

CAMPAÑAS DE INSPECCIÓN REALIZADAS DURANTE 2003

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

Siguiendo estas premisas se realizaron durante 2003 las siguientes campañas, por orden cronológico, cuyo resultado a continuación se detalla.

- Servicios de reparación de aparatos de uso doméstico (SAT)
- Oferta, promoción y publicidad en venta de viviendas
- Etiquetado de leches enriquecidas
- Bebidas isotónicas: bebidas para deportistas
- Talleres de reparación de vehículos
- Etiquetado de artículos plegables de piscina y playa
- Seguridad de artículos inflables de piscina y playa
- Seguridad de pequeño electrodoméstico
- Etiquetado de pescado
- Indicación de precios de libros de texto
- Etiquetado del vino
- Aplazamientos de pago y créditos al consumo
- Seguridad de guirnaldas navideñas
- Seguridad de juguetes

Servicios de reparación de aparatos de uso doméstico (SAT)

La campaña de inspección sobre los Servicios de Asistencia Técnica de los tres territorios de la CAPV se llevó a cabo durante el mes de febrero con el objetivo de comprobar el grado de cumplimiento de la normativa aplicable a estos establecimientos.

Los aspectos a tener en cuenta fueron los siguientes: la información presentada a las personas consumidoras; las leyendas que muestran al público; el grado de cumplimentación de los documentos que deben entregar a los usuarios, y verificar que aquellos establecimientos que no estén acreditados como servicio oficial de marca no presenten o hagan ostentación de referencia a marcas que puedan inducir a error a las personas consumidoras.

El número de establecimientos inspeccionados fue de 47. Se analizaron los datos referentes a la información ofrecida a las personas consumidoras, las leyendas obligatorias, las piezas de repuesto y las hojas de reclamaciones. Un 70% de los talleres cumplían correctamente con esta serie de requerimientos.

Las deficiencias más comunes en cuanto a la información a las personas consumidoras fueron las siguientes: no exhibir el horario de atención al público, no hacer visible la información al público desde el exterior, o no mostrar información sobre el precio de otros servicios ofertados.

En cuanto a las leyendas obligatorias, algunos de los talleres inspeccionados no mostraban las leyendas relativas a las garantías o al derecho de las personas consumidoras a solicitar un presupuesto previo. La gran mayoría de los talleres contaba con hojas de reclamaciones.

Por otro lado, se inspeccionaron los documentos que se entregan a las personas usuarias. El grado de conformidad con la norma alcanzó el 65% de los documentos analizados. Cabe destacar que se detectaron algunos casos en que los SAT no realizaban presupuestos pese a no existir renuncia expresa por escrito por parte del usuario.

Las deficiencias más habituales entre las encontradas en los documentos que se entregan a las personas consumidoras se refirieron a la cumplimentación de los siguientes datos: fecha de entrega del aparato reparado, fecha de validez del presupuesto, plazo previsto de entrega del aparato, firma de la persona usuaria, firma del responsable del SAT, marca y modelo del aparato...

Por lo tanto, los resultados de la campaña de inspección aportaron las siguientes conclusiones:

- La normativa a aplicar en los establecimientos SAT se cumple en una amplia mayoría de los establecimientos inspeccionados.
- La información que deben ofrecer los SAT debe ser completa y estar en todos los establecimientos. Para ello se requirió a los establecimientos que presentaron irregularidades en alguno de los apartados para que subsanaran dichas irregularidades y se adecuasen a la norma.

Oferta, promoción y publicidad en venta de viviendas

Durante los meses de marzo y abril la Dirección de Consumo llevó a cabo esta campaña de inspección sobre Oferta, Promoción y Publicidad en venta de vivienda.

El objetivo marcado para la campaña fue conocer el grado de cumplimiento de la normativa aplicable al sector de vivienda en aspectos relacionados con la información que se facilita a las personas consumidoras sobre datos generales del vendedor, la vivienda e instalaciones, formalización del contrato, precio de la vivienda y documentación a entregar a la firma del contrato.

Constructoras, Promotoras, Agencias Inmobiliarias y todo aquel que oferte y publicite viviendas están obligados a facilitar dicha información aunque la vivienda se promueva desde otra entidad y siempre que se realice de modo profesional y dirigido a las personas consumidoras.

Las empresas inspeccionadas fueron las comprendidas en este sector: Constructoras, Promotoras de Vivienda, Agencias de la Propiedad Inmobiliaria y Oficinas inmobiliarias.

Se realizaron 74 inspecciones a empresas constructoras y un total de 45 inspecciones entre agencias inmobiliarias, promotoras de vivienda y oficinas inmobiliarias.

De los protocolos realizados se observó que el grado de cumplimiento de la normativa alcanzaba el 56%. Las infracciones más habituales correspondieron a las siguientes:

Existencia de publicidad en medio escrito:

- No indicar la fase de construcción o el período de validez de los folletos informativos.

Información general sobre el vendedor y la vivienda e instalaciones:

- No indicar la razón social del vendedor o su inscripción en el registro mercantil.
- No facilitar plano y descripción de la vivienda, de los trazados de redes y sus garantías, o de los materiales empleados en la construcción.
- No facilitar datos relacionados con al inscripción en el Registro de la Propiedad.
- No indicar el precio total de la vivienda y servicios accesorios.

Información sobre formalización del contrato.

En el 28% de las empresas inspeccionadas se detectan anomalías sobre la información que se debe facilitar a la hora de formalizar el contrato al no mencionar los siguientes derechos de las personas consumidoras:

- Los gastos de escrituración corresponden al vendedor, no a la persona consumidora.
- La persona consumidora tiene derecho a elegir el notario.
- El vendedor debe adjuntar el documento de garantía de las cantidades entregadas a cuenta.

Además, se deben hacer constar los siguientes datos:

- Nombre y domicilio del arquitecto.
- Fecha de entrega y fase de edificación.
- Las cláusulas incluidas en la disposición adicional primera de la Ley 7/1998 sobre Condiciones Generales de Contratación.

Información sobre el precio.

Las deficiencias más comunes en cuanto a la información sobre el precio se deben a la no indicación de los siguientes aspectos:

- La persona consumidora tiene derecho a subrogarse en el préstamo que el vendedor haya contratado con la entidad bancaria.
- Las fechas de vencimientos en caso de pagos aplazados e intereses.
- Los datos de inscripción de la vivienda en el Registro de la Propiedad.
- La responsabilidad hipotecaria que corresponde a cada vivienda.
- El precio total de la venta, incluyendo el IVA y los honorarios del Agente Comercial.

Documentación a entregar en la firma del contrato.

El 28% de las empresas presenta deficiencias en este apartado:

- Debe hacerse referencia al aval o contrato de seguro, indicando la entidad que avala.
- Debe figurar la entidad bancaria o caja de ahorro, así como el número de la cuenta donde el adquirente entrega las cantidades a anticipar.
- El cedente se obliga a la devolución de las cantidades percibidas más el interés legal si la construcción no se inicia o se demora en su fecha de finalización.
- No entregar al comprador el Libro de Edificación y la Garantía contra vicios o defectos de la construcción previstos en la Ley 38/99.

Etiquetado de leches enriquecidas

En abril de 2003 se llevó a cabo esta campaña destinada a conocer el grado de cumplimiento de las normas de etiquetado de las leches de consumo líquidas enriquecidas. Los aspectos observados fueron tanto generales del etiquetado de alimentos como el etiquetado nutricional obligatorio para este tipo de leches.

Los establecimientos visitados fueron Grandes Superficies y Supermercados de los tres territorios, resultando un total de 29 establecimientos visitados. En cada uno de los territorios se procedió a la inspección del etiquetado atendiendo a la clasificación por tratamiento térmico de la leche: pasteurizada, esterilizada y UHT.

Se inspeccionaron 36 leches enriquecidas: 12 enteras, 11 semidesnatadas y 13 desnatadas. Los elementos inspeccionados en cuanto a los requisitos en el etiquetado de alimentos fueron los siguientes: denominación de venta, lista de ingredientes, cantidad neta, marcado de fechas, responsable del producto, indicaciones sobre el lote y forma de conservación del producto, inclusión del marcado sanitario, la forma de presentación de la información del etiquetado y la utilización de frases o propiedades sobre el producto que pudieran inducir a error a las personas consumidoras.

En este aspecto cabe destacar que se encontraron irregularidades en 4 productos, de los que 3 señalaban en su etiquetado cualidades o características comunes a otras leches o incumplían con la obligación de no mencionar en la leche propiedades preventivas, terapéuticas o curativas de una enfermedad humana. Otra de las leches inspeccionadas incumplía la normativa en aspectos relacionados con la forma de presentar la información relativa al responsable del producto e incorporaba dos marcas de salubridad.

En cuanto a los requisitos de la información nutricional, se inspeccionó si efectivamente existía esa información y las declaraciones se efectuaban según la norma, la forma y el orden de presentación.

Sólo uno de los productos presentaba la información del grupo de nutrientes en un orden diferente al establecido.

De las irregularidades detectadas se ha dio traslado a las Comunidades Autónomas donde estaban ubicados los responsables de los productos, para su conocimiento y posible subsanación.

Bebidas isotónicas: bebidas para deportistas

El servicio de inspección de la Dirección de Consumo llevó a cabo durante el mes de abril una campaña de toma de muestras de bebidas isotónicas con el objetivo de comprobar analíticamente la composición y etiquetado de estos productos.

Se eligieron 17 productos de los existentes en el mercado con esa denominación y que además estuvieran enriquecidos con otras sustancias además de vitaminas.

Un total de 7 productos mostraron resultados correctos. El resto de los productos presentaban deficiencias en el etiquetado, dándose traslado de las irregularidades mediante comunicación a las Comunidades Autónomas donde estaban ubicadas las empresas responsables para su conocimiento y subsanación

Talleres de reparación de vehículos

La campaña de información y control de Talleres de Reparación de vehículos se llevó a cabo en junio de 2003 en el marco de las Campañas de Inspección y Control de Mercado programadas a nivel estatal por el Instituto Nacional de Consumo.

La campaña tuvo como objetivo comprobar el grado de cumplimiento de estos talleres con la normativa que regula este sector en aspectos relacionados con la información que debe facilitar el taller de reparación de vehículos: su identificación en el Registro Especial de Talleres; la actividad que realiza; si es un taller de marca; la información que se exhibe al usuario en temas relacionados con el precio de los servicios que presta; las leyendas que deben exponer y el contenido de éstas; si los contenidos de los documentos de resguardo, presupuesto y facturas se ajustan a los establecido en la norma, y si disponen de hojas de reclamaciones.

La Inspección se realizó en un total de 122 talleres: 29 en Araba, 36 en Gipuzkoa y 57 en Bizkaia. El grado de adecuación de los Talleres de Reparación de vehículos con la normativa que les es de aplicación alcanzó el 74% de los establecimientos, siendo el porcentaje similar en cada uno de los tres territorios.

La campaña de inspección apuntó los siguientes resultados:

- La información del taller era en general correcta, y sólo una pequeña parte de los talleres genéricos presentaban imágenes de marca que pudieran llevar a error a las personas consumidoras.
- La información que se concede a las personas usuarias era correcta en el 62% de los talleres inspeccionados.
- Las deficiencias más habituales se detectaron a la hora de exhibir las tarifas de precios por hora de trabajo, precios por trabajos realizados fuera de la jornada de trabajo del taller, precios por gastos diarios de estancia, inclusión en los precios del tipo de impuestos que les son de aplicación, etc.
- El 78% de los talleres cumplía con lo establecido respecto al resguardo de depósito.
- Las incidencias más comunes fueron las siguientes: no indicar el kilometraje del vehículo, no cumplimentar la fecha de entrega del vehículo o presupuesto, no indicar en número del taller en el Registro correspondiente.
- Un 65% de los talleres presentaba un acuerdo con la normativa referente a los presupuestos.
- Las incidencias más comunes fueron similares a las del anterior apartado, además de no indicar la fecha prevista de entrega o el tiempo de validez del presupuesto.
- La gran mayoría de los talleres (98%) cumplimentaba las facturas de forma adecuada.
- El 90% de los talleres tenía Hojas de Reclamaciones a disposición de las personas consumidoras.

Etiquetado de artículos plegables de piscina y playa

El objetivo de esta campaña realizada durante el mes de julio fue el de conocer el grado de cumplimiento de la norma de etiquetado, presentación y publicidad de estos artículos, así como la información que se facilita a las personas consumidoras sobre instrucciones de uso, garantía y precio de venta al público.

Los artículos objeto de inspección fueron distribuidos por territorios de la siguiente forma: en Araba se inspeccionaron sillas plegables en 10 establecimientos; en Gipuzkoa, tumbonas y hamacas en 20 establecimientos; y en Bizkaia sombrillas y mesas de camping en 20 establecimientos. Los establecimientos visitados fueron: tiendas de "todo a cien", tiendas de descuento, bazares, ferreterías y tiendas de deporte.

Finalmente se inspeccionaron 78 artículos, distribuidos por territorios de la siguiente forma: 10 en Araba, 43 en Gipuzkoa y 25 en Bizkaia.

Mediante esta campaña se constató que el 63% de los productos inspeccionados presentaba en la etiqueta o documento adjunto todas las indicaciones necesarias. Entre las deficiencias más comunes destacaron las siguientes:

- La mayoría de los artículos llevaba la etiqueta visible y legible, aunque no siempre en el idioma oficial. Algunas deficiencias encontradas fueron la ausencia del nombre, razón social y denominación del fabricante, la denominación del producto o su composición.
- Las instrucciones de uso y mantenimiento, así como las recomendaciones de seguridad figuraban en el 37% y 32% de los productos respectivamente.
- Sólo un 25% de los productos inspeccionados llevaba el documento de garantía.

La Dirección de Consumo del Gobierno Vasco dio a conocer dichas deficiencias mediante las comunicaciones pertinentes a las Comunidades Autónomas donde estuviera ubicado el domicilio del responsable del producto para así poder proceder a la subsanación de las incidencias encontradas.

Seguridad de artículos inflables de piscina y playa

El mes de julio se realizó una campaña de toma de muestras de artículos inflables para piscina y playa: flotadores, manguitos, tumbonas y colchonetas. El objetivo de la campaña fue el de verificar el grado de cumplimiento de estos artículos de acuerdo con la normativa que les es de aplicación en aspectos relacionados en el etiquetado y la seguridad de los productos.

Se tomaron muestras de 20 productos en Bizkaia, y fueron remitidos al laboratorio del Centro de Investigación y Control de Calidad (CICC) para su estudio analítico. Cabe destacar que sólo un 30% de los productos analizados resultó completamente correcto.

El 20% de los productos presentaba deficiencias en su etiquetado. Se comunicaron esas irregularidades a las Direcciones de Consumo de las Comunidades Autónomas donde están ubicadas las empresas para su subsanación.

El 50% de los productos presentaba problemas de seguridad y por lo tanto estos artículos fueron puestos en la red de alerta para proceder a su retirada del mercado.

Seguridad del pequeño electrodoméstico

Esta campaña de toma de muestras está incluida entre las que se realizan a nivel nacional en el ámbito de los Productos industriales. El objetivo de la campaña fue el de determinar, a través de los correspondientes controles analíticos de las muestras realizadas, el grado de acuerdo con los requerimientos en cuanto al etiquetado y seguridad de estos artículos. La campaña se realizó durante la primera quincena de julio.

Se tomaron 15 tomas de muestras entre secadores de pelo y planchas, tanto de viaje como convencionales, de una serie de establecimientos de Araba: tiendas de "todo a cien", bazares, ferreterías, tiendas de electrodomésticos y grandes superficies.

Los resultados del laboratorio mostraron que 9 de estas muestras resultaban satisfactorias, mientras que en las 6 restantes se detectaron irregularidades. Las irregularidades eran referentes a las indicaciones que debían aparecer en el etiquetado o a las garantías.

La Dirección de Consumo envió las comunicaciones oportunas a las Comunidades en que se encuentran las empresas responsables de dichos aparatos.

Etiquetado de pescado

Durante los meses de julio, agosto y septiembre la Dirección de Consumo llevó a cabo una campaña de inspección del etiquetado de pescado de venta a granel y envasado en el comercio minorista de la CAPV.

El objetivo de esta campaña fue el de comprobar que en aquellos establecimientos que presentaron irregularidades en la información que facilitaban a las personas consumidoras en la campaña del año 2002 hubieran adecuado las etiquetas o carteles informativos a las normativas estatal y europea.

La normativa establece que todos los productos deben ir acompañados de un etiquetado o documento obligatoriamente desde la primera venta o puesta en el mercado hasta el consumidor final. El pescado que se ofrece a las personas consumidoras debe llevar una etiqueta o cartel anunciador, colocado de forma visible y legible donde deben figurar: la zona de captura, forma de obtención, nombre comercial de la especie, modo de presentación y tratamiento y precio de venta.

En una **primera fase** y con la colaboración de los Departamentos de Sanidad y Agricultura y Pesca, se realizó una inspección a los establecimientos de mayoristas de pescado establecidos en los Mercados de Mayoristas de la Comunidad Autónoma, la Lonja de pescado de Pasajes y en la Lonja del Muelle de Donostia-San Sebastián. Se inspeccionaron 105 productos, de los que 89 iban acompañados del documento o etiqueta correspondiente.

En la **segunda fase**, se inspeccionaron 107 comercios de venta de pescado a granel, siendo inspeccionados 310 productos. Entre estos, un 76% aparecía correctamente identificado con el cartel o etiqueta correspondiente.

Aunque el nombre comercial de la especie y el precio de venta aparecían en casi la totalidad de los productos, las mayores deficiencias se detectaron en la información referente a la zona de captura, forma de obtención y modo de presentación.

De las inspecciones realizadas a productos de pescado fresco envasado destaca que la totalidad de los productos inspeccionados informaban sobre el nombre comercial de la especie, peso neto, peso por unidad de medida, importe total y fecha de consumo preferente, mientras que la información sobre zona de captura, forma de obtención y modo de presentación presentaban las mismas deficiencias que en el caso del pescado a granel.

Respecto al año anterior, se puede destacar que el número de productos etiquetados de acuerdo con la normativa ha aumentado de forma considerable, sobre todo en lo que respecta a la zona de captura y forma de obtención.

La Dirección de Consumo ha iniciado los expedientes correspondientes a aquellos establecimientos de venta de pescado minorista que presentaban infracciones.

Indicación de precios en libros de texto

Como en años anteriores la Dirección de Consumo realizó la campaña de inspección del precio de venta de los libros de texto durante los primeros días del mes de septiembre.

Se visitaron 30 establecimientos:

- Araba: 3 grandes superficies y 3 librerías.
- Gipuzkoa: 4 grandes superficies y 5 librerías.
- Bizkaia: 6 grandes superficies y 9 librerías.

Se han realizado 82 actuaciones inspectoras con el objetivo de constatar la información presentada a las personas consumidoras en aspectos como:

- Indicación del precio final del libro.
- Inclusión en el precio final del IVA y el importe de incrementos y descuentos.
- Existencia en el punto de venta de catálogo o lista de precios que especifique el precio de venta.
- Oferta de venta a precio de coste: si se especifica el precio final ofertado frente al precio habitual de venta y que el precio final de venta es el que figura en el albarán o factura como precio de coste.
- Oferta de venta PVP menos un tanto % de descuento: si se especifica claramente el precio del producto y el porcentaje de descuento aplicado y que el precio final coincida con el PVP menos el tanto % de descuento aplicado.
- Correspondencia entre el folleto publicitario, si existe, con lo expuesto a la venta.

Las irregularidades detectadas se produjeron en cuatro aspectos:

- La indicación correcta del precio final.
- El precio final no incluye el IVA.
- El precio final no incluye el importe de los descuentos.
- No se indica con claridad el precio final en la oferta del PVP menos un tanto % de descuento.

Por territorios, los resultados fueron:

- Araba: sólo un establecimiento con irregularidad: en el libro expuesto para la venta no figura la indicación del precio final de venta.
- Gipuzkoa: un establecimiento presenta una irregularidad al no especificar con claridad el precio final ofertado frente al precio habitual de venta. Otro establecimiento presenta la irregularidad de no indicar en el precio final el importe del incremento y/o descuento que oferta.
- Bizkaia: en un establecimiento no figura el precio final de venta, no incluye el IVA y en el precio final no incluye el importe del descuento.

La Dirección de Consumo requirió a los establecimientos para que subsanaran las deficiencias y abrió un expediente sancionador en su caso.

Etiquetado del vino

En los meses de septiembre y octubre la Dirección de Consumo llevó a cabo una campaña de control sobre la venta de vino sin etiqueta que se vende en bares y cafeterías de determinadas comarcas de los territorios de Gipuzkoa y Bizkaia.

La normativa exige que todo vino puesto a la venta en envase con volumen nominal de 60 litros o menos debe ir etiquetado reglamentariamente.

Se realizaron 95 actuaciones entre los dos territorios, 27 en Gipuzkoa y 68 en Bizkaia, distribuidas por localidades de la siguiente forma:

Gipuzkoa:

Aretxabaleta: 4; Arrasate: 13; Bergara: 10.

Bizkaia:

Derio: 5; Elorrio: 4; Erandio: 16; Galdakao: 11; Getxo: 18; Larrabetzu: 2; Lezama: 2; Sondika:4; Zamudio: 3; Zeanuri: 2.

Mediante la campaña de control se constató que en el 95% de los bares y cafeterías inspeccionados se vendía el vino correctamente etiquetado. Las irregularidades se han detectado en las localidades de Aretxabaleta, Arrasate, Galdakao y Erandio.

Los establecimientos que comercializaban vino sin etiquetar adujeron desconocimiento de la normativa o negativa del distribuidor a servirlo etiquetado. En una posterior visita se comprobó que todo el vino a la venta se encontraba correctamente etiquetado.

Aplazamientos de pago y créditos al consumo

La financiación para la adquisición de bienes de consumo ha experimentado un crecimiento notable en los últimos años, tanto para la compra de bienes de consumo de alto precio como para la contratación de servicios. Esta nueva situación ha motivado una campaña de inspección de los aplazamientos de pago y créditos al consumo con los siguientes objetivos:

- Conocer la situación general respecto a las ofertas de aplazamiento de pago y/o créditos al consumo, para la adquisición de bienes.
- Comprobar el cumplimiento de la normativa aplicable en los establecimientos que ofrecen aplazamientos de pago.
- En el caso de que el pago aplazado, préstamo, apertura de crédito, etc. haya sido concedido por una entidad de crédito y se haya realizado con la intermediación del establecimiento vendedor, recabar toda la información y documentación de que disponga el establecimiento.

La campaña se realizó en octubre de 2003 y consistió en visitas de inspección a establecimientos comerciales con el fin de comprobar la forma en que se han documentado las operaciones de consumo y financiación. Al efecto se visitaron un total de 63 establecimientos de los tres territorios: 14 en Araba, 21 en Gipuzkoa, y 28 en Bizkaia. Los establecimientos visitados pertenecían a sectores diversos como la venta de electrodomésticos, muebles, compraventa de vehículos, o centros de belleza.

Seguridad de guirnaldas navideñas

Como en años anteriores, el Servicio de Inspección de la Dirección de Consumo del Gobierno Vasco realizó una campaña de control del etiquetado y advertencias de uso y seguridad en las guirnaldas navideñas durante el mes de noviembre.

El objetivo de la campaña fue el de retirar del mercado todas las guirnaldas que no exhibieran el marcado CE, marca obligatoria que acredita que todos los productos han pasado unos controles de seguridad. Además, se procedió a retirar aquellas guirnaldas que durante 2003 fueron puestas en red de alerta tanto estatal como europea.

Se retiraron del mercado 20 tipos de guirnaldas luminosas por no llevar el símbolo CE. En total se retiraron 460 unidades entre los tres territorios.

Se destruyeron en el establecimiento 10 unidades de guirnaldas por carecer de marcado CE.

Se identificaron 3 tipos de guirnaldas incluidas en la red de alerta. De éstas, se retiraron del mercado 14 unidades y se destruyeron 32.

Además del marcado CE, estos artículos deben indicar el nombre del responsable del producto, llevar indicaciones acerca de la tensión de alimentación (V) y la potencia máxima (W), así como advertencias de uso para una mayor seguridad.

Para verificar estos datos, se inspeccionaron 55 modelos de guirnaldas en 30 establecimientos de la CAPV y se comprobó que el 77% de las guirnaldas estaban etiquetadas correctamente.

Las deficiencias más habituales respondían a estos requerimientos:

- No facilitar suficiente información sobre el fabricante, su domicilio, procedencia del producto si el fabricante es de fuera de la UE y la potencia máxima (W).
- No indicar entre las advertencias obligatorias de seguridad la información sobre: la sustitución de las lámparas que fallen inmediatamente por otras de la misma tensión y potencia para evitar calentamientos; no conectar la guirnalda a la red de alimentación mientras se encuentre en su envase, no conectar eléctricamente dos guirnaldas entre sí si no están previstas para ello.

Asimismo, en colaboración con el Departamento de Aduanas se efectuaron actuaciones para conseguir que los productos que se vayan a comercializar estuvieran correctamente etiquetados, para así impedir su puesta a la venta en el mercado hasta cumplir tal requisito.

Se dio traslado a las Direcciones de Consumo de las Comunidades Autónomas donde está ubicado el responsable del producto acerca de las irregularidades detectadas en las guirnaldas para la subsanación de las deficiencias encontradas.

Seguridad de juguetes

Como en años anteriores y durante el mes de noviembre la Dirección de Consumo llevó a cabo la Campaña de Inspección de los establecimientos de venta de juguetes, tales como bazares, tiendas de "todo a cien", tiendas de juguetes didácticos y grandes superficies.

Los objetivos y acciones principales de la campaña fueron los siguientes:

- Comprobar que todos los juguetes expuestos exhibían en el propio juguete o su embalaje el marcado CE, marca obligatoria que indica que el producto se ha fabricado conforme a las normas que garantizan su seguridad. Todo juguete que no muestre este distintivo debe ser retirado del mercado. Se retiraron 5.790 unidades de juguetes por carecer de marcado CE.
- Verificar que en el etiquetado de los juguetes figuraban los datos de identificación del fabricante y las advertencias de uso para cada tipo de juguete. Para ello se inspeccionaron 200 juguetes distribuidos en comercios de la CAPV. Todos ellos exhibían el marcado CE, indicaban el precio de venta al público, identificaban al fabricante o responsable del producto, su domicilio y las advertencias de uso aparecían expresadas en el idioma oficial.
- En cuanto a las advertencias especiales obligatorias para ciertos tipos de juguetes (químicos, eléctricos...) sólo se detectaron irregularidades en el caso de los llamados juguetes funcionales (aquellos juguetes con las mismas funciones que aparatos destinados para adultos pero a escala reducida), ya que el 60% de estos juguetes no exhibía la indicación "¡Atención! Utilícese bajo vigilancia de adultos".
- Inspeccionar los juguetes que fueron alertados durante 2003. Se tomaron muestras de dos modelos similares a los alertados para ser analizados en el laboratorio.
- Realizar tomas de muestras de varios juguetes para comprobar mediante ensayos de laboratorio que cumplen con los requisitos de seguridad establecidos. Se tomaron muestras de 9 modelos de juguetes que posteriormente fueron analizados en el laboratorio.

Como resultado de la campaña cabía señalar que aquellos juguetes que exhiben el marcado CE presentaban un etiquetado correcto, excepto en el caso de los juguetes funcionales. Por otro lado, destacar que era posible encontrar en los puntos de venta juguetes sin el marcado CE.