

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

OSASUN ETA KONTSUMO SAILA

Kontsumo Zuzendaritza

**DEPARTAMENTO DE SANIDAD Y
CONSUMO**

Dirección de Consumo

MEMORIA DE CONSUMO 2009

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS.....	4
2.1. Programa de orientación.....	4
2.2. Reclamaciones de consumo.....	5
2.3. Arbitraje de consumo.....	16
3. CONTROL DE MERCADO.....	22
3.1. Campañas de inspección y control.....	22
3.2. Actuaciones inspectoras coordinadas con el SOIVRE.....	46
3.3. Control de la seguridad de los productos no alimenticios.....	47
3.4. Actuaciones inspectoras.....	48
3.5. Comunicaciones.....	50
4. FORMACIÓN Y EDUCACIÓN.....	51
4.1. Kontsumo Gelak.....	51
4.2. Kontsumoa Eskoletan.....	54
4.3. Kontsumoa eta Nagusiak.....	56
4.4. Otros.....	57
4.5. Cursos y jornadas	58
4.6. Formación a profesionales.....	58
4.7. Becas para la formación e investigación en consumo.....	60
5. INFORMACIÓN.....	61
5.1. Programa de publicaciones.....	61
5.2. Programa de sensibilización.....	62
5.3. Programa de documentación.....	65
6. COOPERACIÓN CON OTROS AGENTES.....	68
6.1. Programa de apoyo económico.....	68
6.2. Asesoramiento jurídico a las OMICs.....	73
6.3. Comisión Consultiva de Consumo.....	73
7. RELACIONES CON OTROS ORGANISMOS.....	75
7.1. INC y resto de comunidades autónomas.....	75
7.2. Red de Educación del consumidor.....	75
7.3. Red E-Cons (Red Europea de Educación al Consumidor).....	75
7.4. Consumers Internacional.....	75
7.5. Comisión Interinstitucional de Bibliotecas y Centros de Documentación Especializados de la CAPV (CIBE-LEEB).....	75
7.6. Convenio para personas celiacas.....	75
ANEXO: RELACIÓN DE CENTROS PERTENECIENTES A LA RED CIAC.....	76

1. INTRODUCCIÓN

La Dirección de Consumo del Gobierno Vasco publica la Memoria de Consumo 2009 con el objetivo de acercar, tanto a las personas que trabajan en el ámbito de consumo, como a la ciudadanía en general, la labor realizada durante este período.

Se divide en cuatro partes, que coinciden con los ejes fundamentales de la Dirección de Consumo: resolución de conflictos, control de mercado, formación e información y cooperación con otros organismos.

El capítulo correspondiente a la resolución de conflictos aborda una recapitulación de todas las vías utilizadas por las personas consumidoras para solucionar sus problemas relacionados con consumo: consultas, reclamaciones, solicitudes de arbitraje y juicios verbales.

En cuanto al control de mercado, hace alusión al conjunto de actividades inspectoras destinadas a comprobar que los productos y servicios puestos a disposición de las personas consumidoras cumplen con todos los requisitos de etiquetado, información y seguridad que exige la legislación vigente. Asimismo, la Dirección se encarga de localizar, inmovilizar y, cuando es necesario, retirar los productos que puedan suponer un riesgo para la salud o la seguridad.

Con respecto a la formación e información, son labores imprescindibles para concienciar y educar a la población sobre sus derechos y deberes, de manera que pueda actuar de forma crítica, consciente y responsable a la hora de consumir productos y servicios. Cursos, conferencias, servicios educativos, actividades en la calle, aparición en medios de comunicación y publicaciones son las principales actividades realizadas en 2009 para formar e informar a la ciudadanía.

Finalmente, el epígrafe referido a la relación y cooperación con otros agentes realiza un balance de los programas de apoyo económico, jurídico e informativo a otros organismos, tales como las Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMICs), las asociaciones de consumo o las entidades locales.

Asimismo, en el anexo interior aparece una relación de todos los centros de la Comunidad Autónoma del País Vasco pertenecientes a la red CIAC, es decir, que ofrecen información y atención a las personas consumidoras.

2. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

De acuerdo con los objetivos en materia de defensa de las personas consumidoras y usuarias, el Departamento de Sanidad y Consumo, a través de su Dirección de Consumo, tiene como prioridad proporcionar un servicio eficaz a la ciudadanía y poner a su disposición todos los medios necesarios para el conocimiento de sus derechos y de las precauciones a adoptar en materia de consumo.

2.1. PROGRAMA DE ORIENTACIÓN

2.1.1. Resolución de consultas de consumo

La Dirección de Consumo del Gobierno Vasco realiza una importante labor asesora e informativa a través de los diferentes puntos de atención a las personas consumidoras: Servicios Centrales de la Dirección y las Áreas de Consumo del Gobierno Vasco. Estos servicios han atendido un total de 9.857 consultas de consumo a lo largo de 2009. Sumadas a las 14.041 consultas recibidas a través del teléfono gratuito de atención a las personas consumidoras (900 600 500), el total de consultas gestionadas por la Dirección de Consumo ha ascendido a 23.898.

Las consultas recibidas en el Gobierno Vasco son atendidas por teléfono, presencialmente o a través de Internet, mediante la aplicación de la Red CIAC (Red de Centros de Información y Atención al Consumidor), en www.kontsumo.net, a través del buzón del portal de Euskadi.net o por e-mail.

Asimismo, otras organizaciones como las OMICs o las asociaciones de personas consumidoras recogen consultas de las personas consumidoras: 29.402 y 6.975, respectivamente.

CONSULTAS DE 2009 POR ORGANIZACIONES						
	Dirección de Consumo del Gobierno Vasco		OMIC	Asociac. de pers. consumidoras (AACC)	Total	%
	Serv. Centrales y Áreas de Consumo	Teléfono 900				
Telecomunicaciones	3.070	2.957	6.826	1.123	13.976	23,19
Servicios energéticos	795	1.390	4.408	692	7.285	12,09
Servicios varios	1.225	776	3.662	1.147	6.810	11,30
Vivienda (promoción y reparación)	728	889	2.586	1.129	5.332	8,85
Electrodomésticos, informática y audiovisual (venta y reparación)	662	1.059	1.598	291	3.610	5,99
Vehículos (venta y reparación)	638	913	1.548	405	3.504	5,81
Transportes	666	744	1.303	491	3.204	5,31
Seguros	242	722	1.660	399	3.023	5,01
Servicios bancarios	493	651	1.331	428	2.903	4,82
Sin codificar	82	1.914	576	150	2.722	4,52
Alimentación	83	568	1.484	262	2.397	3,98
Productos varios	450	475	948	148	2.021	3,35
Muebles	257	372	605	155	1.389	2,30
Textil, calzados y complementos	268	426	502	77	1.273	2,11
Servicios sanitarios y asistencial	111	134	243	43	531	0,88
Tintorerías, lavanderías	87	51	122	35	295	0,49
TOTAL	9.857	14.041				
	23.898		29.402	6.975	60.275	100,00

2.1.2. Teléfono de atención a las personas consumidoras

Las personas consumidoras saben la importancia que tiene consumir de manera responsable. Es por ello que se necesita proporcionar a la ciudadanía una información adecuada que les permita conseguir este objetivo, poniendo a su disposición todos los medios necesarios para el conocimiento de sus derechos y obligaciones en materia de consumo.

Uno de los medios más rápido, económico y eficaz es la vía telefónica. Por este motivo, la Dirección de Consumo ofrece este servicio gratuito a través del teléfono 900 600 500 desde 1992.

Son varios los objetivos de este servicio:

Evitar largas esperas a las personas usuarias del teléfono 900 600 500.

Dar una respuesta inmediata a las personas usuarias de forma que no tengan que realizar gestiones y desplazamientos innecesarios.

Liberar de carga de trabajo a las organizaciones de atención a las personas consumidoras, de forma que puedan prestar atención más personalizada a aquellas consultas o situaciones que realmente lo requieran.

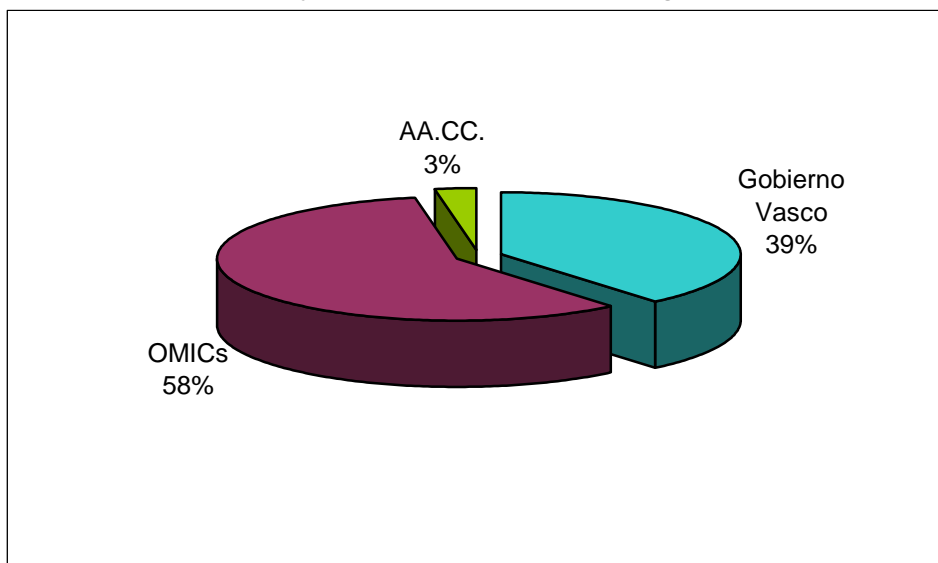
Durante el año 2009 se recibieron 14.041 llamadas, lo que hace una media por mes de 1.170 llamadas.

2.2. RECLAMACIONES DE CONSUMO

Durante 2009, en la CAPV se tramitaron 19.854 reclamaciones a través de las diferentes oficinas de consumo: 7.706 a través de la Dirección de Consumo del Gobierno Vasco, 11.621 por las Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC) y 527 por las asociaciones de consumidores.

Estudiando las reclamaciones tramitadas por las distintas organizaciones de consumo, se observa una continuidad en los sectores más reclamados, coincidiendo que, en todos ellos, las telecomunicaciones son el sector más reclamado, con un 31,89% del total. Los servicios energéticos se sitúan en un segundo lugar con un 8,67%, seguidos de las reclamaciones de sectores relacionados con la venta y reparación de electrodomésticos, productos informáticos o audiovisuales (7,78%) y de las referidas a transportes (7,65%). De hecho, estos cuatro sectores acumulan más de la mitad de todas las reclamaciones (55,99%).

Porcentaje de reclamaciones por organismo



SECTORES CON MAYOR NÚMERO DE RECLAMACIONES EN EUSKADI POR ORGANIZACIONES (2009)						
Producto / Servicio	Gobierno Vasco		OMIC		AACC	
	Total	%	Total	%	Total	%
Telecomunicaciones	1.618	21,00	4.588	39,48	126	23,91
Servicios energéticos (gas, luz, otros)	424	5,50	1.270	10,93	27	5,12
Transportes	538	6,98	884	7,61	97	18,41
Electrodomésticos, informática y audiovisuales (venta y reparación)	790	10,25	715	6,15	39	7,40
Vehículos (venta y reparación)	630	8,18	553	4,76	32	6,07
Vivienda (promoción, reparación, reformas)	330	4,28	324	2,79	30	5,69
Muebles	335	4,35	176	1,51	13	2,47
Servicios bancarios	373	4,84	510	4,39	23	4,36
Textil, calzado y complementos	498	6,46	167	1,44	13	2,47
Alimentación	151	1,96	367	3,16	12	2,28
Tintorerías y lavanderías	160	2,08	65	0,56	7	1,33
Servicio sanitario y asistencial	171	2,22	49	0,42	2	0,38
Seguros	85	1,10	423	3,64	44	8,35
Servicios varios	823	10,68	764	6,57	41	7,78
Productos varios	598	7,76	429	3,69	16	3,03
Sin codificar	182	2,36	337	2,90	5	0,95
Total	7.706	100,00	11.621	100,00	527	100,00

SECTORES CON MAYOR NÚMERO DE RECLAMACIONES EN EUSKADI POR TERRITORIO HISTÓRICO (2009)								
	ÁLAVA		GIPUZKOA		BIZKAIA		TOTAL	
	Total	%	Total	%	Total	%		%
Telecomunicaciones	744	19,75	1.639	34,45	3.949	34,85	6.332	31,89
Servicios energéticos	315	8,36	467	9,82	939	8,29	1.721	8,67
Electrodomésticos, informática, audiovisual: venta y reparación	298	7,91	350	7,36	896	7,91	1.544	7,78
Transportes	360	9,56	360	7,57	799	7,05	1.519	7,65
Vehículos: venta y reparación	295	7,83	293	6,16	627	5,53	1.215	6,12
Servicios bancarios	286	7,59	202	4,25	418	3,69	906	4,56
Vivienda: promoción y reparación	244	6,48	157	3,30	283	2,50	684	3,45
Textil, calzados y complementos	116	3,08	128	2,69	434	3,83	678	3,41
Seguros	155	4,11	96	2,02	301	2,66	552	2,78
Alimentación	94	2,50	92	1,93	344	3,04	530	2,67
Muebles	118	3,13	117	2,46	289	2,55	524	2,64
Tintorerías, lavanderías	39	1,03	49	1,03	144	1,27	232	1,17
Servicios sanitario y asistencial	24	0,64	54	1,13	144	1,27	222	1,12
Productos varios	243	6,45	245	5,15	555	4,90	1.043	5,25
Servicios varios	270	7,17	407	8,56	951	8,39	1.628	8,20
Sin codificar	166	4,41	101	2,12	257	2,27	524	2,64
TOTAL	3.767	100,00	4.757	100,00	11.330	100,00	19.854	100,00

2.2.1. Gobierno Vasco

Durante el año 2009, la Dirección de Consumo del Gobierno Vasco recibió un total de **7.706** hojas de reclamaciones a través de las tres Áreas de Consumo del Departamento de Sanidad y Consumo. De las 7.706 reclamaciones, 1.946 fueron tramitadas por el Área de Consumo de Álava, 4.030 por la de Bizkaia y 1.730 por la de Gipuzkoa.

Del total de reclamaciones que había llegado a las tres Áreas de Consumo al finalizar el ejercicio 2009, 1.522 no fueron admitidas a trámite por tratarse de materias que no competían a Consumo y 662 se trasladaron a las comunidades autónomas donde se había producido el motivo que justificaba la reclamación, o a otros organismos competentes en la materia. Asimismo, 153 reclamaciones fueron trasladadas a la Junta Arbitral.

En otros casos (283), los demandantes desistieron de su petición, mientras que en 1.238 se llegó a una avenencia con la mediación del Gobierno Vasco.

Además, la Administración requirió a 127 empresas la corrección de los actos que dieron lugar a la denuncia y 146 reclamaciones se cerraron con propuesta de expediente sancionador.

En el resto de las reclamaciones (2.300), dado que no fue posible llegar a un acuerdo entre las partes y se comprobó, además, la no existencia de infracción administrativa, se archivó el expediente.

Por lo tanto, del total de reclamaciones recibidas fueron resueltas en 2009 6.431, y quedan pendientes de resolver 1.275, porque aún están tramitándose.

RECLAMACIONES RECIBIDAS EN EL GOBIERNO VASCO EN 2009				
	Álava	Bizkaia	Gipuzkoa	TOTAL
Total reclamaciones recibidas	1.946	4.030	1.730	7.706
No admitidas a trámite	253	806	463	1.522
Archivo avenencia	488	574	176	1.238
Archivo sin infracción	546	1.209	545	2.300
Desistimiento	27	174	82	283
Proposición Arbitraje	35	100	18	153
Comunicación/Traslado	77	400	185	662
Requerimiento	11	112	4	127
Prop. Expediente Sancionador	68	73	5	146
Reclamaciones Resueltas	1.505	3.448	1.478	6.431
Reclamaciones Pendientes de resolver	441	582	252	1.275

Al igual que en los últimos años, estos son los sectores más reclamados en 2009: las telecomunicaciones, los servicios energéticos, las reparaciones, tanto de electrodomésticos e informática como de vehículos, y los transportes.

Motivos de las reclamaciones

La información más relevante referida a los motivos de los sectores más reclamados en el Gobierno Vasco aparece detallada en los siguientes cuadros:

TELECOMUNICACIONES / TELEFONÍA	
Motivos	Porcentaje
Bajas, altas fraudulentas, incumplimientos, ofertas...	26,96
Facturación indebida	21,41
Garantías	15,93
Reparación defectuosa	9,50
Portabilidad	6,88
Fallos funcionamiento Internet, falta de cobertura, costes línea...	5,48
Publicidad engañosa	4,59
Devoluciones	3,44
Falta de información-atención	1,72
Otros	4,09
Total	100,00

TRANSPORTES	
Motivos	Porcentaje
Cancelaciones-retrasos	35,98
Calidad deficiente del servicio	28,46
Información a las personas consumidoras	15,04
Pérdidas-deterioro de equipajes	9,76
Emisión de billetes	9,35
Overbooking	1,41
Total	100,00

ELECTRODOMÉSTICOS	
Motivos	Porcentaje
Información / publicidad engañosa	25,57
Producto defectuoso	20,03
Incumplimiento de garantías	17,90
Problemas con las devoluciones	15,20
Retrasos reparaciones / instalaciones	6,67
Reparaciones / instalaciones incorrectas	5,68
Facturación excesiva / indebida	2,70
Incumplimiento de plazos de entrega	0,71
Otros	5,54
Total	100,00

VENTA Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS	
Motivos	Porcentaje
Retraso en reparación / desperfectos en vehículos	23,65
Reparación incorrecta	18,25
Información /publicidad engañosa	12,54
Incumplimiento de garantías	10,63
Facturación excesiva / indebida	7,62
Falta de presupuesto / factura	3,02
Incumplimiento de plazos de entrega	2,22
Otros	22,07
Total	100,00,

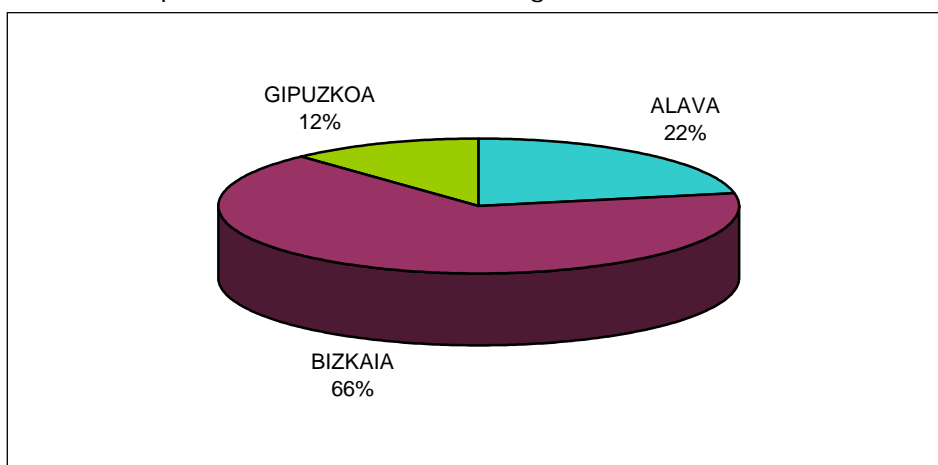
SERVICIOS ENERGÉTICOS	
Motivos	Porcentaje
Facturación indebida	50,70
Bajas / altas de contrato	11,50
Mala atención usuarios/as	5,30
Cortes de suministros sin motivo	4,80
Lecturas de contador	4,50
Incumplimiento de contrato	3,60
Revisión de instalaciones	3,60
Desperfectos por cortes de suministro / picos de tensión	3,30
Averías	2,60
Retrasos en entregas de gas	2,20
Suspensión de suministro por problemas con pagos	2,20
Otros	5,70
Total	100,00

Expedientes sancionadores

Además de mediar entre las partes en busca de una solución, la labor del Gobierno Vasco también consiste en imponer sanciones a las empresas en caso de observar irregularidades. Durante el año 2009, se incoaron 151 expedientes sancionadores, bien por campañas de inspección programadas por la Dirección de Consumo, bien como consecuencia de las reclamaciones recibidas.

Por territorios, en Bizkaia se incoaron 100 expedientes sancionadores, 18 en Gipuzkoa y 33 en Álava.

Expedientes sancionadores según territorio histórico



La mayoría de expedientes sancionadores está relacionada con los incumplimientos de la normativa sobre garantías (40%). En cuanto a los sectores, las empresas de telecomunicaciones acaparan la mayoría de las sanciones con más del 37% del total.

EXPEDIENTES SANCIONADORES SEGÚN MOTIVOS		
Motivo	Total	%
Incumplimientos de garantías	61	40,40
Actividad de control (negativa a facilitar datos, incumplimiento requerimientos)	22	14,57
Deficiencias en productos/servicios	19	12,58
Incumplimientos en información a la persona consumidora / etiquetado	14	9,27
Materia de precios	5	3,31
Hojas de reclamaciones	3	1,99
Otros	27	17,88
Total	151	100,00

EXPEDIENTES SANCIONADORES SEGÚN SECTORES		
Producto / Servicio	Total	%
Telecomunicaciones	56	37,09
Electrodomésticos, informática y audiovisuales (venta y reparación)	19	12,58
Vivienda (promoción, reparación y reformas)	11	7,28
Vehículos (venta y reparación)	9	5,96
Transportes	8	5,30
Muebles	6	3,97
Serv. energéticos (gas, luz, otros)	5	3,31
Textil, calzado y complementos	3	1,99
Juguetes	3	1,99
Alimentación	2	1,32
Tintorerías y lavanderías	0	0,00
Servicio sanitario y asistencial	0	0,00
Material eléctrico	0	0,00
Productos químicos (cosméticos, droguería y perfumería)	0	0,00
Servicios varios	20	13,25
Productos varios	9	5,96
Total	151	100,00

Juicios verbales

Cuando la mediación no da resultado, otra de las vías posibles para que las personas consumidoras defiendan sus derechos es acudir a los tribunales. Se trata de una opción subvencionada por la Dirección, siempre que se cumplan los siguientes requisitos:

-Que la cuantía de la reclamación no supere los 900 euros.

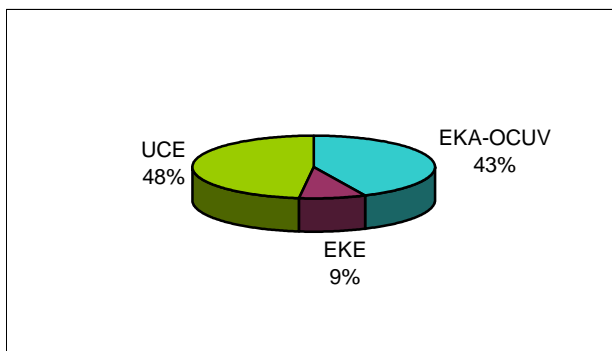
-Que la reclamación sea judicialmente viable.

-Que la persona demandante esté asociada en alguna organización de defensa de las personas consumidoras.

Concretamente, en concepto de ayudas económicas destinadas a sufragar los gastos derivados de la defensa en juicios verbales de hasta 900 euros de cuantía, la Dirección de Consumo reservó en 2009 una partida de 36.000 euros.

Gracias a esta iniciativa, las asociaciones pudieron ejercer la defensa gratuita de las personas consumidoras en un total de 123 juicios verbales. En concreto, UCE y EKA-OCUV fueron las organizaciones que más juicios defendieron en 2009: 59 y 53 juicios, respectivamente. Por su parte, EKE ejerció la defensa en 11 juicios.

ASOCIACIONES	JUICIOS
UCE	59
EKA-OCUV	53
EKE	11
Total	123

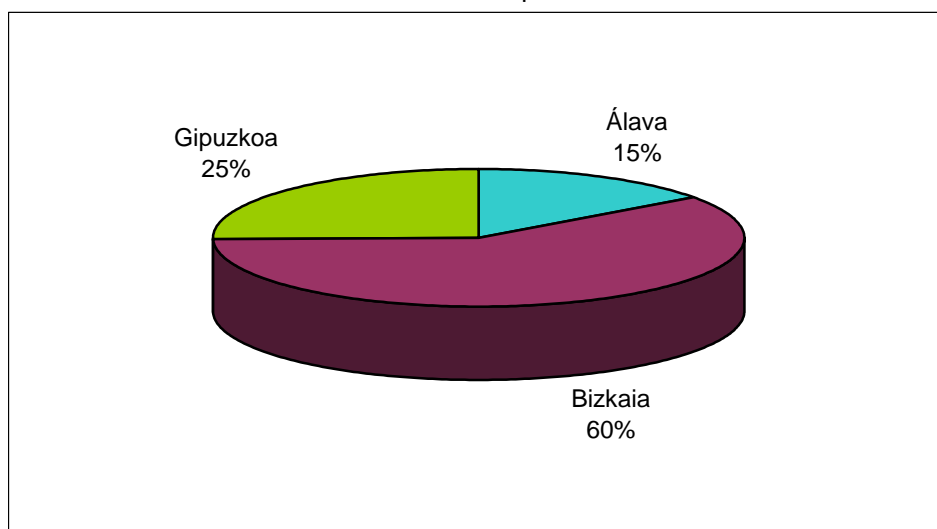


2.2.2. Oficinas Municipales de Consumo

Las Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC) recibieron un total de 11.621 reclamaciones; 1.745 se tramitaron en el Territorio Histórico de Álava, 6.942 en Bizkaia y 2.934 en Gipuzkoa.

RECLAMACIONES 2009 DE LAS OMIC, SEGÚN SECTOR Y TERRITORIO HISTÓRICO				
Producto/Servicio	Álava	Guipúzcoa	Bizkaia	Total
Telecomunicaciones	327	1.302	2.959	4.588
Transportes	187	179	518	884
Electrodomésticos, informática y audiovisuales (venta y reparación)	147	131	437	715
Vehículos (venta y reparación)	143	117	293	553
Servicios energéticos (gas, luz, otros)	66	444	760	1.270
Vivienda (promoción y reparación)	111	59	154	324
Muebles	20	51	105	176
Servicios bancarios	152	99	259	510
Textil, calzado y complementos	25	45	97	167
Alimentación	59	65	243	367
Tintorerías, lavanderías	6	10	49	65
Servicios sanitario y asistencial	11	12	26	49
Seguros	136	73	214	423
Servicios varios	148	201	415	764
Productos varios	97	82	250	429
Sin codificar	110	64	163	337
Total	1.745	2.934	6.942	11.621

Reclamaciones de las OMIC por territorio histórico



RECLAMACIONES 2009 SEGÚN OMIC		
OMIC	Total	%
OMIC Vitoria-Gasteiz	1.492	12,84
OMIC Bilbao	1.278	11,00
OMIC Barakaldo	874	7,52
OMIC Donostia-San Sebastián	791	6,81
OMIC Durango, Mancomunidad de la Merindad	629	5,41
OMIC Getxo	500	4,30
OMIC Portugalete	490	4,22
OMIC Uribe-Kosta, Mancomunidad	482	4,15
OMIC Santurtzi	445	3,83
OMIC Lasarte-Oria	408	3,51
OMIC Irun	407	3,50
OMIC Encartaciones, Mancomunidad	359	3,09
OMIC Basauri	320	2,75
OMIC Ermua	289	2,49
OMIC Hernani	275	2,37
OMIC Erandio-Altzaga	218	1,88
OMIC Eibar	217	1,87
OMIC Erandio-Astrabudua	209	1,80
OMIC Llodio	180	1,55
OMIC Beasain	170	1,46
OMIC Oarsoaldea	166	1,43
OMIC Sestao	159	1,37
OMIC Urola-Garaia	158	1,36
OMIC Etxebarri	142	1,22
OMIC Muskiz-Forlan	131	1,13
OMIC Andoain	122	1,05
OMIC Bermeo	122	1,05
OMIC Ortuella	117	1,01
OMIC Azpeitia	77	0,66
OMIC Iraurgi Lantzen	75	0,64
OMIC Arrigorriaga	70	0,60
OMIC Balmaseda	62	0,53
OMIC Cuadrilla Rioja Alavesa	61	0,52
OMIC Elgoibar	55	0,47
OMIC Ondarroa	28	0,24
OMIC Lekeitio	25	0,22
OMIC Tolosaldea Garatzen	11	0,09
OMIC Cuadrilla Campezo	5	0,04
OMIC Lazkao	1	0,01
OMIC Ordizia	1	0,01
Total	11.621	100,00

2.2.3. Asociaciones de personas consumidoras

Las asociaciones de personas consumidoras realizan labores de información y mediación a través de las reclamaciones formuladas por las personas a ellas asociadas, así como asesoramiento y defensa jurídica. En 2009, las asociaciones tramitaron 527 reclamaciones; 76 en Álava, 93 en Gipuzkoa y 358 en Bizkaia.

NÚMERO DE RECLAMACIONES POR FEDERACIÓN		
Federaciones	Número de reclamaciones	Porcentaje (%)
EKE (Federación de Consumidores de Euskadi)	177	33,59
UCE (Unión de Consumidores de Euskadi)	141	26,75
EKA-OCUV (Organización de Consumidores y Usuarios Vasca)	209	39,66
Total	527	100,00

RECLAMACIONES 2009 DE LAS AACC SEGÚN SECTOR Y TERRITORIO HISTÓRICO				
Producto/Servicio	Araba	Gipuzkoa	Bizkaia	Total
Telecomunicaciones	12	27	87	126
Transportes	15	21	61	97
Vivienda: promoción y reparación	9	3	18	30
Servicios bancarios	8	2	13	23
Vehículos (venta y reparación)	4	5	23	32
Seguros	3	6	35	44
Electrodomésticos, informática, audiovisual (venta y reparación)	3	3	33	39
Serv. energéticos (gas, luz, otros)	6	8	13	27
Alimentación	0	1	11	12
Muebles	4	3	6	13
Servicio sanitario y asistencial	1	0	1	2
Textil, calzado y complementos	3	1	9	13
Tintorerías, lavanderías	0	2	5	7
Servicios varios	7	4	30	41
Productos varios	1	6	9	16
Sin codificar	0	1	4	5
Total	76	93	358	527

2.3. ARBITRAJE DE CONSUMO

El Sistema Arbitral de Consumo es una herramienta que permite resolver los desacuerdos que puedan surgir en las relaciones de consumo, en las que participan, por una parte, empresas y profesionales y, por otra, personas consumidoras y usuarias. La Junta Arbitral de Consumo de Euskadi cuenta con un servicio administrativo de apoyo cuyas funciones son:

- El fomento y formalización de convenios arbitrales entre personas consumidoras y usuarias y quienes produzcan, importen o suministren o faciliten bienes y servicios.
- Las actuaciones de mediación respecto de las controversias derivadas de las quejas o reclamaciones de personas consumidoras y usuarias.
- La confección y actualización del censo público de las empresas que hayan realizado las ofertas públicas de adhesión al Sistema Arbitral de Consumo en su ámbito territorial con expresión del ámbito de la oferta.
- La elaboración y puesta a disposición de las personas interesadas de los modelos de convenio arbitral, en los que se reflejarán las cuestiones que no puedan ser sometidas al Sistema Arbitral de Consumo.



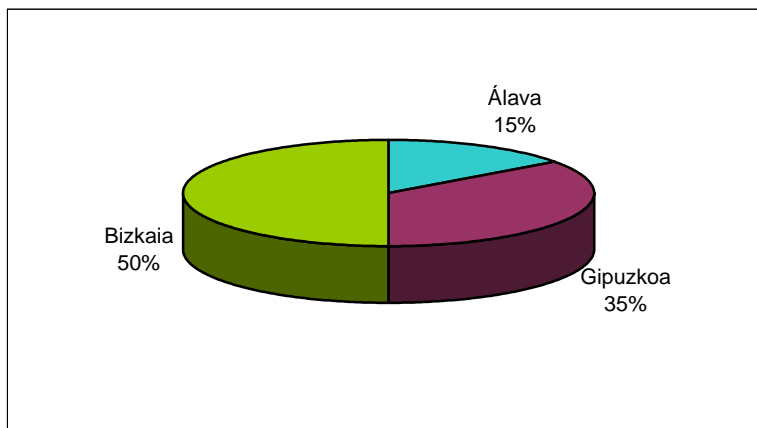
El Sistema Arbitral de Consumo dispone de un procedimiento especial basado en las siguientes características: voluntariedad, rapidez, efectividad, imparcialidad y neutralidad, y gratuidad.

2.3.1. Campaña de difusión

El Sistema Arbitral de Consumo continúa consolidándose, ya que cada año son más las empresas, profesionales y comercios vascos adheridos que confían en esta vía para la resolución de los posibles conflictos con las personas consumidoras y usuarias de servicios. Una vez más, el balance es positivo: en 2009 se sumaron al sistema 1.024 nuevas empresas.

Las nuevas adhesiones están directamente relacionadas con la campaña que anualmente realiza la Dirección de Consumo del Gobierno Vasco y que, en este último año, se dirigió a un total de 2.000 empresas a través de visitas personalizadas, gracias a las cuales se consiguió que un 51,20% del total de las empresas visitadas solicitara su adhesión al Sistema Arbitral.

Empresas adheridas según territorio histórico

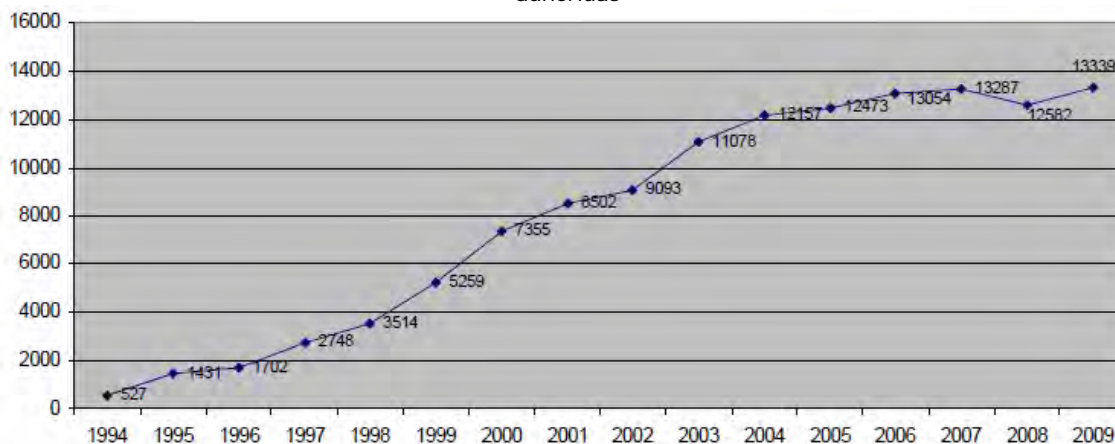


La empresa o comercio que se somete al Sistema Arbitral consigue atraer la confianza de sus clientes al garantizarles la rápida resolución de controversias en materia de consumo. Se trata de una publicidad positiva que garantiza, a priori, el cumplimiento, por parte de los establecimientos, de la normativa prevista en materia de consumo.

Por otro lado, en este año 2009 se realizó una campaña de actualización del censo de empresas adheridas. Esta actualización consistió, sobre todo, en la comprobación fehaciente de que los establecimientos y empresas adheridas se encontraban efectivamente en activo. Así, durante este proceso se constató que 972 establecimientos de los adheridos anteriormente habían cesado en su actividad empresarial o comercial. Por lo anterior, se les dio de baja del censo de empresas adheridas.

Así, tras la mencionada actualización, y descontando el importante número de empresas que han cesado en su actividad, el número total de las adheridas al Sistema Arbitral de consumo asciende a 13.339.

Evolución del número de empresas adheridas



Durante el año 2009, se llevaron a cabo reuniones con asociaciones y corporaciones empresariales, así como con las correspondientes asociaciones y organizaciones de personas consumidoras y usuarias, 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 proporcionó a estos colectivos diversa documentación referida al compromiso de adhesión de asociaciones, a través del cual es posible participar en el funcionamiento de la Junta Arbitral de Consumo de Euskadi como mecanismo de solución de conflictos en temas de consumo. El número de asociaciones empresariales adheridas a la Junta Arbitral de Consumo en Euskadi asciende a 87.

El porcentaje de adhesión a este sistema alternativo a la vía judicial varía entre los distintos sectores de actividades. Este año vuelve a destacar el incremento de adhesiones en el sector de las telecomunicaciones, que ha pasado del 47,59% en el año 2008, a estar adherida más de la mitad del sector (54,82%). De este modo, es de nuevo el sector con mayor integración en el Sistema Arbitral.

El segundo lugar lo ocupa el sector de joyería y relojería, ya que de las empresas que desarrollan esta actividad en la Comunidad Autónoma de Euskadi el 47,31% está adherido. Le siguen el sector de textil y calzado y el sector informático, con unos índices de adhesión del 36,48% y del 36,14%, respectivamente; y a continuación, se sitúan el sector del mueble (31,78%), tintorerías (30,47%) y la venta y reparación de vehículos (28,49%).

En el otro extremo, se encuentran los sectores más reacios a la adhesión al Sistema Arbitral de Consumo: el de transporte (0,35%), el de seguros (1,53%) y el de banca, que no está representado por ninguna empresa.

Actividad	Empresas adheridas	% empresas de Euskadi
Telecomunicaciones	91	54,82
Joyería, relojería	396	47,31
Textil, calzado	2.809	36,48
Informática	202	36,14
Muebles	1.022	31,78
Tintorerías	110	30,47
Venta y reparación de vehículos	1.062	28,49
Vivienda, reparación hogar	5.063	12,40
Energía	12	12,31
Alimentación	778	9,16
Agencias de viaje	58	9,15
Enseñanza	255	6,04
Hostelería	469	3,28
Seguros	37	1,53
Venta domiciliaria	--	0
Transportes	47	0,35
Banca	--	0
Actividades diversas de servicio	467	18,16
Otros	461	--
Total	13.339	--

2.3.2. Solicitudes de arbitraje

Desde la creación del servicio en el año 1994 hasta el año 2009 se han recibido un total de 10.362 solicitudes de arbitraje.

En el año 2009 se tramitaron 1215 solicitudes de arbitraje y se dictaron 532 Laudos (19 más que el año anterior). En dicho ejercicio se incrementó la litigiosidad en el sector de telefonía de 624 a 865 solicitudes (241 solicitudes más).

Las solicitudes de arbitraje presentadas a través de asociaciones de personas consumidoras fueron 41, las presentadas a través de OMIC 554, a través de las Áreas de Consumo de Álava, Bizkaia y Gipuzkoa fueron 355 y presentadas directamente en la Junta Arbitral 265.

Así, en 2009 las solicitudes de arbitraje fueron resueltas de la siguiente manera:

— 532 solicitudes fueron resueltas mediante un Laudo arbitral. De ellas, el 90% fueron solicitudes de arbitraje presentadas contra profesionales y empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo. Llama la atención que el 10% fue contra profesionales y empresas no adheridas al sistema que, sin embargo, aceptaron que la controversia se resolviese por el procedimiento arbitral.

— 290 solicitudes fueron archivadas al no haber aceptado la parte reclamada que el litigio se resolviera por medio de la Junta Arbitral. Se trataba de empresas no adheridas al Sistema Arbitral de Consumo, por lo que se les otorgó el plazo legal de 15 días hábiles para que aceptasen el arbitraje y la respuesta fue negativa.

— 287 solicitudes fueron resueltas por acuerdo de las partes a través de la mediación efectuada por la Junta Arbitral de Consumo de Euskadi.

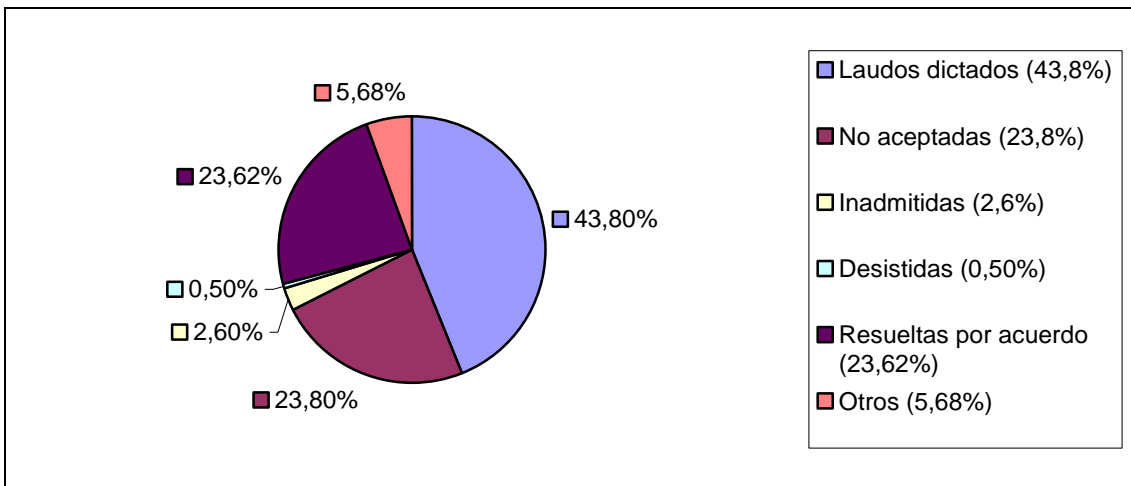
— 6 solicitudes se archivaron por haber desistido la parte reclamante, al decidir utilizar otra vía para resolver su controversia.

— 31 solicitudes no fueron admitidas a trámite, al hacer referencia a materias excluidas del arbitraje de consumo.

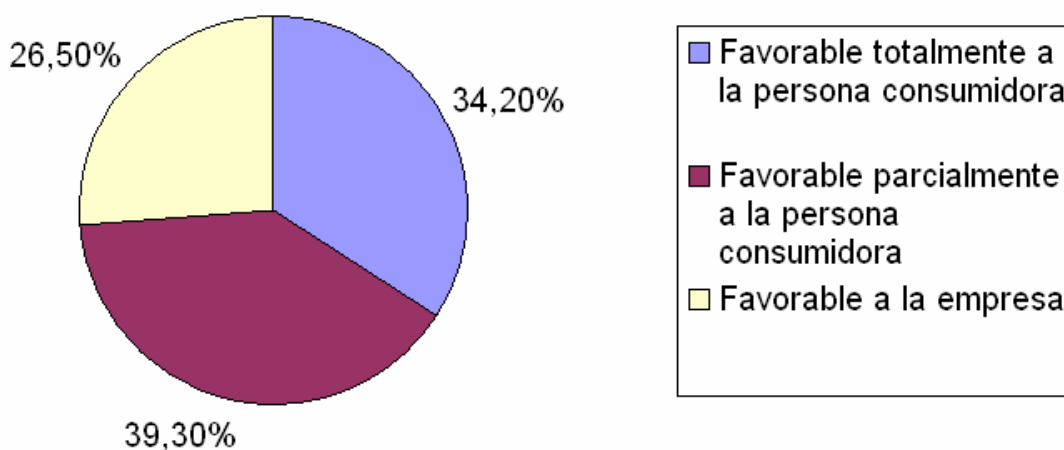
— 5 solicitudes fueron trasladadas a otra Comunidad Autónoma, al estar la razón social en otra Comunidad Autónoma.

— 30 solicitudes se encontraban a últimos de año todavía en trámite, al haberse presentado ante la Junta Arbitral de Consumo de Euskadi a finales de 2009.

— 34 solicitudes estaban en diciembre pendientes de dictar Laudo arbitral.



En cuanto a los resultados, el 34,2% de los laudos fue favorable totalmente a la persona consumidora y un 39,3% parcialmente, mientras que en el resto, en el 26,5%, el Colegio Arbitral dio la razón al establecimiento o empresa.



Las decisiones o laudos del Colegio Arbitral se tomaron por unanimidad en el 95,3% de las ocasiones, en un 1,5% se dictaron laudos por mayoría del Colegio Arbitral y en un 3,2% se logró un acuerdo entre las partes, es decir, un Laudo conciliatorio.

Desde la designación del Colegio Arbitral a la emisión del Laudo arbitral, el plazo fue inferior a un mes en el 72,2% de los casos, de un mes en el 4,3% y, en el 23,5%, se dictó en un plazo superior a los dos meses (fueron expedientes que requirieron pruebas). Respecto al número de arbitrajes en Equidad o Derecho, 1.202 personas solicitaron un arbitraje en Equidad y 13 en Derecho.

En el año 2009, se realizó una prueba pericial, que fue abonada en su totalidad por la parte reclamante. Los laudos incumplidos en los que alguna de las partes ha solicitado la ejecución forzosa fueron 7.

Tabla solicitudes de arbitraje por sectores

SOLICITUDES DE ARBITRAJE POR SECTORES 2009	
Telefonía	865
Tintorerías	46
Gremios, vivienda	44
Muebles	37
Automóviles	36
Electrodomésticos, SAT	32
Enseñanza	28
Textil, calzado	20
Agencias de viaje	19
Energía	18
Comercio por menor	11
Grandes Superficies	11
Transportes	9
Servicios bancarios	4
Informática	3
Seguros	3
Comercio electrónico	2
Joyería, relojería	2
Venta domiciliaria	2
Hostelería	1
Promoción inmobiliaria	1
Actividades recreativas	--
Otros	21
Total	1.215

3. CONTROL DE MERCADO

Control de mercado es el conjunto de actividades inspectoras destinadas a comprobar que los productos y servicios puestos a disposición de las personas consumidoras cumplen con los requisitos de etiquetado, información y seguridad exigidos en la legislación vigente, bien mediante actuaciones programadas y planificadas, o bien realizando actuaciones puntuales motivadas por denuncias, reclamaciones, comunicaciones y/o inhibiciones de otras comunidades autónomas.

Eso implica realizar inspecciones sistemáticas de control de etiquetado de productos o de sectores sometidos a extensa regulación, junto a comprobaciones de seguridad y seguimiento de determinados productos y servicios que hay que atender especialmente por su grado de conflictividad.

Incluye las siguientes actividades:

- Campañas de inspección y control, entendidas como actuaciones programadas que atienden especialmente a la vigilancia del cumplimiento de la normativa. Se hace especial hincapié en la inspección sistemática de sectores muy reglados y del etiquetado de diferentes productos.
- Localización, inmovilización y retirada, en su caso, de los productos que puedan suponer un riesgo para la salud o la seguridad.

3.1. CAMPAÑAS DE INSPECCIÓN Y CONTROL

Las campañas de inspección se programan sobre productos, bienes y servicios o prácticas comerciales que por distintas razones (cambios normativos, gran consumo, número de reclamaciones, detección de problemas, necesidades de normalización, etc.) son seleccionados para su control específico.

Durante el año 2009, se llevaron a cabo las siguientes campañas de inspección de productos y servicios:

1. Campaña de control de aparcamientos (febrero).
2. Campaña de control de etiquetado y precios de videojuegos. Toma de muestras (marzo).
3. Campaña de inspección y control de artículos de puericultura (cunas plegables, andadores y parques) (abril).
4. Campaña de control de centros de enseñanza no reglada (mayo).
5. Campaña de toma de muestras de alimentos sin gluten (mayo).
6. Campaña de control de la información y garantías en la venta de vehículos de segunda mano (junio).
7. Campaña de control e inspección de productos milagro. Adelgazantes (junio y octubre)
8. Campaña de control de precios de publicidad comercial.
9. Campaña de control e inspección de compañías de transporte aéreo.

10. Campaña de control de alimentos con vitaminas y/o minerales adicionados.

11. Campaña de inspección y control específico de instalaciones deportivas privadas (gimnasios, spas y/o balnearios urbanos, piscinas, saunas, etc.) Información, publicidad, condiciones de contratación y servicios prestados.

12. Campaña de control y seguridad de los juguetes.

3.1.1. Campaña de control de aparcamientos

Esta campaña relativa a los aparcamientos se ha desarrollado en la segunda quincena del mes de febrero, tomando como centro de atención la normativa recogida en la Ley 40/2002, de 14 de noviembre, modificada parcialmente a través de la Ley 44/2006, de 29 de diciembre, de mejora de la protección de consumidores y usuarios.

Tras la campaña realizada el año anterior, se constató una reiterada práctica de cobro diferenciado durante los primeros minutos de estancia del vehículo en el aparcamiento, que penalizaba claramente ese primer tramo de uso del servicio. Por otro lado, también se observó una tendencia de redondeo al alza en la aplicación del precio por el servicio.

Por todo lo anterior, en esta nueva edición de la campaña se ha tratado de constatar si las mencionadas prácticas, consideradas abusivas, continúan en aplicación.

Respecto a los establecimientos a inspeccionar, se adjuntó como anexo una base de datos con carácter orientativo, que coincidía con la del año anterior. En cada establecimiento se debía cumplimentar el protocolo, y asimismo solicitar o requerir, según procediera, copia de las tarifas expuestas y toda otra información que a criterio del inspector o inspectora se estimara.

En esta campaña se han cumplimentado un total de 55 protocolos (Álava: 11; Gipuzkoa: 21; y Bizkaia: 23). Respecto a los aspectos que eran objeto de especial atención, se concluye lo siguiente:

1.- Cobro del "minuto de oro"

Se observa que esta práctica que consiste en aplicar una tarifa mayor durante los primeros minutos de estacionamiento del vehículo, respecto de la tarifa aplicable el resto del tiempo de ocupación, sigue estando muy extendida. Así, esta tarificación diferente se ha observado en **35** de los aparcamientos inspeccionados, lo que supone un **63,63%** del total.

2.- Redondeo al alza

La otra cuestión que planteaba una especial significación ha sido la tendencia a ajustar al alza el precio a pagar por el servicio de estacionamiento, pasando de esta forma a un sistema de cobro por fracción de tiempo, en lugar de ajustarse a la Ley que establece un criterio expreso de cobro por tiempo real de prestación de servicio.

La campaña de inspección ha evidenciado que esta práctica se aplica en 23 de los establecimientos, esto es el 41,81%.

Acciones correctoras

Se va a proceder al estudio de las irregularidades detectadas en los protocolos, en aspectos relacionados con el cobro del “minuto de oro” y del “redondeo al alza” para determinar si tales conductas utilizadas pueden ser constitutivas de infracción administrativa en materia de Consumo.

3.1.2. Campaña de control de etiquetado y precios de videojuegos. Toma de muestras

Durante el mes de marzo se ha llevado a cabo la campaña de control de etiquetado y precios de videojuegos, que incluía también la toma de muestras. Esta campaña se encuentra integrada dentro de las propuestas por el INC para realizar en coordinación con otras Comunidades Autónomas. De hecho, la CAPV es la coordinadora de esta campaña, y ha asumido las labores de coordinación en la secuencia de la toma de muestras en las que han participado además: Ceuta, Canarias, Aragón e Illes Balears.

En la campaña de la CAPV, han participado los servicios de inspección de las Áreas de Consumo del Gobierno Vasco, así como los servicios de los Ayuntamientos de Irun y Hernani, estableciéndose como objetivos de la campaña los siguientes:

- Comprobar que los videojuegos que están a la venta cumplen con la normativa relativa al etiquetado, presentación y publicidad.

- Realizar el control analítico, mediante toma de muestras de los requisitos obligatorios regulados por la norma.

El programa de la campaña tenía previsto inspeccionar un total de 13 establecimientos, cumplimentando en cada uno de ellos tres protocolos de otros tantos productos elegidos al azar. En total se planteaba cumplimentar 40 protocolos: 10 en Álava, 15 en Gipuzkoa y 15 en Bizkaia.

Han sido objeto de inspección los establecimientos especializados en venta de productos electrónicos (tiendas de informática, etc.), las secciones de material informático de grandes superficies comerciales, así como establecimientos de venta de material de productos de ocio (superficies comerciales multimedia, grandes librerías...).

Por su parte, el apartado de toma de muestras tenía prevista la toma de 6 muestras: 2 por territorio.

Analizados los resultados de la campaña se concluye lo siguiente:

- 1.- Se ha inspeccionado el 100% de los establecimientos programados, y se han realizado el número de protocolos previstos.

- 2.- Analizando los protocolos cumplimentados se comprueba que:

- 2.1. Respecto a la información obligatoria regulada en el RD 1468/1988 de 2 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de etiquetado, presentación y publicidad de los productos industriales destinados a su venta directa a las personas consumidoras y usuarias, el resultado es de plena adecuación a la normativa, en los aspectos referentes

tanto a instrucciones y advertencias de uso como a la trazabilidad del producto, así como en la claridad y legibilidad de ambas informaciones.

2.2. En relación a la información facultativa, la campaña se ha centrado en el denominado "Código PEGI" (Pan European Games Information). Se trata de un código de autorregulación de la industria del software interactivo, y que establece una clasificación de los videojuegos por edades.

El sistema PEGI es un sistema voluntario en el que las clasificaciones son llevadas a cabo por miembros de la propia industria del videojuego, a través de un sistema de autovaloración. Tras examinar un juego, los usuarios y usuarias del código de la propia compañía utilizan una intranet (red interna) para responder a un número de preguntas, tras las que la clasificación del juego se da de forma automática. (Fuente: ADESE – Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento).

Por lo tanto, debido a su condición de código de adhesión voluntaria no es susceptible de exigencia, ni tampoco evaluable a efectos de calificación como infracción.

De todos modos, de los resultados se concluye que en 8 de los protocolos (20%) se señala la ausencia del pictograma de edad recomendada, y en otros 4 (10%) no figura el pictograma indicador del contenido (contenido violento...).

3.- En lo que respecta a las seis tomas de muestras, han sido enviadas al Laboratorio del CICC, y los resultados han sido correctos, por lo que se ha procedido al archivo de esas actuaciones.

3.1.3. –Campaña de control de artículos de puericultura

En el mes de abril se ha llevado a cabo la campaña de control de artículos de puericultura, que ha incluido, además, la toma de muestras. La campaña se ha centrado en tres tipos de productos: cunas-cunas plegables, andadores y parques domésticos. Esta campaña se ha desarrollado en coordinación con otras seis CCAA dentro del programa anual del INC.

Los objetivos de esta campaña han sido:

1.- Comprobar que las condiciones de etiquetado, el marcado y las instrucciones son correctas y cumplen con las normas UNE-EN correspondientes.

2.- Realización de tomas de muestras reglamentarias y comprobación, mediante ensayo, de la seguridad en la construcción de estos productos.

Mediante las mismas se ha sometido a control, en primer lugar, el etiquetado, tanto en los aspectos de cumplimiento obligatorio, como en los específicos correspondientes a la Norma UNE aplicable a cada tipo de producto; a continuación se ha hecho especial hincapié en las instrucciones de uso, seguido de algunos elementos de seguridad y aspectos generales, para finalizar con el marcado del precio. Han sido objeto de estas actuaciones tanto los productos de fabricación nacional, como aquellos procedentes de países comunitarios o de terceros países.

La previsión de la campaña era la de cumplimentar 28 protocolos, distribuidos entre los tres Territorios, asignando a cada uno de ellos un producto específico: 10 cunas en Bizkaia, 10 andadores en Gipuzkoa y 8 parques en Álava. El objetivo ha sido cumplido. En el caso de Álava, se han realizado 7 protocolos, porque en este Territorio no se han localizado más marcas o modelos de parques diferentes en los establecimientos comerciales inspeccionados.

Asimismo, la campaña se ha completado con la toma de nueve muestras de carácter indicativo, correspondientes a los tres grupos de productos sometidos a control. Bizkaia: dos cunas y una trona; Gipuzkoa: dos hamacas y una silla de paseo; y Álava: dos parques y un cambiador.

Esta campaña se ha dividido entre tres productos diferentes, y para cada uno de ellos se ha diseñado un protocolo diferenciado. Por consiguiente, los resultados se muestran también de modo diferenciado.

A) Cunas y cunas plegables. Bizkaia

La normativa de seguridad, etiquetado e instrucciones de uso de las cunas se recoge en la Norma UNE-EN 716:2008.

En Bizkaia se ha realizado la campaña centrada en las cunas y cunas plegables. Se han cumplimentado un total de 10 protocolos.

El protocolo abarcaba cinco aspectos fundamentales: el primero dirigido al control sobre el etiquetado, distinguiendo entre la información obligatoria general y la específica para este tipo de producto; en un segundo apartado se trataba de verificar las advertencias y la información necesaria que debe incluirse en las instrucciones de uso; el tercer sector de preguntas se centraba en los elementos de seguridad del producto; y por último, las preguntas cuarta y quinta comprendían aspectos genéricos relativos al embalaje, idioma oficial, hojas de reclamaciones y precio.

Revisados los protocolos, se concluye que el incumplimiento más destacado del protocolo se produce en la sección del etiquetado, y específicamente, en la información relativa a la composición de la cuna y del tapizado o recubrimiento.

B) Andadores. Gipuzkoa

Los andadores se encuentran regulados a través de la Norma UNE-EN 1273:2005.

Los andadores se definen en la Norma, señalando que se pueden colocar a un o una menor, y que están destinados a ser utilizados desde que la criatura es capaz de ponerse de pie por sí sola hasta que puede andar por sus propios medios.

La campaña sobre los "andadores" se ha desarrollado en Gipuzkoa. En la campaña han participado los servicios de inspección del Área de Consumo de Gipuzkoa de la Dirección de Consumo del Gobierno Vasco, junto con los del Ayuntamiento de Irun y de Hernani. En total se han cumplimentado 11 protocolos sobre otros tantos productos.

El listado de preguntas de este protocolo de control sobre "andadores" tiene la misma estructura que el anterior sobre cunas: en las preguntas se analizan los cinco apartados reseñados anteriormente.

En lo relativo a los incumplimientos cabe señalar:

1.- Etiquetado:

1.1) Etiquetado obligatorio:

- En 3 de los productos analizados no figura la composición del andador.
- Lote de fabricación: no consta en 4 de los productos.

1.2) Etiquetado específico:

- Número de referencia o de serie del producto: en 5 de los productos se ha detectado la ausencia de esta información.

2.- Instrucciones de uso:

2.1) Advertencias obligatorias. La advertencia “cuando esté en el andador, el niño podrá alcanzar más objetos y desplazarse rápidamente”, no se ha encontrado en 4 de los productos.

2.2) Incumplimientos sobre advertencias. Cabe destacar que en dos de los productos analizados, se acumulan hasta 6 incumplimientos sobre advertencias obligatorias por la Norma UNE.

C) Parques domésticos. Álava

La Norma aplicable a los parques domésticos es la UNE-EN 12227:1999.

Esta norma es aplicable a los parques plegables para uso doméstico, para menores con un peso de no más de 15 kg. La Norma define el parque de la siguiente manera: recinto destinado a retener a un niño a la vez que permitirle espacio para jugar durante períodos cortos.

En Álava se ha llevado a cabo la campaña sobre “parques domésticos”, y se han cumplimentado 7 protocolos de inspección. El contenido de las preguntas repasa los apartados dedicados al etiquetado, instrucciones de uso, aspectos genéricos y precio.

En cuanto a los incumplimientos detectados, cabe destacar que se detecta la ausencia en el etiquetado de información referente a la composición del parque en 3 productos, y del tapizado o recubrimiento, en 4 de ellos.

Tomas de muestras

Los resultados de los ensayos correspondientes a las 9 tomas de muestras realizadas han dado los resultados siguientes:

- 2 parques infantiles han sido puestos en el sistema de red de alerta por presentar riesgos para la seguridad de los bebés.
- 1 minicuna balancín ha sido puesta en el sistema de red de alerta por presentar riesgos para la seguridad de los bebés.

- 2 hamacas y 1 cambiador para bebé, 1 cuna para bebé y 1 silla plegable han presentado deficiencias en el etiquetado, y se han efectuado las correspondientes comunicaciones.

- 1 trona ha dado resultados favorables, y se ha procedido al archivo de toda la documentación.

Acciones correctoras

Se considera necesario que todos los productos que se expongan para la venta estén correctamente etiquetados y cumplan con las normativas que les son aplicables. Para ello, habrá que informar a las personas responsables de los establecimientos donde se han detectado irregularidades de la normativa aplicable al etiquetado, puesto que el o la detallista es responsable de la presencia del etiquetado sobre los artículos de puericultura que vende.

Asimismo deberá comunicarse a la autoridad de consumo de la Comunidad Autónoma donde se encuentre el domicilio social de la empresa fabricante o importadora del producto, con objeto de que en su caso puedan iniciar las actuaciones oportunas. Siete productos han sido objeto de comunicación.

3.1.4. Campaña de control de centros de enseñanza no reglada

La campaña se ha realizado entre los días 27 de abril y 8 de mayo de 2009 a fin de comprobar fundamentalmente si la información y publicidad que los centros proporcionan a las personas consumidoras se ajusta a los principios de veracidad y suficiencia, y si incluye el contenido mínimo que establece la normativa autonómica (Decreto 182/1997, de 22 de julio).

Los establecimientos visitados corresponden a dos grupos: por un lado, las academias de idiomas; y por otro, las academias de estudios universitarios o de apoyo y las de preparación de oposiciones.

En total se han visitado 37 centros: 10 en Bizkaia, 18 en Gipuzkoa y 9 en Álava.

Por lo que respecta a Álava, dos de estas visitas no dieron lugar a cumplimentar el protocolo por su especificidad (un centro era exclusivamente informativo, sin impartición de clases, y otro centro había cambiado su domicilio), por lo que el informe de Álava sólo tiene en cuenta 7 establecimientos.

Los aspectos analizados se pueden dividir en los siguientes bloques:

1.- Los que afectan a la información previa que se proporciona a los usuarios y usuarias.

2.- Los que hacen relación al contenido económico-contractual de la prestación del servicio.

3.- Otras obligaciones documentales de los centros.

Derecho a la información previa

En cuanto a los aspectos relativos a la publicidad en la promoción de los cursos ofertados, el 88% de los centros inspeccionados cumple con la normativa; por territorios, cumple el 67% en Álava, el 94% en Gipuzkoa, y el 90% en Bizkaia.

En lo relativo a información obligatoria que debe encontrarse de forma permanente y visible en los lugares de acceso al centro de enseñanza, se cumple al 85%, siendo por territorios 83% en Álava, 77% en Gipuzkoa y 100% en Bizkaia.

El 56% de los centros inspeccionados cumple con la obligación de tener a disposición del público los folletos o documentos informativos sobre los cursos ofertados, siendo el grado de cumplimiento por territorios del 70% en Bizkaia, el 56% en Gipuzkoa y el 33% en Álava.

A la hora de interpretar este dato, se ha de tener en cuenta que se han inspeccionado centros en los que se adecuan los cursos a la demanda de las y los clientes en cada momento, o cuya actividad es facilitar profesores particulares a domicilio que atiendan a sus demandas; se trata de cursos "personalizados". La publicidad básica sobre los cursos suele aparecer en Internet.

Contenido económico-contractual de la prestación del servicio

Distinguimos entre:

- Formalización del contrato con los contenidos mínimos del mismo. El 56% de los centros formalizan contrato con la persona usuaria, siendo este porcentaje del 70% en Bizkaia, el 33% en Gipuzkoa y el 100% en Álava.

- Inclusión de cláusulas abusivas en el contrato, es del 15%; siendo por territorios un 33% en Álava, un 11% en Gipuzkoa, y el 10% en Bizkaia.

- Posibilidad de financiación del curso a través de un crédito de consumo. Es del 15%, siendo en Bizkaia del 0%, el 17% en Gipuzkoa y el 33% en Álava.

Otras obligaciones documentales

- Emisión de factura. El 100% de los centros emiten factura, a excepción de aquellos en los que no procede por tratarse de cursos subvencionados.

- Entrega de diplomas o documentos acreditativos de los estudios realizados. Se hace en el 53% de los centros inspeccionados: en Álava, en el 50%; en Gipuzkoa, en el 56%; y en Bizkaia, en el 50%. Hay que resaltar que en el 21% de los casos no procede la emisión de estos documentos por el tipo de enseñanza que se imparte en los mismos.

- Hojas de reclamaciones. Existen en todos los centros a excepción de uno en Gipuzkoa; asimismo en dos centros de Gipuzkoa no se exhibe de forma visible al público el cartel anunciador.

Acciones correctoras

Desde el punto de vista de la información, se deberá requerir a aquellos centros que incumplen con su obligación de proporcionar la información adecuada para que en el plazo de dos meses se adapten, tanto en su publicidad como en sus folletos, a la normativa vigente; pasado este plazo se controlará la adecuación de dicha publicidad.

Respecto a la formalización contractual de la relación, se instará a los centros para que en lo sucesivo formalicen el contrato con la totalidad de sus clientes, y se les apercibirá de que, de no ser así, y si se comprueba que persisten en ello, tal conducta dará lugar a la incoación del correspondiente expediente sancionador.

Así mismo, y por lo que respecta a la posible inclusión de cláusulas abusivas en los contratos, se procederá al estudio de estas por si pudieran ser objeto de sanción.

Respecto al resto de obligaciones documentales, se ha observado que existe un centro que no cumple con la obligación de tener a disposición de sus clientes las Hojas de Reclamaciones, por lo que se le ha requerido para que lo subsane; además, se le ha apercibido de que, de comprobarse que persiste en ello, se procederá a tomar las medidas oportunas.

3.1.5. Campaña de toma de muestras de alimentos sin gluten

De acuerdo con el Convenio de colaboración para la realización de acciones conjuntas entre la Administración de la Comunidad Autónoma de Euskadi (Departamento de Industria, Innovación, Comercio y Turismo; Departamento de Sanidad y Consumo; y Departamento de Medio Ambiente, Planificación Territorial, Agricultura y Pesca) y la Asociación de Celíacos de Euskadi (E.Z.E.), los Servicios de Inspección de esta Dirección de Consumo han llevado a cabo una Campaña de toma de muestras de alimentos sin gluten en el mes de mayo.

Los objetivos de esta campaña han sido:

- Constatar analíticamente que los alimentos expuestos para la venta y etiquetados como "sin gluten" cumplen el requisito de no contener gluten entre sus ingredientes, conservantes y/o edulcorantes.

- Comprobar que en aquellos productos alimenticios en cuyo listado de ingredientes no consta la existencia de gluten, se ratifique su inexistencia en los ensayos del laboratorio.

Se ha programado la realización de 15 tomas de muestras reglamentarias de entre los siguientes tipos de productos:

- Embutidos, preparados cárnicos y jamones cocidos de calidad extra: 4 tomas.

- Tortas de arroz, tacos de maíz...: 4 tomas.

- Harinas de maíz, arroz: 4 tomas.

- Productos de aperitivo (gusanitos, patatas fritas con aromas, ganchitos): 3 tomas.

Se han efectuado todas las tomas de muestras, y los resultados han sido los siguientes:

- El 80% de los productos analizados (12 de ellos) han dado resultados correctos, al contener menos de 3 mg/kg de gluten.

- El 13% de las muestras (2 de ellas) no se han podido analizar: una, por tener el producto la fecha de caducidad prescrita en el momento de hacer el ensayo; y la segunda, porque la muestra tomada no cumple el requisito de ser un "alimento para celíacos".

- Una muestra ha sido remitida, mediante comunicación, a la Dirección de Consumo donde está ubicada la empresa responsable, por presentar irregularidades en el etiquetado.

- Los resultados analíticos corroboran la información que se facilita en el etiquetado de los productos inspeccionados como "alimentos sin gluten".

3.1.6. Campaña de control de la información y garantías en la venta de vehículos de segunda mano

En la primera quincena del mes de junio, los servicios de inspección de las Áreas de Consumo han llevado a cabo la Campaña de control de la información y garantías en la venta de vehículos de segunda mano.

Los objetivos de esta campaña han sido:

- Comprobar que la información facilitada a las personas consumidoras en los establecimientos de venta de vehículos de segunda mano es correcta y suficiente respecto a los requisitos que deben cumplir los vehículos, y

- comprobar que los derechos de la persona consumidora respecto a la garantía que cubre la compraventa son reconocidos.

Se programó inspeccionar 47 establecimientos y realizar 94 protocolos.

Si se analizan los resultados de las actuaciones y protocolos de inspección se constata lo siguiente:

- Número de establecimientos inspeccionados: 53, de los cuales en dos no se ha realizado la inspección porque uno estaba cerrado, y en el caso del segundo, su actividad comercial no era la venta de vehículos a personas consumidoras. El objetivo marcado en la programación de la campaña se ha cumplido.

- Número de protocolos realizados: 81, lo que significa un grado de cumplimiento del 86,26% con las actuaciones programadas.

Analizados los resultados de los protocolos se observa que:

- En el 91,36% de los protocolos (de un total de 81) se comprueba que los vehículos de segunda mano dispuestos para la venta disponen de la documentación obligatoria: permiso de circulación, tarjeta de inspección técnica y certificado de haber superado la inspección técnica (ITV), si procede. Conviene señalar en este apartado que en 11 de los coches inspeccionados no procede tener la documentación de la ITV, por ser vehículos de menos de 4 años de antigüedad.

- El 98,14% de los vehículos inspeccionados (de un total de 81) indica en la publicidad, anuncio o presentación del coche los datos sobre: marca y modelo, características de la potencia del motor y tipo de combustible, y la antigüedad y el kilometraje recorrido.

- En el 72,84% de los vehículos controlados figura de forma visible su precio.

- En el 88% de los protocolos realizados, en el precio final del automóvil se informa de que se incluyen en dicho precio los impuestos, gastos de transporte y gastos de transferencias.

- En el 100% de los protocolos realizados se constata que se informa a la persona consumidora de que el plazo de garantía es como mínimo de 1 año.

- En el 95,06% de los protocolos se constata que se informa a la persona compradora de que las reparaciones durante el periodo de garantía serán gratuitas.

- En el 69,14% de los protocolos se comprueba que no se informa a la persona compradora del derecho a elegir entre rebajar el precio o resolver el contrato en el caso de disconformidad importante en la reparación durante el periodo de garantía del vehículo.

- El 90,12% de los protocolos refleja que los establecimientos de venta de vehículos de segunda mano utilizan contratos tipo con cláusulas generales de contratación en las transacciones comerciales.

- El 98,77% de los establecimientos inspeccionados dispone de hojas de reclamaciones a disposición del público.

De los resultados obtenidos se comprueba que el 90,78% de los protocolos dan resultados correctos, es decir, que los establecimientos cumplen adecuadamente con las obligaciones de información, publicidad, garantías y contractuales que las distintas normativas les indican.

No obstante, hay dos ítems del protocolo que merecen una mención especial por el número de irregularidades detectadas:

1.- Consta de modo visible el precio del vehículo: 21 protocolos incumplen esta obligación de información. Conviene señalar en este punto que en algunas actas se alega que no exhiben el precio del vehículo porque se negocia directamente con la persona compradora. En otros casos puede suceder que aunque se informa del precio del automóvil, éste puede sufrir variaciones a la baja en la negociación con el/la cliente.

Conviene recordar en este punto lo establecido en el artículo 60 del Texto Refundido de la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, sobre la información previa al contrato y los puntos sobre los que se debe informar.

2.- En el apartado de garantías: en el punto que hace referencia a la información que se debe facilitar a la persona compradora del derecho a elegir entre rebajar el precio o resolver el contrato en el caso de disconformidad importante en la reparación durante el periodo de garantía del vehículo, las irregularidades alcanzan a 25 de los protocolos realizados. En este sentido, el artículo 121 del Texto Refundido de la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias reconoce el derecho a la persona consumidora para, a su elección, exigir la rebaja en el precio o la resolución del contrato, siempre que la falta de conformidad no sea de escasa importancia.

Analizando los contratos adjuntados a los protocolos de inspección se comprueba que en la mayoría de ellos no está actualizada la normativa que regula la garantía del producto. Se considera que la referencia legal debe ser el Texto Refundido.

Dentro del clausulado general de bastantes contratos se han observado irregularidades en lo relacionado con la sustitución de las piezas de repuesto. Según el Real Decreto 1457/1986, de 10 de enero, que regula la actividad

industrial y la prestación de servicios en talleres de reparación de vehículos, de sus equipos y componentes, en el artículo 9.c, se indica lo siguiente: “que previa conformidad escrita del cliente podrán utilizarse piezas usadas o no específicas del modelo de vehículo a reparar...”. Este requisito de conformidad no queda reflejado así en varios contratos.

Acciones correctoras

Se deberá poner en conocimiento de los establecimientos inspeccionados las irregularidades detectadas en los protocolos y en los contratos y serán requeridos en un plazo de dos meses para la subsanación de las mismas.

3.1.7. Campaña de inspección y control de productos milagro: adelgazantes

La proliferación en el mercado de productos adelgazantes, también llamados “productos milagro”, y el desarrollo de nuevas normativas de etiquetado para estos alimentos han dado motivo a la ejecución de esta campaña en coordinación con otras Comunidades Autónomas.

En la Comunidad Autónoma del País Vasco la campaña se ha llevado a cabo en dos fases. En los últimos diez días del mes de junio se hizo el control del etiquetado de los productos, y en la primera semana de octubre se efectuaron las tomas de muestras de productos adelgazantes o milagro.

Los alimentos objeto de control han sido aquellos productos alimenticios destinados a una alimentación especial, empleados en dietas de bajo valor energético para reducción de peso y presentados como tales. Son alimentos de formulación especial que, utilizados de acuerdo a las instrucciones dadas por la empresa fabricante, **sustituyen total o parcialmente la dieta diaria completa**. Por ello, dentro de las condiciones específicas del etiquetado hay que diferenciar si el producto inspeccionado corresponde a uno o a otro de estos grupos.

La programación de la campaña ha consistido en la inspección a 20 establecimientos distribuidos en toda la Comunidad Autónoma, realizando en cada uno de ellos el control de etiquetado a 2 productos según el protocolo diseñado para la campaña.

Asimismo se ha programado la ejecución de 5 tomas de muestras reglamentarias de los citados productos al objeto de comprobar mediante los ensayos correspondientes si cumplen con las normativas de etiquetado y composición exigidos.

Analizados los protocolos de inspección se observa lo siguiente:

- Se han inspeccionado los 20 establecimientos programados y se han realizado 41 protocolos de inspección. Conviene indicar que uno de los protocolos no se va a considerar a efectos estadísticos puesto que uno de los productos inspeccionados se ha repetido.

- En el apartado 1 del protocolo, el 96,35% de los productos inspeccionados cumple con los requisitos indicados en el artículo 12 del Reglamento (CE) 1924/2006, sobre restricciones en el uso de determinadas propiedades saludables.

- El apartado 2 del protocolo recoge toda la información obligatoria que debe llevar todo producto alimenticio según se indica en la normativa general de

etiquetado: datos de la empresa fabricante, denominación de venta del producto, relación de ingredientes, contenido neto, fecha de caducidad e identificación del lote, entre otros. Este apartado lo cumple el 96,20% de los productos inspeccionados.

- Dentro de las condiciones específicas y de la información concreta que deben llevar estos artículos, el 90,24% de los analizados cumple con los requisitos de informar adecuadamente sobre la denominación de venta del alimento, según se trate de un sustitutivo de la dieta para el control de peso o de un sustitutivo de una comida para el control de peso.

- Las indicaciones que deben figurar en el envase de un producto alimenticio que sea sustitutivo de una o varias comidas se cumplen adecuadamente en el 81% de los productos inspeccionados (un total de 35 sobre la muestra total de 41).

- Asimismo las indicaciones específicas que deben llevar los productos alimenticios sustitutivos de una dieta diaria completa se cumplen adecuadamente en el 85,71% de los alimentos inspeccionados (7 de un total de 41).

- El 93,75% de los establecimientos inspeccionados dispone de hojas de reclamaciones para entregar a quienes las soliciten.

- De estos datos se desprende que el 83,44% de los productos adelgazantes o productos milagro inspeccionados en esta campaña cumple con las indicaciones obligatorias que debe exhibir cada preparado alimenticio en su etiquetado, de acuerdo a las normativas y reglamentos que le son de aplicación.

Tomas de muestras

En la primera decena del mes de octubre, y de acuerdo con las fechas dadas por el Laboratorio del CICC, se remitieron las 5 tomas de muestras reglamentarias para la realización de los ensayos correspondientes y conducentes a verificar que los productos cumplieran con las normativas vigentes.

Acciones correctoras

En aquellos productos en los que se han detectado irregularidades, y una vez conocida la empresa responsable del producto mediante la factura de compra, se procederá a dar traslado mediante Comunicación desde esta Dirección de Consumo a las Direcciones de Consumo de aquellas Comunidades Autónomas donde tenga su domicilio la empresa responsable del producto. Si lo tiene en esta Comunidad, el Área de Consumo territorial correspondiente al domicilio de la empresa será la encargada de informarla de las irregularidades del producto y le requerirá para la subsanación de las deficiencias. Se han enviado dos actuaciones a un Área de Consumo territorial.

Respecto de los resultados de las tomas de muestras realizadas, se está pendiente de recibir los boletines de ensayo para adoptar las medidas que correspondan.

3.1.8. Campaña de control de precios de publicidad comercial

Durante la segunda quincena del mes de junio los servicios de inspección dependientes de la Dirección de Consumo han llevado a cabo esta campaña, que

está incluida dentro del plan anual de coordinación de ejecución de campañas de control entre las Comunidades Autónomas y el INC.

Los objetivos definidos en esta campaña han sido los siguientes:

- Analizar si la página web o el folleto se refiere de forma clara y transparente al precio final del producto y, en el caso de que sea obligatorio, si se hace constar el precio por unidad de medida del mismo.

- Si hace referencia la oferta al periodo de tiempo de vigencia de la misma o al número de unidades previstas para la oferta, a fin de valorar si la cantidad es razonable teniendo en cuenta el producto, el alcance de la publicidad que se le haya dado y el precio ofertado.

- En el supuesto de que se facilite la financiación del producto, la adecuación de la misma a la normativa vigente en materia de crédito al consumo.

- Por último, y cuando se personen los y las inspectoras en los establecimientos para proveerse de folletos publicitarios, se comprobará en tres de los productos ofertados para la venta que los mismos se corresponde con la descripción hecha en el medio publicitario.

Los establecimientos seleccionados para la inspección han sido los sectores referentes a agencias de viajes, muebles y electrodomésticos y alimentación. En el sector de agencias de viajes se han inspeccionado los folletos informativos dispuestos en las agencias de viajes y las páginas web de este sector. En los dos sectores restantes, la inspección ha girado sobre la información y publicidad existente en los folletos publicitarios que distribuyen y ofrecen a las personas consumidoras.

El número de protocolos a efectuar en cada sector se programó de la siguiente manera:

- Agencias de viajes. Número de establecimientos a inspeccionar: 10. Protocolos a cumplimentar: 30 (se corresponde con 3 ofertas por establecimiento).

- Sector muebles y electrodomésticos. Establecimientos a visitar: 10. Número de protocolos a cumplimentar: 10, correspondientes a los folletos existentes en el periodo de la campaña.

- Sector alimentación. Establecimientos a visitar: 10. Número de protocolos a cumplimentar: 10, correspondientes a los folletos existentes en el periodo de la campaña.

Los resultados de la inspección realizada han sido los siguientes:

- Número de establecimientos visitados: 28. Número de páginas web visitadas: 10, lo que representa un grado de cumplimiento del 95%.

- Conviene indicar que en el sector de alimentación no se han podido visitar los 10 establecimientos programados por no tener folletos publicitarios en el tiempo previsto para la ejecución de la campaña.

Analizando los resultados de los protocolos realizados se constata lo siguiente:

- Número de protocolos realizados: 67, lo que representa un 95,7% de grado de cumplimentación.

El grado de conformidad a los ítems incluidos en el protocolo ha sido:

1.- Se refieren de forma clara los precios finales de cada producto en el folleto o página web: en el 59,70% de los artículos inspeccionados el resultado ha sido correcto. 27 productos de los inspeccionados, el 40,30%, no cumplen este requisito.

2.- Si es obligatorio, consta el precio por unidad de medida en cada producto. El 100% de los artículos inspeccionados (12) cumplía adecuadamente.

3.- El folleto o página web hace referencia al periodo de tiempo de la oferta o a las unidades de producto previstas para la promoción. El grado de cumplimentación correcto ha sido del 98,51%. Sólo un folleto inspeccionado del sector de muebles y electrodomésticos incumplía.

4.- En el apartado de financiación de un producto, en el supuesto de que se facilite por el establecimiento y se informe de cualquier cifra o dato referido a la misma, se incluye la TAE y se adjunta un ejemplo. En el 53,73% de los productos inspeccionados, 36, los establecimientos responsables no facilitan financiación. Del resto de productos hay un 22,39% (que se corresponde con 15 artículos) en que los establecimientos o páginas web responsables informan adecuadamente.

5.- El producto expuesto a la venta se corresponde con la descripción hecha en el medio publicitario. En el 34,33% de los productos inspeccionados (23) la correspondencia entre lo publicitado y el producto es adecuada. Sólo 2 productos inspeccionados incumplen.

Si se analizan los resultados de los protocolos de inspección por los sectores inspeccionados se observa lo siguiente:

Sector Viajes

Agencias de viajes

Apartado 1: el 53,33% de los productos inspeccionados incumple este punto.

Apartado 2: no procede esta pregunta para este tipo de producto.

Apartado 3: es correcto en todos los protocolos.

Apartado 4: sólo el 20% de los establecimientos inspeccionados, 10, oferta financiación y lo hace de forma correcta.

Apartado 5: no procede este apartado para este producto.

Páginas web de viajes

Apartado 1: el 60% de las páginas inspeccionadas incumple.

Apartado 2: no procede este apartado para este producto.

Apartado 3: solamente una página incumple, el 0,5%.

Apartado 4: en ningún caso se oferta financiación.

Apartado 5: no procede este apartado.

Sector muebles y electrodomésticos

Apartado 1: cumplen el 100% de los folletos inspeccionados.

Apartado 2: este apartado lo cumplen los 2 productos a los que les afecta.

Apartado 3: el 10% de los folletos, 1 unidad incumple.

Apartado 4: el 70% de los folletos cumple este requisito de información y un 10% lo incumple.

Apartado 5: el 100% de los folletos cumple adecuadamente.

Sector alimentación

Conviene señalar que en este sector no se ha podido realizar la planificación programada, debido a que 3 de los establecimientos indicados para la inspección no disponían de folletos en el momento de la inspección.

Todos los apartados del protocolo cumplen adecuadamente con la normativa que les es de aplicación.

De los resultados obtenidos se puede concluir lo siguiente: el sector que mayores incumplimientos presenta es el de agencias de viajes y páginas web relacionadas con el mismo tema, en aspectos relacionados con la información que publicitan sobre el precio final de los productos que ofertan y la información que publicitan cuando ofertan financiación.

Acciones correctoras

Una vez realizados los requerimientos de subsanación se estudiará la conveniencia de efectuar una inspección al objeto de comprobar la subsanación de las deficiencias detectadas.

3.1.9. Campaña de control e inspección de compañías de transporte aéreo

Dentro de las campañas programadas en coordinación con el Instituto Nacional del Consumo y las Comunidades Autónomas, se ha llevado a cabo esta campaña en la primera quincena del mes de septiembre por los servicios de inspección dependientes de la Dirección de Consumo.

La campaña se ha dividido en dos partes bien diferenciadas:

1.- Por un lado se ha programado inspeccionar, mediante un protocolo elaborado al efecto, las páginas web que presentan las compañías aéreas. Los objetivos a lograr en esta parte de la campaña han sido los siguientes:

-Comprobar si en la web de la compañía aérea se incluyen los datos de identificación de la o el responsable.

-Comprobar que el precio que se indica desde el primer momento en la web es el mismo que al final de la compra del billete hecha por Internet.

-Verificar que las condiciones generales del contrato y los términos del mismo están indicados claramente, son accesibles y disponibles para las personas usuarias y están redactados en el idioma de éstas.

Se ha planificado la inspección de 10 páginas web correspondientes a otras tantas compañías aéreas que ofertan y venden billetes por Internet. En dos de dichas compañías no se ha podido hacer la inspección porque una de ellas ha desaparecido al fusionarse con otra compañía y la segunda no realiza vuelos para usuarios y usuarias finales, sino que trabajan sólo para empresas.

Conviene indicar qué objetivos previstos en la campaña para esta parte no se han podido llevar a cabo porque no se ha realizado la compra efectiva de billetes por Internet:

- No se ha podido comprobar si el precio inicial ofertado por la compañía coincide con el precio final de compra.

- Del mismo modo, tampoco se han podido verificar si son correctos diversos aspectos relacionados con la contratación y las condiciones generales.

Si se analizan los resultados de los 8 protocolos realizados se observa lo siguiente:

Apartado 1.- Requisitos relativos a la identificación de la empresa responsable

-El 100% de las páginas inspeccionadas lleva el nombre o denominación comercial de la empresa responsable.

-El 83,33% de las páginas contiene la información sobre el domicilio, la dirección de correo electrónico y los datos de inscripción en el Registro Mercantil de la empresa responsable.

-El 37,50% de las páginas incluye el número de identificación fiscal de la empresa responsable.

Apartado 2.- Requisitos relativos a la información sobre precios

El 50% de las páginas inspeccionadas cumple con los requisitos exigidos en este apartado, tales como:

-El precio publicitado se corresponde con el precio final a pagar por la persona consumidora (incluidos impuestos, recargos, suplementos, descuentos, derechos que sean obligatorios, etc.).

-Los suplementos opcionales de precio se comunican de forma clara transparente y sin ambigüedad al comienzo de cualquier proceso de reserva.

-La aceptación de estos suplementos se realiza sobre una base de opción de inclusión (no sobre una casilla preseleccionada).

Apartado 3.- Requisitos generales de la contratación

El 79,165% de las páginas web inspeccionadas cumple con los requisitos generales de la contratación. Así se constata que la persona usuaria tiene acceso a las condiciones generales de la contratación previamente a la celebración del contrato y que éstas pueden ser almacenadas, reproducidas y están redactadas en idioma oficial; se indican claramente los aeropuertos de origen y destino, y se indica si el vuelo es directo o con escalas.

Apartado 4.- Requisitos con carácter previo a la contratación

Conviene señalar que no se ha podido comprobar si las páginas web cumplen con la normativa al no haber efectuado la compra de los billetes. No obstante, sí se ha constatado que el 18,75% de las empresas informan que la compañía archivará el documento electrónico de la contratación efectuada y el plazo de validez de la oferta y del precio, si procede.

Apartado 5.- Requisitos posteriores a la celebración del contrato

El 25% de páginas informan que la persona usuaria tiene acceso a la confirmación documental de la contratación y que la confirmación contractual puede ser reproducida en el idioma oficial.

Apartado 6.- Requisitos de los contratos

En este punto se observa que ninguna de las páginas informa a la persona usuaria sobre el derecho al desistimiento, y la información que indica en qué forma se puede hacer efectiva una queja o reclamación sin coste añadido sólo consta en una página de las inspeccionadas.

Apartado 7.- Requisitos sobre información en materia de responsabilidad civil

El 25% de las páginas informan adecuadamente sobre este punto.

2.- La segunda parte de esta campaña se ha programado con el objeto de inspeccionar los establecimientos de venta de billetes de las compañías de transporte aéreo, para comprobar si cumplen con la normativa general en aspectos relacionados con los requisitos de información general, emisión de factura y forma de pago.

Así se han programado 4 inspecciones a cuatro establecimientos cuya actividad es la venta de billetes aéreos, y los resultados de los protocolos han sido los siguientes:

-El 75% de los establecimientos dispone de hojas de reclamaciones y exhibe el correspondiente cartel anunciando la existencia de las mismas.

-El 50% de los establecimientos exhibe el cartel de horario de atención al público de forma visible incluso cuando el establecimiento está cerrado.

-El 100% de los establecimientos emite la factura de compra correspondiente.

-El 50% dispone de un listado de tarifas donde constan todos los servicios, recargos, impuestos y otros cargos; si bien en este punto hay establecimientos que remiten a la página web de la empresa, porque alegan que la información es muy amplia y se puede localizar mejor en la página web.

De los resultados obtenidos se puede señalar lo siguiente:

-Las páginas web de las compañías aéreas informan adecuadamente de los datos de identificación de la empresa responsable, salvo en el punto de indicar el NIF de ésta.

-En la información sobre los precios, a veces no coincide el precio inicial con el que se anuncia en el momento de hacer la contratación, porque se añaden conceptos que están preseleccionados que pueden inducir a error a la parte compradora.

-Se explican adecuadamente las condiciones del vuelo, escalas, aeropuertos, etc.

-Respecto a los establecimientos de venta de billetes de avión se deduce de la inspección realizada la dificultad que tienen para mostrar al público todas las tarifas.

Acciones correctoras

Se considera que para poder llevar a cabo una campaña de este tipo, cuyo objetivo es principalmente comprobar que los precios ofertados inicialmente por las páginas web son los mismos que en el momento de hacer efectiva la compra, es necesario realizar el proceso de compra de billetes por Internet de forma completa, al objeto de poder determinar las posibles infracciones e incoar el correspondiente expediente sancionador.

3.1.10. Campaña de control de alimentos con vitaminas y/o minerales adicionados

En coordinación con otras comunidades autónomas y el INC, en la segunda quincena del mes de septiembre los servicios de inspección dependientes de la Dirección de Consumo han llevado a cabo esta campaña de inspección y control de alimentos con vitaminas y/o minerales adicionados.

Los objetivos de esta campaña han sido:

-Comprobar que el etiquetado de estos productos cumple con la norma general de etiquetado de alimentos.

-Verificar que los alimentos inspeccionados cumplen las normas específicas sobre declaraciones nutritivas.

-Realizar la comprobación analítica de determinado número de muestras para confirmar que cumplen con los requisitos exigidos en el etiquetado y que las cantidades indicadas en la etiqueta sobre vitamina C, calcio y hierro son correctas.

Los establecimientos seleccionados para llevar a cabo esta inspección han sido las tiendas especializadas en ventas de productos alimentarios con vitaminas o minerales adicionados y las secciones específicas de las grandes superficies.

El número de controles a realizar se ha establecido en 20 y las tomas de muestras a efectuar planificadas han sido 6, tomas de potitos de frutas con vitamina C añadida, y leches desnatadas o semidesnatadas con calcio añadido, entre otras.

Si se analizan los resultados de la inspección se observa lo siguiente:

Se han inspeccionado los 20 productos planificados y se han realizado las 6 tomas de muestras de acuerdo al documento de planificación de campaña. Por tanto, el grado de cumplimentación ha sido del 100%.

Respecto a los resultados de los protocolos realizados conviene señalar lo siguiente:

-Todos los alimentos inspeccionados, 20, cumplen el requisito de cumplimentar adecuadamente los datos y el domicilio de la empresa responsable del producto.

-El 95,7% de los productos cumplen adecuadamente con las indicaciones obligatorias que tienen que figurar en la etiqueta, tales como: denominación del

producto, lista de ingredientes, cantidad neta, fecha de caducidad, y lote, entre otras.

-En cuanto al etiquetado específico, el 92,5% de los alimentos cumplen con la obligación de no incluir indicaciones declaratorias que puedan inducir a error.

En la presentación del etiquetado nutricional, el 97,5% de los productos inspeccionados cumple adecuadamente con las obligaciones exigidas en el etiquetado específico tales como: se presenta el etiquetado sobre propiedades nutritivas, la información aparece agrupada en el mismo lugar y bien estructurada, figura la información sobre cada una de las vitaminas y sales minerales y toda la información figura en idioma oficial, entre otras.

Respecto a los resultados analíticos de las tomas de muestras efectuadas, todos han sido correctos.

De los resultados obtenidos en esta inspección cabe señalar la correcta adecuación de los alimentos expuestos para la venta con las normativas que les son de aplicación, tanto en los aspectos relacionados con el etiquetado como con los resultados cuantitativos de los contenidos de vitamina C, calcio y hierro obtenidos en los ensayos realizados a las muestras.

Acciones correctoras

Se procederá a comunicar a las Direcciones de Consumo donde residan las empresas responsables de los alimentos las deficiencias encontradas en el etiquetado, para que procedan a la subsanación.

3.1.11. Campaña de inspección y control específico de instalaciones deportivas privadas (gimnasios, spas y/o balnearios urbanos, piscinas, saunas, etc.). Información, publicidad, condiciones de contratación y servicios prestados

En la primera decena del mes de noviembre los servicios de inspección dependientes de la Dirección de Consumo han llevado a cabo la campaña de inspección de control de instalaciones deportivas privadas. Esta campaña se enmarca dentro de los programas de colaboración y coordinación con otras comunidades autónomas y el Instituto Nacional del Consumo (INC).

Los objetivos de esta campaña han sido:

- Comprobar el grado de cumplimiento de la normativa de Consumo aplicable a este tipo de establecimientos en aspectos de información general que se deben facilitar a las personas consumidoras.
- Comprobar si se informa adecuadamente sobre los servicios prestados y los precios correspondientes.
- Comprobar la inexistencia de cláusulas abusivas en los contratos.
- Comprobar que la información publicitada no induzca a error a la persona consumidora.

Los establecimientos programados para la inspección han sido aquellos cuya actividad es de tipo deportivo, relajante y saludable a las usuarias y usuarios

finales, mediante el pago de un precio, previamente estipulado. Se planificó la inspección a 12 establecimientos de este tipo.

Analizando el resultado de las inspecciones y protocolos realizados se observa lo siguiente:

-Se han inspeccionado los 12 establecimientos previstos y se han efectuado 12 protocolos, alcanzándose un grado de cumplimiento del 100% de acuerdo con la planificación prevista.

Protocolo de inspección

Apartado A.- Información obligatoria a las personas usuarias

El 93,33% de los establecimientos cumple con los requisitos de información obligatoria a las personas usuarias, tales como: exhibición de horario de apertura y cierre, disposición de Hojas de Reclamaciones, información sobre el tipo de servicios que presta y normas generales de uso.

Apartado B.- Condiciones de la contratación

-El 83,33% de los establecimientos inspeccionados exige el pago de una cantidad inicial en concepto de matrícula.

-El 75% de los establecimientos informa de gastos adicionales por servicios, accesorios, aplazamientos de pago, etc. El resto de los establecimientos visitados no factura por estos conceptos.

-El 58,33% de los establecimientos, 7 en total, exige la firma de un contrato, y en todos ellos, menos en 2 (que representan un 16,67% de los inspeccionados), informan de los servicios que prestan, figura la fecha del contrato y la firma de ambas partes.

Apartado C.- Facturas

El 91,67% de los establecimientos emite factura en la que constan los datos siguientes: razón social, domicilio y NIF de la empresa que presta el servicio, y especificación de los servicios prestados.

Apartado D.- Publicidad

-El 83,33% de los establecimientos incluye en la publicidad que exhibe en carteles, folletos informativos u otros documentos los datos de identificación y dirección completa de la o del responsable del establecimiento.

-El 50% de los establecimientos presenta la publicidad de tal forma que no induce a error en aspectos relacionados con los servicios que prestan y las tarifas de precios.

De los resultados obtenidos se constata que estos establecimientos cumplen adecuadamente con las normativas que les son de obligación, si bien se producen incumplimientos, sobre todo en aspectos relacionados con la información sobre el horario de apertura y cierre del establecimiento y la no entrega de facturas.

Acciones correctoras

De acuerdo con lo establecido en el documento de instrucciones de esta campaña, los establecimientos que han presentado irregularidades serán requeridos para la subsanación de las mismas en el plazo que se determine. Una vez acabado el plazo, la inspección visitará de nuevo el establecimiento, al objeto de comprobar que las deficiencias han sido corregidas.

Asimismo se considera oportuno informar a los establecimientos de la publicación de la Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios.

3.1.12. Campaña de control y seguridad de los juguetes

Durante el mes de noviembre, los servicios de inspección de la Dirección de Consumo y las OMICs de Bilbao, Santurtzi, Portugalete, Erandio, Hernani, Irun y Vitoria-Gasteiz han llevado a cabo esta campaña de inspección, cuyos objetivos principales han sido:

1.- Comprobar las condiciones de etiquetado y seguridad de los juguetes que se localicen en los establecimientos seleccionados.

2.- Realizar tomas de muestras reglamentarias de aquellos juguetes que, a criterio de la inspección, se considere que pueden presentar irregularidades.

3.- Realizar inmovilizaciones de aquellos juguetes que incumplen los requisitos del etiquetado y proceder a su retirada del mercado, devolución a origen y/o destrucción si no llevan el marcado "CE".

Los establecimientos a inspeccionar se han establecido en 175, entre bazares, tiendas de bajo precio, tiendas especializadas en juguetes y secciones de juguetes de grandes superficies. En cada uno de los establecimientos se ha programado la ejecución de 3 protocolos correspondientes a 3 tipos de juguetes distintos, señalándose entre otros: los que están dentro de la edad "para menores de 36 meses"; los que contienen pinturas, barnices, lacas, puntas punzantes; los cascos de protección infantil; los patines y patinetes infantiles; disfraces y máscaras; juegos de arcos y flechas; y los juguetes con imanes.

En cuanto a las tomas de muestras reglamentarias se ha programado la realización de 12, distribuidas entre los tres territorios y entre los tipos arriba descritos.

Si se analizan los resultados de la inspección se observa lo siguiente:

- Se han realizado 450 protocolos de inspección, lo que supone un 85,5% de grado de cumplimiento.

-Las actuaciones inspectoras han sido 505, estando incluidas en estas cifras las actuaciones derivadas de inmovilizaciones de productos, ratificación de inmovilizaciones, petición de documentación, entre otras.

En cuanto a la constatación de los datos del etiquetado se comprueba que:

-El 96,97% de los juguetes inspeccionados llevan el marcado "CE".

-El 94,23% de los mismos incorpora en el etiquetado los datos sobre la identificación de la empresa responsable del producto y su domicilio.

-El 81,15% de los juguetes indica claramente que no es conveniente para menores de 36 meses. Conviene indicar que en 23 tipos de juguetes esta indicación obligatoria no viene especificada.

-De los 118 tipos de juguetes inspeccionados para menores de 36 meses, el 72,95% cumple con el requisito de no incluir ninguna prohibición de uso relativa a la edad.

En el apartado de las advertencias escritas que deben figurar en cada tipo de juguetes se constata:

-En los juguetes eléctricos se debe informar de la tensión eléctrica con la que funciona el juguete. De 54 juguetes inspeccionados de estas características, el 92,5% cumple adecuadamente.

-Se debe advertir que la tensión eléctrica utilizada no debe superar los 24 voltios. El 75% de los juguetes cumple este requisito.

-Los juguetes funcionales deben llevar una advertencia que indique que los y las menores deben utilizar estos juguetes bajo la vigilancia de personas adultas. El 83,35% de este tipo de juguetes cumple.

-Para los juguetes químicos, la advertencia debe indicar también la edad. El 100% de los juguetes inspeccionados cumple con este requisito.

-La advertencia de seguridad que deben incorporar los juguetes con imanes consta adecuadamente en el 87% de los juguetes inspeccionados.

-Las advertencias correspondientes a patinetes y patines están incorporadas en el 70% de los productos inspeccionados.

Además, el 91,80% de los juguetes incorpora todas las leyendas e indicaciones en el idioma oficial, y el 94,68% facilita todos los datos de identificación de la empresa responsable, marcado CE y demás leyendas de forma clara, legible e indeleble, en el juguete o en el envase.

El 98,67% de los juguetes lleva marcado el precio de venta al público.

El 95,34% de los establecimientos inspeccionados dispone en el momento de la inspección de las Hojas de Reclamaciones.

-Juguetes inmovilizados y/o retirados del mercado.

En el transcurso de las inspecciones se han llevado a cabo inmovilizaciones de juguetes, motivadas por la falta de información que deben incorporar en el etiquetado, por presentar la información obligatoria en idioma no oficial, por no llevar las advertencias obligatorias para cada tipo de juguete.

Los tipos de juguetes inmovilizados se corresponden en su mayor parte con los descritos anteriormente como objetos de inspección.

En el cuadro adjunto se detallan las actuaciones y el número de unidades de juguetes que han sido inmovilizadas.

JUGUETES INMOVILIZADOS				
Territorio	Inmovilizados	Desinmovilizados por reetiquetado	Devueltos/ destruidos	Pendientes de resolución
Álava	173	104		69
Gipuzkoa	65	6	1	58
Bizkaia	108	16	4	88
Total	246	126	5	215

Como se puede observar en el cuadro resultante, todavía quedan inmovilizadas 215 unidades de juguetes de distintos tipos.

Respecto a las actuaciones llevadas a cabo con los juguetes que carecen de marcado CE, el cuadro adjunto indica el número de unidades de juguetes detectadas sin marcado CE y las acciones correctoras que se han llevado a cabo hasta el momento.

JUGUETES SIN MARCADO CE			
Territorio	Sin marcado CE	Devolución a origen/ destrucción	Pendientes de resolución
Álava	90	24	66
Gipuzkoa	62		62
Bizkaia	64	30	34
Totales	216	54	162

Como se puede observar en el cuadro resultante, quedan 162 unidades de diferentes tipos de juguetes pendientes de resolución.

Tomas de muestras

En el transcurso de la campaña se han efectuado las 12 tomas de muestras reglamentarias, programadas para varios tipos de juguetes de los definidos para la inspección.

Una vez recibidos los informes de ensayos los resultados han sido los siguientes:

- 7 muestras han dado resultados correctos.
- 4 muestras han presentado irregularidades en materia de etiquetado, y se han comunicado tales deficiencias a las Direcciones de Consumo donde tienen el domicilio las empresas responsables de los productos.
- 1 muestra ha presentado incumplimientos en materia de etiquetado y en seguridad. Por ello ha sido puesta en el sistema de Red de Alerta.

Acciones correctoras

Respecto de las irregularidades detectadas en los protocolos de inspección, será necesario requerir a los establecimientos inspeccionados las facturas de compra, al objeto de dar traslado, mediante Comunicación a las Direcciones de Consumo donde estén ubicadas las empresas responsables de los juguetes, de las deficiencias encontradas en el transcurso de la inspección.

En cuanto a los juguetes que permanecen inmovilizados, se está pendiente de recibir de parte de las personas responsables de los establecimientos donde se han llevado a cabo las inmovilizaciones, la documentación que acredite y justifique el correcto etiquetado del producto, para poder proceder por parte de la Inspección, previa Resolución de levantamiento de la inmovilización de la Directora de Consumo, a la autorización de la puesta de nuevo en el mercado de los juguetes si resulta que el etiquetado es correcto.

Para los juguetes que han sido inmovilizados por falta de marcado CE, los establecimientos afectados deberán comunicar el destino que van a dar a los juguetes o, en su caso, aportar la documentación que justifique el correcto marcado CE.

En los dos supuestos anteriores se considera que debe haber un plazo máximo para la subsanación de las irregularidades detectadas, que se fija en 6 meses. Transcurrido dicho plazo, se deberá contactar con los establecimientos, al objeto de resolver las situaciones de inmovilización. Conviene señalar en este punto la obligación que tienen los establecimientos de poner en el mercado productos seguros y debidamente etiquetados, y por tanto, deberán resolver con la devolución a origen y/o la destrucción de los juguetes.

Se considera la necesidad del cumplimiento de los plazos que se fijen para el requerimiento de documentación que se da a los establecimientos afectados en esta campaña. El incumplimiento de dichos requerimientos y/o la falta de colaboración puede ser objeto de apertura de expediente sancionador.

3.2. ACTUACIONES INSPECTORAS COORDINADAS CON EL SOIVRE

El Real Decreto 330/2008, de 28 de febrero, por el que se adoptan medidas de control a la importación de determinados productos respecto a las normas aplicables en materia de seguridad de los productos, señala que el SOIVRE (Servicio Oficial de Inspección, Vigilancia y Regulación de las Exportaciones), de las Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio es el órgano encargado de efectuar, con carácter previo al despacho de la mercancía importada, las actuaciones de control de la conformidad respecto a las normas aplicables en materia de seguridad y de etiquetado de los productos a importar.

Cuando las mercancías objeto de control no cumplan los requisitos de seguridad exigibles serán declaradas como " No conformes" y se comunicarán estas irregularidades tanto a la empresa importadora o a su representante como al INC, quien a su vez informará a la Comunidad Autónoma donde esté ubicada la empresa responsable del producto. Cuando las "No conformidades" pueden ser subsanables con indicaciones en el etiquetado, se informa a la empresa importadora o a su representante que, con carácter previo a la comercialización de la mercancía "No conforme", debe informar a las autoridades de Consumo de la subsanación de las irregularidades detectadas, y serán éstas las que, una vez comprobado que la mercancía cumple con los requisitos exigidos en el etiquetado, autoricen la puesta en el mercado.

En el cuadro adjunto se reflejan las actuaciones llevadas a cabo por los Servicios de Inspección de Consumo y relacionadas con las comunicaciones recibidas del INC derivadas de "No conformidades" de productos.

ACTUACIONES COORDINADAS CON EL SOIVRE	
Productos	Actuaciones
Textil, calzado y complementos	50
Juegos y juguetes	10
Material eléctrico	2
Puericultura	1
Total	63

3.3. CONTROL DE LA SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS NO ALIMENTICIOS

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 2001/95/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 3 de diciembre de 2001, relativa a la seguridad general de los productos, y que se transpone a nuestro ordenamiento jurídico por el RD. 1801/2003, de 26 de diciembre, sobre Seguridad General de los Productos.

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

A continuación se adjuntan los cuadros relacionados con las alertas recibidas, los organismos de donde proceden las alertas y las actuaciones inspectoras efectuadas en esta materia.

ORGANISMOS DE PROCEDENCIA DE LAS ALERTAS			
	CCAA	CE	Total
Textil, calzado y complementos	340	427	767
Juegos y juguetes	162	550	712
Material eléctrico	139	202	341
Vehículos	60	207	267
Productos químicos	25	201	226
Artículos decorativos varios	47	128	175
Electrodomésticos	82	87	169
Puericultura	55	56	111
Artículos deportivos y de ocio	20	27	47
Herramientas y ferretería en general	7	30	37
Muebles		21	21
Otros	5	68	73
Total	942	2.004	2.946

PAÍS ORIGEN DE LOS PRODUCTOS ALERTADOS					
	Países asiáticos	UE	Desconocido	Otros	Total
Textil, calzado y complementos	297	70	357	43	767
Juegos y juguetes	585	47	73	7	712
Material eléctrico	208	23	108	2	341
Vehículos	65	149	43	10	267
Productos químicos	72	84	34	36	226
Artículos decorativos varios	93	8	71	3	175
Electrodomésticos	87	21	54	7	169
Puericultura	47	47	14	3	111
Artículos deportivos y de ocio	21	7	14	5	47
Herramientas y ferretería en general	23	7	6	1	37
Muebles	17	2	1	1	21
Otros	32	5	34	2	73
Total	1.547	470	809	120	2.946

PRODUCTOS ALERTADOS LOCALIZADOS Y RETIRADOS EN NUESTRO MERCADO		
Tipo de producto	Localizados	Unidades retiradas
Puericultura	12	1.637
Material eléctrico	15	1.314
Productos químicos	10	769
Artículos deportivos y de ocio	2	639
Juegos y juguetes	17	428
Textil, calzado y complementos	16	323
Electrodomésticos	6	139
Artículos decorativos varios	4	128
Herramientas y ferretería en general	3	10
Vehículos	2	10
Otros	1	6
Total	88	5.403

3.4. ACTUACIONES INSPECTORAS

El resultado global de las inspecciones realizadas desde la Dirección de Consumo es de 4.971 actuaciones y comprende tanto las actuaciones inspectoras motivadas por campañas, como las no programadas y derivadas fundamentalmente de denuncias, reclamaciones, actuaciones en coordinación con el SOIVRE, aparición de productos irregulares y/o de 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 y producto/servicio.

ACTUACIONES DE INSPECCIÓN POR MOTIVO Y TERRITORIO HISTÓRICO				
	Álava	Gipuzkoa	Bizkaia	Total
Reclamación / Denuncia	469	853	1.450	2.772
Campaña	214	354	331	899
Red de alerta	123	301	298	722
Otros	56	284	239	579
Total	862	1.792	2.318	4.972

ACTUACIONES DE INSPECCIÓN POR PRODUCTO/SERVICIO				
Producto/Servicio	Álava	Gipuzkoa	Bizkaia	Total
Juguetes	111	287	301	699
Textil, calzado y complementos	96	146	367	609
Electrodomésticos, informática y audiovisuales (venta y reparación)	91	133	229	453
Vehículos (venta y reparación)	87	158	186	431
Telefonía y comunicación	70	135	224	429
Muebles	34	180	142	356
Vivienda (promoción inmobiliaria, gremios-reparación)	15	118	45	178
Alimentación	38	66	66	170
Tintorerías, lavanderías	31	38	87	156
Material eléctrico	28	37	37	102
Productos químicos (incluye cosméticos, droguería y perfumería)	18	31	30	79
Transportes	8	11	13	32
Servicios bancarios	1	21	7	29
Viajes	5	12	3	20
Serv. abastecimiento (energía, agua, otros)	5	1	12	18
Servicio sanitario y asistencial	1	3	9	13
Estaciones de servicio	2	3	4	9
Seguros	1	2	1	4
Productos varios	129	195	239	563
Servicios varios	48	96	140	284
No codificado	43	118	176	337
Total	862	1.791	2.318	4.971

3.5. COMUNICACIONES

Se trata de traslados de denuncias, actuaciones inspectoras o hechos que pudieran constituir infracción, pero en los que la empresa responsable de la misma tiene su sede en otra comunidad autónoma. Es por ello que se envía el expediente al organismo de consumo competente.

En 2009, se recibieron 187 comunicaciones de otras comunidades autónomas y se enviaron otras 105. En la siguiente tabla se reflejan el origen y el destino de las comunicaciones:

COMUNICACIONES		
Comunidad autónoma	Enviadas	Recibidas
Andalucía	9	1
Aragón	6	4
Asturias	1	2
Baleares	1	
Canarias	2	2
Cantabria	4	25
Castilla La Mancha		24
Castilla y León	15	43
Catalunya	16	7
Ceuta		
Comunidad de Madrid	16	17
Comunidad Valenciana	9	25
Extremadura		
Galicia	3	8
La Rioja	11	6
Melilla		1
Murcia		3
Navarra	12	19
Total	105	187

4. FORMACIÓN Y EDUCACIÓN

La Dirección de Consumo realiza programas de formación y educación dirigidos tanto a la ciudadanía como a los y las profesionales que trabajan en el ámbito del consumo.

Los programas de formación y educación dirigidos a la ciudadanía tienen como objetivo informar, concienciar y educar a la población sobre los derechos y deberes que se tienen como persona consumidora para actuar de una forma crítica, consciente y responsable a la hora de consumir productos y servicios.

Los programas dirigidos a profesionales tienen como objetivo reciclar y dotar de conocimiento y habilidades para atender de forma eficaz los servicios de las administraciones y organismos competentes en consumo.

Para llevar a cabo la formación y educación en consumo de la ciudadanía, la Dirección de Consumo cuenta con tres programas: Kontsumo Gelak, Kontsumoa Eskoletan, y Kontsumoa eta Nagusiak. Este año, en estos tres programas han participado un total de 45.533 personas.

En cuanto a la formación dirigida a profesionales del consumo, se lleva a cabo un programa de formación continua a lo largo del año. En 2009 han participado 161 personas.

4.1. KONTSUMO GELAK, CENTROS DE FORMACIÓN EN CONSUMO

La Dirección de Consumo tiene tres centros de formación en consumo, Kontsumo Gelak, en las capitales de los tres Territorios Históricos.

Objetivos:

Dinamizar la educación de las personas consumidoras en los centros escolares.

Facilitar a distintos colectivos y asociaciones la realización de actividades formativas relacionadas con el consumo.

Impulsar la utilización de nuevas tecnologías en el tratamiento de los diferentes temas de consumo.

Facilitar la consulta de publicaciones sobre consumo.



Concretamente, un total de 22.368 personas han participado en las diferentes actividades formativas e informativas que se ofrecen a través de Kontsumo Gelak, tales como talleres, charlas, cursos, exposiciones o jornadas

4.1.1. Talleres de consumo

Se trata de actividades prácticas de hora y media de duración que hacen referencia a un tema concreto de consumo. Su metodología es activa y están dirigidas a grupos de un máximo de 15 personas mayores de 14 años. Se desarrollan 44 talleres, repartidos en las siguientes áreas:

1. Área de publicidad
2. Área de etiquetado
3. Área de compra
4. Área de alimentación
5. Área medioambiental
6. Área de derechos de la persona consumidora
7. Área de nuevas tecnologías
8. Área de servicios financieros
9. Área de seguridad

En total se han impartido 1.530 talleres relativos a estas áreas: 652 en Bilbao, 621 en Vitoria-Gasteiz y 257 en Donostia-San Sebastián. Han participado un total de 175 centros: 103 de enseñanza reglada y 72 de enseñanza no reglada.

Los temas más solicitados han sido alimentación, sostenibilidad y publicidad.

Dentro de los centros de enseñanza no reglada han participado diversos colectivos:

- Colectivos de intervención socio-educativa
- Escuelas de verano
- Academias
- Centros con necesidades educativas especiales
- Euskaltegis
- Centros de promoción de la mujer
- Centros de personas mayores
- Colectivos de reinserción social y laboral
- Cruz Roja

Centros de acogida

Asociaciones de familiares de enfermos crónicos

Colectivos de inmigrantes

Escuelas de padres y madres

4.1.2. Trimestres temáticos

Se han desarrollado tres trimestres temáticos sobre los siguientes temas:

Gasto con criterio responsable

SAT y suministros del hogar

Publicidad

A lo largo de cada trimestre se han realizado charlas, talleres y sondeos sobre estos temas.

4.1.3. Jornadas para personas educadoras

Se han realizado tres jornadas dirigidas a personas educadoras (padres y madres, profesorado, etc...) Los temas tratados han sido:

¿En qué gastan las nuevas generaciones?

Videojuegos y seguridad en Internet

Jóvenes, publicidad y consumo

4.1.4. Servicio de préstamo

Los centros Kontsumo Gelak disponen de mediatecas que ofrecen un servicio de préstamo de libros, CD-ROM, videos, juegos y maletas didácticas multimedia.

El material más solicitado ha sido el relativo a consumo responsable y publicidad.

4.2. KONTSUMOA ESKOLETAN

La Dirección de Consumo lleva 20 años consecutivos realizando el programa Kontsumoa Eskoletan.

Este programa está dirigido a los centros escolares de Educación Primaria y de Primer Ciclo de Educación Secundaria Obligatoria. Son actividades dirigidas a los tres colectivos que forman el centro escolar: alumnado, profesorado y padres y madres. La metodología empleada es activa y participativa, basada en la experimentación, la práctica y el trabajo en grupo.

Objetivos:

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.



Dentro de este programa, se han realizado 2.351 talleres sobre consumo (2.032 de Primaria y 319 de Secundaria) en 119 centros escolares de Euskadi, en los que han sido partícipes 19.369 alumnos y alumnas, con su respectivo profesorado, y 754 padres y madres.

4.2.1. Alumnado

Se oferta un total de 32 talleres diferentes, de hora y media de duración cada uno, divididos en dos grupos:

Educación Primaria:

1. Fabricación de alimentos
2. Análisis comparativos de alimentos
3. El supermercado y la compra
4. Etiquetas alimentarias
5. Reciclaje de papel
6. Envases y su reutilización
7. Transformación de materias primas
8. Análisis de la publicidad
9. Agua: consumo y ahorro

10. La energía
11. Los tejidos
12. Seguridad infantil
13. El juego y los juguetes
14. Transporte público
15. Los derechos de la persona consumidora

Educación Secundaria:

1. Alimentación y nutrición
2. Estética y alimentación: culto al cuerpo
3. Análisis comparativos de alimentos
4. Las etiquetas
5. Consumo y medio ambiente
6. Transformación de materias primas
7. Publicidad y consumo
8. Consumo responsable de agua
9. Eficiencia energética
10. Comercio Justo
11. Telefonía e Internet
12. Nuevas formas de ocio
13. Salud y seguridad
14. Economía y presupuesto familiar
15. Los derechos de la persona consumidora
16. Juegos y videojuegos

4.2.2. Profesorado

Se ofrece servicio de orientación pedagógica en consumo y apoyo con material didáctico complementario para trabajar en el aula.

Asimismo, se elabora una revista sobre educación en consumo con aportaciones de los centros participantes en los talleres. En esta revista han colaborado seis centros escolares y se han distribuido en los centros escolares de Euskadi.

4.2.3. Actividades para padres y madres:

Se ofrecen cuatro actividades diferentes:

Charla informativa sobre la experiencia de los talleres realizados con el alumnado

Taller: "Saber alimentar a nuestros hijos e hijas"

Taller: "Aprendamos a analizar la publicidad"

Taller: "Videojuegos, ¿sabemos a qué jugamos?"

4.3. KONTSUMOA ETA NAGUSIAK

Como en años anteriores, en 2009 se han realizado actividades formativas dirigidas exclusivamente a centros de la tercera edad. A lo largo de una semana, en cada centro se tratan dos temas específicos de consumo de forma teórica a través de conferencias, y de forma práctica mediante aulas y visitas a centros de producción y otras empresas.

Los temas ofertados son los siguientes:

Alimentación y nutrición

Derechos de la persona consumidora

Derechos de la persona viajera

Seguros del hogar

Ventas, publicidad y etiquetado

Consumo y medioambiente

Ventas especiales

Servicios de Asistencia Técnica (SAT)

Servicios bancarios

Medicamentos y automedicación

Telefonía e Internet

Agua y electricidad

Garantía de productos

Seguridad de las personas mayores

Los centros de producción y otros organismos visitados han sido:

Metro Bilbao

Parque Eólico Oiz

Parque Eólico Badaia

Cafés Fortaleza

Helados Nestlé

Aula medioambiental de Getxo

Iparlat

Geizberri

EITB

Kontsumo Gelak

El programa se ha realizado en 29 centros y asociaciones de la tercera edad de la CAPV, con una participación de 3.043 personas.

Los temas más solicitados desde estos centros han sido "Seguridad de las personas mayores" y "Medicación y automedicación".

Asimismo, se elabora y distribuye una revista con información relativa a los temas que más han interesado, así como con colaboraciones de los centros participantes.

4.4. OTROS

4.4.1. Quinto Concurso Escolar sobre consumo responsable "Y tú, ¿de qué vas? A mí me va el consumo responsable."

Se trata de un concurso escolar sobre consumo responsable dirigido a escolares de Tercer Ciclo de Primaria y de Enseñanza Secundaria Obligatoria. Está organizado por la Dirección de Consumo del Gobierno Vasco junto con el Instituto Nacional del Consumo y el resto de comunidades autónomas.

El principal objetivo del concurso es sensibilizar al alumnado de la importancia que tienen, tanto para ellos y ellas como para las personas de su entorno, sus decisiones como personas consumidoras en la adquisición de bienes y en la utilización de servicios.

A lo largo de este año se ha resuelto el concurso 2008/09 en el que han participado 36 centros escolares.

Este año 2009, se ha realizado la primera parte del concurso escolar 2009/10, el juego interactivo "Consumópolis".

4.5. CURSOS Y JORNADAS

4.5.1. Cursos en la Universidad del País Vasco

Aulas de Cultura de la UPV

Se han impartido dos cursos dentro del programa Aulas de Cultura del Campus de Gipuzkoa de la Universidad del País Vasco, con una participación de 35 alumnos y alumnas: "¡Que no te tomen el pelo, por tu seguridad!" y "Viajar es fácil si sabes cómo hacerlo".

Curso de verano de la Universidad del País Vasco

La Dirección de Consumo del Gobierno Vasco ha colaborado en los cursos de verano de la Universidad del País Vasco a través del curso "Adquisición de viviendas: ¿está suficientemente protegida la parte compradora?".

4.5.2. Fundación Leizaola

Las VII Jornadas sobre Consumo y Calidad e Vida se centraron en la temática del consumo responsable y contaron con la colaboración de la Dirección de Consumo.

4.6. FORMACIÓN A PROFESIONALES

4.6.1. Curso sobre el suministro de energía

Jornada organizada en colaboración con la Comisión Nacional de Energía y dirigida a 82 profesionales del mundo del consumo. Se celebró en Bilbao, en febrero del 2009.

Programa:

Las personas consumidoras de electricidad

El suministro y mercados de electricidad. El suministro a tarifa. El suministro en el mercado liberalizado.

Las personas consumidoras de gas natural.

El suministro y mercados del gas natural

El sistema de protección de la persona consumidora

4.6.2. Los derechos de las personas consumidoras y la jurisdicción civil, mercantil y penal

Curso de 20 horas de duración, organizado con la colaboración del Instituto Nacional de Consumo e impartido a 41 profesionales del mundo del consumo en Bilbao, en marzo del 2009.

Programa:

El derecho del consumo: evolución histórica, marco legal y relaciones con el derecho civil, mercantil y penal.

El derecho civil y la protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

Marco legal e interacciones con el derecho del consumo.

La jurisdicción civil y la responsabilidad civil: indemnizaciones por daños y perjuicios a las personas consumidoras. Regulación y jurisprudencia.

La jurisdicción civil y los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

La acción de cesación y las demandas colectivas en defensa de los derechos e intereses de las personas consumidoras.

Empresa y empresaria/o. Empresaria/o individual y sociedades mercantiles. Régimen jurídico de la competencia.

La declaración concursal: concepto y procedimiento. Los derechos de las personas consumidoras. Casos prácticos.

La jurisdicción penal y la protección de los intereses económicos de las personas consumidoras.

El arbitraje de consumo y la jurisdicción civil, penal y mercantil.

Las jurisdicciones civil, penal y mercantil y la inspección y el procedimiento sancionador de consumo.

El papel del o de la Fiscal y los derechos de las personas consumidoras.

Actuaciones de los cuerpos y fuerzas de seguridad en relación con los derechos y obligaciones de las personas consumidoras: Delitos en tecnologías de la información y delitos económicos

4.6.3. Condiciones generales de la contratación. Cláusulas abusivas

Curso de 16 horas de duración organizado con la colaboración del Instituto Nacional de Consumo e impartido a 38 profesionales del mundo del consumo en Bilbao, en octubre del 2009.

Programa:

Condiciones generales de la contratación y cláusulas abusivas. Aspectos básicos.

Servicios de telecomunicaciones. Condiciones generales y cláusulas abusivas.

Sector eléctrico. Condiciones generales y cláusulas abusivas.

Servicios financieros. Condiciones generales y cláusulas abusivas en el sector bancario.

Servicios financieros. Condiciones generales y cláusulas abusivas en el sector de seguros.

La contratación a distancia: contratación electrónica, telefónica y por correo. Condiciones generales y cláusulas abusivas.

Compraventa de vivienda. Condiciones generales y cláusulas abusivas.

El papel del o de la Fiscal y los derechos de las personas consumidoras. Funciones y actuaciones de la fiscalía. La protección de los intereses de las personas consumidoras.

El registro de condiciones generales de la contratación. Mecanismos de publicidad legal de resoluciones en el marco del procedimiento de control. //

Prácticas y cláusulas abusivas. Aspectos judiciales.

4.7. BECAS PARA LA FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO

El derecho a la educación y a la formación reconocido en la Ley 6/2003 del Estatuto de las Personas Consumidoras y Usuarias será susceptible de un ejercicio más eficaz en la medida en la que se ofrezcan posibilidades de formación a quienes cuentan ya con una adecuada cualificación profesional, con el fin de que puedan adquirir una especialización en el campo del consumo que posteriormente se ponga al servicio de la ciudadanía a través de la empresa, las administraciones públicas o las propias asociaciones de personas consumidoras y usuarias.

En el año 2009, finalizaron las becas convocadas para dicho año en el 2008, a las que se destinaron 58.200 euros. Este programa de ayudas consistió en tres becas para análisis jurídico de reclamaciones de consumo.

5. INFORMACIÓN

Las actuaciones llevadas a cabo durante el año 2009 en la sección de información se materializaron a través de los siguientes programas:

- Programa de publicaciones
- Programa de sensibilización
- Programa de documentación

5.1. PROGRAMA DE PUBLICACIONES

Uno de los objetivos primordiales de la Dirección de Consumo es impulsar la difusión de la información a las personas consumidoras y usuarias a través de la edición de monografías, folletos, guías y materiales diversos sobre temas de consumo.

5.1.1. Soy una persona celíaca

La Dirección de Consumo ha editado 50.000 folletos con información sobre los ingredientes adecuados para un menú apto para personas celíacas. Estos dípticos, en euskera, castellano e inglés, se han distribuido en un total de 3.000 restaurantes con el objetivo de informar al personal que trabaja en los establecimientos hosteleros vascos. Asimismo, el díptico se ha repartido entre las personas celíacas que viven o que han visitado Euskadi, a través de las asociaciones de personas celíacas y de las oficinas de turismo vascas, con la finalidad de disponer de un documento que explique sus necesidades cada vez que acuden a un restaurante.



Esta iniciativa se enmarca en el convenio de colaboración firmado por el Departamento de Industria, Innovación, Comercio y Turismo, el Departamento de Sanidad y Consumo y el Departamento de Medio Ambiente, Planificación Territorial, Agricultura y Pesca con la Asociación de Celíacos de Euskadi (E.Z.E.) para llevar a cabo acciones conjuntas de información sobre la enfermedad celíaca.

5.1.2. Memoria Kontsumo 2008



Mediante esta memoria, la Dirección de Consumo y Seguridad Industrial quiso dar a conocer las actividades desarrolladas durante el año 2008.

Un año más, las actuaciones más relevantes fueron dirigidas a la protección, formación e información de las personas consumidoras y usuarias, tal y como recoge la Memoria Kontsumo 2008.

5.1.3. Estudio sobre las dificultades para obtener un crédito o préstamo

La Dirección de Consumo realizó en 2009 una investigación para sondear, entre las principales Cajas de Ahorros y Bancos, las posibilidades de obtener un crédito hipotecario que, en estos tiempos de crisis, tienen las personas que quieren constituir un hogar, así como testar las dificultades a la hora de conseguir un crédito personal.

Este estudio no ha sido publicado en ningún soporte físico, pero ha sido digitalizado a texto completo y puede descargarse desde la página www.kontsumo.net en formato pdf.

5.2. PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN

5.2.1. Semana de la Persona Consumidora y Usuaría

Con motivo de la celebración del Día Mundial de la Persona Consumidora el 15 de marzo, la Dirección de Consumo del Gobierno Vasco lleva varios años realizando una serie de actividades para acercar a la ciudadanía distintos aspectos relacionados con el consumo.

En 2009, los actos para conmemorar esa efeméride se desarrollaron desde el día 9 hasta el 18 de marzo, con un programa que incluía, entre otras acciones, una jornada de puertas abiertas en las Kontsumo Gelak, charlas y jornadas, carpas informativas, etc.

Rueda de prensa

El día 13 de marzo se convocó una rueda de prensa para presentar los resultados de consumo obtenidos durante el año 2008.

Carpas informativas

Se instalaron en Vitoria-Gasteiz, Bilbao y Donostia-San Sebastián unas carpas informativas, que estuvieron a disposición de la ciudadanía el día 13 de marzo, desde las 10:00 a las 20:00 horas.

En esta jornada la Dirección de Consumo llevó a cabo una campaña divulgativa de consejos de consumo, con la que pretendía lograr los siguientes objetivos:

- Recordar a las personas consumidoras sus derechos y obligaciones en materia de consumo, y fomentar asimismo el ejercicio de estos derechos mediante la presentación de reclamaciones en las Oficinas de Consumo.

- Fomentar la utilización de la página web www.kontsumo.net y del teléfono gratuito 900 600 500, ambos al servicio de la persona consumidora.

Se proyectaron vídeos informativos y se repartieron folletos con consejos de consumo: 15.000 folletos en Bilbao, 12.000 en Donostia-San Sebastián y 8.000 en Vitoria-Gasteiz.

Jornada de puertas abiertas para medios de comunicación y profesionales del mundo del consumo

El 9 de marzo de 2009, las Kontsumo Gelak de Vitoria-Gasteiz y de Donostia-San Sebastián abrieron sus puertas a los y las profesionales de los medios de comunicación y a profesionales del área del consumo.

En dicha jornada se presentaron, además, los resultados del sondeo sobre telefonía realizado entre las personas usuarias de las Kontsumo Gelak.

Charlas y jornadas

En las tres Kontsumo Gelak se impartió la charla "Gasto con criterio responsable", dirigida a la ciudadanía en general. En la Kontsumo Gela de Bilbao se desarrolló la Jornada sobre consumo responsable y educación, dirigida a docentes. Tanto esta jornada como la charla tuvieron lugar entre el 10 y el 12 de marzo de 2009.

Por otra parte, el 17 y 18 de marzo se desarrollaron las VII Jornadas de Consumo y Calidad de Vida, organizadas por Leizaola Elkargoa, y dirigidas a la toda la ciudadanía en general, tal y como se menciona en el apartado de Formación de esta memoria.

5.2.3. Campaña en medios de comunicación e Internet

Con el objetivo de informar a las personas consumidoras de los riesgos y los derechos que tienen, la Dirección de Consumo realizó, entre los meses de septiembre y noviembre, la Campaña de Consumo 2009, con el lema "Para Consumir sin Sorpresas, ¡Infórmate!

En la campaña se llevaron a cabo diferentes tipos de acciones, en euskera y castellano, y en tres medios distintos:

Televisión. ETB1: microespacios en el programa Mihiluze; ETB2: microespacios en los programas Pásalo, La Noche de... y Date el bote, además de spots de un minuto de duración sobre las diez temáticas de consumo elegidas para la campaña (seguros, consumo responsable, electricidad y gas, mensajes publicitarios y SMS Premium, telefonía, talleres de vehículos, garantías, revisiones de gas, transporte aéreo y viajes combinados, y consejos generales sobre consumo).

Radio. Microespacios de un minuto en diferentes emisoras; entrevistas a la Directora y dos Responsables de Consumo en Radio Euskadi y Euskadi Irratia; y los llamados "flash consumo", consejos de treinta segundos que se emiten en RE, EI, Radio Vitoria y Euskadi Gaztea.

Internet. Dos blog sobre Consumo, uno en castellano y otro en euskera, que incorporan todo el material audiovisual de la campaña, comentarios de los y las visitantes, además de enlaces a YouTube y a las redes sociales Twitter y Facebook, donde se han creado perfiles.

5.2.4. "Kontsumo Astea": campaña para fomentar un consumo responsable

Dentro del Plan Estratégico de Consumo del Gobierno Vasco 2007-2011 se apuesta por dar continuidad a las campañas de información a la ciudadanía mediante

acciones originales dirigidas directamente al público. En este contexto se enmarca la campaña itinerante "Kontsumo Astea" que recorrió, de septiembre a diciembre de 2009, las tres capitales vascas y otros nueve municipios (Zumarraga, Ermua, Oñate, Gernika, Oiartzun, Lekeitio, Arrigorriaga, Amurrio y Abanto-Ciérvana), y permaneció una semana en cada uno de ellos.

Mediante esta campaña, dirigida tanto a las personas adultas como a escolares, la Dirección de Consumo ha querido trasladar a la ciudadanía la importancia de consumir de forma responsable en la actual situación económica. Concretamente, se han ofrecido pautas para diferenciar entre la necesidad y el capricho a la hora de consumir; pautas para adecuar el gasto a la necesidad y a las posibilidades reales; y se ha propiciado la reflexión ante la influencia de la publicidad.

Para ello, entre otras, se han realizado en las casas de cultura o centros cívicos de los municipios mencionados las siguientes acciones: un concurso, una sesión de vídeo-forum sobre el film "Aupa Etxebeste", actuaciones de magia a cargo del mago Asier Kidam, y las conferencias "Comprar en tiempos de crisis" y "Vender en tiempos de crisis". Esta última ha estado dirigida a las y los comerciantes, que han recibido, también, un CD del mismo título, con pautas para incorporar a la actividad comercial valores que atraigan a las personas consumidoras en la actual y difícil coyuntura económica: la profesionalización, el compromiso con el entorno, y la modernización del comercio con el uso de las nuevas tecnologías, entre otros.

Además, todas las personas participantes en la Kontsumo Astea han accedido a mensajes y consejos concernientes al consumo responsable mediante pantallas multimedia instaladas en los espacios municipales que han acogido la campaña.

5.2.5. Programa televisivo de consumo "Kontsumo.net"

El derecho a la información y educación de las personas consumidoras y usuarias recibe una especial atención en el Estatuto de las Personas Consumidoras y Usuarias. Así, en su artículo decimoctavo dispone que el Gobierno Vasco llevará a cabo tareas de información en materia de consumo a fin de conseguir que la persona consumidora y usuaria tenga los conocimientos adecuados que le permitan desarrollar un comportamiento responsable.

La realización efectiva de este derecho requiere el impulso de acciones de información en materia de consumo. Dentro de este marco, la Dirección de Consumo ha decidido utilizar los medios de comunicación, como vehículo transmisor de esta información.

Dentro de la estrategia de comunicación del ámbito de Consumo, se considera a la televisión como un buen medio para difundir la información de consumo.

Por ello, de enero a junio y de octubre a diciembre se ha emitido en TeleBilbao, TeleDonostia y TeleVitoria el programa semanal Kontsumo.net, patrocinado por la Dirección de Consumo del Gobierno Vasco, que cada lunes nos ha enseñado a consumir mejor.

En su edición de 2009, el programa Kontsumo.net, presentado por Nortxu Martínez, ha contado con las mismas secciones que en el año anterior:



- Reportaje
- Preguntas en la calle
- Kontsumo Gelak
- Consultas
- Concurso
- ¿Sabías que...?
- Noticias
- El consejo de la semana

5.3. PROGRAMA DE DOCUMENTACIÓN

La información es uno de los elementos que mejor posibilita la defensa de los intereses de las personas consumidoras y usuarias. Para facilitar el acceso a esa información, la Dirección de Consumo, desde su programa de información y documentación, persigue la adquisición de un fondo documental específico sobre temas de consumo que pueda constituirse en referencia a nivel de la CAPV, y que englobe tanto estudios específicos como normativa, jurisprudencia, publicaciones de congresos, materiales didácticos, revistas y folletos. A día de hoy, este fondo integra también las bases de datos y demás recursos informativo-documentales del que fue, hasta enero de 2007, Centro Europeo del Consumidor de Vitoria-Gasteiz.

La difusión de este fondo documental se ha realizado fundamentalmente, en su vertiente presencial, a través de las mediatecas de los Centros de Formación de la Dirección de Consumo (las Kontsumo Gelak de Bilbao, Donostia-San Sebastián y Vitoria-Gasteiz), que funcionan como espacios de consulta y préstamo exterior de materiales sobre temas de consumo. En su vertiente no presencial, durante 2009 se ha seguido potenciando la página web de la Dirección de Consumo como canal de información y de difusión de sus actividades y documentos.

5.3.1. Página web de Consumo

En 2009 la página web de Consumo, www.kontsumo.net (también accesible a través del portal del Gobierno Vasco, www.euskadi.net/consumo) ha sido testigo y canal de difusión de los cambios orgánicos y de nomenclatura realizados por el Gobierno Vasco en la IX Legislatura, con el Decreto 4/2009 de 8 de mayo y el posterior Decreto 579/2009, de 3 de noviembre: la Dirección de Consumo y Seguridad Industrial ya no estará adscrita al Departamento de Industria, Comercio y Turismo, sino al de Sanidad y Consumo, y consecuentemente pasa a ser únicamente Dirección de Consumo. La propia web migra del portal de Industria al de Sanidad, en cuya home se hace presente a través de un banner de acceso directo.

Como en años anteriores, la página ha ofrecido durante 2009 no sólo información sobre las propias funciones, servicios y actividades de la Dirección (notas de prensa -se han publicado 21 a lo largo del año-, programas o actividades formativas, arbitraje de consumo, control de mercado, catálogo de publicaciones...), sino sobre

cualquier tema relacionado con consumo, lo que ha incluido noticias, avisos de seguridad y alertas sobre productos, enlaces web de interés, etc.

La web ha permitido, además, que las personas consumidoras y usuarias realizaran sus consultas de forma rápida y con todas las garantías de seguridad y confidencialidad, desde el apartado "Realiza tu consulta".

En el año 2009 se ha seguido potenciando la home o página de inicio como escaparate de las novedades en el ámbito del consumo, con un doble objetivo: la mejor identificación de dichas novedades por las personas usuarias de la página y la representación en un entorno web de todas las actividades de la Dirección, llevando a este formato las actuaciones realizadas en otros medios (televisión, prensa, campañas en la calle...) e interactuando con los nuevos modos de presencia institucional en Internet: blog de Consumo y perfiles o canales en las redes sociales.

Principales reformas en la web de Consumo a lo largo de 2009

Paralelamente a la depuración, corrección, actualización (inclusión de las novedades en materia de legislación, publicaciones editadas a lo largo del año, etc.) y reorganización de los contenidos de la web, en un proceso de mejora continua, se han abordado algunas reformas necesarias para conseguir una mayor facilidad de manejo de la página y un acceso más rápido y claro a los contenidos. En concreto, se han reorganizado las secciones:

- Ayudas y subvenciones
- Publicaciones
- Web de interés
- Normativa básica sobre consumo
- Kontsumo Gelak (con la inclusión de un nuevo apartado para formación de educadores y educadoras)

Nuevos contenidos

La web ha incorporado a lo largo de 2009 varias secciones nuevas: unas de duración limitada (ya que responden a actividades puntuales) y otras que nacen con voluntad de permanencia.

- "Semana de la persona consumidora". Contenido que albergaba las actividades realizadas desde la Dirección de Consumo con motivo del 15 de marzo, Día Mundial de la Persona Consumidora.

- "Liberalización del mercado eléctrico", que inauguró un nuevo conjunto de bloques temáticos, temas de actualidad en consumo.

- "Formación dirigida a personas educadoras", dentro del programa formativo "Kontsumo Gelak".

- La "Kontsumo Astea". Se elaboró un contenido específico para esta exposición itinerante, accesible directamente desde un banner propio. El contenido se fue actualizando con imágenes de la exposición en cada uno de los municipios de la CAPV en que se llevó a cabo.



- Campaña de consumo 2009. Contenido accesible primero desde "Información/Prensa y comunicación", y posteriormente desde "Kontsumo divulga", que incluía información sobre la campaña y algunos de los microespacios emitidos en televisión, lo que supuso una importante novedad, al introducir formatos de video en la web de Consumo, constituida básicamente, como página institucional que es, por contenidos estáticos.

Campaña de Consumo 2009 (radio, televisión, Internet)



6. COOPERACIÓN CON OTROS AGENTES

6.1. PROGRAMA DE APOYO ECONÓMICO

6.1.1. Entidades locales

Mediante Resolución de 10 de diciembre de 2008 del Viceconsejero de Comercio, Consumo y Seguridad Industrial, se convocó para el año 2009 el programa anual de ayudas económicas destinadas a Entidades Locales y entidades promovidas por ellas para la promoción y defensa de los derechos e intereses de las personas consumidoras y usuarias, regulado por la Orden de 30 de Marzo de 2005.

Las ayudas económicas de apoyo a las entidades locales para el año 2009 ascendieron a 1.110.599,53 euros, divididas en tres líneas de apoyo:

- Sufragar los gastos derivados de funcionamiento y realización de actividades de información y formación de las personas consumidoras y usuarias, así como la edición y divulgación de publicaciones de centros y servicios destinados a oficinas municipales de información a las personas consumidoras.

- Sufragar los gastos derivados de instalación, ampliación, equipamiento o cambio de ubicación de centros y servicios destinados a oficinas municipales de información a las personas consumidoras.

- Sufragar los gastos derivados de la realización de actividades de inspección de consumo.

Las ayudas económicas destinadas a gastos de funcionamiento y realización de actividades por las oficinas municipales de información a la persona consumidora (OMIC) ascendieron a 998.126,32 euros en 2009, y se distribuyeron del modo siguiente:

ENTIDAD	IMPORTE
Ayuntamiento de Balmaseda	9.370,15 €
Ayuntamiento de Sestao	5.623,25 €
Ayuntamiento de Portugalete	51.260,27 €
Ayuntamiento de Erandio	34.063,28 €
Oarsoaldea, S.A.	44.897,59 €
Bermeoko Gizarte Ongizaterako Udal Patronatua	21.404,38 €
Ayuntamiento de Ermua	18.530,13 €
Ayuntamiento de Basauri	45.638,18 €
Forlan (Muskiz)	13.228,45 €
Ayuntamiento de Eibar	14.370,74 €
Lekeitioko Udala	5.692,41 €
Mancomunidad de la Merindad de Durango	38.689,94 €
Ayuntamiento de Bilbao	60.000,00 €
Ayuntamiento de Llodio	22.414,88 €
Iraurgi Lantzen S.A. (Azkoitia-Azpeitia)	11.560,01 €
Andoaingo Udala	13.891,03 €
Tolosaldea Garatzen S.A.	8.526,84 €
Goierriko Ekimena S.A.	22.347,24 €
Mancomunidad de Uribe Kosta	48.228,75 €
Cuadrilla de Añana	9.370,15 €
Inguralde (Baracaldo)	60.000,00 €
Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz	60.000,00 €
Mancomunidad de Las Encartaciones	33.178,42 €
Mancomunidad Urola Garaia	23.264,96 €
Donostiako Udala	47.773,04 €
Zarauzko Turismo Bulegoa	6.605,96 €
Ayuntamiento de Etxebarri	14.330,83 €
Ayuntamiento de Elgoibar	5.166,41 €
Ayuntamiento de Irun	55.118,58 €
Ayuntamiento de Getxo	43.193,29 €
Ayuntamiento Lasarte-Oria	27.559,29 €
Ayuntamiento de Santurtzi	55.118,58 €
Hernaniko Osasun eta Gizarte Ongintzarako Udal Patronatua	32.359,92 €
Ayuntamiento de Ortuella	16.535,57 €
Cuadrilla de Campezo-Montaña Alavesa	5.511,85 €
Cuadrilla de Laguardia-Rioja Alavesa	13.301,95 €
Total	998.126,32 €

Las ayudas económicas destinadas a gastos de instalación, ampliación, equipamiento o cambio de ubicación de centros y servicios destinados a Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMICs) ascendieron en 2009 a 12.473,21 euros:

ENTIDAD	IMPORTE
Inguralde (Barakaldo)	1.190,00 €
Ayuntamiento de Portugalete	1.027,81 €
Ayuntamiento de Bilbao	5.335,90 €
Bermeoko Gizarte Ongizaterako Udal Patronatua	789,90 €
Forlan (Muskiz)	1.683,17 €
Cuadrilla de Campezo-Montaña Alavesa	376,55 €
Mancomunidad de Uribe Kosta	1.260,00 €
Cuadrilla de Añana	809,88 €
Total	12.473,21 €

Las ayudas económicas destinadas a actividades de inspección realizadas por las Oficinas Municipales de Información a la persona Consumidora (OMICs) ascendieron en el año 2009 a 100.000 euros:

ENTIDAD	IMPORTE
Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz	16.321,20 €
Ayuntamiento de Portugalete	12.485,72 €
Ayuntamiento de Erandio	10.492,25 €
Ayuntamiento de Irun	10.676,32 €
Ayuntamiento de Bilbao	16.321,21 €
Ayuntamiento de Santurtzi	16.321,21 €
Forlan	3.753,88 €
Hernaniko Osasun eta Gizarte Ongintzarako Udal Patronatua	13.220,18 €
Mancomunidad de Uribe Kosta	408,03 €
Total	100.000,00 €

6.1.2. Asociaciones de personas consumidoras

El apoyo de las actividades que llevan a cabo las asociaciones de personas consumidoras y usuarias es una pieza clave para la defensa de éstas. La Orden de 9 de marzo de 2005, de la Consejera de Industria, Comercio y Turismo, estableció una línea de ayuda a las organizaciones de personas consumidoras del País Vasco, que puso de manifiesto el interés por continuar con su labor de fomento del asociacionismo. La Resolución de 13 de noviembre de 2008, del Viceconsejero de Comercio, Consumo y Seguridad Industrial hacía pública la convocatoria correspondiente al año 2009.

Son beneficiarias las organizaciones que, teniendo como finalidad exclusiva la defensa de las personas consumidoras y usuarias de Euskadi, se hallen inscritas en

el Censo de Organizaciones de Personas Consumidoras de Euskadi, presenten el Compromiso de Integración en la Red de Centros de Información al Consumidor (CIAC), cuenten con delegaciones en cada Territorio Histórico permaneciendo abiertas al público al menos cuatro horas diarias y dispongan de defensa jurídica.

La cuantía de las ayudas económicas destinadas a las organizaciones de personas consumidoras y usuarias para el 2009 ascendió a 536.294,49 euros y se dividieron en tres líneas de apoyo:

- Sufragar los gastos derivados de la defensa en juicios verbales de hasta 900 €.

- Sufragar los gastos derivados de funcionamiento a las organizaciones de personas consumidoras.

- Sufragar los gastos derivados de proyectos de consumo.

Ayudas para la defensa en juicios verbales

En concepto de ayudas económicas destinadas a sufragar los gastos derivados de la defensa en juicios verbales de hasta 900 euros, la Dirección de Consumo reservó en 2009 una partida de 36.000 euros, para repartir a partes iguales entre la Organización de Consumidores y Usuarios (EKA-OCUV), la Federación de Consumidores de Euskadi (EKE) y la Unión de Consumidores de Euskadi (UCE).

Ayudas para el funcionamiento de las asociaciones

Las ayudas económicas destinadas a gastos derivados de funcionamiento a las organizaciones de personas consumidoras, ascendieron a 312.184,31 euros en la cuantía que a continuación se relaciona:

ASOCIACIONES	IMPORTE
Organización de Consumidores y Usuarios Vasca (EKA-OCUV)	105.000,00 €
Federación de Consumidores de Euskadi (EKE)	105.000,00 €
Unión de Consumidores de Euskadi (UCE)	102.184,31 €
Total	312.184,31 €

Ayudas para proyectos de consumo

Las ayudas económicas destinadas a proyectos de consumo por un montante de 188.110,18 euros se distribuyeron como se detalla a continuación:

- A la Organización de Consumidores y Usuarios Vasca (EKA-OCUV) se le concedieron 69.384 euros para los siguientes proyectos:

PROYECTOS	IMPORTE
- Revista Disuasión	13.300,00 €
- Radio EKA	11.900,00 €
- Cuñas Radio EKA	10.640,00 €
- EKA Telebista	13.475,00 €
- SER ACUBI	1.302,00 €
- Revista Bidasoa	875,00 €
- TV Lokalia Txingudi	2.889,60 €
- Revista Irunero	792,40 €
- Jornadas informativas	280,00 €
- Formación Superior en Derecho del Consumo	3.815,00 €
- Jornadas jurídicas	7.420,00 €
- Folleto sobre la liberalización del sector eléctrico	2.695,00 €
Total	69.384,00 €

- A la Federación de Consumidores de Euskadi (EKE) se le concedieron 52.624,60 euros para los siguientes proyectos:

PROYECTOS	IMPORTE
- Estudio crisis y hábitos de compra	7.272,12 €
- Curso a colectivos en riesgo de exclusión	10.815,00 €
- Aulas de formación a personas adultas	6.909,00 €
- EKE Aldizkaria	9.635,50 €
- Talleres Etxeko Andre	4.872,00 €
- Martes Etxeko Andre	5.426,40 €
- Boletín Etxeko Andre	2.100,00 €
- Talleres ASCOFA	2.892,05 €
- XL aniversario de ASCOFA	2.702,53 €
Total	52.624,60 €

- A la Unión de Consumidores de Euskadi (UCE) se le concedieron 66.101,59 euros para los siguientes proyectos:

PROYECTOS	IMPORTE
- IRRATIA IRAGARKIA	3.230,14 €
- Jornada "Organizaciones de consumidores europeas y autonómicas"	12.157,05 €
- Estudio sobre el grado de conocimiento de las asociaciones de personas consumidoras por parte de la ciudadanía	24.500,00 €
- Revista Kontsumitzaile	11.474,82 €
- Revista Consumo	3.125,75 €
- Jornada "Los consumidores ante la crisis"	3.108,83 €
- Informe jurídico "Legitimación activa de las asociaciones de personas consumidoras"	4.235,00 €
- Jornada "Protección de los consumidores desde la vía judicial y extrajudicial"	4.270,00 €
Total	66.101,59 €

6.2. ASESORAMIENTO JURÍDICO A LAS OFICINAS MUNICIPALES DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR (OMIC)

La Dirección de Consumo tiene, entre sus objetivos, el de promover la protección y defensa de las personas consumidoras y usuarias.

La Ley de Estatuto de las Personas Consumidoras y Usuarias establece en el artículo 66-2.b del capítulo V que corresponde a la Dirección de Consumo apoyar a las entidades locales, así como elaborar programas de actuación conjunta con las mismas.

En base a todo ello, la Dirección de Consumo dispone de un servicio de asesoría jurídica, dirigida a las Oficinas Municipales de Información al Consumidor y a las Áreas de Consumo del Gobierno Vasco.

Este servicio de información y asesoramiento jurídico por parte de personas licenciadas en Derecho y cualificadas en consumo se realiza telefónicamente, y versa fundamentalmente sobre los principales problemas o circunstancias que puedan encontrar las personas consumidoras a la hora de consumir.

Las temáticas prioritarias son telefonía, transportes, reparación de electrodomésticos, servicios energéticos y cualquier otra que pueda entenderse inscrita en el ámbito del consumo.

6.2.1. Boletín de consultas

Con las consultas más relevantes se elabora mensualmente un boletín. La Dirección de Consumo facilita esta información a través de la web, destacando el contenido mediante un banner denominado "Boletín de consultas".

6.3. COMISIÓN CONSULTIVA DE CONSUMO

A lo largo del año 2009 la Comisión Consultiva de Consumo analizó los siguientes proyectos normativos:

-Proyecto de Orden por la que se aprueban las nuevas tarifas de los servicios de transporte público de viajeros en automóviles de turismo dentro de la Comunidad Autónoma del País Vasco.

-Orden del Consejero de Sanidad, de ampliación de la cobertura del Programa Dental Infantil

-Proyecto de Decreto sobre sistema de información de profesionales sanitarios

-Borrador de Decreto de ordenación de campings y otras modalidades de turismo de acampada en la Comunidad Autónoma de Euskadi

-Proyecto de Decreto por el que se establece el tipo de interés de los préstamos cualificados otorgados por las entidades de crédito en materia de vivienda y suelo.

-Decreto por el que se regula la certificación de la eficiencia energética de los edificios de nueva construcción y su control externo.

-Anteproyecto de Ley de Publicidad y Comunicación Institucional.

-Proyecto de Decreto regulador de la Comisión de Precios de Euskadi

7. RELACIONES CON OTROS ORGANISMOS

7.1. INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMO (INC) Y RESTO DE COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Desde el Instituto Nacional del Consumo se promueven actuaciones de coordinación entre las comunidades autónomas, 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, arbitraje y sistemas de información.

7.2. RED DE EDUCACIÓN DEL CONSUMIDOR

Desde 1999, la Dirección está integrada en la Red de Educación del Consumidor, en la que participan además Cantabria, Asturias, Comunidad Valenciana, Galicia, Castilla-La Mancha, Extremadura, Madrid, Aragón, Castilla y León, La Rioja, Canarias, Cataluña, Murcia, Andalucía, Melilla y Navarra.

7.3. RED E-CONS (RED EUROPEA DE EDUCACIÓN AL CONSUMIDOR)

Desde 2004 la Red de Educación del Consumidor coordina la Red E-Cons.

7.4. CONSUMERS INTERNATIONAL

La Dirección es miembro desde principios de los años 90 de esta organización de nivel internacional.

7.5. COMISIÓN INTERINSTITUCIONAL DE BIBLIOTECAS Y CENTROS DE DOCUMENTACIÓN ESPECIALIZADOS DE LA CAPV (CIBE-LEEB)

En el marco de la colaboración con otros departamentos del Gobierno Vasco se inscribe la participación en la CIBE-LEEB (Comisión Interinstitucional de Bibliotecas y Centros de Documentación Especializados de la CAPV-Liburutegi Espezializatuen Erakunde arteko Batzordea). El Centro de Documentación de la Dirección de Consumo es una biblioteca especializada en derechos de las personas consumidoras y temas de consumo en general; junto con otros centros especializados en diferentes temáticas ha tomado parte en proyectos colaborativos en el ámbito bibliotecario-documental. En concreto, en 2009 ha participado en el "Proyecto Google", cuyo primer producto ha sido la "Guía breve básica sobre el buscador Google", distribuida a todas las personas usuarias de las Bibliotecas integradas en la CIBE-LEEB.

7.6. CONVENIO PARA PERSONAS CELÍACAS

La Dirección de Consumo prorrogó en 2009 el convenio de colaboración con la Asociación de Celíacos de Euskadi (E.Z.E.), en el que también participaron el Departamento de Industria, Innovación, Comercio y Turismo y el Departamento de Medio Ambiente, Planificación Territorial, Agricultura y Pesca del Gobierno Vasco.

Se trató de la renovación de un compromiso adquirido en 2005 en el que se enmarcan, entre otras acciones, la campaña de inspección de alimentos sin gluten para comprobar la veracidad de su etiquetado.

ANEXO: RELACIÓN DE CENTROS PERTENECIENTES A LA RED CIAC

Con el objetivo de ampliar y complementar la información ofrecida por la Memoria de la Dirección de Consumo del Gobierno Vasco, se incluye el siguiente anexo con los centros que ofrecen información y atención a las personas consumidoras.

Relación de centros pertenecientes a la Red CIAC:

1. DIRECCIÓN DE CONSUMO DEL GOBIERNO VASCO

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

2. ÁREAS DE CONSUMO DE LA DIRECCIÓN DE CONSUMO DEL GOBIERNO VASCO

Área de Consumo de Álava

Samaniego, 2-4º
01008 Vitoria-Gasteiz
Tfno.: 945017062
Fax: 945101063
E-mail: Consumo-Araba@ej-gv.es

Área de Consumo de Bizkaia

Alameda Rekalde 39 A, bajo
48008 Bilbao
Tfno.: 944031500
Fax: 944031967
E-mail: Consumo-Bizkaia@ej-gv.es

Área de Consumo de Gipuzkoa

Easo, 10-5ª
20006 Donostia-San Sebastián
Tfno.: 943022547
Fax: 943022572
E-mail: Consumo-Gipuzkoa@ej-gv.es

3. KONTSUMO GELAK

Vitoria-Gasteiz

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

Bilbao

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

Donostia-San Sebastián

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

4. OFICINAS MUNICIPALES DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR (OMIC)

ÁLAVA

Vitoria-Gasteiz

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

Cuadrilla de Campezo (Arraia - Maeztu - Bernedo - Campezu - Lagrán - Peñacerrada - Valle de Arana)

Carretera Vitoria-Estella, 7
01110 Campezo
Tfno.: 945405424
Fax: 945405472
E-mail: ccampezo.blanca@ayto.alava.net

Cuadrilla de Añana (Añana - Armiñón - Berantevilla - Iruña de Oca - Cuartango - Lantarón - Ribera alta - Ribera baja - Valdegovía – Zambrana)

Plaza de los Fueros, 11
01213 Ribera Baja
Tfno.: 945355089
Fax: 945355053
E-mail: omic-anana@kontsumo.net

Cuadrilla Rioja Alavesa (Labastida – Samaniego - Villanueva de Álava - Baños de Ebro – Leza – Navaridas – Elciego - La Puebla de la Barca – Laguardia - El Villar – Cripán – Lanciego – Yécora – Oyón - Moreda de Alava)

Carretera de Vitoria, 2
01300 Laguardia
Tfno.: 945621169
Fax: 945621065
E-mail: omic-riojaalavesa@kontsumo.net

Llodio

Herriko plaza, s/n
01400 Llodio
Tfno.: 944034848
Fax: 944034752
E-mail: omic-llodio@kontsumo.net

BIZKAIA

Bilbao

Ugalde, 7
48012 Bilbao
Tfno.: 944204969 / Fax: 944205066
E-mail: omic@ayto.bilbao.net

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

Askatasun Etorbidea, 2
48200 Durango
Tfno.: 946202707 / Fax: 946202707
Email: omic.mdurango@bizkaia.org

Ermua

Bajos del Mercado Municipal. Diputación, s/n
48260 Ermua
Tfno.: 943174585 / Fax: 943176290
E-mail: omic-ermua@kontsumo.net

Lekeitio

Sabino Arana, 14
48280 Lekeitio
Tfno.: 946034112 / Fax: 946034113
E-mail: kiub-lekeitio@kontsumo.net

Bermeo

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

Etxebarri

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

Ortuella

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

Muskiz-Forlan

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

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

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

Ondarroa

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

Balmaseda

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

Mancomunidad de Encartaciones (Arcetales – Carranza – Galdames – Gordexola – Güeñes – Lanestosa – Sopuerta – Trucios – Zalla)

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

Barakaldo

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

Portugalete

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

Erandio - Alzaga

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

Erandio - Astrabudua

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

Basauri

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

Santurtzi

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

Getxo

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

Sestao

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

Leioa

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

Arrigorriaga

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

Zierbena

Kultura Zierbena
48508 Zierbena
Tfno.: 946366007

GIPUZKOA

Donostia-San Sebastián

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

Oarsoaldea (Errenteria – Lezo – Oiartzun – Pasaia)

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

Hernani

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

Andoain

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

Lasarte-Oria

Beheko Kale Bidea, 1
20160 Lasarte-Oria
Tfno.: 943361605 / Fax: 943361605
E-mail: omic@lasarte-oria.org

Mancomunidad del Goierri (Altzaga – Arama – Ataun – Beasain – Gabiria – Gaintza – Idiazabal – Itsasondo – Lazkao – Legorreta – Mutiloa – Olaberria – Ordizia – Ormaiztegi – Segura – Zaldibia – Zegama – Zerain)

Beasain

Martina Maiz, 3
20200 Beasain
Tfno.: 943886908 / Fax: 943160604
E-mail: omic-beasain@kontsumo.net

Lazkao

Plaza de Euskadi, 1 (Ayuntamiento de Lazkao)
20210 Lazkao
Tfno.: 943805411 / Fax: 943889858
E-mail: omic-lazkao@kontsumo.net

Ordizia

Nikolas Lekuona, 2
20240 Ordizia
Tfno.: 943881642 / Fax: 943805615
E-mail: omic-ordizia@kontsumo.net

Irun

Juan Thalamas Labandibar, 21
20305 Irun
Tfno.: 943505536 / Fax: 943505659
E-mail: omic@irun.org

Tolosaldea Garatzen (Tolosa – Ibarra – Villabona)

Foruen Plaza, 1
20400 Tolosa
Tfno.: 704201202
E-mail: kontsumoa@tolosaldea.net

Eibar

Plaza Unzaga, 1
20600 Eibar
Tfno.: 943203843 / Fax: 943708420
E-mail: omic-eibar@kontsumo.net

Urola-Garaia (Urretxu – Zumarraga // Mantiene colaboración directa con dos asociaciones: Iratzarri de Legazpia y Mairi de Urretxu-Zumarraga).

Iparraguirre 11, bajo
20700 Urretxu
Tfno: 943724279 / Fax: 943726164
E-mail: omic-urolagaraia@kontsumo.net

Iraurgi Lantzen (Azkoitia – Azpeitia)

Azkoitia

Kale Nagusia, 60-62
20720 Azkoitia
Tfno.: 943857305 / Fax: 943857305
E-mail: omic-azkoitia@kontsumo.net

Azpeitia

Enparan, 1
20730 Azpeitia
Tfno.: 943157193 / Fax: 943157201
E-mail: omic-azpeitia@kontsumo.net

Elgoibar

Plaza de Navarra s/n (Plaza del Mercado)
20870 Elgoibar
Tfno.: 943743088 / Fax: 943743736
E-mail: omic-elgoibar@kontsumo.net

5. ORGANIZACIONES DE PERSONAS CONSUMIDORAS Y USUARIAS

EKA-ECUV, ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS VASCA
<http://www.eka.org>

Álava

URKOA, Asociación de Consumidores y Usuarios

Francia, 21-1º dpto. 3
01002 Vitoria-Gasteiz
Tfno.: 945283194 /Fax: 945283194
E-mail: urkoagasteiz@eka.org

Bizkaia

EKA-OCUV, Organización de Consumidores y Usuarios Vasca

Plaza Nueva, 7-1º dcha.
48005 Bilbao
Tfno.: 944168506 /Fax: 944150050
E-mail: ekainfo@eka.org

URKOA, Asociación de Consumidores y Usuarios

Plaza Nueva, 7-1º dcha.
48005 Bilbao
Tfno.: 944168506 / Fax: 944150050
E-mail: urkoabilbao@eka.org

URKOA, Asociación Uribe-Kosta de Usuarios y Consumidores

Amezti, 6-1º dpto 8
48990 Getxo
Tfno.: 944912233 / Fax: 944912233
E-mail: urkoa@eka.org

Gipuzkoa

EKA-OCUV, Organización de Consumidores y Usuarios Vasca

Boulevard, 25 bajo Dpto. 8
20005 Donostia-San Sebastián
Tfno.: 943423993 / Fax: 943423993
E-mail: urkoadonostia@eka.org

ACUBI, Asociación de Consumidores y Usuarios del Bidasoa

E-mail: acubi@kontsumo.net

Kasino Zaharra – Hogar del jubilado
20280 Hondarribia
Tfno.: 943640488 / Fax: 943635067

Fueros, 2-2º dcha.
20302 Irun
Tfno.: 943632194 / Fax: 943635067

UNIÓN DE CONSUMIDORES DE EUSKADI

<http://www.uce-ehkb.org>

Álava

Unión de Consumidores de Euskadi

Jose Lejarreta, 49-bis
01003 Vitoria-Gasteiz
Tfno.: 945264722
Fax: 945264799
E-mail: uce@kontsumo.net

Unión de Consumidores Provincial de Gasteiz

José Lejarreta, 49-bis
01003 Vitoria-Gasteiz
Tfno.: 945264722
Fax: 945264799
E-mail: uce-vitoria@kontsumo.net

Bizkaia

Unión de Consumidores Provincial de Bizkaia

Hurtado de Amézaga, 27-11º Dpto. 5
48008 Bilbao
Tfno.: 944215559
Fax: 944215251
E-mail: ucebizkaia@kontsumo.net

Gipuzkoa

Unión de Consumidores de Gipuzkoa-Donostia

Idiáquez, 7-3º C
20004 Donostia-San Sebastián
Tfno.: 943431124
Fax: 943426938
E-mail: uce-donostia@kontsumo.net

Unión de Consumidores de Gipuzkoa-Eibar

Plaza Unzaga, s/n (junto parada de taxis) Aptdo. 5
20600 Eibar
Tfno.: 943201987
Fax: 943208762
E-mail: uce-eibar@kontsumo.net

FEDERACIÓN DE CONSUMIDORES DE EUSKADI

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

Álava

AKE, Asociación Alavesa de Consumidores

Canciller Ayala, 11-1º dcha Oficina B
01004 Vitoria-Gasteiz
Tfno.: 945251708
E-mail: ake@kontsumo.net

Bizkaia

ASKOFA, Asociación Familiar para la Orientación del Consumo de Euskadi

Pintor Antonio Guezala, 7 (entrada Saturrarán)
48015 Bilbao
Tfno.: 944752239
Fax: 944752239
E-mail: ascofa@kontsumo.net

BKE, Asociación Vizcaina de Consumidores

Ledesma, 10 Bis-4º Dpto.1
48001 Bilbao
Tfno.: 944246420
Fax: 944246420
E-mail: eke@arrakis.es

EKE, Federación de Consumidores de Euskadi

Ledesma, 10 Bis-4º Dpto.1
48001 Bilbao
Tfno.: 944249210
Fax: 944246420
E-mail: eke@arrakis.es

ETXEKO-ANDRE, Asociación Provincial de Amas de Casa y Consumidores de Bizkaia

Jardines, 5-1º
48005 Bilbao
Tfno.: 944153874
Fax: 944154917
E-mail: etxeakoandre@euskalnet.net

Gipuzkoa

ARANZAZU, Asociación Provincial de Amas de Casa y Consumo Familiar de Gipuzkoa

Ramón y Cajal, 4-bajo
20002 Donostia-San Sebastián
Tfno.: 943277594
Fax: 943277594
E-mail: amasdecasa@euskalnet.net

6. JUNTAS ARBITRALES DE CONSUMO

Junta Arbitral de Consumo de Euskadi

Donostia-San Sebastián, 1

01010- Vitoria-Gasteiz

Tfno.: 945019936

Fax: 945019997

E-mail: junta-arbitral@ej-gv.es

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

Junta Arbitral de Consumo Municipal de Vitoria-Gasteiz

Cuesta de San Vicente, s/n

01001 Vitoria-Gasteiz

Tfno.: 945161670

Fax: 945161251

E-mail: junta.arbitral@vitoria-gasteiz.org