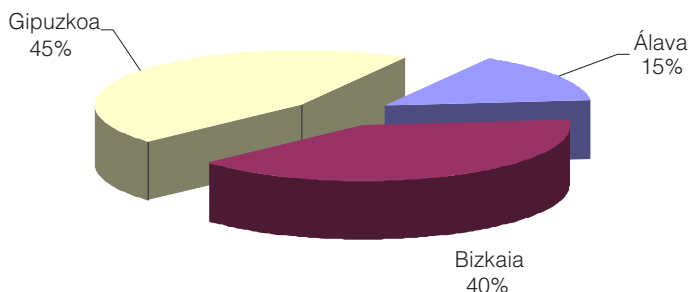
El abanico de temas que se ha ofertado durante este año ha sido de un total de 24 englobados en cuatro grandes áreas:

<i>Área</i>	<i>Conferencias</i>
- Área de salud (Alimentación)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alimentación y dieta equilibrada</li> <li>• La introducción de modas alimentarias y su incidencia en la alimentación</li> <li>• La alimentación en la prevención de determinadas enfermedades</li> <li>• Compra y manipulación de alimentos</li> </ul>
- Área medioambiental	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemática medioambiental general</li> <li>• Consumo y medio ambiente: los envases y las basuras</li> <li>• Otros impactos ambientales domésticos: residuos peligrosos del hogar</li> <li>• Consumo energético: agua y electricidad</li> </ul>
- Área de servicios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compra de vivienda</li> <li>• Forma de financiación de la vivienda</li> <li>• Contratación de un seguro</li> <li>• Seguro de automóviles y del hogar</li> <li>• Consorcio de compensación de seguros</li> <li>• Publicidad y consumo</li> <li>• Ocio y calidad de vida: agencias de viajes</li> <li>• Servicios bancarios</li> <li>• Servicio de Asistencia Técnica (S.A.T.)</li> <li>• Ventas especiales: ventas a distancia, correo electrónico</li> <li>• Productos milagro</li> <li>• Servicios telefónicos e Internet</li> <li>• Tintorerías y talleres de reparación de vehículos</li> <li>• El euro</li> </ul>
- Área de consumo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Derechos y deberes de los consumidores</li> <li>• ¿Cómo solucionar los conflictos de consumo?</li> </ul>

### Nº TOTAL DE PARTICIPACIONES: 1.785 en 20 centros

Álava .....	3
Bizkaia .....	8
Gipuzkoa .....	9

*Reparto por territorios*



Conferencia dirigida a diferentes asociaciones y colectivos

**Ciclos realizados por temas**

Alimentación y dieta equilibrada .....	12
La introducción de modas alimentarias y su incidencia en salud .....	8
La alimentación en la prevención de determinadas enfermedades .....	15
Compra y manipulación de alimentos .....	6
Problemática medioambiental general .....	3
Consumo y medio ambiente: los envases y las basuras .....	2
Otros impactos ambientales domésticos: residuos peligrosos del hogar .....	3
Consumo energético: agua y electricidad .....	2
Compra de vivienda: trámites necesarios .....	2
Forma de financiación de la vivienda .....	2
Contratación de un seguro .....	1
Seguro de automóviles y del hogar .....	2
Consortio de compensación de seguros .....	4
Publicidad y consumo .....	2
Ocio y calidad de vida: agencias de viajes .....	2
Servicios bancarios .....	0
El euro .....	4
Ventas especiales: ventas a distancia, correo electrónico .....	3
Productos milagro .....	1
Servicios telefónicos .....	1
Derechos y deberes de los consumidores .....	2
¿Cómo solucionar los conflictos de consumo? .....	1
Servicios de asistencia técnica .....	1



## Cursos de formación a técnicos

### ■ Curso “Seguros”

Al curso, de 24 horas de duración, acudieron un total de 48 inspectores técnicos de OMICs tanto de Euskadi como de otras comunidades autónomas.

Durante tres días consecutivos, del 20 al 22 de marzo, se realizó este curso que se estructuró de la forma que sigue:



– 20 de marzo:

- Introducción a los seguros
- Seguro de automoción
- Seguro de accidentes
- Casos prácticos

– 21 de marzo:

- Seguro multirriesgo hogar
- Seguro de vida
- Seguro de enfermedad
- Seguro de asistencia sanitaria
- Casos prácticos

– 22 de marzo:

- Legislación sobre entidades aseguradoras
- Protección del asegurado
- Régimen de infracciones y sanciones

### ■ Jornada sobre derechos de los usuarios del transporte aéreo

Organizada en colaboración con el Centro Europeo del Consumidor de Barcelona.

Dirigida a expertos y profesionales del mundo consumerista provenientes de todo el Estado que tuvo lugar el 13 de junio en la sede de la representación de la Comisión Europea en España.

En la jornada, a la que acudió un centenar de participantes, se trataron los siguientes temas:

- Los derechos de los usuarios de los transportes aéreos en la Unión Europea
- La información al pasajero
- El overbooking
- La contratación de vuelos y los derechos del consumidor
- Los servicios de atención al usuario





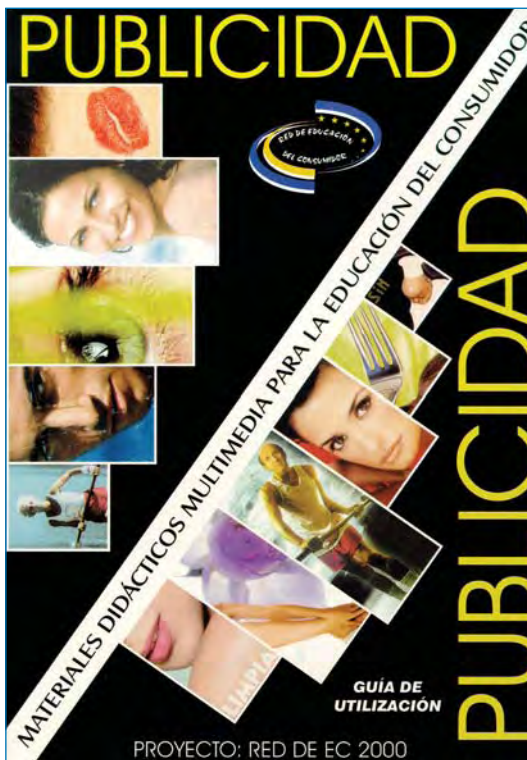
## Material didáctico

El material didáctico elaborado para el programa de educación y formación para el año 2001, ha sido el siguiente:

### Publicidad

Material didáctico multimedia que permite trabajar el tema de publicidad en un proyecto integrado de educación del consumidor y presentado en una maleta.

Este material didáctico ha sido elaborado dentro de la Red de educación del consumidor 2000 e incluye los siguientes elementos.



– Vídeos:

- *1984: los recursos del lenguaje audiovisual*
- *Cómo descubrir la creatividad de un anuncio*
- *La publicidad al descubierto*
- *El reto de la libertad*

– Libros:

- *La fuerza de la publicidad*
- *Publicidad y consumo: más de un siglo de historia*
- *Color, imagen y lenguaje de la publicidad*

## Vídeos educación del consumidor

Con el fin de trabajar el tema de consumo con personas se ha realizado este vídeo que sirve de apoyo a distintas charlas y presentaciones.

En este material se incluyen seis temas diferentes desarrollados en seis vídeos independientes y acompañados de su correspondiente guía didáctica. Los vídeos que contiene este material son los siguientes:

### 1. Aprenda a defenderse

Vídeo que persigue formar e informar al consumidor presentando un caso real a través del cual se puede ver cómo nace un conflicto entre consumidores y empresarios, cómo actuar y dónde acudir.

### 2. Hablan los productos

Este vídeo pretende que el consumidor comprenda la importancia de las etiquetas y su significado.

### 3. El dinero y los bancos

En este vídeo se aborda el tema del dinero y los bancos, tema complejo y del que conviene estar bien informado.

### 4. Los seguros

A través de un caso real se plantea el tema de los seguros que es uno de los que más conflictos plantea entre los consumidores.

### 5. Vamos de compras

La finalidad de este vídeo es servir de instrumento para aprender a comprar como solución para saber a qué atenernos cuando vamos de compras.

### 6. Historias de ayer ¿y de hoy?

Este vídeo quiere poner a los espectadores ante un espejo en el que se vean reflejados en él: por una parte, criticando los anuncios, riéndose de ellos y, por otra parte, tal vez diciendo también ¿y si fuese verdad...?



## 2.3. Información

Las actuaciones llevadas a cabo durante el año 2001 en la sección de información se materializan a través de:

- Programa de publicaciones*
- Programa de sensibilización*
- Programa de documentación*
- Programa de orientación*



## Programa de publicaciones

### Folletos informativos

A lo largo del año 2001, la Dirección de Consumo ha publicado varios folletos informativos dirigidos al consumidor.

Los temas elegidos en esta ocasión han sido:

- Etiquetado de alimentos
- Transporte aéreo
- Los juguetes
- El euro
- Catálogo de publicaciones y material didáctico sobre consumo
- La mejor protección, unas buenas gafas de sol
- Guía de seguridad en el esquí
- Carne de vacuno



## Kontsumo egutegia

La Dirección de Consumo del Gobierno Vasco ha editado a finales de 2001 "Kontsumo egutegia", un calendario de 2002 que recoge doce de los consejos más relevantes que desde diciembre de 2000 se han insertado en toda la prensa vasca bajo el nombre de Kontsumo Berri.

Con esta iniciativa, la Dirección de Consumo pretende que los ciudadanos y ciudadanas vascas tengan información práctica de cuestiones tan básicas en materia de consumo como el procedimiento de reclamaciones, el sistema arbitral de consumo, las rebajas o la compra de vivienda, sin olvidar, datos básicos sobre el euro. "Kontsumo egutegia" es, pues, no sólo un calendario sino también una guía útil y práctica que ofrece información variada mes a mes y que, una vez finalizado el año, se conserva como manual de consulta.

Consumo ha editado además, un calendario de bolsillo con la relación de equivalencias a pesetas de los valores de las monedas y billetes de euro.



Kontsumo egutegia



Calendario de bolsillo

## Publicaciones periódicas

### ■ Boletín Informativo del Centro Europeo del Consumidor

Tiene una periodicidad mensual, bilingüe castellano-euskera, con cuestiones de interés general y novedades. Además, se puede coleccionar en una carpeta de anillas editada por el Centro Europeo del Consumidor del País Vasco.

Consta de los siguientes apartados:

- Tema del mes
- Referencias de artículos de prensa
- Sumarios de revistas
- Novedades legislativas



## Programa de sensibilización

De acuerdo con uno de sus objetivos, la Dirección de Consumo, durante el año 2001, ha continuado con su programa informativo dirigido a las y los consumidores y usuarios a fin de incrementar su nivel de autoprotección.

### *Campaña de difusión del arbitraje de consumo*

#### **Objetivo:**

- Lograr un mayor número de empresas adheridas.
- Difundir la existencia del servicio de arbitraje entre las y los consumidores y empresarios.

#### **Acciones:**

1. Publicación de un folleto actualizado que detalla las características principales del Sistema Arbitral de Consumo y que incluye un listado de los establecimientos adheridos.
2. Campaña de difusión en televisión, prensa y radio.
3. Visitas personalizadas a 1.500 establecimientos de los sectores de la construcción, reparación de vehículos, agencias de viajes, tintorerías y parkings con el fin de fomentar su adhesión a la Junta Arbitral de Consumo de Euskadi.



#### **Resultados:**

El nivel de adhesión se ha incrementado en un 20% y alcanza ya a un total de 8.502 establecimientos adheridos.



## Kontsumo Berri

**Objetivo:**

Kontsumo Berri es un proyecto que trata de acercar el consumo a toda la ciudadanía.

Durante los fines de semana y en toda la prensa diaria que se edita en la Comunidad Autónoma de Euskadi, se ha insertado un anuncio informativo con los temas más actuales:

– Precios .....	11 de febrero
– Hojas de reclamaciones/Garantía de los productos .....	25 de febrero
– Arbitraje de consumo/Día mundial del consumidor .....	11 de marzo
– Tintorerías .....	18 de marzo
– Aprovechamiento por turno/Publicidad engañosa .....	25 de marzo
– Gafas de sol .....	1 de abril
– Viajes y vacaciones/Overbooking .....	8 de abril
– Préstamos al consumo/Tarjetas de crédito .....	15 de abril
– Compra de vivienda .....	22 de abril
– Compra de joyas .....	20 de mayo
– Bronceado artificial .....	3 de junio
– Servicios de asistencia técnica .....	17 de junio
– Libros de texto .....	1 de julio y 2 de septiembre

Esta iniciativa de la Dirección de Consumo comenzó en el año 2000.

**Kontsumo BERRI**  
LOS SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA

La asistencia en nuestro hogar de diversos aparatos electrodomésticos trae consigo la necesidad de su reparación y mantenimiento periódico, para lo que acudimos a los Servicios de Asistencia Técnica. KONTSUMO BERRI nos ofrece una serie de consejos y recomendaciones en relación con estas empresas y profesionales. Además, hablanos de los Servicios de Asistencia para el mantenimiento y reforma de la vivienda y de sus instalaciones.

Los Servicios de Asistencia Técnica (SAT) son las empresas o personas que se dedican a la reparación, instalación, conservación y mantenimiento de aparatos de uso doméstico y gestionan sus tareas en función de los deseos de los usuarios.

**Información a tu disposición**

Los SAT están obligados a exhibir de forma perfectamente visible en sus establecimientos o a que los técnicos que acuden a los hogares dispongan de una ficha informativa que indique:

1. Los precios aplicables por tiempo de trabajo y los gastos de transporte o desplazamiento.
2. Los recargos a efectuar en caso de servicios urgentes o fuera de horario laboral.
3. Si el IVA está incluido o no en el precio indicado y en qué aplicación.
4. Derecho de los clientes a solicitar presupuesto previo y de la obligación, en el caso de pago inmediato, de abonar el presupuesto cuando no se abarca el presupuesto.
5. La existencia de la garantía de las reparaciones por un plazo mínimo de 3 meses.

**Presupuesto claro y completo**

Hay que prestar en la importancia de solicitar el presupuesto para evitar sorpresas. Y no olvide, la renuncia al derecho al presupuesto debe hacerse por escrito.

El consumidor debe estar en cualquier disposición en un plazo inferior a 5 días hábiles desde su solicitud. Debe incluir al menos los siguientes datos: Nombre, identificación y dirección del SAT, marca, modelo y número de serie del aparato, número de la reparación, diagnóstico de la avería, pago a satisfacer con referencia a las partes de repuesto, fecha prevista de entrega o de reparación si se realiza a domicilio.

El presupuesto que no puede ser inferior a 30 días desde que nos lo entregamos y hasta y forma del SAT.

Si, por excepción, el presupuesto fuera derecho a retirar el aparato en las mismas condiciones en que lo depositó. En este caso, la empresa puede cobrar la elaboración del presupuesto hasta un máximo, teórico, de 100 minutos del valor de la hora de trabajo (en Euskadi, 110.000, 130 minutos, y línea amarilla de emergencias, 100.000), una hora.

**Evite problemas**

Antes de llevar de vuelta el aparato a casa o de que el técnico se vaya de su domicilio es conveniente comprobar que el aparato funciona correctamente y que la reparación es satisfactoria.

**Conservar todos los documentos**

presupuesto, factura, etc. En todo caso, conviene que retire el aparato del establecimiento antes de un mes desde que se comprueban que está reparado, porque pasado este plazo se pueden cobrar gastos de almacenamiento. Además, es aconsejable conservar un SAT que incluya el número de identificación del Sistema Arbitral de Consumo, porque es una garantía de que las posibles discrepancias se van a resolver rápidamente.

**Servicios a domicilio**

Las informaciones anteriores son igualmente aplicables a aquellos servicios relacionados a domicilio que tienen por objeto el mantenimiento y reforma de la vivienda en general y de sus instalaciones y edificaciones anexas.

Además de lo indicado, el presupuesto de estos servicios a domicilio debe indicar la cobertura a dar a partir de la fecha de realización de los trabajos o de defectos ocultos que aparezcan con posterioridad a la elaboración del presupuesto. Deberán ser pautados en conocimiento del cliente por escrito, indicando el incremento de precio, así como cualquier otra variación del presupuesto que responda a trabajos solicitados por el usuario.

Revise más información para consultar las condiciones y reclamaciones, visite esta dirección:

- Teléfono de Atención al Consumidor: 900 600 600
- En Internet: [www.euskadi.net/kontsumo](http://www.euskadi.net/kontsumo)
- Acuda a cualquier Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC).
- A la Oficina Municipal del Gobierno Vasco en:
  - San Sebastián, Vitoria-Gasteiz,
  - Gernika-Lacortea, Zizkaio y Euzkadi Garaia (San Sebastián).
- Cuente con las Asociaciones de Consumidores para hacer valer los derechos:
  - UCE, Juan de Abarbano, 51 7º B, 48100, Vitoria-Gasteiz.
  - UCE, José Lejarza, 49 bis, 48100, Vitoria-Gasteiz.
  - UCA, Plaza Nueva, 7 1º dcha, Bilbao.

**En la factura, todo incluido**

Tanto para los SAT como para los Servicios de Consumo es importante, además de poder y conservar la factura, seguir que en el documento figuren los siguientes datos:

- Número de la factura.
- Nombre y apellidos o denominación social, domicilio, NIF o CIF y teléfono del prestador del servicio.
- Nombre y apellidos y domicilio del cliente.
- Descripción del servicio realizado.
- Precio total, con el desglose correspondiente, e impuestos.
- Condiciones, contenido y período de duración de la garantía del servicio y de los materiales empleados.
- Fecha y firma del prestador del servicio.
- Referencia a las normas reguladoras de la garantía en vigor.
- Cuando el usuario haya renunciado a la elaboración del presupuesto deberá constar esta incidencia.
- La causa y concepto de la factura deberán corresponderse con el importe y el momento presupuestado y efectivamente ejecutados.

**En ningún caso se podrá cobrar por los materiales empleados por encima de su precio de venta al público.** A los efectos de lo tanto, la Disposición del cliente la tarifa de precios o facturas de compra.

**ELISKO JAURLARITZA** GOBIERNO VASCO  
INFORMATIKA, MERKATARITZA eta Turismoa ZARAZA  
DEPARTAMENTO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO  
Dirección de Consumo

900 600 600  
KONTSUMO  
[www.euskadi.net/kontsumo](http://www.euskadi.net/kontsumo)

Servicios de asistencia técnica (17 de junio)

## Campaña "ConSuma Confianza"

### Objetivo:

La Dirección de Consumo puso en marcha la campaña de información "ConSuma Confianza" sobre la carne de vacuno con el fin de transmitir a la ciudadanía de manera clara cuáles son las medidas que el Plan de Prevención, Vigilancia y Control de la Encefalopatía Espongiforme Bovina desarrolla en contra del denominado "mal de las vacas locas".

En el marco de esta campaña divulgativa, la Dirección editó 150.000 folletos en los que se detallan todas las actividades que el ejecutivo vasco lleva a cabo tanto en materia de sanidad animal como en seguridad alimentaria. Al mismo tiempo, se ofrece al consumidor información detallada de los datos que tiene derecho a conocer cuando compra carne de vacuno, a través de la etiqueta o de carteles explicativos. Junto a los folletos, se editaron 3.000 carteles, así como 3.000 soportes que les permiten a los carniceros aportar la información exigible en cuanto al etiquetado de la carne de vacuno.

La campaña "ConSuma Confianza" fue fruto del trabajo conjunto de las áreas de Comercio y Consumo, Agricultura y Sanidad del Gobierno Vasco y contó con el acuerdo de las federaciones de asociaciones de consumidores de Euskadi (UCE, EKE y EKA) y de las federaciones de carniceros y charcuteros de la Comunidad Autónoma de Euskadi.

"ConSuma Confianza" llegó a los cerca de 3.000 establecimientos de venta de carne de vacuno de la comunidad vasca a los que se distribuyó a través de las federaciones de carniceros y charcuteros de Euskadi o directamente desde la Viceconsejería de Comercio y Consumo.

The image shows two identical labels for beef meat, one in Basque ('Behikia') and one in Spanish ('Carne de Vacuno'). Each label is divided into several sections for recording information:

- HILITZE DATA / FECHA DE SACRIFICIO**: Field for recording the slaughter date.
- HILTEGIAREN IDENTIFIKAZIOA / IDENTIFICACIÓN DEL MATADERO**: Field for recording the slaughterhouse identification.
- ABEREAREN IDENTIFIKAZIOA / IDENTIFICACIÓN DEL ANIMAL**: Field for recording the animal identification.
- ZATIKATZEKO GELA / SALA DE DESPIECE**: Field for recording the cutting room.
- INFORMAZIO GEHIGARRIA / INFORMACIÓN ADICIONAL**: Field for additional information.

At the bottom of the labels, there is a cartoon character and the slogan "ez Erotu Erosi TranKil" (Don't panic, buy calmly) and "ConSuma Confianza".

Soporte para etiquetado

## Programación de documentación

La información es uno de los elementos que mejor posibilita la defensa de los intereses de las personas consumidoras. Para facilitar el acceso a esa información, la Dirección de Consumo prosigue la continua puesta al día de las distintas bases de datos en materia de consumo. Ya son más de 58.000 las referencias contenidas en su totalidad y accesibles gratuitamente on-line a través de la web:

- Base de datos de legislación/jurisprudencia:
  - 2.822 referencias a disposiciones, normativas, sentencias, dictámenes, etc. referidas a consumo.
- Base de datos de prensa:
  - 45.106 referencias de noticias a texto completo aparecidas en 20 publicaciones locales, nacionales e internacionales.
- Base de datos del histórico de prensa:
  - 10.344 referencias totales de prensa a texto completo.
- Base de datos de bibliografía:
  - 1.897 referencias de monografías, vídeos, disquetes, CD-Rom e informes catalogados.
- Base de datos de información general:
  - 8.406 referencias de análisis comparativos, estudios, informes, etc. extraídos de 40 publicaciones seriadas nacionales e internacionales y de otras fuentes.

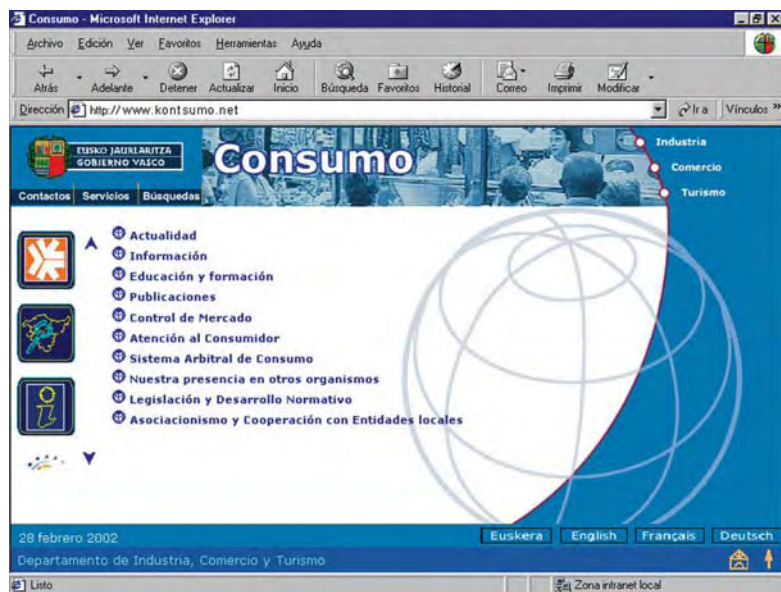


<http://www.euskadi.net/consumoinfo>

## Página web de consumo

La Dirección de Consumo ofrece, a través de su página web, información de todos los servicios que forman parte de la Dirección (información al consumidor, formación, arbitraje de consumo, control de mercado y Centro Europeo del Consumidor). La página permite, además, realizar consultas y conocer las distintas publicaciones y folletos que edita la Dirección o las noticias de última hora que tienen lugar en nuestra comunidad, resultados de las campañas de inspección o información específica sobre temas puntuales de actualidad. Otro servicio que se puede consultar a través de Internet son la base de datos de prensa, actualizada día a día con todos los artículos que se publican en prensa y en revistas especializadas en consumo, la base de datos de jurisprudencia, la bibliográfica y la de información general.

La nueva dirección de la página web es [www.kontsumo.net](http://www.kontsumo.net) aunque también está habilitado el acceso por el portal del Gobierno Vasco ([www.euskadi.net/consumo](http://www.euskadi.net/consumo)).



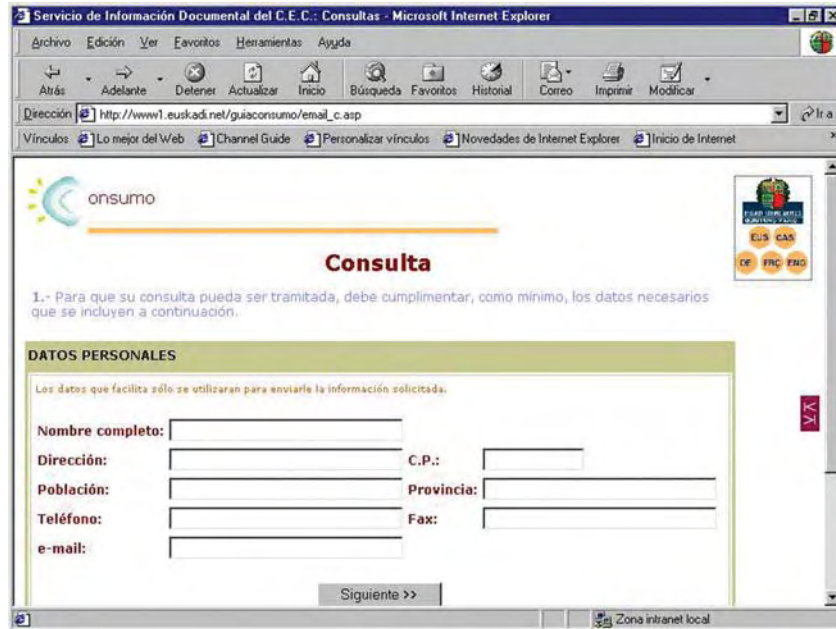
[www.kontsumo.net](http://www.kontsumo.net)

**ESTADÍSTICA DE LOS ACCESOS DURANTE EL AÑO 2001 A LA PAGINA WEB DE CONSUMO [www.euskadi.net/consumo](http://www.euskadi.net/consumo)**

	Accesos Totales	Bytes Totales	Promedio de Accesos	Promedio de Bytes	Últimos Accesos	Últimos Bytes
<b>Accesos Totales</b>	<b>64.884</b>	<b>1.052.126.121</b>	<b>5.341</b>	<b>86.476.119</b>	<b>12.430</b>	<b>195.817.038</b>



A través de esta página, la y el consumidor podrán hacer sus consultas de forma rápida y con todas las garantías de seguridad y confidencialidad.



Desde la página web del Centro Europeo del Consumidor se puede acceder a toda la información recogida y almacenada en la base de datos del propio centro.



*Web de la Junta Arbitral de Consumo*



*Distintivo digital de la Junta Arbitral de Consumo de Euskadi*



## Programa de orientación

De acuerdo con los objetivos en materia de defensa de las y los consumidores y usuarios, el Departamento de Industria, Comercio y Turismo, a través de su Dirección de Consumo, da un servicio eficaz a la ciudadanía y pone a su disposición todos los medios necesarios para el conocimiento de sus derechos y obligaciones en materia de consumo.

### Teléfono de atención al consumidor

El teléfono de atención al consumidor nace con la idea de coordinar los diferentes centros que atienden a la ciudadanía en la Comunidad Autónoma del País Vasco y se presta a través del teléfono de llamada gratuita 900 600 500.

Los centros que coordina pertenecen a la red CIAC de Centros de Información y Atención al consumidor y se pueden dividir en tres bloques:

- Las *oficinas municipales y mancomunadas* de información al consumidor de ayuntamientos y mancomunidades (OMICs).
- Los distintos centros de atención al consumidor de las *asociaciones de consumidores*.
- Las *oficinas territoriales de Consumo* del Departamento de Industria, Comercio y Turismo.

El servicio prestado por el teléfono de atención al consumidor se realiza en dos fases:

1. Recepción de la llamada del consumidor y evaluación de la cuestión. Cuando ésta sea de carácter simple, se resuelve de forma inmediata.
2. Cuando la problemática sea más compleja o se requiera una tramitación posterior, se deriva la llamada a uno de los servicios de atención al consumidor.



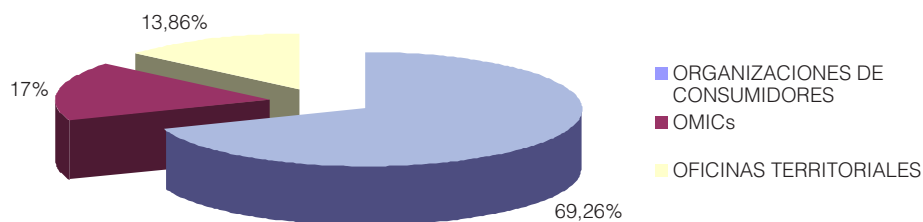


Durante el año 2001 se han recibido un total 15.481 llamadas, lo que hace una media por mes aproximada de 1.290 llamadas.

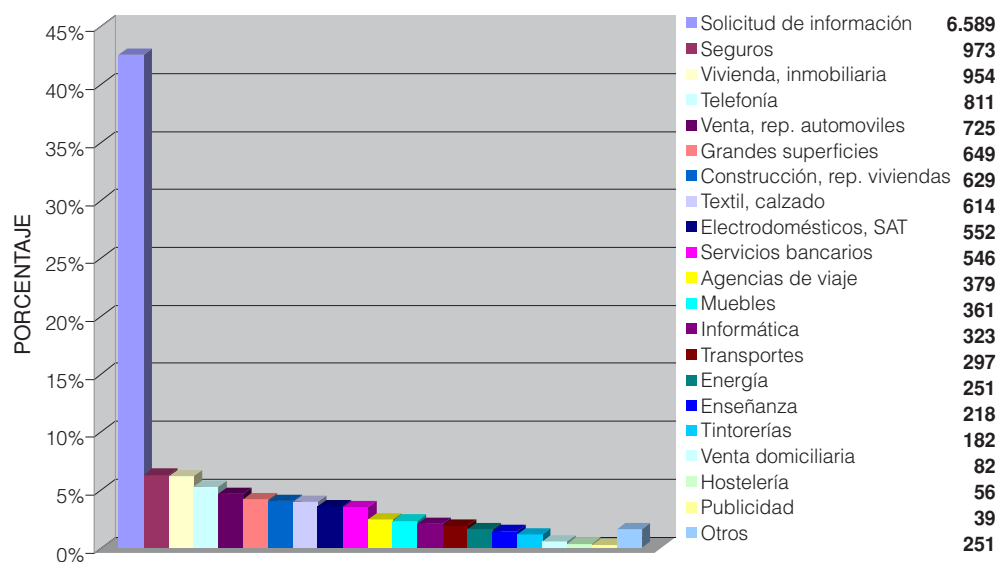
Del total, 3.406 han sido derivadas a los siguientes organismos:

– Organizaciones de consumidores	2.359
– OMICs	575
– Oficinas territoriales	472

*Derivación de llamadas agrupadas por tipo de organismo*



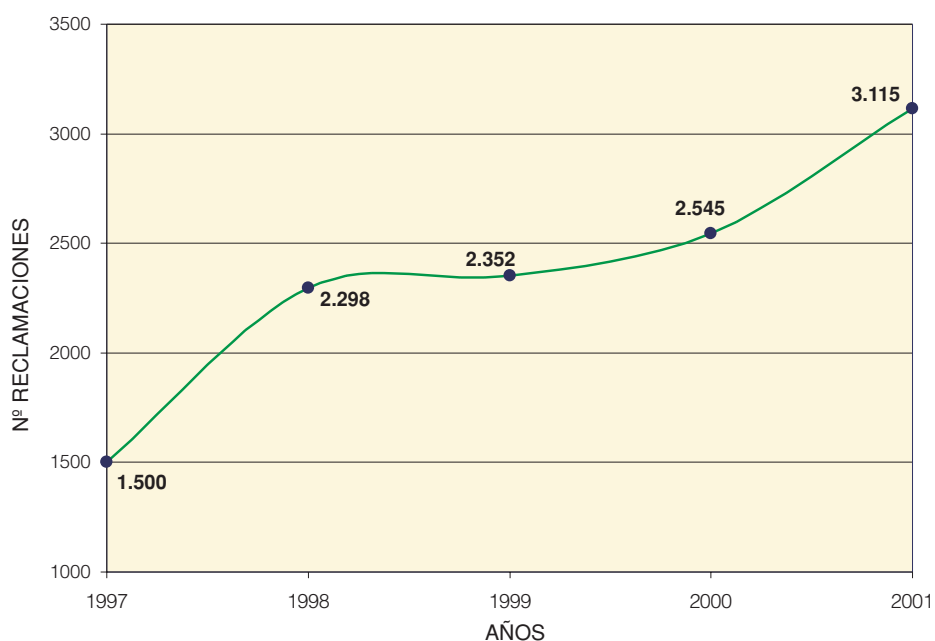
*Motivos más frecuentes de las llamadas*



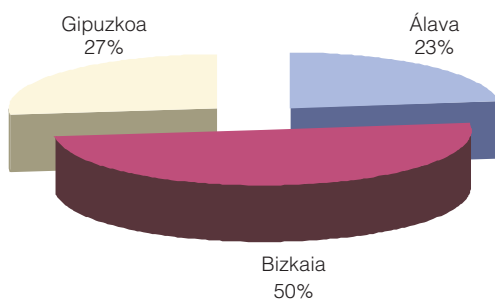
## 2.4. Resolución de conflictos

La Dirección de Consumo del Gobierno Vasco ha recibido durante el año 2001 un total de 3.115 hojas de reclamaciones a través de las oficinas territoriales del Departamento de Industria, Comercio y Turismo de las tres capitales de la Comunidad Autónoma de Euskadi. Esta cantidad supone un aumento del 22,4 % con respecto al año pasado en el que se registraron 2.545 reclamaciones.

*Evolución de las reclamaciones 1997-2001*



Por territorios, Álava registra casi un tercio de las reclamaciones (el 23 %), a pesar de que su población sólo representa cerca del 15% del total de la Comunidad Autónoma de Euskadi.



Álava	718	23%
Bizkaia	1.559	50%
Gipuzkoa	838	27%
<b>Total</b>	<b>3.115</b>	

De las 3.115 hojas de reclamaciones recibidas a lo largo del año, a 31 de diciembre de 2001, Consumo ha resuelto ya 2.201, esto es, el 66,4 %. De esta parte de reclamaciones registradas y resueltas, el 41 %, 912, son, en realidad, sólo quejas de los consumidores, es decir, no suponen infracción ni presentan pretensión económica alguna. Del resto, 1.289 sí son realmente reclamaciones, podemos hacer la siguiente clasificación:

El 2% de las reclamaciones son desistidas, esto es, el reclamante renuncia a la tramitación de su caso.

En 123 casos (9%) hay indicios de infracción administrativa. En estos casos, la Administración inicia expediente sancionador o requiere a la empresa (en 26 ocasiones), o bien, si la empresa está ubicada en otra comunidad autónoma, se traslada el expediente a la misma para que tome las medidas oportunas (97 inhibiciones). Las razones más frecuentes que motivan estas infracciones son incumplimientos en la información al consumidor, por publicidad engañosa, infracciones en materia de etiquetado, seguridad, precios y garantía, fraude en la composición y calidad del producto o bien deficiencias en la prestación del servicio.

En 279 casos, (el 21%), las reclamaciones se archivan porque no existe una prueba que acredite la infracción.

El 68% restante (884) se resuelve con la intervención de la Administración que media entre las partes en un (98% de las ocasiones), mientras que en el 2%, se elige el sistema arbitral para resolver el conflicto (el colegio arbitral dicta un laudo de obligado cumplimiento para ambas partes). Las pretensiones más habituales de la persona consumidora y reclamante son el cambio del producto adquirido, la corrección de su defecto, la devolución del mismo o bien el reembolso de su importe, e incluso, la solicitud de una indemnización económica. Los resultados tanto de la *mediación* como del arbitraje son muy similares para consumidores y empresas reclamadas puesto que en un 54% de los casos es el consumidor quien obtiene la razón y en un 46% el empresario, lo que muestra la equidad del sistema.

Por sectores, destaca, especialmente, el fuerte incremento que han experimentado las correspondientes a telefonía (70 %), sector que ha pasado a ocupar el primer lugar en el ranking de reclamaciones (11 % del total) y que ha desbancado a la venta y reparación de vehículos que queda en segundo lugar con un número similar de reclamaciones respecto al año pasado (apenas ha aumentado un 15 %).

Es importante, igualmente, el ascenso de las reclamaciones relacionadas con las actividades recreativas (aumentan un 110 %), la informática (un 59 %), las agencias de viajes (57%), las ya mencionadas reclamaciones con la telefonía que se incrementan en un 57% con respecto al año anterior, grandes superficies (41 %) y, finalmente, las del sector de electrodomésticos y servicios de asistencia técnica (31 %).

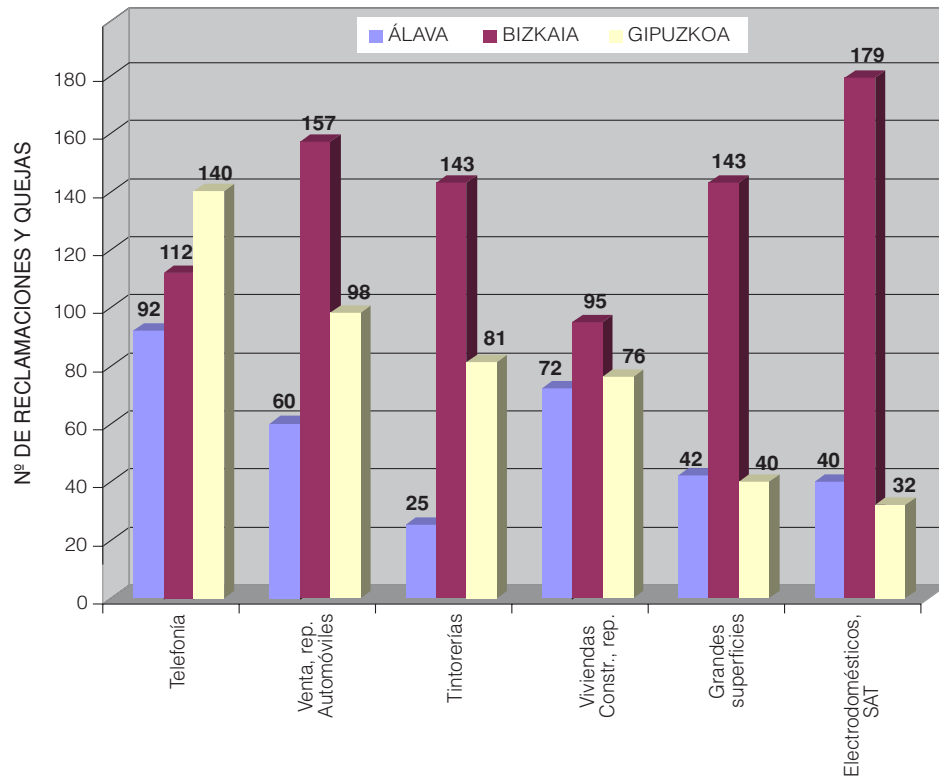
En el otro lado, están los sectores que han experimentado un descenso de las reclamaciones. Así han bajado alimentación (40 %), la venta domiciliaria (52 %) y la hostelería (32%).

En el siguiente cuadro aparecen los distintos sectores ordenados de mayor a menor según el número de reclamaciones y quejas recibidas en cada uno de ellos.

Además, se puede apreciar su evolución con respecto al año pasado.

<b>Sectores</b>	<b>2000</b>	<b>%</b>	<b>2001</b>	<b>%</b>	<b>Evolución en %</b>
TELEFONÍA .....	202	7,94	344	11,04	70,30
VENTA REP.AUTOMÓVILES .....	273	10,73	315	10,11	15,38
ELECTRODOMÉSTICOS. SAT .....	189	7,43	251	8,06	32,80
TINTORERÍAS .....	225	8,84	249	7,99	10,67
CONSTR. REP. DE VIVIENDAS .....	251	9,86	243	7,80	-3,19
OTROS .....	135	5,30	235	7,54	74,07
GRANDES SUPERFICIES .....	160	6,29	225	7,22	40,63
TEXTIL, CALZADO .....	110	4,32	185	5,94	68,18
OTRO COMERCIO POR MENOR .....	143	5,62	184	5,91	28,67
TRANSPORTES .....	135	5,30	154	4,94	14,07
MUEBLES .....	99	3,89	109	3,50	10,10
ACTIVIDADES RECREATIVAS .....	49	1,93	103	3,31	110,20
SERVICIOS BANCARIOS .....	110	4,32	102	3,27	-7,27
SEGUROS .....	59	2,32	71	2,28	20,34
VIVIENDA, INMOBILIARIA .....	59	2,32	58	1,86	-1,69
ENSEÑANZA .....	50	1,96	56	1,80	12,00
ENERGÍA .....	52	2,04	55	1,77	5,77
AGENCIAS DE VIAJES .....	51	2,00	44	1,41	-13,73
INFORMÁTICA .....	17	0,67	27	0,87	58,82
HOSTELERÍA .....	37	1,45	25	0,80	-32,43
JOYERÍA, RELOJERÍA .....	50	1,96	23	0,74	-54,00
ALIMENTACIÓN .....	32	1,26	19	0,61	-40,63
VENTA DOMICILIARIA .....	33	1,30	16	0,51	-51,52
BAZARES .....	15	0,59	13	0,42	-13,33
PUBLICIDAD .....	9	0,35	6	0,19	-33,33
COMERCIO ELECTRÓNICO .....	0	0,00	3	0,10	100,00
<b>TOTAL .....</b>	<b>2.545</b>	<b>100,00</b>	<b>3.115</b>	<b>100,00</b>	<b>22,40</b>

A continuación se muestran los sectores que más reclamaciones y quejas reciben por territorios.



## 2.5. Arbitraje de consumo

El Sistema arbitral de consumo es un sistema extrajudicial que permite resolver los desacuerdos que puedan surgir en las relaciones de consumo en el que participan empresarios o profesionales y consumidores o usuarios.

La *Junta Arbitral de Consumo* de Euskadi es un servicio administrativo de apoyo cuyas funciones son:

- El fomento y formalización de convenios arbitrales entre consumidores y usuarios y quienes produzcan, importen o suministren o les faciliten bienes y servicios.
- Confeccionar y actualizar el censo de las empresas que se adhieren al sistema arbitral de consumo.

### **Campaña de difusión**

---

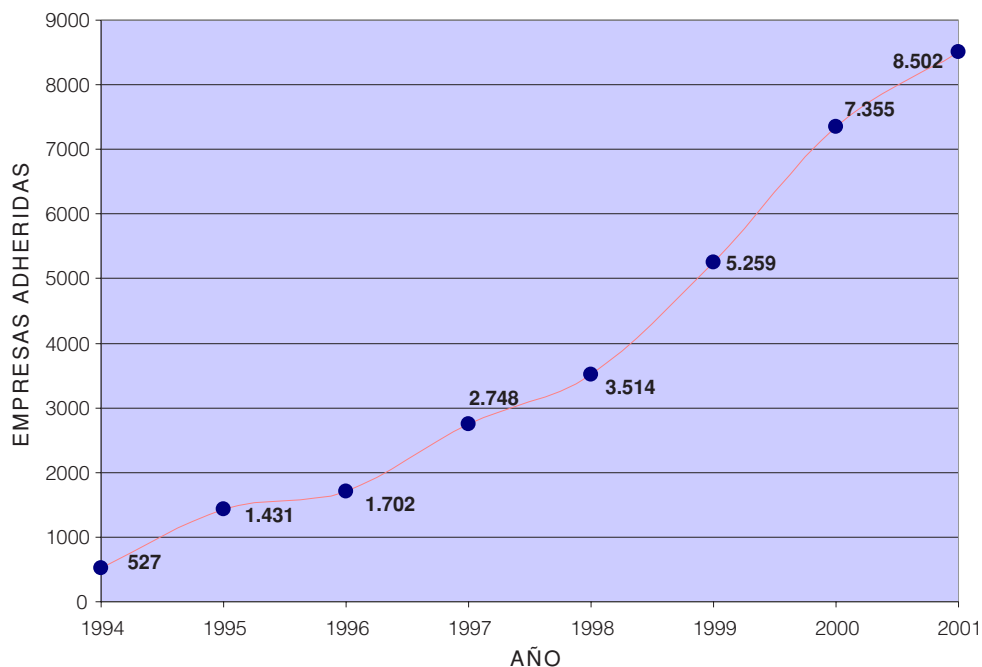
El Sistema arbitral de consumo continúa consolidándose puesto que cada año son más el número de empresas y comercios vascos adheridos que confían en esta vía para la resolución de los posibles conflictos con los usuarios de servicios o consumidores. Una vez más, el balance es positivo: *en 2001 se han sumado al sistema 1.147 nuevas empresas* y la cifra total de adhesiones a final del año llegó a 8.502.

Las nuevas adhesiones están directamente relacionadas con las campañas que periódicamente realiza la Dirección de Consumo del Gobierno Vasco y que en este último año se ha dirigido a un total de 1.500 empresas a través de visitas personalizadas. Estamos hablando, pues, de que el 76,46% de las empresas a las que se ha dirigido personalmente la campaña han solicitado su adhesión. Además, la campaña se completó con la inclusión de publicidad en prensa y radio.

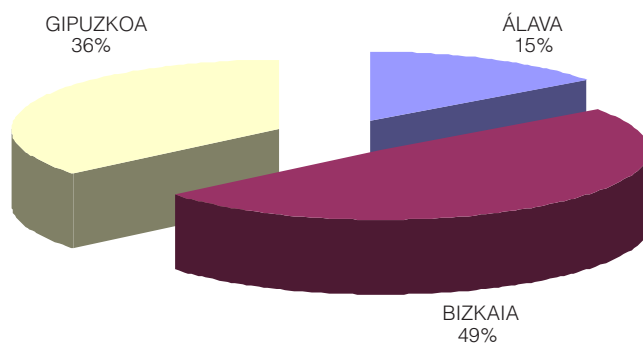
Durante el 2001, al igual que en años anteriores, se ha llevado a cabo reuniones con asociaciones y corporaciones empresariales, así como con las correspondientes asociaciones y organizaciones de consumidores y usuarios con el fin de dar a conocer y promover su colaboración y participación en las labores de difusión, fomento y funcionamiento del Sistema arbitral de consumo.

En estas reuniones se les proporcionaba documentación respecto al compromiso de adhesión de asociaciones a través del cual participarían en el funcionamiento de la Junta Arbitral de Consumo de Euskadi como mecanismo de solución de conflictos en temas de consumo.

Asimismo, se desarrollaron diversas jornadas de presentación del Sistema arbitral de consumo organizadas en colaboración con las asociaciones empresariales y de comerciantes.

*Evolución del número de empresas adheridas a la Junta Arbitral de Consumo*

*Por territorios, las empresas adheridas se distribuyen de la siguiente manera:*



Por actividades, el porcentaje de adhesión varía entre sectores. De esta manera, el sector de telecomunicaciones es el que mayor índice de adhesión presenta (el 15,6 % de las empresas que desarrollan esta actividad ha solicitado la adhesión al sistema arbitral), seguido del sector del mueble (13,38 %), la joyería (12,16 %) y la venta y reparación de vehículos (12,06 %).

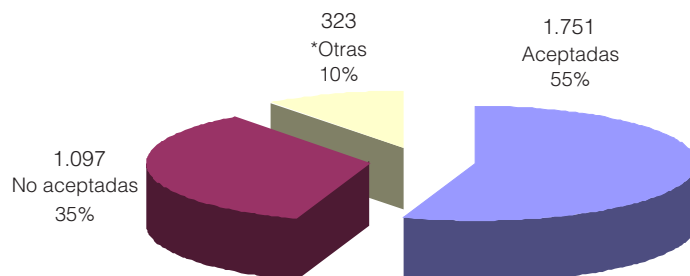
En el otro lado, se encuentran los sectores más reacios: seguros (1,29 %) y agencias de viajes (1,11 %) con adhesiones mínimas y banca y energía que no están representados por ninguna empresa.

*Empresas adheridas a la Junta Arbitral de Consumo de Euskadi por actividades principales*

ACTIVIDADES	NºEMPRESAS ADHERIDAS
Venta y reparación de vehículos	1.188
Vivienda, reparación hogar	1.246
Telecomunicaciones	51
Actividades diversas de servicios	179
Agencias de viajes	82
Electrodomésticos/SAT	489
Transportes (*)	17
Textil/Calzado	1.401
Muebles	775
Seguros	116
Joyería/Relojería	231
Venta domiciliaria	3
Enseñanza	200
Banca	0
Energía	0
Otros	2.524
<b>TOTAL</b>	<b>8.502</b>

## Solicitud de arbitraje

Desde la creación del servicio hasta el año 2001 se han recibido un total de 3.171 solicitudes de arbitraje.



\* trasladadas, desistidas, inadmitidas y en trámite



*Solicitudes y laudos dictados por materia desde 1994 a 2001*

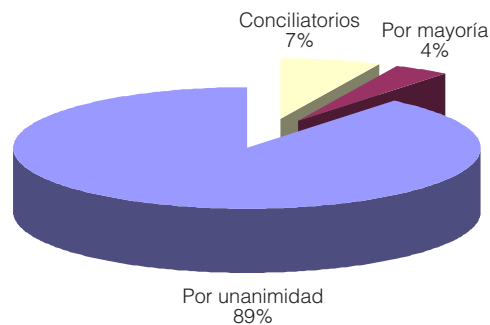
	SOLICITUDES	LAUDOS
Construcción/Reparación hogar	577	263
Teléfono	570	405
Tintorería	434	254
Reparación y compra de vehículos	331	193
Agencia de viajes	248	46
Textil/Calzado	151	66
Muebles	159	92
Electrodomésticos/SAT	152	89
Alquiler y compra vivienda	100	58
Seguros	84	18
Enseñanza	150	86
Venta a domicilio	32	24
Hostelería	30	5
Informática	43	13
Relojería/Joyería	18	8
Transportes	16	5
Otros	76	18
<b>TOTAL</b>	<b>3.171</b>	<b>1.643</b>

Desde que iniciara su andadura la Junta Arbitral de Consumo de Euskadi en 1994, año tras año ha ido aumentando las solicitudes de arbitraje como respuesta al trabajo realizado de adhesión a este sistema extrajudicial, rápido, voluntario, sencillo, imparcial, gratuito, eficaz, vinculante y ejecutivo.

*Evolución de las solicitudes de arbitraje y de los laudos dictados*

AÑO	SOLICITUDES	LAUDOS
1994	51	3
1995	239	64
1996	287	145
1997	373	184
1998	462	281
1999	506	260
2000	541	310
<b>2001</b>	<b>712</b>	<b>396</b>

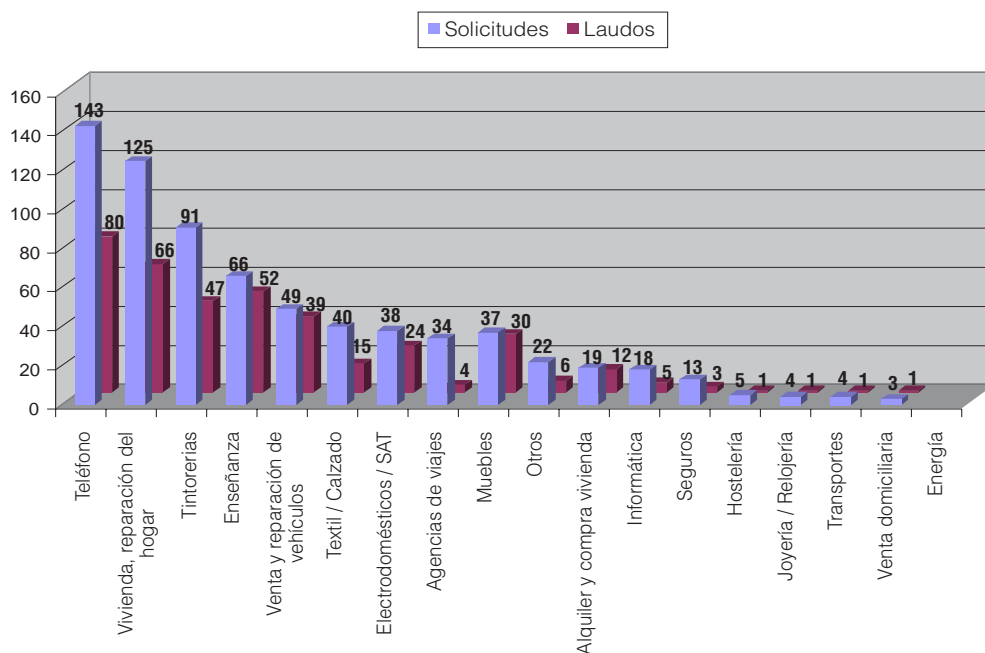
LAUDOS DICTADOS		RESULTADO DE LOS LAUDOS	
Por unanimidad .....	1.463	Favorables total o parcialmente para el consumidor .....	56%
Por mayoría .....	68	Favorables para la empresa reclamada .....	44%
Conciliatorios .....	112		



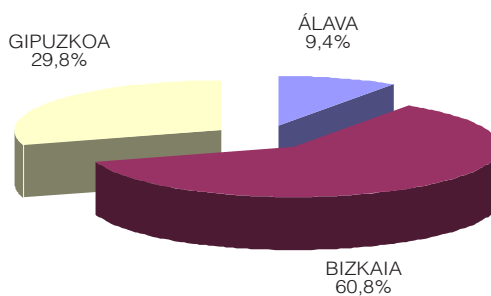
En cuanto al número de solicitudes de arbitraje, en 2001 se han registrado 712 (un 31,6% más que el año anterior) que se han resuelto de la siguiente manera:

- El 0,5 % no se ha admitido porque corresponden a materias excluidas expresamente del Sistema arbitral.
- Las solicitudes trasladadas a otras administraciones suponen el 2,5 %.
- El 8 % se ha resuelto por conciliación a través de la mediación de la Junta arbitral, por lo que los interesados han renunciado al arbitraje.
- El 32 % no se ha aceptado. Se trata de solicitudes de arbitraje a empresas no adheridas al sistema, a las que se les ofrece el arbitraje para resolver ese caso concreto. Al no estar adheridas pueden negarse a aceptar la solicitud.
- Y, finalmente, en el 57 % de los casos, 396 solicitudes en concreto, se ha aceptado la tramitación de la solicitud. De ellas, 320 son contra empresas y comercios adheridos al sistema; el resto, 76, corresponden a solicitudes de arbitraje contra comercios y empresas no adheridos que sí aceptan la solicitud. En cuanto a los resultados, el 54% de los laudos son favorables total o parcialmente al reclamante, mientras que en el resto el colegio arbitral ha dado la razón al establecimiento o empresa. Las decisiones o laudos del colegio arbitral se han tomado por unanimidad en el 89 % de las ocasiones.

## Solicitudes y laudos por sectores año 2001



Por territorios Álava ha enviado 67 solicitudes (9,4 %), Bizkaia, 433 (60,8 %) y Gipuzkoa, 212 (29,8 %). De las 712 solicitudes, 310 (44 %) las han tramitado las oficinas municipales de información al consumidor, 187 (26%), las oficinas territoriales de consumo en las tres capitales vascas, 119 (17 %) han llegado a la Junta Arbitral de Consumo de Euskadi de mano de los propios interesados y 96 (13 %) a través de las asociaciones de consumidores.



En relación con las cuantías de las solicitudes, esto es, el dinero que reclama el usuario o consumidor solicitante del arbitraje, el promedio del año 2001 ascendió a 16.482 €, cantidad que oscila dependiendo de los sectores: en tintorería, por ejemplo, la media es de 304 € frente a los 3.354 € que reclaman los solicitantes de arbitraje en materia de construcción o reparaciones en el hogar.

*Laudos favorables al consumidor*

	NÚMERO	CUANTÍA MEDIA
Venta y reparación de vehículos	16	4.166 €
Vivienda, reparación del hogar	47	3.354 €
Enseñanza	33	1.657 €
Agencias de viajes	4	1.489 €
Seguros	1	1.456 €
Muebles	22	1.293 €
Venta domiciliaria	1	1.095 €
Electrodomésticos / SAT	13	589 €
Teléfono	21	330 €
Actividades diversas de servicios personales (tintorerías, peluquerías, etc.)	24	304 €
Otros	19	230 €
Textil / Calzado	6	220 €
Joyería / Relojería	1	179 €
Transportes	1	120 €
	<b>209</b>	<b>16.482 €</b>

## Convenios de colaboración con los Ayuntamientos de Donostia-San Sebastián y de Irún

Con fechas 7 de febrero de 2001 y 15 de febrero de 2001 el Departamento de Industria, Comercio y Turismo celebró sendos convenios de colaboración con los Ayuntamientos de Irún y Donostia-San Sebastián, respectivamente, para la coordinación de actuaciones y desarrollo de actividades en materia de arbitraje de consumo. Mediante dichos convenios, se posibilita la ubicación y actuación de la Junta Arbitral de Consumo de Euskadi en dichos municipios, para la celebración de audiencias y emisión de laudos en relación con las solicitudes de arbitraje presentadas por quienes se encuentren domiciliados en los mismos, o que tengan por destinatario actividades comerciales o de servicios ubicadas en ellos.

Asimismo, se concreta el procedimiento de nombramiento de los colegios arbitrales que vayan a celebrar sus audiencias en los locales destinados a tal efecto por los ayuntamientos. Dicho procedimiento es el siguiente:

El ayuntamiento propone uno o varios funcionarios, con titulación de Licenciatura en Derecho, para que puedan desarrollar funciones de secretarios de colegios arbitrales.

Estos funcionarios son nombrados por el consejero de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno Vasco.

Asimismo, el ayuntamiento presenta una lista de candidatos a presidentes de colegios arbitrales de entre el personal al servicio del mismo que tengan título de Licenciado en Derecho. El consejero de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno Vasco designa de entre los propuestos por el ayuntamiento, a quienes vayan a desempeñar las funciones de presidentes de los colegios arbitrales de consumo.

En todo caso, la designación de los árbitros que formen parte de los colegios arbitrales de consumo que vayan a desempeñar su actividad en su municipio corresponde al presidente de la Junta Arbitral de Consumo de Euskadi.

Finalmente, el ayuntamiento se compromete a difundir el sistema arbitral de consumo y a fomentar la adhesión a la Junta Arbitral de Consumo de Euskadi, de las empresas y establecimientos ubicados en su término municipal. Todo ello en coordinación, y sin perjuicio de las facultades de la Dirección de Consumo del Departamento de Industria, Comercio y Turismo.

En definitiva, estos convenios suponen un mayor acercamiento a la ciudadanía, ya que los consumidores pueden presentar sus solicitudes de arbitraje en su propio ayuntamiento, donde se celebran, asimismo, las audiencias.

## 2.6. Cooperación con otros agentes de consumo: Red CIAC

### Comisión Consultiva de Consumo

.....

A lo largo del año 2001, esta comisión ha emitido los siguientes informes:

- Proyecto de Orden por el que se aprueban las nuevas tarifas del servicio público de transporte interurbano de viajeros en taxi dentro de la Comunidad Autónoma del País Vasco.
- Decreto por el que se regula la Comisión Consultiva de Consumo de Euskadi.
- Proyecto de Orden del consejero de Sanidad, por el que se establecen las condiciones sanitarias y la clasificación de los comedores colectivos y de los establecimientos no industriales de elaboración de comidas preparadas para el consumidor final en la Comunidad Autónoma del País Vasco.
- Proyecto de Reglamento de la Ley 2/2000 de 29 de junio, de Transporte Público e Interurbano de Viajeros en automóviles de turismo.

### Red CIAC

### Centros de Información y Atención al Consumidor

.....

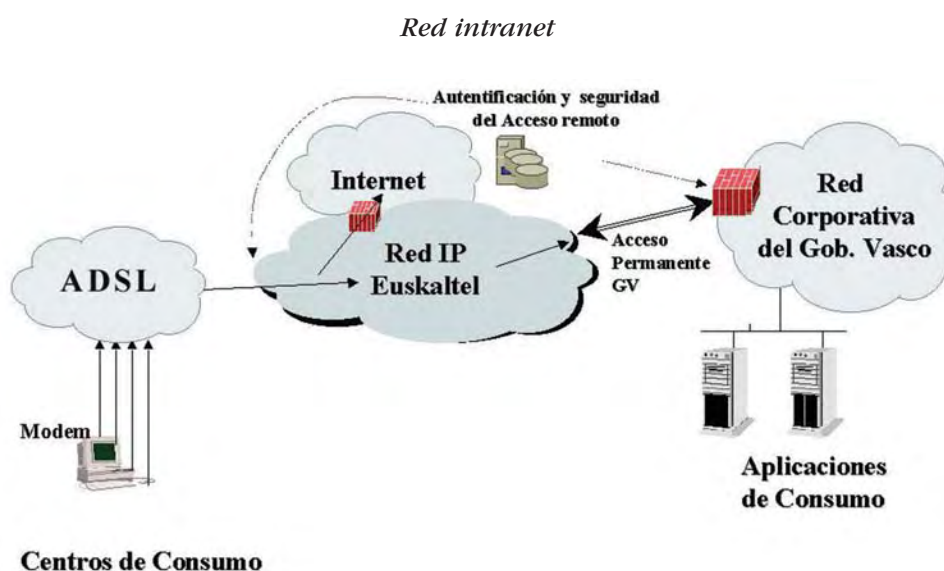
Kontsumo.net se presenta como un Plan Integral de Comunicaciones que implementa una red privada de datos para la interconexión de las 34 OMICs y las 16 oficinas de asociaciones de consumidores, así como de éstas entre sí.



Sin más requerimientos que un modem y un navegador, y con las debidas garantías de seguridad y confidencialidad, se pueden registrar consultas, reclamaciones y denuncias, trasladar los expedientes de un organismo a otro. El sistema permite conocer en cualquier momento cuál es su situación.

La información se registra en la base de datos de la aplicación corporativa del Gobierno Vasco (L-21-Kontsumo-gest) en la que, además de las consultas y reclamaciones, se registran las campañas y actas de la inspección, así como los expedientes que se están instruyendo.

Todo ello, permite una mejor planificación y *posibilita la labor de prevención*, en lugar de limitarse a la mera "corrección". Además, se da cobertura y servicios de valor añadido (acceso a base de datos, novedades, foro de debate, etc.) a las OMICs y asociaciones de consumidores a través de este portal de internet.



Los servicios de soporte ofertados consisten en:

- Conexión ADSL
- Cursos de formación
- Servicio CAU de atención al usuario

## Programa de apoyo económico

### Entidades locales

La Orden de 30 de Junio de 2000 del Consejero de Industria, Comercio y Turismo estableció una línea de apoyo a las entidades locales y entidades promovidas por ellas para la promoción y defensa de los derechos e intereses de consumidores y usuarios.

La Resolución de 27 de febrero de 2001 de la Viceconsejería de Comercio y Consumo hacia pública la convocatoria correspondiente al año 2001.

**Beneficiarios:** Entidades locales ubicadas en la Comunidad Autónoma Vasca, así como las entidades promovidas por ellas que cuenten con la existencia de servicio de Oficina Municipal de Información al Consumidor. Asimismo, podrán ser beneficiarias las entidades locales, o entidades promovidas por ellas que, no teniendo una OMIC en funcionamiento, presenten un proyecto de apertura en el presente año.

Las ayudas otorgadas para el funcionamiento y realización de actividades de información y formación de los consumidores y usuarios, y de edición y divulgación de centros y servicios destinados a Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC) han ascendido a 100.857.610 pts, distribuyéndose la citada cantidad del modo siguiente:

AYTO. DE GETXO .....	5.702.779	AYTO. DE ELGOIBAR .....	906.210
AYTO. DE ANDOAIN .....	1.260.106	AYTO. DE LEKEITIO .....	906.210
AYTO. DE ARETXABALETA .....	835.921	AYTO. DE LLODIO .....	1.809.186
AYTO. DE BALMASEDA .....	902.949	AYTO. DE ORTUUELLA .....	6.103.872
AYTO. DE BEASAIN .....	1.823.398	AYTO. DE URNIETA .....	1.201.441
AYTO. DE ERMUA .....	1.085.038	BERMEO PATRONATO MUNICIPAL .....	3.120.278
AYTO. DE IRUN .....	6.540.711	CUADRILLA DE AÑANA .....	1.172.460
AYTO. DE ERANDIO .....	3.208.332	CUADRILLA LAGUARDIA-	
AYO. DE ETXEBARRI .....	1.418.498	RIOJA ALAVESA .....	2.738.819
AYTO. LASARTE-ORIA .....	2.781.210	HERNANI PATRONATO MUNICIPAL .....	2.515.948
AYTO DE MUSKIZ .....	973.376	INGURALDE .....	2.957.096
AYTO. DE ONDARROA .....	1.490.838	IRAURGI LANTZEN S.A. ....	1.792.038
AYTO. DE PORTUGALETE .....	6.068.319	MANCOMUNIDAD DE	
AYTO. DE SANTURTZI .....	6.324.543	LAS ENCARTACIONES .....	2.025.407
AYTO. DE VITORIA GASTEIZ .....	6.870.221	MANCOMUNIDAD DE	
AYTO. DE EIBAR .....	1.897.001	SERVICIOS URIBE-KOSTA .....	3.417.951
AYTO. DE BASAURI .....	2.929.947	MANCOMUNIDAD DEL TXORIERRI .....	503.950
AYTO. DE BILBAO .....	6.870.221	MANCOMUNIDAD UROLA GARIA .....	2.363.388
AYTO DE DONOSTIA .....	3.423.888	OARSOALDEA S.A. ....	4.704.461

#### Objeto:

Establecer una línea de apoyo a las entidades locales para asumir los gastos derivados del funcionamiento y desarrollo de actividades de las oficinas Municipales de Información al Consumidor, así como los destinados para la instalación, reforma, ampliación, equipamiento o cambio de ubicación de centros y servicios destinados a Oficinas Municipales de Información al Consumidor.



Las ayudas para la instalación, reforma, ampliación, equipamiento o cambio de ubicación de Centros y Servicios destinados a Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC) suman un total de 14.530.083 pts., repartiéndose en la cuantía que a continuación se relaciona:

AYTO. DE GETXO .....	445.279	CUADRILLA DE AÑANA .....	231.000
AYTO. DE BALMASEDA .....	2.621.703	INGURALDE .....	141.600
AYTO. DE IRUN .....	1.953.000	IRAURGI LANTZEN .....	2.940.838
AYTO. DE SANTURTZI .....	1.300.000	MANCOMUNIDAD DE	
AYTO. DE BILBAO .....	330.000	LAS ENCARTACIONES .....	1.750.790
AYTO. DE LEKEITIO .....	797.917	MANCOMUNIDAD DE	
AYTO. DE ORTUUELLA .....	159.138	SERVICIOS URIBE-KOSTA .....	1.635.001
BERMEO PATRONATO MUNICIPAL .....	158.816	OARSOALDEA, S.A. ....	65.000

Fruto de este programa de apoyo a las entidades locales, se han creado dos nuevas OMICs en:

- Balmaseda
- Cuadrilla de Añana

### Asociaciones de consumidores

Para garantizar la defensa de los consumidores y usuarios es necesario continuar con la política de apoyo de las actividades que las organizaciones de consumidores llevan a cabo. Con tal finalidad, se regula en la Orden de 30 de junio de 2000 del Consejero de Industria, Comercio y Turismo el otorgamiento de subvenciones a dichas organizaciones.

La Resolución de 27 de febrero de 2001 de la Viceconsejería de Comercio y Consumo hacia pública la convocatoria correspondiente al año 2001.

**Beneficiarios:** Organizaciones que, teniendo como finalidad exclusiva la defensa de consumidores y usuarios de Euskadi, estén inscritas en el censo de organizaciones de consumidores de Euskadi, y su ámbito de actuación incluya la totalidad de la Comunidad Autónoma de Euskadi.

#### Objeto:

Otorgamiento de ayudas económicas destinadas a las Organizaciones de Consumidores y Usuarios para sufragar los gastos de mantenimiento, de infraestructura y de realización de actividades concretas por parte de estas organizaciones.

Las ayudas que se concedieron tuvieron como objeto sufragar los gastos derivados de los siguientes conceptos:

- Mantenimiento, funcionamiento, defensa jurídica, actuaciones de justicia alternativa, funciones de participación e interlocución social y demás gastos de infraestructura de centros y servicios de las organizaciones de consumidores generados durante el año en curso.

Por este concepto, les fue concedida ayuda a las siguientes asociaciones:

- Federación de Consumidores de Euskadi (EKE) ..... 13.024.563 Pts.
- Unión de Consumidores de Euskadi (UCE) ..... 16.533.568 Pts.
- Organización de Consumidores y Usuarios (EKA-OCUV) ..... 15.721.867 Pts.

- Ejecución de programas de información, formación y educación de consumidores y usuarios; realización de encuestas o análisis sobre calidad de bienes y servicios y edición y divulgación de publicaciones de interés para consumidores y relacionados con la defensa de sus derechos.

La distribución económica por este concepto fue la siguiente:

- Federación de Consumidores de Euskadi (EKE) ..... 11.401.362 Pts.
- Unión de Consumidores de Euskadi (UCE) ..... 15.099.069 Pts.
- Organización de Consumidores y Usuarios (EKA-OCUV) ..... 8.426.555 Pts.

- Instalación, reforma, ampliación o equipamiento de las oficinas de consumo de las asociaciones de consumidores.

Por este último concepto, recibieron ayudas:

- Federación de Consumidores de Euskadi (EKE) ..... 875.000 Pts.
- Unión de Consumidores de Euskadi (UCE) ..... 672.561 Pts.
- Organización de Consumidores y Usuarios (EKA-OCUV) ..... 1.332.800 Pts.

## 3. Control de mercado

El control de mercado implica inspecciones sistemáticas de etiquetado o de sectores muy reglados junto a comprobaciones de seguridad y seguimiento de determinados productos y servicios a los que hay que atender especialmente por su grado de conflictividad.

Incluye las siguientes actividades:

1. *Campañas de inspección y control*, entendidas éstas como actuaciones programadas que atienden especialmente a la vigilancia del cumplimiento de la normativa.
2. *Localizar e inmovilizar y retirar*, en su caso, los productos que puedan suponer un riesgo para la salud o la seguridad.



### *3.1. Campañas de inspección*

El control de mercado se realiza, por una parte, a través de actuaciones puntuales no programadas consecuencia de denuncias, comunicaciones e inhibiciones entre comunidades autónomas y, por otra parte, mediante actividades programadas que inciden sobre aquellos productos, servicios o prácticas comerciales que por distintas razones (cambios normativos, gran consumo, número de reclamaciones, detección de problemas, necesidad de normalización etc.) son seleccionados para su control específico.

Siguiendo estas premisas se han realizado durante el año 2001 las siguientes campañas, por orden cronológico, cuyo resultado a continuación se detalla.

- Etiquetado de vino
- Revisión de las empresas adheridas al sistema arbitral
- Etiquetado de carne de vacuno
- Objetos de oro y condiciones de comercialización
- Control de aparatos de bronceado
- Indicación de precios de libros de texto
- Información en centros de enseñanza no reglada
- Etiquetado de espárragos
- Seguridad en los juguetes
- Seguridad de guirnaldas navideñas
- Ventas en promoción
- Retirada de encendedores de apariencia engañosa

## Etiquetado de vino

**El Consejo Regulador de Rioja denunció irregularidades en la venta de este producto.**

### **Resultados:**

Esta campaña de inspección ha dado como resultado la localización de 14 comercios en los que se vendía vino embotellado sin etiquetar o vino que hacía referencia a la Denominación de Origen Rioja sin tener tal calificación.

Fruto de este trabajo, la Dirección de Consumo del Gobierno Vasco ha retirado del mercado vasco 86 botellas de este producto que no portaban etiquetado alguno. Por otro lado, los inspectores de consumo han recogido un total de 11 carteles en otros tantos establecimientos porque utilizaban nombres de origen que confundían sobre la naturaleza u origen del producto.

La comercialización de vino embotellado con etiqueta identifica el producto y permite al consumidor conocer los datos que obligatoriamente le deben proporcionar con respecto a la naturaleza, origen, características, calidad del producto e identidad de las personas que han participado en su producción o comercialización.

### **Objetivo:**

La Dirección de Consumo del Gobierno Vasco ha llevado a cabo durante el mes de febrero de 2001, una inspección de establecimientos minoristas de venta de vino. En total, los inspectores de consumo han visitado 53 comercios de Álava y Bizkaia, territorios en los que el Consejo Regulador de Rioja había denunciado la posible venta irregular de vino.

## Revisión de empresas adheridas al sistema arbitral de consumo

### **Objetivo:**

Con motivo de la campaña de publicidad que se realizó, se procedió a la actualización de su base de datos, para lo cual se solicita la colaboración del Servicio de inspección.

### **Resultados:**

Los inspectores comprobaron que los establecimientos adheridos continuaban con su actividad y en ese caso, si los datos de los que se disponían eran los correctos.

Se adjuntó, asimismo, modelo de compromiso de adhesión para distribuir en las empresas en las que se han producido cambios en la razón social o disponen de otros establecimientos además de los registrados en la base de datos de la Junta Arbitral de Consumo de Euskadi.

## Etiquetado de carne de vacuno

### **Resultados:**

Los resultados, son los siguientes: En cuanto a la carne sin envasar, si nos referimos a la información sobre la trazabilidad del animal, es decir, los números de identificación, de matadero y de sala de despiece, el incumplimiento es del 26%.

Si tenemos en cuenta la información de la etiqueta de la carne envasada, la irregularidad más significativa está en los datos de la trazabilidad de la carne y que supone el 33 %. La gran mayoría de la carne de vacuno envasada a la venta en los comercios vascos aporta los datos relativos a la denominación comercial de la pieza, el contenido neto, la fecha de caducidad, el precio y el nombre o razón social de la empresa ya que sólo un 3 % de los establecimientos visitados omite esta información.

Finalizada la fase de inspección se requirió a los responsables de los comercios para que subsanen las faltas detectadas en lo referente al cumplimiento de la normativa vigente sobre etiquetado de carne de vacuno.

### **Objetivo:**

La campaña de inspección del etiquetado de la carne de vacuno, que tiene como objeto controlar el cumplimiento de la legalidad del etiquetado obligatorio de la carne de vacuno, se ha realizado en 376 establecimientos de la Comunidad Autónoma Vasca entre los días 15 de marzo y 30 de abril de 2001.

## Objetos de oro y condiciones de comercialización

### **Objetivo:**

La Dirección de Consumo, en colaboración con la Dirección de Administración de Industria, ha realizado la campaña de inspección de objetos de oro en la que se ha verificado la existencia de los contrastes legales de origen o fabricante y los contrastes de garantía, las condiciones de comercialización y la información que se ofrece al consumidor. Los inspectores han visitado durante el mes de mayo 320 joyerías e hipermercados de toda la Comunidad Autónoma Vasca, esto es, el 45 % de los establecimientos censados que venden artículos de oro.

### **Resultados:**

De las 840 piezas fabricadas en oro que se han inspeccionado, el 97 % lleva el contraste de origen y el 85 % está marcado con el punzón de garantía de un laboratorio oficial. Por territorios, en Álava, los inspectores de consumo han visitado 36 joyerías y un hipermercado en los cuales han comprobado el doble punzonado en 104 piezas de oro: todas las piezas, salvo una, están marcadas con el contraste de origen. En cuanto al contraste de garantía oficial, 90 piezas (el 86 %) lo llevan y el resto, 14 piezas, no. En Bizkaia, los inspectores han verificado el doble marcado en 379 piezas de oro de 138 joyerías y 6 hipermercados. Los resultados en este territorio son: 361 (el 95 %) están marcados con el contraste de origen y 317 objetos (el 84 %) llevan contraste de garantía oficial. En Gipuzkoa, se han inspeccionado 357 piezas de 136 establecimiento de joyería y 3 hipermercados. De ellas, sólo 5 incumplen el marcado de origen y 311 llevan el contraste oficial (el 87 %).

En cuanto a las condiciones de comercialización y la información que se ofrece al consumidor, los inspectores de consumo han constatado que el 90 % de los establecimientos tiene colocado en lugar visible un cartel resumen de la normativa vigente en la materia. La práctica totalidad de los establecimientos visitados (únicamente tres, es decir, el 1 %, no lo hacen) cumple la ley que les obliga a separar los objetos de oro de los de baja aleación o bañados y a identificarlos y etiquetarlos debidamente para no confundir al consumidor. Finalmente, el 88 % de las joyerías indica de forma explícita la calidad del oro, esto es, la ley de la aleación, bajo la expresión "oro de 750 milésimas".

El Departamento de Industria, Comercio y Turismo requirió a los establecimientos que incumplen alguno de estos aspectos para que subsanaran las deficiencias detectadas.

La legislación en vigor es obligatoria sólo para el producto que está a la venta como metal precioso, es decir, para el oro, y para los objetos fabricados con este metal. En ambos casos, la ley exige un contraste o señal que certifica la calidad y autenticidad del producto. El contraste se realiza mediante punzonado y es de dos tipos:

- contraste de identificación de origen: identifica al fabricante o importador y deben estar registradas en el Registro de la Propiedad Industrial y
- contraste de garantía o contraste oficial: lo utilizan los laboratorios facultados y competentes en materia de análisis y contraste de metales preciosos. El laboratorio realiza un análisis de la composición del metal. Si se comprueba que la aleación es correcta de acuerdo con la ley o proporción en peso de oro, se procede al marcado de la pieza con el punzón.

## Control de aparatos de bronceado

### Resultados:

Ante la falta de legislación sobre la materia, la norma UNE es el único documento regulador de aparatos de bronceado y sirve de referencia al sector, sin embargo, no tiene rango normativo por lo que no es de obligado cumplimiento. En base a la norma UNE, los aparatos emisores de rayos ultravioletas están clasificados en

cuatro categorías (UV tipo 1, UV tipo 2, UV tipo 3 y UV tipo 4) según la potencia de la radiación y deben indicar a qué tipo de clasificación pertenecen. Los datos de la campaña aseguran que sólo el 38 % de los aparatos llevan la mencionada indicación. También esta norma aconseja que en todos los tipos de aparatos bronceadores se pueda leer la siguiente advertencia: "Las radiaciones ultravioletas pueden afectar a los ojos y a la piel. Leer las instrucciones atentamente. Llevar gafas de protección solar. Ciertos medicamentos y cosméticos pueden aumentar la sensibilidad." Según los datos de la campaña, el 45 % de los cumple este punto. En los aparatos de tipo 4 (el 31% del total) la advertencia es: "Utilizar únicamente bajo consejo médico" y sólo el 44 % de los aparatos revisados la lleva. En cuanto al marcado CE que acredita la seguridad del aparato, el 50 % de los solariums lo lleva y el 80 % identifica correctamente al fabricante.

### Objetivo:

Durante la campaña, los inspectores de consumo han comprobado 270 aparatos de bronceado de los tres territorios históricos de cara a conocer si cumplen con la norma UNE y el marcado CE que acredita la seguridad de los aparatos.

Otro de los aspectos que se ha revisado en la campaña de consumo ha sido la información que se le facilita al consumidor en los centros que ofrecen este servicio. En el 85% de los casos se informa de los riesgos o precauciones a tener en cuenta para el uso de los solariums y en el 90% se exhiben los precios del servicio. Finalmente, la campaña ha puesto en evidencia la necesidad de que los prestadores de este servicio formalicen un contrato de mantenimiento con un organismo de control autorizado que garantice la revisión periódica del aparato de bronceado y los cambios de las lámparas de rayos UVA del mismo.

Si comparamos los datos de los tres territorios, hay diferencias significativas que colocan a Bizkaia a la cabeza de incumplimientos debido a que los aparatos de bronceado de este territorio histórico son más antiguos y, por lo tanto, no adecuados a la norma UNE que data del año 98.

La campaña de control de aparatos de bronceado tenía como objetivo principal conocer la situación de este sector en el que, como hemos indicado, no existe una regulación específica y que toma como referencia la norma UNE. En definitiva, la Dirección de Consumo pretende que el usuario de este servicio esté más y mejor informado y se le ofrezca un servicio óptimo, al tiempo que certifica la necesidad de regular esta materia para frenar la competencia desleal.



## Indicación de precios de libros de texto

### Resultados:

Por territorios históricos estos son los resultados:

En Álava se han inspeccionado tres librerías y una gran superficie, en total 16 libros de texto, y, solamente, se ha encontrado una irregularidad: en uno de los comercios no aparecía la indicación del precio final ni disponía de lector óptico

de precios por lo que la única manera de saber el precio era preguntar al dependiente. Esta irregularidad representa el 25 % del total inspeccionado en el territorio.

En Bizkaia los inspectores han visitado 12 establecimientos, en total, han revisado 48 libros de los que el 50% incumple la obligación de indicar el precio final. El 8% de libros ofertados con reducción de precio no especificaba los dos precios, el originario y el final. En cuanto al catálogo de precios que facilita el editor, sólo uno de los comercios no disponía de él.

En Gipuzkoa han sido 10 los comercios visitados y 40 los libros inspeccionados. Los resultados son: en el 15 % de los casos no figura el precio final de venta; en el 32,5% no se especifica con claridad el precio del producto y el importe de los descuentos y en el 10% el precio final de venta no coincide con el descuento anunciado. Por último, en un establecimiento no disponían del catálogo de precios.

La inspección se ha realizado en base a nueve cuestiones de las cuales sólo se han encontrado irregularidades en tres: la indicación correcta del precio final, la indicación de los descuentos y la posesión del catálogo de publicaciones que facilita el editor. En el peor de los casos, los establecimientos incumplen dos de los mencionados aspectos. Por lo tanto, y haciendo una comparación con los resultados del año anterior, la principal conclusión de la inspección que se ha llevado a cabo este pasado mes de setiembre es que la venta de libros de texto ha mejorado considerablemente puesto que ha disminuido el número de irregularidades.

La Dirección de Consumo ha requerido a siete establecimientos que persisten en las irregularidades constatadas al año pasado. A otros cuatro, se les ha requerido para que corrijan las anomalías que ha detectado la inspección.

Esta es la segunda vez que la Dirección de Consumo ha inspeccionado el comercio dedicado a la venta de libros de texto. La primera fue el año 2000 cuando un real decreto del gobierno estatal liberalizó el descuento a aplicar sobre el precio de venta al público de los libros de texto y del material escolar de enseñanza primaria y secundaria. Esta medida, en principio ventajosa para el consumidor porque permite descuentos de hasta un 25 % y venta a precio de coste, generó, sin embargo, reclamaciones de muchos consumidores porque algunos establecimientos no especificaban el precio de venta al público y no se podía comprobar el verdadero descuento de los libros o no facilitaban los catálogos de precios de los libros. En aquella ocasión se requirió a los establecimientos para que subsanaran las deficiencias.

### Objetivo:

La inspección de Consumo del Gobierno Vasco ha visitado 14 grandes superficies y 12 librerías de los tres territorios de la Comunidad Autónoma Vasca en los que ha comprobado la veracidad de la publicidad ofertada por los comercios y el cumplimiento de la normativa en materia de precios en un total de 104 libros de texto.

## Información en centros de enseñanza no reglada

### Objetivo:

Durante el mes de octubre, la Dirección de Consumo del Gobierno Vasco ha llevado a cabo la inspección de los centros de enseñanza no reglada de la Comunidad Autónoma de Euskadi. El principal objetivo de la campaña ha sido verificar el derecho que tienen los usuarios de academias y centros privados a una información transparente y completa. La inspección de consumo ha visitado un total de 62 centros de los tres territorios históricos, parte de los cuales han provocado reclamaciones de los usuarios en los últimos dos años.

### Resultados:

Según el decreto que regula el derecho a la información de los usuarios de centros de enseñanza privada en la comunidad vasca, en los lugares de acceso al centro o en los que se informe sobre los cursos que imparten, deberán figurar carteles o leyendas visibles con los siguientes datos en euskera y castellano: denominación, dirección y localización del centro, nombre de la persona física o jurídica responsable, existencia de folletos o documentos informativos sobre los cursos y lugar en el que se ponen a disposición de los clientes, y, finalmente, la existencia de hojas de reclamaciones. En los mencionados folletos, a disposición del público desde el momento de la oferta hasta la finalización del curso, se especificará,

además, la duración y horarios de los cursos, el diploma, la cualificación del profesorado, el precio y la forma de pago. La inspección ha constatado que la información que se ofrece al público es deficiente puesto que obvian datos como la persona responsable (en el 64 % de los casos no aparece en el cartel informativo y tampoco en el 68 % de los folletos), la existencia de folletos (56 %) y la duración, precio y forma de pago (50 %).

Otro aspecto importante es la obligación de los centros de formalizar un contrato con el usuario que se debe entregar al interesado junto al folleto informativo sobre el curso elegido. Los resultados de la campaña en este sentido tampoco son positivos puesto que el contrato sólo se formaliza en el 46 % de los centros visitados. Eso sí, los centros que firman un contrato lo hacen correctamente en el 90 % de los casos y hacen constar en el mismo la identidad de las dos partes, el curso o cursos a impartir, su duración, precio y forma de pago. Como dato positivo se puede mencionar que 25 centros ofrecen financiar los cursos con un crédito a través de una entidad financiera y 23 de ellos entregan el documento de contrato de crédito.

La normativa en vigor obliga a los centros a extender una factura de los pagos efectuados por el alumno en la que se identifica a las dos partes y se detalla el nombre del curso, el número de factura, periodo de liquidación, precio desglosado por conceptos IVA incluido y lugar y fecha de emisión. El 90 % de los centros formaliza correctamente este documento.

Por último, la inspección ha corroborado que los centros de enseñanza no universitaria visitados entregan, en el 80 % de los casos, un documento acreditativo de los estudios realizados o diploma con reseña de duración, horas y contenidos del curso recibido. Ni en la publicidad ni en el diploma se pueden utilizar referencias a titulaciones o términos que induzcan a confusión sobre la validez académica o profesional de las enseñanzas impartidas o sobre el carácter oficial de las mismas. La inspección ha localizado cinco casos de los que se dio cuenta al Departamento de Educación del Gobierno Vasco.

## Etiquetado de espárragos

### **Resultados:**

En el mes de noviembre de 2001 se ha realizado a instancias de esta Dirección de Consumo una inspección en 29 puntos de venta (supermercados e hipermercados) y en cuatro de ellos, se han localizado partidas de espárragos con el código que identifica el origen chino y peruano sin que en el etiquetado se hiciera la mención obligatoria del lugar de origen o procedencia o bien con menciones falsas como "producto de España".

Incluso se ha dado el caso en una partida de latas de espárragos donde figura que el origen es de Perú siendo el troquel chino, lo que indica que hay confusión.

Las partidas localizadas corresponden a dos marcas cuyo domicilio social está uno en Navarra y otro en la Comunidad de la Rioja por lo que se procede a dar traslado de las actas de inspección a estas comunidades autónomas a fin de que, en el ámbito de sus competencias, realice el seguimiento en la planta envasadora o importadora y se tomen las medidas oportunas para la correcta información al consumidor del origen de los espárragos.

En otras seis marcas se ha podido comprobar que la información es correcta en cuanto en el etiquetado figura explícitamente su origen de China o Perú coincidiendo con el número de troquel de la tapa que identifica estos productos.

Se procedió, asimismo, a enviar copia de las actuaciones a la Dirección de Política e Industria Agroalimentaria del Departamento de Agricultura y Pesca del Gobierno Vasco, órgano que formuló la denuncia.

## Seguridad en los juguetes

### **Resultados:**

La Dirección de Consumo del Gobierno Vasco ha retirado del mercado un total de 213 unidades de 17 juguetes diferentes durante una campaña de inspección que se ha desarrollado en el mes de noviembre. Algunos de los juguetes han sido motivo de alerta por presentar peligro para los niños y niñas que los utilizan mientras que otros, 30 marcas en total, han sido inmovilizados y enviados a analizar puesto que son muy similares a los juguetes alertados.

Los juguetes alertados son, mayoritariamente, de origen desconocido y de bajo precio y presentan una serie de problemas:

- piezas muy pequeñas que se desprenden con facilidad y pueden producir asfixia por ingestión (ojos y narices de muñecos de peluche, rompecabezas, juguetes encajables y muñecos con silbato),
- bordes cortantes o peligro de pellizcarse con el mecanismo de plegado (patinetes) y
- composición incorrecta con niveles altos de acetofenona (puzzles).

Además, la inspección de consumo ha retirado juguetes que no llevan el marcado CE que certifica la seguridad del producto.

En lo que respecta a la toma de muestras, los inspectores han mandado analizar 30 marcas de globos de látex, mordedores, juguetes de goma y estuches de material escolar para la supervisión de pinturas, gomas, lápices y demás; y para comprobar su correcto etiquetado y composición. Igualmente, se analizaron siete marcas de rompecabezas, patinetes y muñecos de goma con silbato similares a los juguetes alertados, para comprobar si presentan los mismos peligros.

La campaña se ha completado con la inspección de todos los modelos de bicicletas para niños y niñas que hay en el mercado (un total de dieciséis). Ninguna marca de bicicletas cumple la normativa al completo que requiere el marcado CE, la identificación del fabricante o importador, las instrucciones de montaje y mantenimiento, y las advertencias de seguridad, que en el caso de las bicicletas son el uso de casco de protección y que no se utilicen en vías públicas. Además, las bicicletas deben adjuntar el documento de garantía. En doce modelos, el etiquetado es correcto pues sólo obvia las advertencias de seguridad o bien las instrucciones de montaje, lo mismo que en otras dos que olvidan las advertencias de seguridad y el marcado CE. En dos modelos, por el contrario, se prescinde de todo etiquetado puesto que sólo aportan una marca y un número de referencia. El documento de garantía se acompaña en nueve de los dieciséis modelos y lo único que cumplen todos ellos es la indicación del precio de venta al público.

En esta campaña de inspección de juguetes los inspectores han visitado más de 200 puntos de venta entre grandes superficies, jugueterías y tiendas de "Todo a cien".

## Seguridad de guirnaldas eléctricas

### Resultados:

Los inspectores de consumo han comprobado que en el mercado vasco no existe ninguna de estas marcas dadas a conocer por las redes de alerta europea y americana, en gran medida, por la labor de filtro que se ha llevado a cabo por los agentes aduaneros quienes, en los últimos meses, han devuelto a origen las guirnaldas de países no miembros de la Unión Europea que no cumplían las exigencias de seguridad. Los inspectores de consumo pretendían localizar guirnaldas que pudieron entrar en el mercado vasco con anterioridad a la paralización en aduanas.

### Objetivo:

La campaña de inspección de guirnaldas de Navidad comenzó el 30 de noviembre y que concluyó el 20 de diciembre, después de visitar 34 puntos de venta de los tres territorios de la comunidad. El objetivo de la campaña era localizar 28 marcas de guirnaldas luminosas que han sido alertadas por suponer peligro de electrocución o de quemaduras, por no cumplir las exigencias de protección de los cables o por carecer de marcado de seguridad CE.

La principal conclusión de la campaña es que ha mejorado el nivel de cumplimiento de manera sustancial puesto que en campañas anteriores los resultados eran mucho más pesimistas: apenas existía el marcado CE de seguridad, el etiquetado no estaba en ninguno de los idiomas oficiales del Estado y, por supuesto, no incluían las advertencias de seguridad.

A pesar de todo, los inspectores de consumo han localizado algunas marcas mal etiquetadas o incluso sin el marcado CE de seguridad. De esta manera, han retirado seis modelos distintos de guirnaldas, en total 106 piezas, sin marcado CE ni en el producto ni en el embalaje. En cuanto a etiquetado, de los 67 modelos revisados, en 15 se omiten las advertencias de seguridad (no quitar ni insertar lámparas mientras la guirnalda esté conectada a la red de alimentación, utilizar sólo en interiores, sustituir inmediatamente las lámparas que fallen por otras de la misma tensión e indicar la potencia nominal para evitar su calentamiento). En menor número, diez en concreto, se han encontrado guirnaldas en las que el etiquetado no aparece en una de las lenguas oficiales del Estado tal y como obliga la normativa vigente. Estos mismos diez modelos tampoco advertían de la seguridad de su uso. Finalmente, en tres casos no informan de la tensión de alimentación en voltios y de la potencia máxima en vatios.

Además, los inspectores han recogido en cada establecimiento dos muestras de guirnaldas tomadas al azar para comprobar si son correctas para su venta. Con la misma intención, los inspectores han querido comprobar si el marcado CE no está falsificado y han tomado otras seis muestras también al azar.

## Ventas en promoción

### Objetivo:

En fechas navideñas, se ha realizado una inspección sobre las ventas en promoción, debido a la proliferación que está adquiriendo este sistema de ventas y con el fin de comprobar el cumplimiento de la normativa vigente en materia de Comercio y la protección debida al consumidor.

### Resultados:

El procedimiento de control se ha realizado en 293 establecimientos de la Comunidad Autónoma que publicaban ventas en promoción, siguiendo la siguiente distribución por sectores, 259 del sector textil, 22 de calzado y 12 de deportes.

Además del control del cumplimiento de la normativa en lo referente a la venta en promoción, se ha comprobado que en los establecimientos se indicarán debidamente los precios de venta.

Teniendo en cuenta la definición establecida por la Ley 7/1994, de 27 de mayo de actividad comercial, se considera venta en promoción la que ofrece a los compradores condiciones ventajosas generalmente mediante descuentos en los precios.

Los inspectores han comprobado en los establecimientos que publicitan este tipo de venta tres aspectos principales:

1. Que figuran con claridad los productos objetos de la promoción. En el supuesto de que la venta en promoción no afecte a la totalidad de los productos comercializados, se ha comprobado que los promocionados están suficientemente diferenciados del resto.

El resultado ha sido que en casi todos los establecimientos aparecen diferenciados los artículos promocionados pues sólo incumple un 1%.

2. Que se informa de los descuentos o ventajas de la promoción. En este punto hay un índice mayor de incumplimiento 11%, es decir 33 establecimientos no especifican con claridad las ventajas de la promoción siendo mayor el incumplimiento en el sector calzado (32%) y en deportes (33%).
3. Información al público sobre la duración de la promoción pues no se permite por la normativa las promociones indefinidas no sólo por constituir una conducta desleal con el sector sino también para evitar que se induzca al consumidor a pensar que está adquiriendo productos en condiciones ventajosas, cuando éstos se están comercializando habitualmente en idénticas condiciones. En este sentido deberá figurar el periodo de vigencia de la promoción.

Este ha sido el mayor incumplimiento pues el 66% de los establecimientos no expone al público el periodo de la promoción.

Por el contrario se ha podido comprobar que los artículos en promoción no estaban afectados por ninguna causa que reduzca su valor, pues los artículos deteriorados, únicamente podrían ofertarse como saldos.

Sólo en un 1% de los establecimientos se han encontrado artículos deteriorados.

*En cuanto a la exhibición del precio:*

En el caso de los artículos expuestos en el escaparate los precios deben resultar visibles desde el exterior. Se han detectado en este punto deficiencias en 37 establecimientos en los que no aparecía o no era visible el precio desde el exterior. En Vitoria se ha detectado el índice mas alto de incumplimiento, siendo un 7% de los establecimientos inspeccionados los que incumplían frente al 5% de Bizkaia y el 1% de Gipuzkoa.

Por el contrario los precios aparecen correctamente marcados en los productos expuestos para su comercialización en el interior.

## **Retirada de encendedores de apariencia engañosa**

### **Resultados:**

Se recibieron en esta Dirección de Consumo a través del sistema de Red de alerta europea información sobre una relación de encendedores y mecheros con formas engañosas atractivas para los niños y niñas.

El motivo de la alerta es el riesgo de producir quemaduras e incendios, por tratarse de objetos que se confunden con juguetes y porque no presentan indicación alguna sobre su utilización.

Debido a que estos artículos pudieran comercializarse en ferias y mercadillos se dio traslado de la información a los ayuntamientos en el mes de noviembre, para que en caso de localizarse se impidiera su distribución en base a lo establecido en la Ley 44/1996, de 19 de enero por el que se adoptan medidas para garantizar la seguridad general de los productos a disposición del consumidor, y de acuerdo con las competencias de las entidades locales establecidas en la Ley de bases del Régimen Local.

Los 248 encendedores encontrados se han retirado del mercado y devuelto a origen donde se hará seguimiento y se impedirá que vuelvan a circular en el mercado.

Algunos establecimientos no han presentado la documentación del distribuidor por lo que la responsabilidad recaerá sobre los comerciantes.

Los mecheros se han localizado en siete establecimientos de Donostia.

En cuanto a las actuaciones llevadas a cabo por los ayuntamientos se nos informó de que la Inspección de Irún localizó estos artículos en otros siete establecimientos y los retiró del mercado.

A destacar la actuación del Ayuntamiento de Bilbao que ha incautado más de 15.000 artículos.

### 3.2. Control de la seguridad de los productos

Con la supresión de las fronteras de los países que componen la Unión Europea y el principio de libre circulación aparece en el mercado una afluencia de productos cuyo origen puede corresponder a cualquiera de los países comunitarios o a terceros países. Es necesario, por tanto, intensificar los mecanismos para controlar la comercialización de productos seguros lo que se ha conseguido con el Sistema de intercambio rápido de información, que se fundamenta en la Directiva 92/59/CEE sobre seguridad general de los productos y que se transpone al ordenamiento jurídico estatal por el Real Decreto 44/1996.

Además, se gestionan las notificaciones procedentes de Estados Unidos y se comprueban si los productos alertados en su red, esto es, en la U.S. Consumer Product Safety Commission (CPSC), se comercializan en nuestro país.

A continuación se adjuntan las actuaciones de inspección en este campo.

*Tipo de producto y origen de la alerta*

	CCAA	CE	CPSC	INFORMATIVA	TOTAL
JUGUETES	51	49	47	1	148
MATERIAL ELÉCTRICO	21	23	20	1	65
ENCENDEDORES y ART. Varios	9	24	10	1	44
HERRAMIENTAS	8	5	23	1	37
ELECTRODOMÉSTICOS	8	4	20	3	35
MAT. PUERICULTURA	6	6	19		31
PRODUCTOS QUÍMICOS	10	12	7	1	30
VEHÍCULOS	1	5	10	6	22
ARTÍCULOS DEPORTIVOS		3	16	1	20
TEXTIL, CALZADO		4	11		15
MUEBLES		6	3	1	10
OTROS	1	1	12	8	22
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>142</b>	<b>198</b>	<b>24</b>	<b>479</b>



*Procedencia de los productos alertados*

	ESTADO	CE	CHINA	TAIWAN	OTROS	DESCONOCIDA	TOTAL
JUGUETES	3	14	67	3	17	44	148
MATERIAL ELÉCTRICO	8	4	16	4	9	24	65
ENCENDEDORES y ART.							
VARIOS		10	9	1	5	19	44
HERRAMIENTAS	2	4	5		11	15	37
ELECTRODOMÉSTICOS	4	4	4	3	9	11	35
MAT. PUERICULTURA	1	3	5	1	15	6	31
PRODUCTOS QUÍMICOS	9	5	2		10	4	30
VEHÍCULOS		5	1	2	12	2	22
ARTÍCULOS DEPORTIVOS		1	1	3	7	8	20
TEXTIL, CALZADO		2	3		7	3	15
MUEBLES	1	5			2	2	10
OTROS	5	3	3	1	5	5	22
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>60</b>	<b>116</b>	<b>18</b>	<b>109</b>	<b>143</b>	<b>479</b>

*Productos alertados inspeccionados en nuestro mercado*

	TOTAL INSPECCIONADOS	LOCALIZADOS	UNIDADES RETIRADAS
JUGUETES	101	20	1.750
MATERIAL ELÉCTRICO	3	1	48
ENCENDEDORES y ART. Varios	10	4	78
HERRAMIENTAS	5	2	290
ELECTRODOMÉSTICOS	2		
MAT. PUERICULTURA	10		
PRODUCTOS QUÍMICOS	2		
VEHÍCULOS			
ARTÍCULOS DEPORTIVOS			
TEXTIL, CALZADO			
MUEBLES			
OTROS	1		
<b>Total</b>	<b>134</b>	<b>27</b>	<b>2.166</b>

La inspección actúa cuando existe constancia de que los productos alertados están en el mercado vasco y sobre todo en los casos en los que el peligro es manifiesto.

### 3.3. Actuaciones inspectoras

El resultado global de las inspecciones es de 3.519 actuaciones que comprende tanto las programadas por motivo de campañas como las no programadas generalmente motivadas por denuncias, aparición de productos irregulares o por inhibiciones y comunicaciones entre las comunidades autónomas.

En los cuadros adjuntos se detallan por territorios las distintas actuaciones de inspección, sean actas o informes, clasificadas por motivo, sector y productos.

#### Actuaciones inspección por motivo

MOTIVO	ACTAS								INFORMES			
	Con infracción				Sin infracción				ÁLAVA	GIPUZKOA	BIZKAIA	TOTAL
	ÁLAVA	GIPUZKOA	BIZKAIA	TOTAL	ÁLAVA	GIPUZKOA	BIZKAIA	TOTAL				
CAMPAÑAS	57	178	121	<b>356</b>	64	196	108	<b>368</b>	177	357	636	<b>1.170</b>
ALERTAS	14	25	11	<b>50</b>	1	17	7	<b>25</b>	20	23	62	<b>105</b>
DENUNCIAS	1	30	14	<b>45</b>	7	188	103	<b>298</b>	97	85	620	<b>802</b>
OTROS	3	4	17	<b>24</b>	12	57	18	<b>87</b>	18	60	111	<b>189</b>
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>	<b>237</b>	<b>163</b>	<b>475</b>	<b>84</b>	<b>458</b>	<b>236</b>	<b>778</b>	<b>312</b>	<b>525</b>	<b>1.429</b>	<b>2.266</b>

#### Actas levantadas por la inspección (por tipo de producto/servicio)

CLASIFICACIÓN POR PRODUCTOS O SERVICIOS	ACTAS POSITIVAS	Actas Negativas	Actas T. Muestras	TOTAL
ACEITES Y GRASAS				
PRODUCTOS LÁCTEOS				
PRODUCTOS CÁRNICOS	32	4		<b>36</b>
PRODUCTOS DE LA PESCA	1			<b>1</b>
PAN Y PANES ESPECIALES				
CONSERVAS	5	3		<b>8</b>
VINOS Y LICORES	16	3		<b>19</b>
HUEVOS				
PRODUCTOS CONGELADOS				
FRUTAS Y HORTALIZAS	1	1		<b>2</b>
PRODUCTOS ALIMENTICIOS VARIOS	1	11		<b>12</b>
ELECTRODOMÉSTICOS				
JUGUETES	54	37	7	<b>98</b>
AUTOMÓVILES Y REPUESTOS	3	14		<b>17</b>
TEXTILES	5	47		<b>52</b>
PRODUCTOS DE CUERO Y PIEL	3	9		<b>12</b>
COSMÉTICOS				
PRODUCTOS QUÍMICOS DE USO DOMÉSTICO	1	2	1	<b>4</b>
COMBUSTIBLES				
PRODUCTOS QUÍMICOS				
ACEITES GRASAS (NO C. BOCA)				
PRODUCTOS INDUSTRIALES VARIOS	271	484	36	<b>791</b>
TINTORERÍAS LAVANDERÍAS SERVICIOS GENERALES	9	46		<b>55</b>
REPARACIÓN DE VEHICULOS		34		<b>36</b>
REPARACIÓN ELECTRODOMÉSTICOS	2	6		<b>6</b>
VIVIENDA	2	26		<b>28</b>
TRANSPORTES	6	2		<b>8</b>
REPARACIÓN DE VIVIENDAS	1	8		<b>9</b>
TURISMO (HOSTELERÍA, AGENCIA VIAJE)		1		<b>1</b>
SERVICIO SANITARIO Y ASISTENCIAL		1		<b>1</b>
PUBLICIDAD				
SERVICIOS PÚBLICOS DE ABASTECIMIENTO	1	5		<b>6</b>
SERVICIOS VARIOS	61	34		<b>95</b>
<b>TOTAL</b>	<b>475</b>	<b>778</b>	<b>44</b>	<b>1.297</b>

## Actuaciones inspección por sector

MOTIVO	ACTIAS				INFORMES				TOTAL ACTUACIONES							
	ÁLAVA	GIPUZKOA	BIZKAIA	TOTAL	ÁLAVA	GIPUZKOA	BIZKAIA	TOTAL	ÁLAVA	GIPUZKOA	BIZKAIA	TOTAL				
HIPERMERCADOS Y GRANDES SUPERFL.	11	52	17	80	7	74	33	114	49	86	182	317	67	212	232	511
JOYERÍA, RELOJERÍA	17	17	62	96	19	22	63	104	25	114	89	228	61	153	214	428
TEXTIL, CALZADO	6	35	2	43	10	38	6	54	40	31	192	263	56	104	200	360
C.p.m. PRODUCTOS CÁRNICOS	4	22	3	29	3	11		14	34	100	139	273	41	133	142	316
TINTORERÍAS		12		12	2	57	2	61	10	15	134	159	12	84	136	232
PELUQUERÍA Y OTROS TRAT. BELLEZA	9	46		55	9	51	1	61	16	23	58	97	34	120	59	213
CONSTRUCCIÓN Y REP. VIVIENDA	2		4	6	2	24	18	44	22	30	57	109	26	54	79	159
ENSEÑANZA	10	16	29	55	10	12	27	49	7	13	13	33	27	41	69	137
ELECTRODOMÉSTICOS, SAT		1		1	1	1	8	10	10	3	107	120	11	5	115	131
VENTA Y REPARACIÓN AUTOMOVILES	1	4	4	5	1	20	17	38	14	6	66	86	15	27	87	129
C.p.m. JUGUETES-DEPORTES	3	11	5	19		25	3	28	4	20	42	66	7	56	50	113
BAZARES	2	4	2	8	1	29	4	34	5	17	34	56	8	50	40	98
MUEBLES	2	2	3	5		12	11	23	8	7	39	54	8	21	53	82
GIMNASIOS	4	5		9	4	5		9	4	1	42	47	12	11	42	65
TELEFONÍA		1		1		7	3	10	8	4	13	25	8	12	16	36
VIVIENDA, INMOBILIARIA	1			1		3	1	4	4	4	8	16	4	8	9	21
TRANSPORTE	1	6		7			1	1			13	13	0	1	20	21
INFORMATICA				0		8		8	7	3	2	12	7	11	2	20
OTROS	7	10	26	43	15	59	38	112	45	48	199	292	67	117	263	447
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>	<b>237</b>	<b>163</b>	<b>475</b>	<b>84</b>	<b>458</b>	<b>236</b>	<b>778</b>	<b>312</b>	<b>525</b>	<b>1.429</b>	<b>2.266</b>	<b>471</b>	<b>1.220</b>	<b>1.828</b>	<b>3.519</b>

### 3.4. Comunicaciones e inhibiciones

Son los traslados de denuncias o hechos que pudieran constituir infracción pero que el responsable de la misma se encuentra en otra comunidad autónoma por lo que se envía el expediente al organismo de consumo competente.

Antes de proceder al traslado se intenta, la mediación y la resolución de las reclamaciones, lo que ha hecho que se reduzca notablemente el número de las enviadas al haberse llegado a una solución.

Esto ha provocado que la mayoría de traslados sea como consecuencia de actuaciones de oficio con resultado de irregularidades en productos fabricados fuera de la Comunidad Autónoma de Euskadi.

Se contabilizan como recibidas 146 y enviadas 42.

RECIBIDAS	
ORIGEN	
CASTILLA-LEÓN	55
CANTABRIA	17
MADRID	16
CASTILLA-MANCHA	15
ARAGÓN	10
CATALUNYA	8
NAVARRA	8
C. VALENCIANA	7
ASTURIAS	5
MURCIA	3
GALICIA	2
<b>TOTAL</b>	<b>146</b>

ENVIADAS	
DESTINO	
MADRID	8
ARAGON	7
C. VALENCIANA	6
CASTILLA-LEÓN	5
CATALUNYA	5
NAVARRA	5
CASTILLA-MANCHA	4
MURCIA	2
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>

## Inhibiciones recibidas

MOTIVO	ORIGEN											TOTAL
	CAST.-LEÓN	CANTABRIA	MADRID	CAST.-MANCHA	ARAGÓN	CATALUNYA	NAVARRA	C. VALENCIANA	OTRAS	TOTAL		
Incumplimientos en etiquetado	32	6	9	9	7	6	4	4	9	86		
Incumplimientos en información al consumidor	10	5	5	2						22		
Fraude en composición/calidad del producto	1	1	2	1	2	2	2	2	1	14		
Materia de precios	1	3		1			2	1		7		
Deficiencias en seguridad del producto	2	1			1					4		
Deficiencias en prestación del servicio	2									3		
Garantías										0		
Otros	7	1		2						10		
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>17</b>	<b>16</b>	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>10</b>	<b>146</b>		

### 3.5. Expedientes sancionadores

#### *Expedientes sancionadores por motivo de infracción y territorio*

Por motivo de la infracción	ÁLAVA	BIZKAIA	GIPUZKOA	TOTAL
Hoja de reclamaciones		7	2	9
Incumplimiento de disposiciones de etiquetado	2	4		6
Falta publicidad de PVP			3	3
Negativa de facilitar datos en la actuación inspectora		2		2
Otra documentación-información obligatoria		1		1
Incumplimiento de normas de seguridad			1	1
Otras infracciones de consumo	1			1
Problemas contractuales	1			1
Venta en liquidación			1	1
Venta en rebajas			1	1
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>14</b>	<b>8</b>	<b>26</b>

#### *Expedientes sancionadores por sectores*

Por sectores	TOTAL
Alimentación	6
Grandes superficies	4
Muebles	2
Comercio al por menor	2
Transportes	5
Venta reparación de automoviles	3
Electrodomésticos, SAT	2
Reparación de vivienda	2
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>

## 4. *e-Kontsumo y sociedad de la información y del conocimiento*

Participamos en diversos proyectos relacionados con el área de sistemas y tecnologías de la información y las comunicaciones, algunos de ellos inmersos en el Plan Euskadi en la Sociedad de la Información.



### *Proyectos dirigidos al ciudadano*

#### ■ **Página web de Consumo - [www.kontsumo.net](http://www.kontsumo.net)**

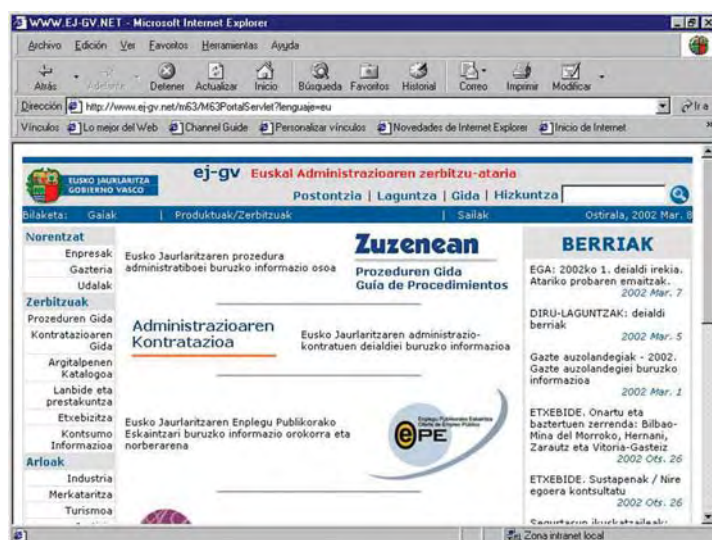
Explicada en el apartado 2.3 Información (Programa de documentación), en la que se están implementando los contenidos y plataformas para la educación en medio ambiente y consumo, (recogidos en el apartado HZ-03 del Plan Euskadi en la Sociedad de la Información).



[www.kontsumo.net](http://www.kontsumo.net)

■ **Zuzenean. Portal de servicios del Gobierno Vasco EJ-06 (www.ej-gv.net) en el que se ofertan los siguientes servicios a través de Internet**

- Consultas y hojas de reclamaciones
- Resolución de litigios transfronterizos
- Solicitudes de arbitraje de consumo
- Adhesiones de empresas al Sistema arbitral
- Peticiones de centros educativos al Programa de talleres itinerantes de consumo



■ **ATEA: Aplicación para la Tramitación de Expedientes de la Administración EJ-07**

Se están modelizando los procedimientos administrativos de las denuncias y reclamaciones de los consumidores, con objeto de facilitar su tramitación y el acceso telemático a este nuevo sistema para la gestión unificada de expedientes.

■ **Consumo en la Red de Centros de Formación y Acceso a Internet KZ-06**

Se optimiza la utilización de infraestructuras públicas existentes:

- Centro de formación permanente de consumo
- Centro de documentación del Centro Europeo del Consumidor

Para el desarrollo de acciones formativas de alfabetización digital dirigidas a colectivos y organizaciones de consumidores, así como a escolares y profesores.





## ■ SITAR. Sistema de Información y Tramitación de Arbitraje de Consumo

Tiene por objeto la gestión y tramitación del arbitraje de consumo. Este proyecto enmarcado en los Planes de Implantación de Sistemas de Telecomunicaciones Avanzadas (PISTA) del Ministerio de Ciencia y Tecnología, contempla la firma electrónica y el arbitraje telemático por videoconferencia. Nuestra comunidad participa en el Comité de Dirección del Proyecto, así como en el Grupo de Usuarios del mismo.

### Proyectos de cooperación entre organismos de Consumo

## ■ kontsumo.net. Portal de gestión y de contenidos de la Red CIAC de Centros de Información y Atención al Consumidor

Agrupar a 34 Oficinas Municipales de Información al Consumidor dependientes de otros tantos ayuntamientos y a 16 oficinas dependientes de las tres federaciones de organizaciones de consumidores implantadas en Euskadi (EKE, UCE y EKA).

Es una Red Sectorial de Información y Gestión (EJ-11) en materia de Consumo:

### Información

- Novedades
- Foro de debate
- Tablón de anuncios
- Correo electrónico
- Acceso a Internet
- Bases de Datos
- Documentales de Consumo

### Gestión

- Consulta
- Quejas
- Reclamaciones
- Denuncias
- Traslados
- Censo de consumidores
- Censo de establecimientos

En un entorno Intranet/Extranet:

- *Intranet*, con las oficinas dependientes de los ayuntamientos, integrados en EuskalSarea EJ-01.
- *Extranet*, con las oficinas pertenecientes a organizaciones sin ánimo de lucro.



Comparte una base de datos única (L21) y como único requisito precisa de un Navegador y una conexión a Internet.

## ■ Sistema de Información de Consumo

Por encargo de la Conferencia sectorial de Consumo se constituyó el grupo de trabajo de Sistemas de información, que presidido por Euskadi, está integrado por el Instituto Nacional de Consumo y las comunidades autónomas de Galicia, Madrid, Valencia, Aragón y Extremadura. Este grupo ha avanzado en el diseño de las siguientes aplicaciones:

- Repositorio de datos comunes de Consumo (control de mercado, arbitraje, información-educación-formación,...)
- Alertas seguridad de productos
- Censo agregado de establecimientos adheridos al arbitraje de consumo
- Coordinación por parte de las direcciones generales de consumo de las actuaciones llevadas a cabo por las juntas arbitrales de su ámbito territorial. En nuestro caso, la Junta Municipal de Vitoria-Gasteiz y los colegios arbitrales de Irún y Donostia-San Sebastián

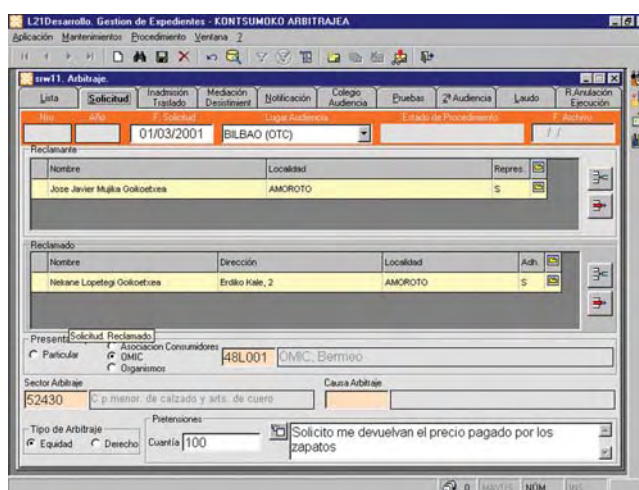
### *Proyectos de trabajo colaborativo entre el personal de Consumo del Gobierno Vasco*

## ■ Intranet de Consumo

Partiendo de una aplicación ya implantada, kontsumo.gest (L21) tiene por objeto desarrollar una intranet sectorial de consumo, en la que se integre la Dirección de Consumo y las tres oficinas territoriales del Departamento, compartiendo un entorno de intercomunicación (foro, tablón, novedades, bases de datos documentales,...) así como la gestión unificada de las alertas y actuaciones de la inspección y tramitación de las consultas, quejas, reclamaciones, denuncias y solicitudes de arbitraje.

## ■ kontsumo.gest (L21)

Se ha desarrollado una nueva versión de esta aplicación incluyendo en la misma el módulo de arbitraje.



## **5.** *Relaciones con otros organismos*

### ■ **Dirección General de Sanidad y Protección de los Consumidores de la CE**

De la Dirección General de Sanidad y Protección de los Consumidores de la Comisión Europea, se reciben ayudas económicas que sirven para desarrollar diversas actividades realizadas por el Centro Europeo del Consumidor de Euskadi.

### ■ **Instituto Nacional de Consumo y resto de Comunidades Autónomas**

Desde el Instituto Nacional de Consumo se promueven actuaciones conjuntas, tales como las Conferencias Sectoriales, la Comisión de Cooperación de Consumo y los distintos grupos de trabajo: asociaciones, control de mercado, aseguramiento de calidad, formación e información, normativa, sistemas de información y arbitraje. Nuestra comunidad autónoma ha presidido estos dos últimos grupos.

### ■ **Red de educación del consumidor**

Desde 1999 estamos integrados en esta red, en la que participan además Cantabria, Asturias, Valencia, Galicia, Castilla La Mancha, Extremadura, Madrid y Aragón.

### ■ **Consumers International**

Somos miembros desde principios de los años 90 de esta organización de nivel internacional.

### ■ **Instituto Europeo Interregional de Consumo**

Este Instituto Europeo está integrado por 30 regiones de Europa entre las que se encuentra Euskadi.

La actividad realizada durante el año 2001 junto con la Comisión Europea ha sido:

- La elaboración y distribución de material didáctico sobre el euro "Eurofácil".

### ■ **Centros europeos del consumidor**

Los centros europeos del consumidor (CEC) son servicios subvencionados en parte por la Dirección General de Sanidad y Protección de los Consumidores de la Comisión Europea, y están presentes en:

---

Barcelona-Catalunya	Lisboa-Portugal
Dublín-Irlanda	Londres-Gran Bretaña
Gronau (Nordrhein)-Alemania	Luxemburgo-Luxemburgo
Helsinki-Finlandia	Vitoria-Gasteiz-Euskadi
Kiel(Schleswig-Holstein)-Alemania	Viena-Austria
Lille-Francia	Estocolmo-Suecia

---

Con estos centros se lleva a cabo un intercambio fluido de información, tanto para responder a solicitudes individuales de información como para resolver problemas transfronterizos de consumo.

## *Desarrollo legislativo y normativo*

## *6.1. Anteproyecto de Ley de Estatuto del Consumidor y Usuario de Euskadi*

Durante el año 2001 continuó la tramitación del Anteproyecto de Ley de Estatuto del Consumidor y Usuario del País Vasco.

Se ha realizado una serie de estudios técnicos para mejorar el contenido del proyecto. Asimismo, se ha recibido informe favorable de la O.M.A. (Oficina para la Modernización de la Administración) y están pendientes los informes de la Dirección de Función Pública y de la Asesoría Jurídica del Departamento de Industria, Comercio y Turismo.

Una vez emitidos estos informes y tras las correcciones que se deriven de los mismos, se remitirá el texto a la Comisión Jurídica Asesora, último trámite previo a su remisión al Consejo de Gobierno para su aprobación y posterior envío al Parlamento Vasco como Proyecto de Ley.

## *6.2. Modificación del Decreto por el que se regula la Comisión Consultiva de Consumo*

El 5 de junio de 2001 se publicó en el BOPV nº106 el Decreto 88/2001, de 22 de mayo, de modificación del Decreto por el que se regula la Comisión Consultiva de Consumo.

El artículo 27 de la Ley 10/1981, de 18 de noviembre, sobre el Estatuto del Consumidor preveía la creación de la Comisión Consultiva de Consumo. Por Decreto 133/1982, de 7 de junio, se procedió a establecer su primera composición y funciones.

Posteriormente, por Decreto 231/1985, de 9 de julio, se procedió a modificar el Decreto 133/1982, de 7 de junio. Para ello se diseñó una composición enteramente mayoritaria de los representantes de los consumidores, en la línea de la imperante en la C.E.E. Asimismo, se cambió el sistema de determinación de las funciones de la Comisión, yendo a una fórmula genérica que no limite las posibilidades de actuación de la misma.

Habida cuenta de la evolución social producida a lo largo de los últimos años, se consideró oportuno modificar nuevamente la composición de la Comisión Consultiva de Consumo de Euskadi, con el fin de conseguir una mejor representación de todos los sectores de la sociedad vinculados al consumo.

La Comisión Consultiva de Consumo de Euskadi prevista en el artículo 27 de la Ley 10/1981, de 18 de noviembre, sobre el Estatuto del Consumidor estará integrada por los siguientes miembros:

- La viceconsejera de Comercio y Consumo que ostentará la presidencia
- El director de Consumo que, presidirá la Comisión en caso de vacante, ausencia, enfermedad u otra causa legal
- Tres representantes de asociaciones de consumidores o de sus federaciones debidamente censadas
- Un representante de las asociaciones familiares debidamente censadas
- Un representante de la Federación de Cooperativas de Consumo de Euskadi.
- Dos representantes de ayuntamientos vascos que tengan servicios municipales o comarcales de atención al consumidor designados por la Asociación de Municipios Vascos (EUDEL)
- Un representante de las organizaciones sindicales de mayor representatividad de la Comunidad Autónoma de Euskadi
- Un representante designado conjuntamente por las cámaras de Comercio, Industria y Navegación del País Vasco, o por su Consejo Superior en el momento de constituirse el mismo

## Anexo I. Objetivos e Indicadores

**Objetivo 1.** *Mejorar y ampliar la protección de la salud, la seguridad y la defensa de los intereses económicos de las y los consumidores y usuarios a través de:*

- el desarrollo legislativo y normativo, habida cuenta de la convergencia con Europa,
- de la mejora de acceso a la justicia,
- y del control de mercado.

de forma que el cumplimiento de la norma básica de consumo, además de proteger a las y los consumidores, elimine a Euskadi como destinataria de mercados basura y evite la competencia desleal de aquellos que prestan servicios o producen por debajo del nivel de exigencia de la norma.

### Indicadores

- *Desarrollo legislativo:* Estatuto de las y los Consumidores y Usuarios
- *Desarrollo normativo:* Comisión Consultiva de Consumo
- *Mejora del acceso a la justicia*
  - Solicitudes de arbitraje ..... 712
  - Laudos arbitrales ..... 387
  - Establecimientos adheridos ..... 8.502
  - % de adhesión sector comercial ..... 27
  - Distintivos digitales ..... 359
- *Control del Mercado*
  - Campañas de inspección ..... 12
  - Actuaciones de inspección
    - Actas ..... 1.297
    - Informes ..... 2.266
  - Expedientes sancionadores ..... 26



**Objetivo 2.** *Ofrecer un mejor servicio de atención* a las y los consumidores a través de la mejora de la organización y la cooperación con los diversos agentes de consumo (OMICs y AA.CC.), gracias a la implantación de la red corporativa Kontsumo.net y de un sistema de información integrado que mantenga una base de datos común de consultas, reclamaciones, mediaciones, solicitudes de arbitraje y litigios transfronterizos, que haga posible un mayor conocimiento de la problemática de consumo, con objeto de incidir en una mejor planificación de las acciones a desarrollar, priorizando las tareas de prevención en detrimento de las de mera corrección.

#### Indicadores

– Consultas (teléfono gratuito).....	15.481
– Consultas on-line .....	42
– Reclamaciones .....	3.115
– Mediaciones y arbitraje .....	1.539
– Litigios transfronterizos .....	38
– Nº de oficinas red CIAC.....	50

**Objetivo 3.** *Incrementar el nivel de autoprotección* de las y los consumidores a través de proyectos y programas en materia de sensibilización, información y formación de las personas consumidoras, de forma que las preparemos para afrontar los retos de la segunda transformación económica, basada en la sociedad de la información y del conocimiento en la que vivimos y la exigencia del cumplimiento de los parámetros de calidad en los servicios y productos de consumo, así como unas líneas de comunicación comercial transparentes y veraces.

#### Indicadores

– <i>Campañas de sensibilización</i>	
• Difusión y adhesión al arbitraje .....	1
• Información al consumidor: Kontsumo Berri .....	1
– <i>Página web</i>	
• Número de visitas .....	64.884
• Base de datos documental	
– Referencias legislación/jurisprudencia .....	2.822
– Noticias en prensa .....	45.106
– Histórico de prensa .....	10.344
– Referencia de bibliográficos .....	1.897
– Información general (análisis comparativos, Estudios, Informes, etc.) .....	8.406
– <i>Estudios y prospección de mercado</i> .....	8

– <i>Presencia en medios</i>	
• Ruedas de prensa .....	10
• Notas de prensa .....	70
• Número de impactos en prensa .....	250
• Intervenciones radio/TV .....	20
• Cuñas de radio .....	13
– <i>Publicaciones</i>	
• Folletos .....	6
• Material didáctico	
– Vídeos .....	10
– Libros .....	3
• Publicación mensual	
– "Boletín Informativo del CEC" .....	11
– <i>Talleres itinerantes de consumo</i>	
• Oferta de talleres .....	1.395
• Nº de alumnos .....	10.079
• Nº de profesores .....	598
• Nº de padres/madres .....	494
• Nº de centros .....	58
– <i>Semanas monográficas</i>	
• Nº de centros .....	20
• Nº de participantes .....	2.812
– <i>Ciclos de conferencias</i> .....	20
• Nº de Conferencias .....	80
• Nº de participantes .....	1.785
– <i>Cursos/Jornadas de formación técnica</i> .....	2
– <i>Presencia en otros organismos</i>	
• Consumers International	
• IEIC	
• CEC	
• Red de educación del consumidor	
• Comisiones de cooperación	

**Objetivo 4.** *Implicar y ofrecer una mayor presencia a las entidades locales en materia de consumo*, a través de la delegación de las competencias de inspección y sanción para infracciones leves y graves, el desarrollo de la red de OMICs, asegurando su cualificación, y de la suscripción de convenios de colaboración para el establecimiento de colegios arbitrales locales y la difusión del Sistema arbitral.

#### Indicadores

– Nº total de OMICs .....	34
– Convocatoria de ayudas (euros) .....	606.000
– Convenios con entidades locales .....	2
– Reuniones Comisión Consultiva de Consumo .....	6

**Objetivo 5.** *Fomentar el asociacionismo* en materia de consumo con objeto de que tenga una mayor presencia social y una voz poderosa para la promoción de la defensa, tanto individual como colectiva, de los intereses de las y los consumidores, así como su participación junto con los sectores empresariales en la correulación y el desarrollo de "códigos de buenas prácticas". Por todo ello, es necesario ahondar en la evaluación de su cualificación y de los indicadores de su gestión.

#### Indicadores

– Convocatoria de ayudas (euros) .....	510.000
– Presencia social (nº de impactos)	
• Prensa, radio y televisión .....	1.400
– Publicaciones, revistas, etc. ....	33
– Nº de oficinas de atención al consumidor .....	16
– Nº de servicios de asesoría jurídica .....	3
– Defensa jurídica	
• Acciones tanto individuales como colectivas .....	132
– Actividades (jornada, cursos) .....	247
– Participación en comisiones sectoriales de consumo y órganos consultivos .....	74
– Nº de socios .....	30.200
– % ingresos propios(media) .....	25,33

## *Anexo II. Estadísticas agrupadas de conflictos de consumo*

Las reclamaciones de las y los consumidores llegan a la Dirección por dos vías: las hojas de reclamaciones y las solicitudes de arbitraje. En total, en el año 2001, se han contabilizado 3.807 registros: 3.115 reclamaciones de las que 20 se han trasladado a arbitraje y 712 solicitudes de arbitraje. A 31 de diciembre de 2001 el 76% está ya resuelto.

Dentro de las reclamaciones ya tramitadas hay una parte, el 32 %, que no se admite por varias razones: porque no suponen infracción de consumo, porque no tienen pretensión económica alguna, porque en realidad no son reclamaciones sino quejas y porque, en el caso de las solicitudes de arbitraje, corresponden a materias excluidas expresamente del sistema arbitral. Es el caso de cuestiones sobre las que existe resolución judicial firme y definitiva, materias en las que concurren daños para la salud, riesgo de muerte e indicios racionales de delito y, finalmente, cuestiones en las que necesariamente debe intervenir el Ministerio Fiscal.

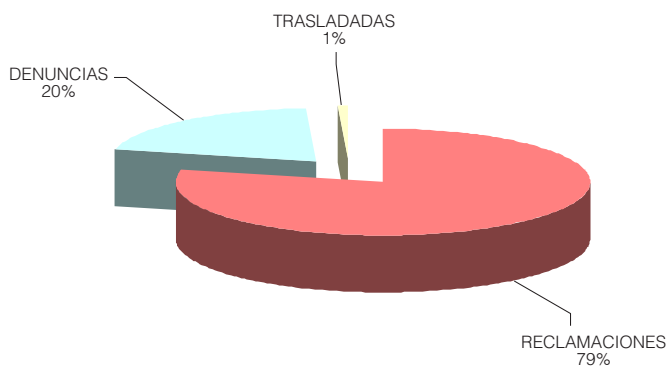
Resta, pues, una parte considerable de reclamaciones que tiene un distinto tratamiento. De menor a mayor importancia:

- El 1 % de ellas que se trasladan a otras administraciones.
- En el 20 %, 402, hay indicios de infracción administrativa pero no siempre existen pruebas que la acrediten. De hecho, la infracción es posible en el 31 % de los casos, un total de 123 reclamaciones. Entonces, la Administración inicia expediente sancionador o requiere a la empresa (en 26 ocasiones), o bien, si la empresa está ubicada en otra Comunidad Autónoma, se traslada el expediente a la misma para que tome las medidas oportunas (97 inhibiciones). Las razones más frecuentes que motivan estas infracciones son los incumplimientos en la información al consumidor o por publicidad engañosa, infracciones en materia de etiquetado, seguridad, precios y garantía, fraude en la composición y calidad del producto o bien deficiencias en la prestación del servicio. Si, por el contrario, no existen pruebas que acrediten la infracción, la reclamación se archiva.
- Finalmente, el 79 % se resuelve bien por la vía del arbitraje de consumo o bien a través de una mediación. Ascenden a 1.539 reclamaciones y 923, (el 60 %), se han solucionado a través de una mediación, de ellas 406 con avenencia de las dos partes. El resto, 616 reclamaciones (el 40 %), se ha resuelto por vía del arbitraje de consumo, con un resultado de 54 % favorable total o parcialmente al consumidor.

*Conflictos de consumo resueltos*

2.875 RESUELTAS								
916 Archivadas sin infracción o no admitidas a trámite	1.959							
	18 Trasladadas	402 Indicios de infracción			1.539 Reclamaciones con pretensión económica			
		123 Infracción acreditada		279 Archivo por falta de prueba	923 Mediación		616 Arbitraje	
		26 Sanciones	97 Inhibiciones		406 Con avenencia	517 Sin avenencia	396 Laudos	
				214 Favor consumidor	182 Favor empresa			

*Reclamaciones y denuncias resueltas*



## *Anexo III. Relación de centros pertenecientes a la Red CIAC*

### *Territorio Histórico de Álava*

<b>Denominación</b>	<b>Dirección</b>	<b>C. Postal</b>	<b>Población</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Fax</b>	<b>e-mail</b>
Omic de Cuadrilla Rioja Alavesa	Avda. Diputación, s/n	01300	LAGUARDIA	945621169/ 945600252	945621065	omic-riojaalavesa@kontsumo.net
Omic de Laudio	Herriko Plaza, 2.	01400	LLODIO	944034848/40	944034752	omic-llodio@kontsumo.net
Omic de Cuadrilla de Añana	Plaza de los Fueros 11	01213	RIBERA BAJA ERRIBERA BEITIA	945355089	94535 50 53	canana.mmar@ayto.alava.net
Vitoria-Gasteiz	Cuesta San Vicente, s/n	01001	VITORIA-GASTEIZ	945 16 12 40 945 16 12 50	945 16 12 51	omic@Vitoria-Gasteiz.org
UCE, Unión de Consumidores de Euskadi	José Lejarreta ,49-bis	01003	VITORIA-GASTEIZ	945 26 47 22/ 945 26 47 99	945 26 47 99	uce@kontsumo.net
UCE, Unión de Consumidores provincial de Vitoria-Gasteiz	José Lejarreta ,49-bis	01003	VITORIA-GASTEIZ	945 26 47 22/ 945 26 47 99	945 26 47 99	uce-vitoria@kontsumo.net
URKOA, Asociación Urbe-Kosta de Usuarios y Consumidores (VITORIA- GASTEIZ)	Francia, 21-1º dpto. 3	01002	VITORIA-GASTEIZ	945 28 31 94	945 28 31 94	urkoa-vitoria@kontsumo.net

*Territorio Histórico de Bizkaia*

Denominación	Dirección	C. Postal	Población	Teléfono	Fax	e-mail
E.K.E. ALONSOTEGUI	Plz. Madinabeitia, s/n - Oficinas del Ayuntamiento	48910	ALONSOTEGI			
Omic de Balmaseda	Plaza San Severino s/n	48800	BALMASEDA	946802990	946102053	kiub-balmaseda@kontsumo.net
Omic de Barakaldo	Paseo Dolores Ibarruri S/N	48901	BARAKALDO	944180178	944189298	omic-barakaldo@kontsumo.net
BKEE-ACUB, Agrupación de Consumidores y Usuarios de Basauri	Ibagaine, 8-lonja izda	48970	BASAURI	94 440 70 04	94 440 70 04	bkee@kontsumo.net
Omic de Basauri	Agirre Lehendakaria, 57	48970	BASAURI	94 426 34 86	94 426 13 85	omic-basauri@kontsumo.net
Omic de Bermeo	Areilza, 4	48370	BERMEO	94 617 91 62/ 946179160	94 617 91 65	omic-bermeo@kontsumo.net
ASCOFA, Asociación Familiar para la Orientación del Consumo de Euzkadi	Pintor Tellaetxe, 13 bajo	48015	BILBAO	94 475 22 39	94 475 22 39	
BKE, Asociación Vizcaina de Consumidores	Juan de Ajuriaguerra, nº 9-7º C	48009	BILBAO	94 424 64 10	94 424 64 10	EKE@arrakis.es
EKA-OCUV, Organización de Consumidores y Usuarios Vasca (BILBAO)	Plaza Nueva, Nº 7-1º,Dcha.	48005	BILBAO	94 415 00 50	94 415 00 50	eka@kontsumo.net
EKE, Federación de Consumidores de Euzkadi	Juan de Ajuriaguerra nº 9-7º drch.	48009	BILBAO	94 424 64 20/ 94 424 92 10	94 424 64 20	Eke@arrakis.es
ETXEKO-ANDRE, Asociación Provincial de Amas Casa y Consumidores de Vizcaya	Jardines, 5-1º	48005	BILBAO	94 415 38 74	94 415 49 17	etxecko-andre@kontsumo.net
Omic de Bilbao	Luis Briñas, 16	48013	BILBAO	94 420 49 69	94 420 50 66	omic@ayto.bilbao.net
UCE, Unión de Consumidores Provincial de Bizkaia	Hurtado de Amézaga, 27-11º, dpto. 5	48008	BILBAO	94 421 55 59	94 421 52 51	
Omic de Txorierri	Herriko Plaza, 3 (Ayuntamiento)	48160	DERIO	94 454 34 35 94 454 10 19	94 454 28 32	uce-bizkaia@kontsumo.net
Omic de Erandio-Altzaga	Irailaren, 23	48950	ERANDIO	94 489 01 12	94 489 01 44	omic-txorierri@kontsumo.net
Omic de Erandio-Astrabudua	Aldaieta, 7	48950	ERANDIO	94 467 69 12	94 489 01 44	
Omic de Ermua	Bajos del Mercado Municipal Diputación, s/n Aptdo. 260	48260	ERMUA	943 17 45 85	943 17 62 90	omic-erandio@kontsumo.net
Omic de Etxebarri	Santa Ana, 1	48450	ETXEBARRI, ANT.DE SAN ESTEBAN-EDE	94 440 67 24	94 449 14 58	omic-ermua@kontsumo.net
Omic de Getxo	Casa Tangora Avda. de Algorta, 98	48990	GETXO	94 460 69 99	94 460 79 48	omic-etxebarri@kontsumo.net
URKOA Asociación de consumidores y Usuarios (Algorta)	Amezti, 6-1, dpto 8	48990	GETXO	94-4912233	94-4912233	omic-getxo@kontsumo.net
Omic de Lekeitio	Pascual Abaroa, 11 B	48280	LEKEITIO	946844830	946844934	kiub-lekeitio@kontsumo.net
Omic de Muskiz	San Juan, 2	48550	MUSKIZ	94 670 60 17	94 670 63 63 94 670 60 16	omic-muskiz@kontsumo.net
Omic de Ondarroa	Kanttoipe, s/n	48700	ONDARROA	94 683 36 70	94 683 36 67	omic-ondarroa@kontsumo.net
Omic de Ortuella	Plaza 1º de Mayo, s/n	48530	ORTUELLA	94 664 23 31	94 664 23 31	omic-ortuella@kontsumo.net
Omic de Portugalete	Ayuntamiento Portugalete Edif. Civico-Social-4º	48920	PORTUGALETE	94 472 92 54 94 472 92 52	94 472 92 94	omic-portugalete@kontsumo.net
Omic de Santurtzi	Murrieta 23, Parque de Oriol. Casa del Guardia	48980	SANTURTZI	94 461 45 51 94 420 58 00 ext. 790	94 483 59 60	omic-santurtzi@kontsumo.net
Omic de Uribe-Kosta,	C/ Gatzarrine, 2 y 4	48600	SOPELANA	94 676 26 74 94 676 39 99	94 676 28 72	omic-uribekosta@kontsumo.net
Omic de Encartaciones,	La Inmaculada 15	48850	ZALLA	94 667 18 51	94 6391168	omic-encartaciones@kontsumo.net

## Territorio Histórico de Gipuzkoa

Denominación	Dirección	C. Postal	Población	Teléfono	Fax	e-mail
Omic de Andoain	Centro de Servicios Sociales. Pio Baroja, s/n	20140	ANDOAIN	943 30 43 43	943 30 42 22	
Omic de Aretxabaleta	Otalora, 1	20550	ARETXABALETA	943 711863	943 711864	martin@aretxabaleta.net
Omic de Azkoitia	Floreagaberri 1-B	20720	AZKOITIA	943857305	943851681	
Omic de Azpeitia	Ayuntamiento de Azpeitia 2ª Planta	20730	AZPEITIA	943157193	943157201	omic-azpeitia@kontsumo.net
Omic de Beasain	Martina Maiz, 3	20200	BEASAIN	943 88 69 08	943 16 06 04	omic-beasain@kontsumo.net
ARANZAZU, Asociación Provincial de Amas de Casa y Consumo Familiar de Gipuzkoa	Ramón y Cajal, 4-bajo	20002	DONOSTIA-SAN SEBASTIAN	943 27 75 94	943 27 75 94	aranzazu@kontsumo.net
Omic de Donostia-San Sebastián	Prim, 13 - entresuelo	20006	DONOSTIA-SAN SEBASTIAN	943 45 83 75 943 45 16 65	943 45 71 04	OMIC@donostia.org
UCE, Unión de Consumidores de Gipuzkoa	Txurruka 7- 3ºC	20004	DONOSTIA-SAN SEBASTIAN	943 43 11 24	943 42 69 38	uce-donostia@kontsumo.net
Omic de Eibar	Errebal, 13 (Edificio Mercado) Buzón 198	20600	EIBAR	943 20 38 43	943 20 09 68	omic-eibar@kontsumo.net
UCE, Unión de Consumidores-Eibar	Plaza de Untzaga, s/n (junto parada de taxis)	20600	EIBAR	943 20 19 87	943 20 87 62	UCE-Gipuzkoa@jet.es
Omic de Elgoibar	Plaza del Mercado Plaza Navarra, s/n	20870	ELGOIBAR	943 74 30 88	943 74 37 36	ongizatea@elgoibar.net
Omic de Hernani	Karobieta, 63	20120	HERNANI	943 55 26 10 943 55 78 54 ext.15	943 55 58 62	omic.hernani@udal.gipuzkoa.net
ACUBI, Asociación de Consumidores y Usuarios del Bidasoa (IRUN)	Fueros, 2-2º Dcha.	20302	IRUN	943 63 21 94 943 63 50 67	943 63 50 67	
Omic de Irun	San Marcial, 1-bajo	20304	IRUN	943 64 92 62 943 64 92 61	943 63 15 52	omic@irun.org
Omic de Lasarte-Oria	Ganbo, 1	20160	LASARTE-ORIA	943 36 16 05	943 36 16 05	omic-lasarte@kontsumo.net
Omic de Lazkao	Euskadi Enparantza,1 (Lazkaoko Udaletxea)	20210	LAZKAO	943 88 64 08	943 88 98 58	omic-lazkao@kontsumo.net
Omic de Ordizia	Nikolas Lekuona, 2	20240	ORDIZIA	943 88 16 42	943 80 56 15	omic-ordizia@kontsumo.net
Omic de Oarsoalde	Olibet, 6	20100	RENTERIA	943 51 01 11	943 51 84 04	omic-oarsoalde@kontsumo.net
Omic de Urnieta	Errekalde, 1	20130	URNIETA	943 00 80 00	943 00 80 37	makote.urnieta@udal.gipuzkoa.net
Omic de Urola-Garaia	Iparragirre, 11-bajo	20700	URRETXU	943 72 42 79	943 72 61 64	omic-urolagaraia@kontsumo.net



## *Anexos*

## Anexo I. Objetivos e Indicadores

**Objetivo 1.** *Mejorar y ampliar la protección de la salud, la seguridad y la defensa de los intereses económicos de las y los consumidores y usuarios a través de:*

- el desarrollo legislativo y normativo, habida cuenta de la convergencia con Europa,
- de la mejora de acceso a la justicia,
- y del control de mercado.

de forma que el cumplimiento de la norma básica de consumo, además de proteger a las y los consumidores, elimine a Euskadi como destinataria de mercados basura y evite la competencia desleal de aquellos que prestan servicios o producen por debajo del nivel de exigencia de la norma.

### Indicadores

- *Desarrollo legislativo:* Estatuto de las y los Consumidores y Usuarios
- *Desarrollo normativo:* Comisión Consultiva de Consumo
- *Mejora del acceso a la justicia*
  - Solicitudes de arbitraje ..... 712
  - Laudos arbitrales ..... 387
  - Establecimientos adheridos ..... 8.502
  - % de adhesión sector comercial ..... 27
  - Distintivos digitales ..... 359
- *Control del Mercado*
  - Campañas de inspección ..... 12
  - Actuaciones de inspección
    - Actas ..... 1.297
    - Informes ..... 2.266
  - Expedientes sancionadores ..... 26

**Objetivo 2.** *Ofrecer un mejor servicio de atención* a las y los consumidores a través de la mejora de la organización y la cooperación con los diversos agentes de consumo (OMICs y AA.CC.), gracias a la implantación de la red corporativa Kontsumo.net y de un sistema de información integrado que mantenga una base de datos común de consultas, reclamaciones, mediaciones, solicitudes de arbitraje y litigios transfronterizos, que haga posible un mayor conocimiento de la problemática de consumo, con objeto de incidir en una mejor planificación de las acciones a desarrollar, priorizando las tareas de prevención en detrimento de las de mera corrección.

#### Indicadores

– Consultas (teléfono gratuito).....	15.481
– Consultas on-line .....	42
– Reclamaciones .....	3.115
– Mediaciones y arbitraje .....	1.539
– Litigios transfronterizos .....	38
– Nº de oficinas red CIAC.....	50

**Objetivo 3.** *Incrementar el nivel de autoprotección* de las y los consumidores a través de proyectos y programas en materia de sensibilización, información y formación de las personas consumidoras, de forma que las preparemos para afrontar los retos de la segunda transformación económica, basada en la sociedad de la información y del conocimiento en la que vivimos y la exigencia del cumplimiento de los parámetros de calidad en los servicios y productos de consumo, así como unas líneas de comunicación comercial transparentes y veraces.

#### Indicadores

– <i>Campañas de sensibilización</i>	
• Difusión y adhesión al arbitraje .....	1
• Información al consumidor: Kontsumo Berri .....	1
– <i>Página web</i>	
• Número de visitas .....	64.884
• Base de datos documental	
– Referencias legislación/jurisprudencia .....	2.822
– Noticias en prensa .....	45.106
– Histórico de prensa .....	10.344
– Referencia de bibliográficos .....	1.897
– Información general (análisis comparativos, Estudios, Informes, etc.) .....	8.406
– <i>Estudios y prospección de mercado</i> .....	8

– <i>Presencia en medios</i>	
• Ruedas de prensa .....	10
• Notas de prensa .....	70
• Número de impactos en prensa .....	250
• Intervenciones radio/TV .....	20
• Cuñas de radio .....	13
– <i>Publicaciones</i>	
• Folletos .....	6
• Material didáctico	
– Vídeos .....	10
– Libros .....	3
• Publicación mensual	
– "Boletín Informativo del CEC" .....	11
– <i>Talleres itinerantes de consumo</i>	
• Oferta de talleres .....	1.395
• Nº de alumnos .....	10.079
• Nº de profesores .....	598
• Nº de padres/madres .....	494
• Nº de centros .....	58
– <i>Semanas monográficas</i>	
• Nº de centros .....	20
• Nº de participantes .....	2.812
– <i>Ciclos de conferencias</i> .....	20
• Nº de Conferencias .....	80
• Nº de participantes .....	1.785
– <i>Cursos/Jornadas de formación técnica</i> .....	2
– <i>Presencia en otros organismos</i>	
• Consumers International	
• IEIC	
• CEC	
• Red de educación del consumidor	
• Comisiones de cooperación	

**Objetivo 4.** *Implicar y ofrecer una mayor presencia a las entidades locales en materia de consumo*, a través de la delegación de las competencias de inspección y sanción para infracciones leves y graves, el desarrollo de la red de OMICs, asegurando su cualificación, y de la suscripción de convenios de colaboración para el establecimiento de colegios arbitrales locales y la difusión del Sistema arbitral.

#### Indicadores

– Nº total de OMICs .....	34
– Convocatoria de ayudas (euros) .....	606.000
– Convenios con entidades locales .....	2
– Reuniones Comisión Consultiva de Consumo .....	6

**Objetivo 5.** *Fomentar el asociacionismo* en materia de consumo con objeto de que tenga una mayor presencia social y una voz poderosa para la promoción de la defensa, tanto individual como colectiva, de los intereses de las y los consumidores, así como su participación junto con los sectores empresariales en la correulación y el desarrollo de "códigos de buenas prácticas". Por todo ello, es necesario ahondar en la evaluación de su cualificación y de los indicadores de su gestión.

#### Indicadores

– Convocatoria de ayudas (euros) .....	510.000
– Presencia social (nº de impactos)	
• Prensa, radio y televisión .....	1.400
– Publicaciones, revistas, etc. ....	33
– Nº de oficinas de atención al consumidor .....	16
– Nº de servicios de asesoría jurídica .....	3
– Defensa jurídica	
• Acciones tanto individuales como colectivas .....	132
– Actividades (jornada, cursos) .....	247
– Participación en comisiones sectoriales de consumo y órganos consultivos .....	74
– Nº de socios .....	30.200
– % ingresos propios(media) .....	25,33

## *Anexo II. Estadísticas agrupadas de conflictos de consumo*

Las reclamaciones de las y los consumidores llegan a la Dirección por dos vías: las hojas de reclamaciones y las solicitudes de arbitraje. En total, en el año 2001, se han contabilizado 3.807 registros: 3.115 reclamaciones de las que 20 se han trasladado a arbitraje y 712 solicitudes de arbitraje. A 31 de diciembre de 2001 el 76% está ya resuelto.

Dentro de las reclamaciones ya tramitadas hay una parte, el 32 %, que no se admite por varias razones: porque no suponen infracción de consumo, porque no tienen pretensión económica alguna, porque en realidad no son reclamaciones sino quejas y porque, en el caso de las solicitudes de arbitraje, corresponden a materias excluidas expresamente del sistema arbitral. Es el caso de cuestiones sobre las que existe resolución judicial firme y definitiva, materias en las que concurren daños para la salud, riesgo de muerte e indicios racionales de delito y, finalmente, cuestiones en las que necesariamente debe intervenir el Ministerio Fiscal.

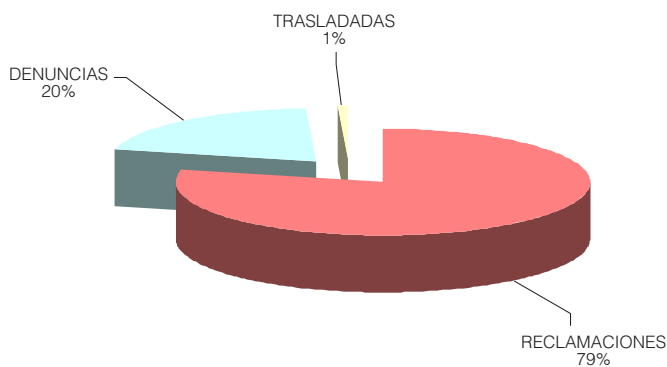
Resta, pues, una parte considerable de reclamaciones que tiene un distinto tratamiento. De menor a mayor importancia:

- El 1 % de ellas que se trasladan a otras administraciones.
- En el 20 %, 402, hay indicios de infracción administrativa pero no siempre existen pruebas que la acrediten. De hecho, la infracción es posible en el 31 % de los casos, un total de 123 reclamaciones. Entonces, la Administración inicia expediente sancionador o requiere a la empresa (en 26 ocasiones), o bien, si la empresa está ubicada en otra Comunidad Autónoma, se traslada el expediente a la misma para que tome las medidas oportunas (97 inhibiciones). Las razones más frecuentes que motivan estas infracciones son los incumplimientos en la información al consumidor o por publicidad engañosa, infracciones en materia de etiquetado, seguridad, precios y garantía, fraude en la composición y calidad del producto o bien deficiencias en la prestación del servicio. Si, por el contrario, no existen pruebas que acrediten la infracción, la reclamación se archiva.
- Finalmente, el 79 % se resuelve bien por la vía del arbitraje de consumo o bien a través de una mediación. Ascenden a 1.539 reclamaciones y 923, (el 60 %), se han solucionado a través de una mediación, de ellas 406 con avenencia de las dos partes. El resto, 616 reclamaciones (el 40 %), se ha resuelto por vía del arbitraje de consumo, con un resultado de 54 % favorable total o parcialmente al consumidor.

*Conflictos de consumo resueltos*

<b>2.875 RESUELTAS</b>								
<b>1.959</b>								
<b>916</b> Archivadas sin infracción o no admitidas a trámite	<b>18</b> Trasladadas	<b>402</b> Indicios de infracción			<b>1.539</b> Reclamaciones con pretensión económica			
		<b>123</b> Infracción acreditada		<b>279</b> Archivo por falta de prueba	<b>923</b> Mediación		<b>616</b> Arbitraje	
		<b>26</b> Sanciones	<b>97</b> Inhibiciones	<b>406</b> Con avenencia	<b>517</b> Sin avenencia	<b>396</b> Laudos		<b>220</b> No aceptadas
						<b>214</b> Favor consumidor	<b>182</b> Favor empresa	

*Reclamaciones y denuncias resueltas*



## *Anexo III. Relación de centros pertenecientes a la Red CIAC*

### *Territorio Histórico de Álava*

Denominación	Dirección	C. Postal	Población	Teléfono	Fax	e-mail
Omic de Cuadrilla Rioja Alavesa	Avda. Diputación, s/n	01300	LAGUARDIA	945621169/ 945600252	945621065	omic-riojaalavesa@kontsumo.net
Omic de Ludio	Herriko Plaza, 2.	01400	LLODIO	944034848/40	944034752	omic-llodio@kontsumo.net
Omic de Cuadrilla de Añana	Plaza de los Fueros 11	01213	RIBERA BAJA ERRIBERA BEITIA	945355089	94535 50 53	canana.mmar@ayto.alava.net
Vitoria-Gasteiz	Cuesta San Vicente, s/n	01001	VITORIA-GASTEIZ	945 16 12 40 945 16 12 50	945 16 12 51	omic@Vitoria-Gasteiz.org
UCE, Unión de Consumidores de Euskadi	José Lejarreta ,49-bis	01003	VITORIA-GASTEIZ	945 26 47 22/ 945 26 47 99	945 26 47 99	uce@kontsumo.net
UCE, Unión de Consumidores provincial de Vitoria-Gasteiz	José Lejarreta ,49-bis	01003	VITORIA-GASTEIZ	945 26 47 22/ 945 26 47 99	945 26 47 99	uce-vitoria@kontsumo.net
URKOA, Asociación Urbe-Kosta de Usuarios y Consumidores (VITORIA- GASTEIZ)	Francia, 21-1º dpto. 3	01002	VITORIA-GASTEIZ	945 28 31 94	945 28 31 94	urkoa-vitoria@kontsumo.net



*Territorio Histórico de Bizkaia*

Denominación	Dirección	C. Postal	Población	Teléfono	Fax	e-mail
E.K.E. ALONSOTEGUI	Plz. Madinabeitia, s/n - Oficinas del Ayuntamiento	48910	ALONSOTEGI			
Omic de Balmaseda	Plaza San Severino s/n	48800	BALMASEDA	946802990	946102053	kiub-balmaseda@kontsumo.net
Omic de Barakaldo	Paseo Dolores Ibarruri S/N	48901	BARAKALDO	944180178	944189298	omic-barakaldo@kontsumo.net
BKEE-ACUB, Agrupación de Consumidores y Usuarios de Basauri	Ibagaine, 8-lonja izda	48970	BASAURI	94 440 70 04	94 440 70 04	bkee@kontsumo.net
Omic de Basauri	Agirre Lehendakaria, 57	48970	BASAURI	94 426 34 86	94 426 13 85	omic-basauri@kontsumo.net
Omic de Bermeo	Areilza, 4	48370	BERMEO	94 617 91 62/ 946179160	94 617 91 65	omic-bermeo@kontsumo.net
ASCOFA, Asociación Familiar para la Orientación del Consumo de Euzkadi	Pintor Tellaetxe, 13 bajo	48015	BILBAO	94 475 22 39	94 475 22 39	
BKE, Asociación Vizcaina de Consumidores	Juan de Ajuriaguerra, nº 9-7º C	48009	BILBAO	94 424 64 10	94 424 64 10	EKE@arrakis.es
EKA-OCUV, Organización de Consumidores y Usuarios Vasca (BILBAO)	Plaza Nueva, Nº 7-1º,Dcha.	48005	BILBAO	94 415 00 50	94 415 00 50	eka@kontsumo.net
EKE, Federación de Consumidores de Euzkadi	Juan de Ajuriaguerra nº 9-7º drch.	48009	BILBAO	94 424 64 20/ 94 424 92 10	94 424 64 20	Eke@arrakis.es
ETXEKO-ANDRE, Asociación Provincial de Amas Casa y Consumidores de Vizcaya	Jardines, 5-1º	48005	BILBAO	94 415 38 74	94 415 49 17	etxecko-andre@kontsumo.net
Omic de Bilbao	Luis Briñas, 16	48013	BILBAO	94 420 49 69	94 420 50 66	omic@ayto.bilbao.net
UCE, Unión de Consumidores Provincial de Bizkaia	Hurtado de Amézaga, 27-11º, dpto. 5	48008	BILBAO	94 421 55 59	94 421 52 51	
Omic de Txorierri	Herriko Plaza, 3 (Ayuntamiento)	48160	DERIO	94 454 34 35 94 454 10 19	94 454 28 32	uce-bizkaia@kontsumo.net
Omic de Erandio-Altzaga	Irailaren, 23	48950	ERANDIO	94 489 01 12	94 489 01 44	omic-txorierri@kontsumo.net
Omic de Erandio-Astrabudua	Aldaieta, 7	48950	ERANDIO	94 467 69 12	94 489 01 44	
Omic de Ermua	Bajos del Mercado Municipal Diputación, s/n Aptdo. 260	48260	ERMUA	943 17 45 85	943 17 62 90	omic-erandio@kontsumo.net
Omic de Etxebarri	Santa Ana, 1	48450	ETXEBARRI, ANT.DE SAN ESTEBAN-EDE	94 440 67 24	94 449 14 58	omic-ermua@kontsumo.net
Omic de Getxo	Casa Tangora Avda. de Algorta, 98	48990	GETXO	94 460 69 99	94 460 79 48	omic-etxebarri@kontsumo.net
URKOA Asociación de consumidores y Usuarios (Algorta)	Amezti, 6-1, dpto 8	48990	GETXO	94-4912233	94-4912233	omic-getxo@kontsumo.net
Omic de Lekeitio	Pascual Abaroa, 11 B	48280	LEKEITIO	946844830	946844934	kiub-lekeitio@kontsumo.net
Omic de Muskiz	San Juan, 2	48550	MUSKIZ	94 670 60 17	94 670 63 63 94 670 60 16	omic-muskiz@kontsumo.net
Omic de Ondarroa	Kanttoipe, s/n	48700	ONDARROA	94 683 36 70	94 683 36 67	omic-ondarroa@kontsumo.net
Omic de Ortuella	Plaza 1º de Mayo, s/n	48530	ORTUELLA	94 664 23 31	94 664 23 31	omic-ortuella@kontsumo.net
Omic de Portugalete	Ayuntamiento Portugalete Edif. Civico-Social-4º	48920	PORTUGALETE	94 472 92 54 94 472 92 52	94 472 92 94	omic-portugalete@kontsumo.net
Omic de Santurtzi	Murrieta 23, Parque de Oriol. Casa del Guardia	48980	SANTURTZI	94 461 45 51 94 420 58 00 ext. 790	94 483 59 60	omic-santurtzi@kontsumo.net
Omic de Uribe-Kosta,	C/ Gatzarrine, 2 y 4	48600	SOPELANA	94 676 26 74 94 676 39 99	94 676 28 72	omic-uribekosta@kontsumo.net
Omic de Encartaciones,	La Inmaculada 15	48850	ZALLA	94 667 18 51	94 6391168	omic-encartaciones@kontsumo.net

*Territorio Histórico de Gipuzkoa*

Denominación	Dirección	C. Postal	Población	Teléfono	Fax	e-mail
Omic de Andoain	Centro de Servicios Sociales. Pio Baroja, s/n	20140	ANDOAIN	943 30 43 43	943 30 42 22	
Omic de Aretxabaleta	Otalora, 1	20550	ARETXABALETA	943 711863	943 711864	martin@aretxabaleta.net
Omic de Azkoitia	Floreagaberri 1-B	20720	AZKOITIA	943857305	943851681	
Omic de Azpeitia	Ayuntamiento de Azpeitia 2ª Planta	20730	AZPEITIA	943157193	943157201	omic-azpeitia@kontsumo.net
Omic de Beasain	Martina Maiz, 3	20200	BEASAIN	943 88 69 08	943 16 06 04	omic-beasain@kontsumo.net
ARANZAZU, Asociación Provincial de Amas de Casa y Consumo Familiar de Gipuzkoa	Ramón y Cajal, 4-bajo	20002	DONOSTIA-SAN SEBASTIAN	943 27 75 94	943 27 75 94	aranzazu@kontsumo.net
Omic de Donostia-San Sebastián	Prim, 13 - entresuelo	20006	DONOSTIA-SAN SEBASTIAN	943 45 83 75 943 45 16 65	943 45 71 04	OMIC@donostia.org
UCE, Unión de Consumidores de Gipuzkoa	Txurruka 7- 3ºC	20004	DONOSTIA-SAN SEBASTIAN	943 43 11 24	943 42 69 38	uce-donostia@kontsumo.net
Omic de Eibar	Errebal, 13 (Edificio Mercado) Buzón 198	20600	EIBAR	943 20 38 43	943 20 09 68	omic-eibar@kontsumo.net
UCE, Unión de Consumidores-Eibar	Plaza de Untzaga, s/n (junto parada de taxis)	20600	EIBAR	943 20 19 87	943 20 87 62	UCE-Gipuzkoa@jet.es
Omic de Elgoibar	Plaza del Mercado Plaza Navarra, s/n	20870	ELGOIBAR	943 74 30 88	943 74 37 36	ongizatea@elgoibar.net
Omic de Hernani	Karobieta, 63	20120	HERNANI	943 55 26 10 943 55 78 54 ext.15	943 55 58 62	omic.hernani@udal.gipuzkoa.net
ACUBI, Asociación de Consumidores y Usuarios del Bidasoa (IRUN)	Fueros, 2-2º Dcha.	20302	IRUN	943 63 21 94 943 63 50 67	943 63 50 67	
Omic de Irun	San Marcial, 1-bajo	20304	IRUN	943 64 92 62 943 64 92 61	943 63 15 52	omic@irun.org
Omic de Lasarte-Oria	Ganbo, 1	20160	LASARTE-ORIA	943 36 16 05	943 36 16 05	omic-lasarte@kontsumo.net
Omic de Lazkao	Euskadi Enparantza,1 (Lazkaoko Udaletxea)	20210	LAZKAO	943 88 64 08	943 88 98 58	omic-lazkao@kontsumo.net
Omic de Ordizia	Nikolas Lekuona, 2	20240	ORDIZIA	943 88 16 42	943 80 56 15	omic-ordizia@kontsumo.net
Omic de Oarsoaldea	Olibet, 6	20100	RENTERIA	943 51 01 11	943 51 84 04	omic-oarsoaldea@kontsumo.net
Omic de Urnieta	Errekalde, 1	20130	URNIETA	943 00 80 00	943 00 80 37	makote.urnieta@udal.gipuzkoa.net
Omic de Urola-Garaia	Iparragirre, 11-bajo	20700	URRETXU	943 72 42 79	943 72 61 64	omic-urolagaraia@kontsumo.net