

PLAN ESTRATÉGICO 2022-2024

Retos globales y acelerados: postpandemia y transformación digital



#KONTSUMOBIDE

Euskadi, auzolana, bien común

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

TURISMO, MERKATARITZA
ETA KONTSUMO SAILA

DEPARTAMENTO DE TURISMO,
COMERCIO Y CONSUMO

Índice de contenidos

Espacio vasco de consumo	08
Metodología y evaluación	14
Tendencias y diagnóstico	21
Estrategias 2024	23
Plan de acción	29
Seguimiento	33



ESKERRIK ASKO!

al presidente
a la directora
a todo el equipo de kontsumobide
a los departamentos del gobierno vasco
a las organizaciones de personas
consumidoras
a la administración local y OMIC's
a las organizaciones empresariales
a las cámaras de comercio
a las organizaciones sindicales
a la confederación de cooperativas
a la junta arbitral

Cualquier trabajo de reflexión estratégica implica un trabajo de análisis complejo que requiere conocer la realidad sobre el terreno del aspecto a analizar. Por eso, creemos importante **poner en valor el tiempo y predisposición de los diferentes agentes** que han ayudado en la redacción de este plan estratégico.

Sin ellos y ellas habría sido imposible conocer la realidad del mismo en un contexto socioeconómico tan delicado como el vivido en los años 2021 y 2022.

Gracias también a todo el **Departamento de Turismo, Comercio y Consumo** y en especial a las responsables de las unidades administrativas de **KONTSUMOBIDE** por habernos facilitado todas las herramientas para poder llevar a cabo este proyecto.



#EUSKADI

Euskadi, auzolana, bien común

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

TURISMO, MERKATARITZA
ETA KONTSUMO SAILA

DEPARTAMENTO DE TURISMO,
COMERCIO Y CONSUMO

ESPACIO VASCO DE CONSUMO



El trabajo realizado por **Kontsumobide** en el periodo anterior al presente plan estratégico ha coincidido en el tiempo con la crisis sanitaria de la Covid-19 y su impacto socio-económico en Euskadi; un contexto que ha permitido tomar conciencia del papel transversal y estratégico que ocupan las políticas de consumo para defender derechos en ámbitos muy diversos de las vidas de las personas.

El plan 2022-2024 pretende ser una hoja de ruta eficaz para la defensa de los derechos de las personas consumidoras en Euskadi, que tome en cuenta las transformaciones sociales para adaptarse a la realidad que pretende mejorar.

En el periodo anterior y en el mencionado contexto de pandemia, **Kontsumobide** siguió informando a las personas consumidoras a través de su página web, de las redes sociales y de publicaciones propias, y adaptando la formación a las restricciones sanitarias.

En cuanto a las actuaciones de **resoluciones de conflictos y control de mercado**, también condicionadas por la crisis sanitaria, se siguieron poniendo al alcance de las personas consumidoras vías imprescindibles como las consultas, las reclamaciones, o las solicitudes de arbitraje.



Todas las [actuaciones de vigilancia del mercado](#) respondieron a un control constante para garantizar los derechos de las personas consumidoras y usuarias. Los controles y actuaciones realizadas persiguieron que los productos y servicios puestos a disposición de las personas consumidoras cumplieran con los requisitos de etiquetado, información y seguridad que exige la normativa de consumo vigente. Además, durante la pandemia se hizo especial hincapié en el control sobre las condiciones de comercialización y la seguridad de mascarillas y la efectividad de los diferentes tipos de estos productos.

Adicionalmente, se siguió desarrollando la cooperación con otros agentes y organismos, mejorando las relaciones con los organismos de consumo que conforman la red de protección para las personas consumidoras y usuarias, tales como las asociaciones de personas consumidoras, las oficinas municipales de información a las personas consumidoras (OMIC) o el Ministerio de Consumo.

Nuevo estatuto de las personas consumidoras y usuarias

Han pasado casi 20 años desde la entrada en vigor del Estatuto de las Personas Consumidoras y Usuarias, aprobado por la Ley 6/2003, de 22 de diciembre. Durante este extenso período, ha sido numerosas las novedades que se han registrado en el mundo del consumo.

En el plano normativo, ha habido cambios de importancia, tanto a nivel nacional como de la Unión Europea, encaminados a mejorar los derechos de las personas consumidoras. Por una parte, en 2007 se aprobó el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre. A posteriori, se ha ido actualizando o generando nueva regulación que atiende aspectos novedosos, como los contratos de suministro de contenidos y servicios digitales. Por otra, se han perfeccionado mecanismos para la ejecución de dichos derechos, así como los medios de reparación para las personas consumidoras. Todo ello justifica que se esté trabajando para que entre en vigor en 2023 un nuevo texto legal de protección, defensa y promoción de los derechos de las personas consumidoras y usuarias en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Euskadi.



Los cambios normativos de las últimas dos décadas se han producido en un contexto en el que se han asentado nuevas fórmulas de comercialización. Destaca en este plano como principal novedad el auge extraordinario del consumo on-line. Así, entre otras novedades, la Ley de Estatuto de las Personas Consumidoras y Usuarias, quiere ser una Ley que tenga en cuenta el incremento exponencial de la compra-venta y oferta de bienes y servicios a través de internet.

Asimismo, la nueva ley abrirá la posibilidad de obligar a la empresa sancionada a reponer la situación que originó la queja de la persona consumidora y, en ocasiones, la devolución de las cantidades indebidamente cobradas.

El nuevo Estatuto también dotará a Kontsumobide de la potestad para dar publicidad a las infracciones cometidas en los últimos tres años por parte de las empresas reclamadas cuando la sanción que se les haya impuesto sea firme. Asimismo, Kontsumobide podrá alertar a la ciudadanía cuando las reclamaciones recibidas pongan en peligro la salud, la seguridad o los intereses económicos de los consumidores; una herramienta preventiva y disuasoria, necesaria en los nuevos tiempos de compra-venta y contratación de servicios en internet.

En el ámbito de la inspección, una de las principales novedades del texto es que posibilitará que el personal inspector pueda actuar sin identificarse como tal, cuando de otra manera se estime que pueda frustrarse el fin de la actuación. Una medida especialmente relevante en el contexto de la contratación y compra-venta a través de medios digitales, pero también para corroborar la información precontractual ofrecida presencialmente a las personas consumidoras.

Finalmente, otra de las intenciones del nuevo texto es regular las prácticas de venta a domicilio que afectan especialmente a los colectivos más vulnerables, dotando a la potencial clientela de un tiempo mínimo de reflexión y consulta, así como garantizando la documentación suficiente para reclamar en caso necesario.

En definitiva, la próxima entrada en vigor de la Ley de Estatuto de las Personas Consumidoras y Usuarias de Euskadi constituirá un hito en general para la sociedad vasca y en particular para Kontsumobide, que verá reforzada su labor en el ámbito de la defensa de los derechos de las personas consumidoras.



Contexto institucional

El Plan Estratégico 2022-2024 de Kontsumobide busca ser **coherente con la estrategia general del Gobierno Vasco**, con el último Marco Estratégico de Consumo (MEC) aprobado por la Conferencia Sectorial de Consumo (CSC), con las políticas de consumo diseñadas desde la Unión Europea y con los principios formulados desde Naciones Unidas.

Así, el plan está alineado con el actual **Programa de Gobierno 2020-2024** de la XII Legislatura “Euskadi en marcha”, y en concreto con los compromisos acordados en **el EJE 1: PROPERIDAD - EL EMPLEO Y LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA**, en el **Área de actuación 9, denominada “La Persona Consumidora”**.

Dichos compromisos de legislatura se encuentran alineados al mismo tiempo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, de la siguiente manera:

COMPROMISOS

- 49** Adaptar Kontsumobide a las nuevas formas de consumo y de pago, potenciando la información y formación a las personas consumidoras.
- 50** Promover conductas respetuosas de las empresas con los derechos de las personas consumidoras y usuarias.
- 51** Trabajar hacia la excelencia en la resolución de los conflictos de consumo.
- 52** Mejorar las redes de colaboración y cooperación en las políticas de consumo.

O.D.S.



Para cada uno de los **compromisos adquiridos**, se definieron unas **iniciativas** que deben de reflejarse en las prioridades de este plan y que son las siguientes:

COMPROMISO 49. Adaptar Kontsumobide a las nuevas formas de consumo y de pago, potenciando la información y formación a las personas consumidoras.

- Iniciativa 1. Potenciar en Kontsumobide el análisis de tendencias y de nuevos tipos de conflictos y fraude, incorporando las necesarias herramientas de análisis y de adopción de medidas preventivas.
- Iniciativa 2. Identificar los colectivos más vulnerables y realizar campañas de información y formación.
- Iniciativa 3. Mejorar la formación e información de las personas consumidoras, para que sean más conscientes de sus derechos y también de sus obligaciones, así como de su papel e importancia para lograr un consumo más responsable.
- Iniciativa 4. Impulsar el consumo responsable y sostenible. Para ello se promoverá información sobre los productos y su impacto medioambiental, de tal manera que se favorezcan la conservación del medio ambiente, la igualdad social y el bienestar de las personas trabajadoras.

COMPROMISO 50. Promover conductas respetuosas de las empresas con los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

- Iniciativa 1. Fomentar la implantación de códigos de buenas prácticas empresariales, estableciendo acuerdos con las asociaciones profesionales y empresariales para la mejora de la protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias. Se actuará de forma rigurosa en la persecución y eliminación de incumplimientos legales y malas prácticas en el mercado.
- Iniciativa 2. Incentivar la responsabilidad y transparencia de las empresas mediante el desarrollo de mecanismos voluntarios de respeto a los derechos de las personas consumidoras.
- Iniciativa 3. Integrar el consumo ético y responsable y la adhesión al sistema voluntario de arbitraje en los criterios de concesión de ayudas, subvenciones, premios y cualquier otra modalidad de apoyo empresarial.



COMPROMISO 51. Trabajar hacia la excelencia en la resolución de los conflictos de consumo.

- Iniciativa 1. Gestionar con mayor eficacia las reclamaciones de las personas consumidoras y optimizar el Sistema Arbitral de Consumo, simplificando los procedimientos administrativos.
- Iniciativa 2. Impulsar la tramitación electrónica y telemática de las reclamaciones, intensificando el uso único de KontsumoNET para todos los agentes.
- Iniciativa 3. Fomentar la mediación como vía de resolución de conflictos previo al arbitraje de consumo.

COMPROMISO 52. Mejorar las redes de colaboración y cooperación en las políticas de consumo.

- Iniciativa 1. Coordinar las actuaciones de todos los organismos que trabajan por la defensa de las personas consumidoras para reforzar las acciones de protección de sus derechos. Se priorizará la garantía de una protección integral de las personas consumidoras, mejorando la colaboración interdepartamental e interinstitucional. Se diseñarán nuevos acuerdos con agentes clave y se homogeneizarán las respuestas de todos los agentes relacionados con las políticas de consumo.
- Iniciativa 2. Potenciar la participación en redes internacionales, especialmente en el ámbito europeo, impulsando las actividades en colaboración y cooperación dirigidas a la mejora de la protección de las personas consumidoras.



METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN



Evaluación del plan anterior

Resulta fundamental evaluar los resultados del plan anterior para extraer conclusiones, identificando los principales éxitos y reconociendo los aspectos a mejorar en el nuevo periodo.

Dicha evaluación del plan anterior al presente se ha realizado en dos fases diferenciadas:

Primero, se ha realizado [un balance de actividad del período 2020](#), un análisis cuantitativo en base a los principales indicadores de actividad y explotación de los resultados año a año, para obtener un balance de la actividad de [Kontsumobide](#) en el período analizado. La información ha sido obtenida principalmente de los instrumentos de control interno y de las memorias anuales.

Segundo, se ha realizado un [análisis cualitativo del grado de ejecución y despliegue](#) de cada una de las líneas estratégicas definidas en el plan anterior.



Para ello, se han realizado entrevistas con las responsables de cada línea estratégica y definido el grado de avance de cada línea estratégica **según los criterios acordados**.

La valoración general de cada eje en función del grado de consecución de sus indicadores y del grado de ejecución de sus iniciativas, se resume en el siguiente esquema:



Se detalla, para cada eje estratégico, una valoración cuantitativa y numérica de los indicadores de seguimiento del propio plan:

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PARTIDA	META 2020	RESULTADO 2020*	
EJE 1	1.1	Tiempo medio de respuesta de Kontsumobide ante una necesidad de posicionamiento	-	24 h	48 h
	1.2	Nº de iniciativas realizadas para fomentar el consumo responsable	0	4	3
	1.3	Número de comunicaciones y/o informaciones remitidas a las OMIC del posicionamiento de KB	1	4	2
EJE 2	2.1	Nº de páginas visitadas en la web	375.755	>20%	419.425
	2.2	Nº de visitas al blog	14.370	>20%	47.243
	2.3	Nº de seguidores en las redes sociales	9.822	>10%	12.683
	2.4	Nº de personas formadas	79.356	>10%	30.589
EJE 3	3.1	% de campañas en el que se remite a los grupos de interés identificados (informe campaña de inspección realizada)	0	>60%	-
	3.2	Porcentaje de campañas en las que se utiliza el procedimiento de muestreo	0	>70%	100%
	3.3	Porcentaje de establecimientos nuevos a los que se ha dado traslado del "pack" básico de consumo	0	>60%	-
	3.4	Número de buenas prácticas elaborados con el impulso de Kontsumobide	0	2	0
	3.5	Número de encuentros con empresas y organizaciones empresariales	6	9	0
EJE 4	4.1	Tiempo medio de resolución de quejas, denuncias y reclamaciones	65	40 días	54
	4.2	% de denuncias y reclamaciones resueltas en más de 120 días	14%	<10%	0,09
	4.3	Tiempo medio de resolución de expedientes de arbitraje	90 días	60 días	30 días
	4.4	Valoración encuesta de satisfacción	-	8,5	7,27 (para reclamaciones)
	4.5	% de mediaciones exitosas	46,80%	55%	62%
	4.6	% de empresas no adheridas al arbitraje pero que lo acepten para casos puntuales	17%	40%	18%
	4.7	Solicitudes realizadas on-line	282 solicitudes	>30%	2809
EJE 5	5.2	N.º de acciones en colaboraciones con asociaciones y OMICs	0	4	-
	5.3	N.º de acuerdos alcanzados con otros organismos	2	4	-
EJE 6	6.1	Participación en acciones de carácter internacional	1	2	1
	6.2	N.º intervenciones en los medios de comunicación	1800	>10%	190
	6.3	% de población que conoce Kontsumobide	-	60%	-

* Evaluación efectuada en el tercer trimestre 2020



Principales logros

A continuación, se detalla el trabajo de valoración de las iniciativas, así como de su agrupación en acciones, organizadas en tres bloques según su grado de ejecución: acciones culminadas con éxito, acciones afectadas por la crisis de la Covid-19 y acciones a replantear.

ACTUACIONES CULMINADAS CON EXITO:

- Elaboración de la **Carta de Servicios**, herramienta fundamental para la protección de los derechos de los consumidores, y en la que se plasman los compromisos de [Kontsumobide](#) con la calidad y con las personas consumidoras.
- Elaboración del anteproyecto de **Ley de Estatuto de las Personas Consumidoras y Usuaris**
- Desarrollo de iniciativas para el fomento del **consumo responsable** (diversos cursos, campañas específicas, folletos y artículos en la revista).
- Incremento de la **presencia** en redes sociales y otras plataformas para difusión de la información relevante para las personas consumidoras y usuarias.
- Intensificación de las labores de **inspección y sanción**.
- Fomento de **buenas prácticas** en distintos sectores.
- **Colaboración interdepartamental e interinstitucional** para garantizar una protección integral de las personas consumidoras.
- Formación interna en **nuevas tendencias de consumo**.
- **Implementación de encuestas de satisfacción** en todos los servicios, para la medición de la satisfacción de las personas usuarias de los servicios de [Kontsumobide](#).
- Realización de un **estudio de imagen y posicionamiento** para determinar el grado de conocimiento y la imagen que la ciudadanía del País Vasco tiene de [Kontsumobide](#).



- Se ha **desarrollado de manera satisfactoria** el apartado empresa en la web.
- **Potenciación vía electrónica:** se ha implementado el formulario de reclamaciones sin firma.
- **Reducción del tiempo de cierres de reclamaciones:** se ha incorporado en la herramienta informática un proceso de cierre automático.
- **Participación activa en reuniones periódicas** de los grupos de trabajo con la Dirección General de Consumo.
- Participación activa en las **nuevas iniciativas legislativas**, por ejemplo: Decreto ordenación cartografía e información geográfica, Proyecto de decreto sobre condiciones de habitabilidad y diseño de viviendas y alojamientos dotacionales, Decreto de segunda modificación del decreto de agencias de viajes, Modificación de la Ley 1/2007 a nivel estatal.
- Acordada la **renovación de convenios con UPV y Autocontrol.**
- Participación en **proyectos europeos:** tres proyectos en marcha (dos de Junta arbitral y uno de control mercado inspección en movilidad).
- Se ha realizado una contratación **para reforzar la imagen de Kontsumobide** a través de radio, TV y marquesinas de autobuses.
- **Innovación en nuevas técnicas formativas:** se han realizado nuevas adaptaciones de programas formativos ya existentes, se han puesto en marcha juegos formativos y nuevas opciones online.

ACTUACIONES AFECTADAS POR LA CRISIS DEL COVID (aplazadas o no realizadas):

- **Colaboración con las asociaciones profesionales y sectoriales y cámaras de comercio en la transmisión de información, normativa, formación, etc.** para llegar a pequeños establecimientos: **Se han propuesto las primeras acciones, pero ninguna de ellas se ha hecho efectiva.**
- **Fomentar Buenas Prácticas a desarrollar** en diversas empresas en colaboración con Cámaras de Comercio, asociaciones profesionales y sectoriales.
- **Promover acuerdos** con empresas y sectores que presentan mayores índices de conflicto.
- **Inclusión en los premios del departamento** del criterio de la adhesión al sistema arbitral como criterio de valoración para los candidatos y candidatas: debido a la crisis de la Covid-19, **no hubo Premios en 2020.**



ACTUACIONES A REPLANTEAR /REDEFINIR:

Debido al ámbito cambiante de consumo que exige una constante redefinición (dinamismo crítico constante) se replanteará el modo de definir las siguientes acciones:

- Refuerzo del uso de KontsumoNET entre todos los agentes de consumo con acceso.
- Revisión de las convocatorias de ayudas para potenciar el trabajo en red.
- Potenciación de kontsumoNET entre OMIC's y asociaciones.



A red shopping bag with a red ribbon handle is the central focus. The bag is positioned on a light-colored tiled floor. The floor tiles are square and arranged in a grid pattern. There are several shadows cast across the floor, including a prominent one from the bag and others that suggest an outdoor or brightly lit indoor setting. The text '#TENDENCIAS' is printed in a bold, white, sans-serif font on the front of the bag.

#TENDENCIAS

TENDENCIAS Y DIAGNÓSTICO

Actualmente la protección de los derechos de las personas consumidoras ha de adaptarse a cambios sustanciales que están transformando el ámbito del consumo. La estrategia y actividad a desarrollar por Kontsumobide, dirigida a garantizar los derechos de las personas consumidoras a la seguridad, a la salud, la protección de sus legítimos intereses económicos, así como a la información y a su participación debe definirse en total consonancia con dichas transformaciones. A continuación, se refleja esta intención en un diagnóstico, estructurado en los epígrafes 'Tendencias' y Diagnóstico.

Tendencias

En la actualidad, se siguen extendido nuevos hábitos de consumo, como consecuencia no solo del progreso técnico-científico y el cambio material en las condiciones de compra, sino también de nuevos valores y patrones sociales emergentes.

Cada vez más personas incorporan la valoración del impacto social y medioambiental en sus decisiones de consumo, a la vez que crece la preocupación por la salud. Así lo indica expresamente la Nueva Agenda del Consumidor de la Unión Europea, al señalar que “las repercusiones ambientales negativas y la obsolescencia temprana constituyen una preocupación creciente para los consumidores de la UE”. De esta forma, se identifican tendencias que apuntan hacia una creciente sensibilización a favor de un consumo más responsable, saludable y sostenible, tanto desde la perspectiva medioambiental como social. Desde las políticas públicas se debe no solo acompañar sino impulsar este proceso. Este es, sin duda, un objetivo compartido e identificado por Kontsumobide.

En Euskadi, según el último estudio presentado en abril de 2022 por el Observatorio Vasco del Comercio, Enfokamer, titulado *"La ciudadanía vasca y la sostenibilidad. De la concienciación a la acción"*, **el 68,2% de las personas consumidoras vascas dice tener en cuenta el medio ambiente en sus hábitos de consumo de bienes y servicios**, aunque eso suponga prescindir de algunas comodidades. En cuanto a medidas de uso de servicios, el 39,2% de la ciudadanía entrevistada dice tener presente de forma permanente el consumo de energía en el hogar, reduciendo en la medida de lo posible su despilfarro.



Diagnóstico

Por otro lado, también hay que destacar el cambio sustancial en los hábitos de consumo que se ha producido en los últimos años, la digitalización, la omnicanalidad, las nuevas formas de compra y pago y la creciente brecha generacional a la hora de consumir; entre otros, que exigen una adaptación y respuesta ágil desde [Kontsumobide](#).

El comercio electrónico mantiene un crecimiento sostenido que no se ve afectado ni por avatares económicos ni por la pandemia producida por la Covid-19. A modo de ejemplo, el número de transacciones en el cuarto trimestre de 2020 en España fue de más de 307 millones, mientras que en el mismo periodo de 2014 fueron algo menos de 60 millones, lo que denota la importancia creciente de este canal en las relaciones de consumo.

El reto de mejorar los procedimientos, normas y políticas públicas eficaces para la protección y promoción de los derechos de las personas consumidoras, solo puede asumirse a partir de un diagnóstico realista de los medios con los que se cuenta.

A continuación, se presenta como consecuencia de esta reflexión estratégica, el nuevo DAFO de [Kontsumobide](#):



debilidades

- Dificultades de adaptación al cambio.
- Falta de especialización ocasionada por la diversidad.
- Rotación del personal.
- Dificultad para fijar el posicionamiento como instituto.



amenazas

- Escaso conocimiento de las personas consumidoras de sus obligaciones a la hora de reclamar sus derechos.
- Diversidad de agentes a los que puede dirigirse la persona usuaria.
- Nuevas formas de consumo como exigencia de adaptación de la organización.



fortalezas

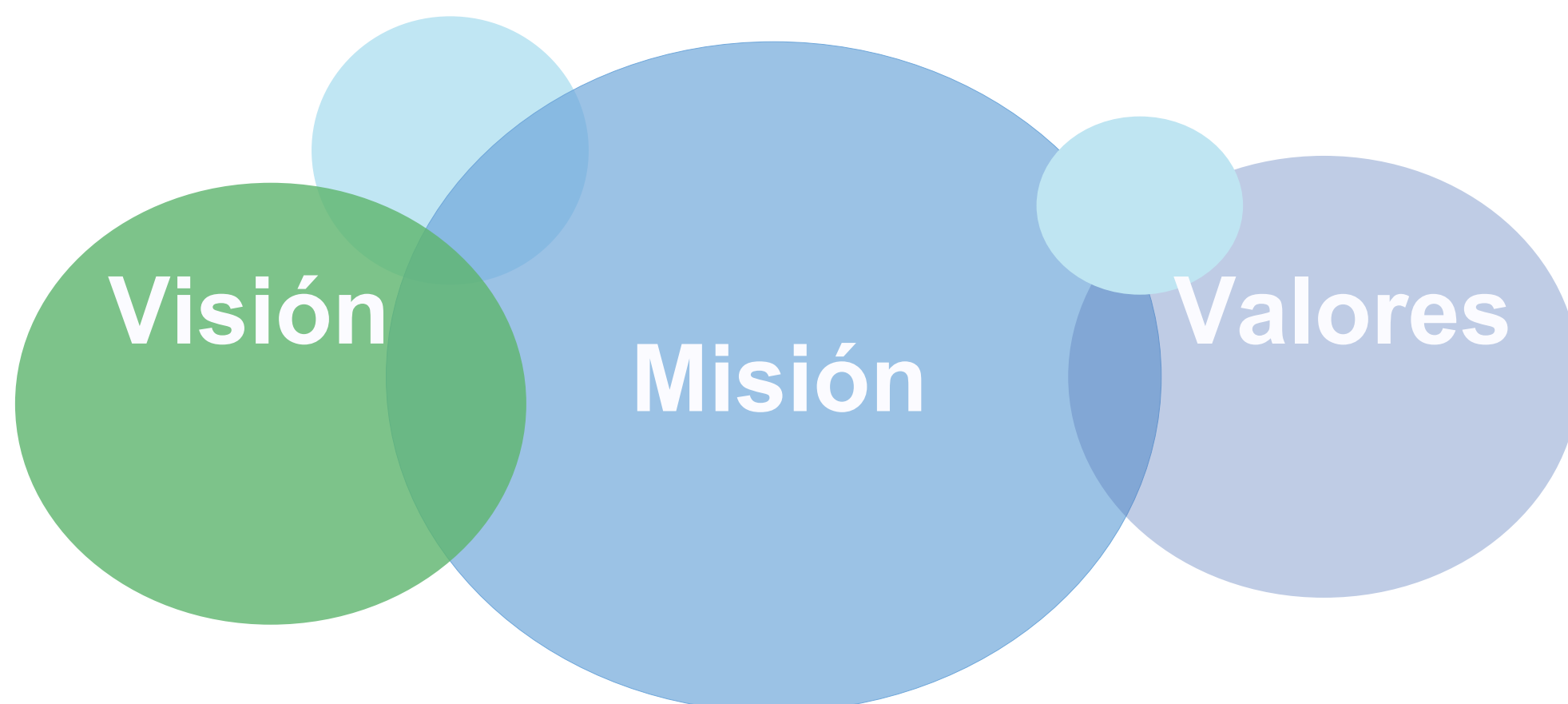
- Experiencia y profesionalidad del equipo.
- Posibilidad de recursos dedicados a la formación y reciclaje del personal.
- [Kontsumobide](#) forma parte de la administración pública y tiene autoridad reconocida.
- Actitud positiva (motivación) del personal.
- Web, blog, redes sociales.
- Atención presencial, telefónica y telemática.



oportunidades

- Incremento de la utilización de las nuevas tecnologías y de la relación online con la Administración.
- Medios de comunicación como difusores de mensajes de defensa y protección de las personas consumidoras.
- Nueva Ley de Estatuto
- Colaboraciones con colectivos empresariales.

ESTRATEGIAS 2024



Misión, visión y valores

[Kontsumobide](#) - Instituto Vasco de Consumo es un organismo autónomo, adscrito al Departamento de Turismo, Comercio y Consumo del Gobierno Vasco, y cuyos objetivos son definir, planificar, impulsar y ejecutar las políticas del gobierno en materia de defensa y protección de las personas consumidoras y usuarias.

El Instituto fue creado por la Ley 9/2007 de 29 de junio, donde se especifican sus objetivos y funciones. El Instituto inició sus actividades el 1 de septiembre de 2011, tras la aprobación del Decreto 159/2011, de 12 de julio, que regula su estructura y organización.

Para este plan, se cree que estos objetivos máximos con que el instituto fue creado, no difieren del anterior plan por lo que [las definiciones de misión, visión y valores se mantienen inalteradas](#).



Misión

La misión de una organización como [Kontsumobide](#) hace referencia a su razón de ser. La misión de [Kontsumobide](#) se ha definido como sigue:

Misión [kontsumoBIDE](#)

Defender los derechos de las personas consumidoras y usuarias de Euskadi y proporcionar las herramientas necesarias para que puedan ser protagonistas de su propia protección



Visión

La visión de una organización tiene como principal función establecer el marco de referencia para definir y alcanzar la misión y hace referencia, por tanto, a lo que una organización quiere llegar a ser en el futuro. La declaración de la visión infunde rumbo y enfoque estratégico a la organización y ayuda a fijar las metas que sirven de impulso a las mismas. [La declaración de visión de Kontsumobide](#) se ha establecido así:

Visión [kontsumoBIDE](#)

Kontsumobide-Instituto Vasco de Consumo aspira a ser referente en el ámbito del consumo, tanto en Euskadi como en el conjunto de España.

[Kontsumobide](#) quiere ser reconocido como un recurso útil e imprescindible para:

- Prevenir, evitar, reducir y solucionar conflictos en los actos de consumo
- Generar confianza en las personas consumidoras y usuarias, así como en organizaciones empresariales y profesionales
- Promover un consumo responsable, sostenible y seguro



Valores 2024

Cualesquiera que sean las estrategias y los planes adoptados por una organización, ésta debe mantener permanentemente una base de sólidos valores que fundamenten su desenvolvimiento estratégico y operativo. En el caso de Kontsumobide, estos valores han sido definidos de la siguiente manera:

- **Cercanía:** accesibilidad, capacidad de interlocución, predisposición al diálogo y mediación y agilidad en sus respuestas.
- **Rigor:** eficacia y eficiencia en todas sus actuaciones.
- **Sensibilidad:** sensibilidad hacia los colectivos más vulnerables.
- **Flexibilidad:** adaptación a las nuevas formas de consumo.
- **Calidad y mejora continua:** mejora continua, innovación y evaluación en la gestión.
- **Trabajo en equipo:** confianza en construir una red de alianzas estables con todos los agentes implicados.



cercanía

Accesibilidad, capacidad de interlocución, predisposición al diálogo y mediación y agilidad en sus respuestas



flexibilidad

Adaptación a las nuevas formas de consumo



rigor

Eficacia y eficiencia en todas sus actuaciones



calidad y mejora continua

Mejora continua, innovación y evaluación en la gestión



sensibilidad

Sensibilidad hacia los colectivos más vulnerables



trabajo en equipo

Confianza en construir una red de alianzas estables con todos los agentes implicados



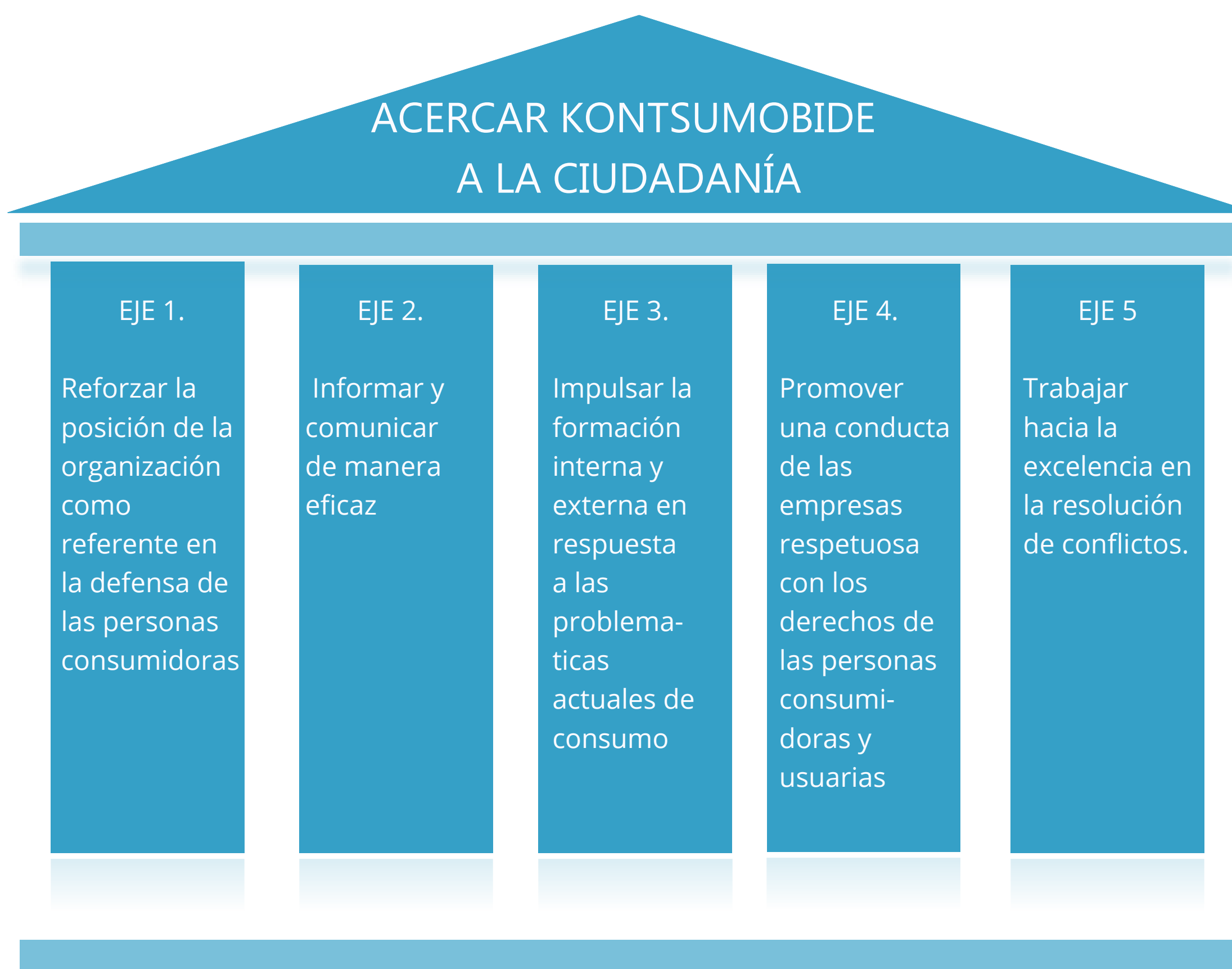
Enfoque 2024

- El comercio electrónico mantiene un crecimiento sostenido que no se ve afectado ni por avatares económicos ni por la pandemia producida por la Covid-19. La eclosión de nuevas formas de consumo electrónico proporcionadas por las nuevas tecnologías deriva en una serie de cambios cualitativos, como el desarrollo de nuevas formas de marketing, basándose en atributos como el precio, los servicios a domicilio o la comparación instantánea entre productos.
- Kontsumobide debe continuar adaptándose a dichos cambios, ser percibido por la ciudadanía como un recurso útil, generar confianza en las personas consumidoras y usuarias y ser un referente institucional en la defensa de los derechos de las personas consumidoras.
- Las organizaciones defensoras de los derechos y protección de las personas consumidoras deben adaptarse igualmente a estos nuevos desafíos, y Kontsumobide debe velar por que esta adaptación suceda en red y coordinadamente para brindar la mejor protección a las personas consumidoras.
- La próxima entrada en vigor de la Ley del Estatuto de las Personas Consumidoras y Usuarias de Euskadi constituirá un hito en general para la ciudadanía vasca y en particular para Kontsumobide, que verá reforzada su labor en el ámbito de la defensa de los derechos de las personas consumidoras vascas.
- El presente Plan Estratégico 2022-2024 tiene por objeto dar respuesta a esta nueva situación.



Plan de acción

En el marco de las competencias y razón de ser de una organización como [Kontsumobide](#) y en un entorno caracterizado por los cambios tecnológicos en el ámbito digital, la creciente internacionalización y el despegue de los conceptos de responsabilidad social y sostenibilidad, se han definido los siguientes ejes estratégicos, que actúan a modo de grandes objetivos, y que son los que han de guiar las actuaciones de la organización en los próximos años:



EJE 1 REFORZAR LA POSICIÓN DE LA ORGANIZACIÓN COMO REFERENTE EN LA DEFENSA DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS

Kontsumobide busca ser percibido por la ciudadanía como un recurso útil, generar confianza en las personas consumidoras y usuarias y ser un referente institucional en la defensa de los derechos de las personas consumidoras.

OBJETIVOS	CRONOGRAMA		
	2022	2023	2024
Mejorar la visibilidad de Kontsumobide y el conocimiento del instituto por parte de la ciudadanía:			
• Analizar el posicionamiento actual de la web.			
• Posicionar (SEO, SEM) la web.			
• Elaborar un protocolo de comunicación con los medios.			
• Realizar una propuesta de señalética externa.			
• Hacer un estudio comparativo de posicionamiento (2021-dic 2024).			
Disponer de una normativa actualizada que responda a las necesidades del ámbito del consumo:			
• Aprobación del Estatuto.			
• Iniciar actualización decreto hojas de reclamaciones			
• Iniciar actualización decreto AACC			
• Desarrollo reglamentario inspección.			
• Desarrollo reglamentario resarcimiento.			
Afianzar la coordinación con otros agentes del consumo e instituciones:			
• Reunirse anualmente con las AACC			
• Reunirse anualmente con las OMIC.			
• Delimitar las competencias con otros departamentos del Gobierno (Agricultura, Industria, Salud, Hacienda).			
Actualizar la estructura de la organización a las nuevas necesidades:			
• Identificar las necesidades de personal del instituto.			
• Adaptar la estructura del Instituto			
Potenciar la participación en redes internacionales, especialmente en el ámbito europeos			
• Participar en proyectos europeos.			



EJE 2 INFORMAR Y COMUNICAR DE MANERA EFICAZ A LAS PERSONAS CONSUMIDORAS

Kontsumobide busca diseñar e implementar políticas públicas de protección a las personas consumidoras. Para su correcta implementación y efectividad, resulta imprescindible que la ciudadanía tenga información suficiente y actualizada sobre sus derechos y obligaciones. En ese sentido, el instituto busca difundir información de calidad, accesible y clara a todas las personas consumidoras vascas.

OBJETIVOS	CRONOGRAMA		
	2022	2023	2024
Homogeneizar la respuesta en la atención telefónica:			
• Establecer protocolos de respuesta.			
• Elaboración de fichas sobre las temáticas más frecuentes.			
Mejorar la accesibilidad y usabilidad de la web:			
• Implementar el uso lenguaje claro			
• Reorganizar los contenidos.			
• Mejorar la accesibilidad desde todos los dispositivos.			
Clarificar y sistematizar la respuesta de Kontsumobide a los mensajes recibidos a través de redes sociales:			
• Elaborar un documento identificando los tipos de mensajes que recibe el instituto.			
• Establecer criterios de respuesta homogéneos a dichos mensajes.			
Dar a conocer a la ciudadanía el Nuevo Estatuto de la Persona Consumidora y Usaria:			
• Establecer un plan de medios para su difusión.			
• Realización de una campaña específica.			

EJE 3 IMPULSAR LA FORMACIÓN INTERNA Y EXTERNA EN RESPUESTA A LAS PROBLEMÁTICAS ACTUALES DE CONSUMO.

Kontsumobide considera fundamental profundizar en la formación de las personas consumidoras vascas. Una formación actualizada, alineada con las problemáticas de consumo. Para ello, busca reforzar la formación externa e interna que ofrece, así como explorar nuevas vías de colaboración con otros agentes.

OBJETIVOS	CRONOGRAMA		
	2022	2023	2024
Implementar nuevos canales de formación en problemáticas de consumo:			
• Diseño digital de un nuevo canal de formación en problemáticas de consumo.			
• Desarrollo informático nuevos canales de formación.			
Impulsar la formación de consumo con la EHU-UPV:			
• Detectar colaboraciones prioritarias y colaboradores prioritarios dentro de EHU-UPV.			
• Diseñar y organizar formaciones conjuntas con EHU-UPV.			



EJE 4 PROMOVER UNA CONDUCTA DE LAS EMPRESAS RESPETUOSA CON LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y USUARIAS

Kontsumobide se plantea como objetivo estratégico promover y reconocer las buenas prácticas empresariales en el ámbito del consumo, además de continuar y reforzar su labor de velar por el cumplimiento de la normativa de consumo por parte de las mismas.

OBJETIVOS	CRONOGRAMA		
	2022	2023	2024
Promover buenas prácticas en colaboración con sectores empresariales:			
• Identificar sectores de interés e interlocutores.			
• Elaborar y difundir buenas prácticas.			
Impulsar la adhesión de las empresas al arbitraje de consumo			
• Campaña anual de adhesión.			
Visibilizar buenas prácticas empresariales:			
• Premios anuales del Departamento de Turismo Comercio y Consumo.			
Dar a conocer la normativa de consumo entre las empresas:			
• Elaborar y actualizar contenidos (Pack de empresas)			
• Enviar, difundir y hacer seguimiento.			
Velar por el cumplimiento de la normativa de consumo por parte de las empresas:			
• Adecuar y ejecutar los planes de vigilancia de mercado.			
• Dar a conocer las infracciones que hayan sido objeto de resolución firme.			
Difundir el resultado de las campañas de vigilancia y los ambitos de mejora de mejora detectados:			
• Adecuar los informes a los diferentes públicos objetivos.			
• Publicar la información resultante.			



EJE 5 TRABAJAR HACIA LA EXCELENCIA EN LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

Una resolución rápida y justa de los conflictos de consumo necesita procedimientos que permitan reducir el tiempo de tramitación, así como minimizar el coste de recursos económicos y humanos implicados en su gestión.

Kontsumobide busca los siguientes objetivos con el desarrollo de este eje estratégico:

OBJETIVOS	CRONOGRAMA		
	2022	2023	2024
Reforzar la mediación:			
• Aumentar el número de segundas mediaciones.			
• Implementar el procedimiento de mediación de acuerdo a la normativa.			
Fortalecer la colaboración en la resolución de conflictos con la red OMIC y las asociaciones			
• Modernización de la plataforma de gestión.			
• Puesta en común de criterios y recursos a través de la plataforma.			
Poner en marcha el procedimiento de resarcimiento			
• Poner en marcha el procedimiento definido en el decreto internamente.			
• Desarrollar la aplicación informática necesaria.			
Visibilizar el arbitraje entre las personas consumidoras			
• Campaña de comunicación para visibilizar el logo del arbitraje entre las personas consumidoras.			
Impulsar la tramitación online de las reclamaciones en OMIC y Asociaciones			
• Reforzar el uso de la plataforma online a disposición de las OMIC.			
• Creación de nueva línea de fomento de la digitalización en las ayudas a AACC.			



SEGUIMIENTO



Seguimiento del plan

A efectos de ofrecer un marco sencillo y de síntesis del seguimiento y evaluación del plan, se ha planteado un cuadro de mando con un número reducido de indicadores básicos que combinan la información de macromagnitudes estructurales del sector y su coyuntura.



Seguimiento

EJE	INDICADOR	2022	2023	2024
Eje 1 Reforzar la posición de la organización como referente en la defensa de las personas consumidoras	Mejora del posicionamiento (% incremento).			%20
	Protocolo elaborado y en activo.		1	1
	% cumplimiento señalética externa.		50%	%100
	% de reglamentos elaborados y % de reglamentos aprobados.		30%	60%
	Nº de reuniones de coordinación realizadas.	1	3	3
	% desarrollo nueva RPT.		25%	%75
	Nº de proyectos europeos	1	1	1
EJE 2 Informar y comunicar de manera eficaz	Nº de fichas (mínimo: 5 anuales).		5	8
	% realización proyecto remodelación web.		75%	100%
	Elaboración del documento identificación mensajes.		1	2
	Elaboración de documento de criterios.		2	5
	% incremento nº de apariciones en medios derivados de la campaña y nº de impactos de la campaña.		30%	50%
EJE 3 Impulsar la formación interna y externa en las problemáticas actuales de consumo	Nº de formaciones compartidas en el nuevo canal.			5
	Nº de acciones formativas celebradas en colaboración con la UPV		2	4
	Nº personas que asisten a las sesiones formativas con la UPV		300	500
EJE 4 Promover una conducta de las empresas respetuosa con los derechos de las personas consumidoras y usuarias.	Nº de sectores identificados.		3	5
	Nº de buenas prácticas elaboradas.		1	2
	Nº de acciones de difusión.		2	4
	Nº de impactos (descargas, entregas) del material.		80	120
	Grado de cumplimiento (%) del plan de campañas.		%75	%100
	Nº de informes		1	2
EJE 5 Trabajar hacia la excelencia en la resolución de conflictos	% incremento de segundas mediaciones		%5	%10
	Nº de recursos compartidos con Omics en la plataforma de gestión		3	7
	Incremento % número de impactos de la campaña de comunicación		%5	%8
	Nº de Omics/AACC que integran en su web la realización de consultas/reclamaciones online".	11	15	20



#CONSUMORESPONSABLE



#KONTSUMOBIDE

Euskadi, auzolana, bien común

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

TURISMO, MERKATARITZA
ETA KONTSUMO SAILA

DEPARTAMENTO DE TURISMO,
COMERCIO Y CONSUMO