



Kontsumobide – Kontsumoko Euskal Institutua
Kontsumobide – Instituto Vasco de Consumo

PROGRAMA

4432 KONTSUMOBIDE

ARDURADUNA

49 KONTSUMOBIDE – KONTSUMOKO EUSKAL
INSTITUTUA

KONTSUMOBIDEAREN ZUZENDARIA

PROGRAMA

4432 KONTSUMOBIDE

RESPONSABLE

49 KONTSUMOBIDE – INSTITUTO VASCO DE
CONSUMO

DIRECTORA DE KONTSUMOBIDE

HELBURUA

1. ANTOLAKUNDEA KONTSUMO ETA ORDAINKETA MOLDE BERRIETARA EGOKITZEA
2. ARINAGO ETA EFIKAZAGO INFORMATU ETA PRESTATZEA
3. KONTSUMITZAILEEN ETA ERABILTZAILEEN ESKUBIDEAK ERRESPETATZEKO JARRERA SUSTATZEA ENPRESETAN
4. BIKAINASUNERANTZA LAN EGITEA KONTSUMO ETA GATAZKEN KONPONBIEAN
5. LANKIDETZA ETA KOOPERAZIO SARE HOBEAK HEDATZEA
6. KONTSUMOBIDEREN IKUSGARRITASUNA INDARTZEA

BETETZE MAILA

1. ANTOLAKUNDEA KONTSUMO ETA ORDAINKETA MOLDE BERRIETARA EGOKITZEA

Kontsumobidek kontsumitzaileak eta erabiltzaileak babesten jarraitu du 2021eko ekitaldian, eta, horretarako, beren babesaren protagonista izan daitezen beharrezkoak diren tresnak ematen lan egin du. Kontsumitzaileak eta erabiltzaileak babesteko eta kontsumo-gatazka prebenitzeko baliabide erabilgarri eta ezinbesteko gisa onartua izateko, institutua kontsumoaren errealitate aldakorrera egokitzeko gaitasuna indartzeko lan egin du, Institutuak planteatutako posizionamendu-premiei erantzuteko batez besteko denbora hobetu ahal izateko.

Institutuaren jardueraren barruan, kontsumo arduratsua zeharkako ardatza da Kontsumobideren komunikazioan. Arlo horretan 2021ean egindako bi kanpainak kontsumo arduratsu eta kontzientearen kontzeptua landu zuten, eta kontsumitzaileen ezagutzara jo zuten. #kontsumitzenJakin #SaberConsumir etiketetan hastag guztiak bateratu dira. Lehen kanpaina, non buru baten silueta galdera-ikur batekin urtzen baitzen, orotariko publiko bati zuzentzen zitzaion. Bigarren kanpaina, indartsuagoa, erabilitako hedapen-euskarriengatik, eta gazteengana jo du, g

OBJETIVO

1. ADAPTAR LA ORGANIZACIÓN A LAS NUEVAS FORMAS DE CONSUMO Y PAGO
2. INFORMAR Y FORMAR DE MANERA ÁGIL Y EFICAZ
3. PROMOVER UNA CONDUCTA DE LAS EMPRESAS RESPETUOSA CON LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y USUARIAS
4. TRABAJAR HACIA LA EXCELENCIA EN LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS DE CONSUMO
5. DESARROLLAR MEJORES REDES DE COLABORACIÓN Y COOPERACIÓN
6. REFORZAR LA VISIBILIDAD DE KONTSUMOBIDE

GRADO DE CUMPLIMIENTO

1. ADAPTAR LA ORGANIZACIÓN A LAS NUEVAS FORMAS DE CONSUMO Y PAGO

Kontsumobide ha continuado durante el ejercicio 2021 centrando su actuación en la protección de las personas consumidoras y usuarias trabajando para ello en proporcionar herramientas necesarias para que sean protagonistas de su propia protección. Con el objetivo de ser reconocido como un recurso útil e imprescindible tanto en la protección de la persona consumidora y usuaria como en la prevención de los conflictos de consumo se ha trabajado en reforzar la capacidad de adaptación del instituto a la cambiante realidad del consumo para poder mejorar el tiempo medio de respuesta del Instituto ante las necesidades de posicionamiento que se han ido planteando.

Dentro de la actuación del instituto, el consumo responsable es un eje transversal en la comunicación de Kontsumobide. Las dos campañas de 2021 realizadas en este ámbito trabajaron sobre el concepto de consumo responsable y consciente, apelando al conocimiento de las personas consumidoras. Se han unificado todos los hastags en las etiquetas #kontsumitzenJakin #SaberConsumir. La primera campaña, en la que la silueta de una cabeza se fundía con un signo de interrogación se dirigía a un público generalista. En la segunda campaña,



Kontsumobide – Kontsumoko Euskal Institutua
Kontsumobide – Instituto Vasco de Consumo

influencer-en figura argi eta garbi aipatuz. Sare sozialetan zabaldu den bideo espezifiko bat ere argitaratu da, 12. GJHrekin zuzenean lotuta: "Kontsumo eta ekoizpen iraunkorrek modalitateak bermatzea". Kontuan izan behar da kanpaina guztiak 2021ean ezarritako osasun-jarraibideen arabera egin direla, eta informazio-kanpainak, batez ere ingurune fisikoan, jasotako jarraibideetara egokitu direla.

KIUBei dagokienez, beharrezkotzat jotzen da modu koordinatuan lan egitea jarraitzea; horretarako, besteak beste, kontsumitzaileak defendatzeko eta Kontsumobidek hainbat gatazkaren aurrean duen posizionamenduari buruzko 16 komunikazio bidali dira 2021eko ekitaldian.

Azkenik, adierazi behar da Institutuak kontsumoaren eremura egokitzeko duen gaitasunari eusteko helburuaren barruan bi azterlan egin direla: bata, euskal kontsumitzaileari buruzkoa, kontsumo-modua ezagutzean oinarritua, tokiko merkataritzaren irudia baitu buruan, eta, zehatzago, Internet bidezko tokiko merkataritzari buruz duen pertzepzioa. Bestalde, gazteei ere eragiten die, bai eta haien kontsumo-moduaren berezitasunei ere. Aipatutako bigarren azterlanaren ardatza kontsumitzaileen defentsarako erakundeak dira, eta haien egoera, planteatzen zaizkien erronkak eta hobetzeko proposamenak ezagutzea dute helburu.

2021ean, Institutua plan estrategiko berri bat prestatzen ere aritu da, erakundearentzat tresna erabilgarri bat izateko helburuarekin, kontsumoaren errealitate aldakorrek laneko tresna erabilgarriak eta kontsumoaren errealitatera egokituak behar dituela jakitun.

Ildo beretik, Kontsumobidek arau-eguneratzeak ere landu ditu; zehazki: laster argitaratuko da Euskadiko kontsumitzaileen eta erabiltzaileen elkartearen erregistro berriaren dekretua. Indarrean dagoen erregulazioa 1985ekoa da, eta, beraz, eguneratzea beharrezkoa da legera eta egungo egoeretara egokitzeko. Halaber, bi dekretu izapidetzen hasi dira: batetik, kontsumitzaileek ibilgailu berrien eta bigarren eskuko ibilgailuen salerosketan informazioa jasotzeko duten eskubidea arautuko du, eta, bestetik, balio akademiko ofiziala duen titulu bat lortzera bideratzen ez duten irakaskuntzak ematen dituzten zentro pribatuak erabiltzaileen informaziorako eta interes ekonomikoen babeserako eskubidea arautuko du. Azkenik, Kontsumitzaileen eta Erabiltzaileen Estatutuaren Lege Aurreproiektua izapidetzen jarraitu da.

2. ARINAGO ETA EFIKAZAGO INFORMATU ETA PRESTATZEA

Kontsumobidek hainbat tresna ditu informazio interesgarria zabaltzeko. Zehazki, etengabe ari dira lanean web orriko (www.kontsumobide.eus) edukiak eguneratzen. 2021ean, guztira, 235.393 bisita jaso ditu webgunek. Gainera, blog

más potente por los soportes de difusión utilizados, nos hemos dirigido más a las personas jóvenes con la referencia clara a la figura de los influencers. También se ha editado un vídeo específico que se ha difundido por las diferentes redes sociales vinculado directamente con el ODS 12 "Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles". Ha de tenerse en cuenta que todas las campañas se han realizado siguiendo estrictamente las pautas sanitarias establecidas a lo largo de 2021, adaptando las campañas informativas sobre todo en medio físicos a las directrices recibidas.

Respecto a las OMICs, se considera necesario seguir trabajando de manera coordinada; para ello, entre otras acciones se han remitido a lo largo del ejercicio 2021 un total de 16 comunicaciones sobre temas de interés en la defensa de las personas consumidoras y el posicionamiento de Kontsumobide ante diversos conflictos.

Finalmente, cabe señalar que dentro del objetivo de mantener la capacidad de adaptación del Instituto al ámbito del consumo se han realizado dos estudios, uno sobre "La persona consumidora vasca", centrado en conocer como consume, que imagen tiene del comercio local en su mente, y de manera más específica, su percepción del comercio local por internet. Por otra parte, también incide en las personas jóvenes, y en las particularidades de su forma de consumo. El segundo estudio mencionado tiene como eje a las "Organizaciones para la defensa de las personas consumidoras", y su objetivo es conocer su situación, retos que se les plantean y propuestas de mejora.

En 2021 el Instituto también ha trabajado en la elaboración de un nuevo plan estratégico con el objetivo de disponer de una herramienta útil para el organismo, consciente de que la cambiante realidad del consumo requiere de herramientas de trabajo útiles y adaptadas a la realidad del consumo.

En el mismo sentido, Kontsumobide también ha trabajado en actualizaciones normativas; en concreto: en breve se publicará el decreto del nuevo registro de asociaciones de personas consumidoras y usuarias de Euskadi. La regulación vigente data de 1985, por lo que su actualización es necesaria para adaptarse a la ley y las circunstancias actuales. Se ha iniciado también la tramitación de dos decretos: uno que regulará el derecho a la información de las personas consumidoras en la compraventa de vehículos nuevos y de segunda mano y otro que regulará el derecho a la información y a la protección de los intereses económicos de los usuarios de los centros privados que imparten enseñanzas que no conducen a la obtención de un título con validez académica oficial. Por último, se ha continuado con la tramitación del Anteproyecto de Ley de Estatuto de las personas consumidoras y usuarias.

2. INFORMAR Y FORMAR DE MANERA ÁGIL Y EFICAZ

Kontsumobide dispone de varias herramientas para la difusión de la información de interés. En concreto, se trabaja de forma continua en la actualización de contenidos de la página web (www.kontsumobide.eus) que este 2021



Kontsumobide – Kontsumoko Euskal Institutua
Kontsumobide – Instituto Vasco de Consumo

propioa du, 54.865 bisita izan dituena. Webguneko orrialde bisitatuena honako hau da: zenbat irauten du produktu baten bermeak? 8.555 bisita izan ditu; bigarrenik, Europako CE marka Txinako EKtik nola bereizi atalak 8.119 bisita jaso ditu.

Sare sozialen bidez ere eskaintzen dira edukiak, eta 2021ean 13.313 jarraitzaile dituzte (2762 Twitterren, 9281 Facebooken eta 1270 Instagramen). Tik tok programan parte hartzeko estrategia bat ere planteatzen ari dira, gazteagoen segmentu batengana iristeko.

Prestakuntzari dagokionez, 2021ean prestakuntza-kontratua izapidetzeari ekin zaio, eta 2022an hasiko da gauzatzen. Horren ondorioz, prestakuntza-programa birformulatzeko prozesu bat gauzatu beharko da, metodologia eta tresna berrietan oinarrituta, ingurune digitaleko prestakuntza-beharrei euskarria emateko, aurrez aurreko prestakuntza ahaztu gabe. Prestakuntza kontsumitzaile eta erabiltzaileen babesaren oinarrituko zutabeetako bat da prebentzioaren ikuspegitik, eta, horregatik, 2021ean 18.982 pertsona trebatu dira prestakuntza-zentroetan. EAEko hiru hiriburuetan kokatutako prestakuntza-zentroek emandako prestakuntza guztia une bakoitzean aplika daitezkeen osasun-protokoloak zorrotz gauzatu dira, eta online plataforma ere eskaini da, prestakuntzarako sarbidea errazteko. Prestakuntza-programa birformulatzeko prozesuaren ondorioz, prestakuntza ibiltaria baiorik gabe geratu zen 2020an.

Kontsumoko profesionalei eskainitako prestakuntzari dagokionez, 5 prestakuntza-ekintza egin dira (LEA, energia-etiketetzea eta ekodiseinua, CE marka, tarifa elektriko berria, Pan eta Miel), eta 220 pertsonak hartu dute parte.

Azkenik, adierazi behar da aurrean elkarri lotutako 5 informazio-kanpaina egin direla. Batez ere, lehena eta hirugarrena. Kanpainen hashtag-a, esan bezala, #Saberconsumir izan da. Lehenengo udaren hasierarekin eta hirugarrena Black Friday baino lehenagoko kanpainarekin egin zen, gazteei beren hizkera propioarekin hitz egiteko kontsumoa handitzen ari zen garaietan. Urte amaierako kanpaina honek ikusgarritasun handia izan du kanpoan, prentsan, interneten eta telebistan. Urriar arbitrajea sustatzeko urteko kanpaina errepikatu da (bigarren kanpaina). Azkenik, kanpaina bat aipatu behar da: mikroespazioak eta ETBko ikus-entzule gehien dituzten programetan presentzia dutenak, adinekoei etxeko salmentan eta establezimendutik kanpo etika gutxiko praktika komertzialak prebenitzeko. Tele 7 katean 4 elkarrizketa argitaratu dira zuzendariarekin, honako gai hauek jorratuz: kontsumo arduratsua, etxeko salmenten prebentzioa, merkealdien aurrean jarduteko modua eta online kontsumoa.

3. KONTSUMITZAILEEN ETA ERABILITZAILEEN ESKUBIDEAK ERRESPETATZEKO JARRERA SUSTATZEA ENPRESETAN

COVID pandemiak sortutako krisiak ere baldintzatu du 2021. urtea, baina egokitu egin gara, inguruabarren

ha recibido un total de 235.393 visitas. Además, dispone de un blog propio que ha recibido 54.865 visitas. La página más visitada de la web es “¿Cuánto dura la garantía de un producto? ¿A quién y cómo reclamar?” con 8.555 visitas; en segundo lugar el apartado “Cómo distinguir el mercado CE europeo del CE chino ha recibido 8.119 visitas.

También se ofrecen contenidos a través de las redes sociales que en este 2021 cuentan con 13.313 seguidores (2762 en Twitter, 9281 en Facebook y 1270 en Instagram). También se está planteando una estrategia para tomar presencia en Tik tok, de cara a llegar a un segmento de personas más jóvenes.

Respecto a la formación, en 2021 se ha iniciado la tramitación del contrato de formación que iniciará su ejecución en 2022 y que supondrá llevar a cabo un proceso de reformulación del programa formativo, apoyado en nuevas metodologías y herramientas, para dar soporte a las necesidades formativas en el entorno digital, sin olvidar la formación presencial. La formación es considerada uno de los pilares básicos de la protección de la persona consumidora y usuaria desde la perspectiva preventiva y por ello este 2021 se han formado 18.982 personas, en los centros de formación. Toda la formación impartida desde los centros de formación situados en las tres capitales vascas se ha llevado a cabo siguiendo estrictamente los protocolos sanitarios aplicables a cada momento, ofreciendo también la plataforma online para facilitar el acceso a la formación. Como consecuencia del proceso de reformulación del programa formativo, la formación itinerante quedó sin efecto en 2020.

Respecto a la formación ofertada a profesionales de consumo, se han llevado a cabo 5 acciones formativas (AVC, Etiquetado energético y ecodiseño, Mercado CE, Nueva tarifa eléctrica, Pan y Miel), en las que han participado 220 personas.

Por último, señalar que este año se han llevado a cabo 5 campañas informativas vinculadas entre sí. Sobre todo, la primera y la tercera. El hashtag de campañas, como se ha dicho ha sido #Saberconsumir. La primera se realizó con el inicio del verano y la tercera campaña antes del Black Friday, para dirigirnos a las personas jóvenes con su propio lenguaje en épocas de incremento del consumo. Esta campaña de fin de año ha contado con gran visibilidad estando presente en exterior, prensa internet y televisión. En octubre se ha repetido la campaña anual de promoción del arbitraje (segunda campaña). Finalmente señalar una campaña consistente en microespacios y con presencia en los programas de más audiencia de ETB dirigida a prevenir a las personas mayores de las prácticas comerciales poco éticas en la venta a domicilio y fuera del establecimiento. En Tele 7 se han publicado 4 entrevistas con la directora abordando los siguientes temas: el consumo responsable, la prevención en las ventas en el domicilio, la forma de actuar frente a las rebajas y el consumo online.

3. PROMOVER UNA CONDUCTA DE LAS EMPRESAS RESPETUOSA CON LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y USUARIAS

El año 2021 también ha venido condicionado por la crisis generada por la pandemia del COVID, pero hemos ido



barruan, ikuskapen-kanpainak gauzatu eta enprekin eta enpresa-elkarteekin topaketak eginez; topaketa horiek birtualki egin dira.

Amaitu da kontsumoko oinarriko pack bat diseinatzeko eta zabaltzeko egindako lana, eta, gaur egun, enpresen eskura dagoen beste tresna bat da.

Egindako jardueren artean, Kontsumobidek enpresentzako eskaintzen duen berariazko prestakuntza nabarmendu behar da. Helburua da tresnak eskaintzea enpresek kontsumitzaileen eskubideak ezagutu eta errespetatu ditzaten eta, horrela, kontsumo-gatazkak saihestu ditzaten. 3 prestakuntza-ekintza egin dira, 21 guztira.

Azpiarratu behar da aurten Eustatera jo dela enpresei buruzko datuak lortzeko, kasu batzuetan laginketa-prozedura bat egin ahal izateko ikuskapen-kanpaina batzuk gauzatzeko lagin bat ezartzeko, eta beste batzuetan, enpresei egin behar ziren ikuskapen-kanpainen berri emateko.

Amaitzeko, ikuskapena gailu elektronikoen bidez egin ahal izateko beharrezkoak diren baliabide informatikoak garatzen lan egin da aurten; horiek gauzatzeko gailuak ere erosi dira.

4. BIKAINTRASUNERANTZA LAN EGITEA KONTSUMO ETA GATAZKEN KONPONBIEAN

2021ean, kexak, salaketak eta erreklamazioak ebazteko batez besteko denbora 57 egunekoa izan da, baina 120 egun baino gehiagotan ebazitako salaketa eta erreklamazioen ehunekoak murriztu egin da, jasotako guztien % 7 baino gutxiago izan arte.

Arbitrajea, espedienteak ebazteko denbora 36,75 egunekoa izan da, eta ikusi da aurrerapen handia egin dela audientzien izapidetze telematikoa eta laudoetan sinadura elektronikoa txertatzean.

Enpresen % 18,93 ez daude arbitrajeari atxikita, baina kasu jakin batzuetan onartzen dute. Arbitrajeari atxikitzea sustatzeko, sustapen-kanpaina bat egin da, eta, horren arabera, 885 enpresa berri atxiki zaizkio kontsumoko arbitraje-sistemari. 2021aren amaieran, EAEko 16.000 enpresa daude sistema horri atxikita, eta, beraz, kontsumitzaileei sistema eraginkor bat eskaintzen diete sor daitezkeen kontsumo-gatazkak konpontzeko.

Kontsumobideren jarduera-arloetako 3ri buruz kontsumitzaileei egindako gogobetetze-inkestak emaitza hauek eman ditu (1-10eko balorazioa): erreklamazioak 6,79ko batez besteko nota lortu du 7,83ko kontsultetan, eta arbitrajeak 8,46koa.

6.299 eskaera (erreklamazioak, kexak eta salaketak) jaso dira online, eta zifra hori nabarmen handitu da bi faktoreen ondorioz: batetik, erreklamazioak Internet bidez aurkezteko sistema abian jartzea sinadura elektronikorik eskatu gabe, eta, bestetik, herritarrek teknologia gehiago erabiltzea.

adaptándonos y dentro de las circunstancias ejecutando las campañas de inspección y manteniendo encuentros con empresas y asociaciones empresariales; encuentros que han sido realizados virtualmente.

El trabajo realizado para el diseño y la difusión de un “pack básico de consumo” ha finalizado y actualmente es una herramienta más a disposición de las empresas.

Entre las actuaciones realizadas cabe destacar la formación específica para empresas que ofrece Kontsumobide. El objetivo es ofrecer herramientas para que las empresas conozcan y respeten los derechos de las personas consumidoras y así puedan evitar los conflictos de consumo. Se han llevado a cabo 3 acciones formativas con un total de 21.

Cabe resaltar que este año se ha recurrido al Eustat para obtener datos sobre las empresas, en algunos casos para poder realizar un procedimiento de muestreo a la hora de establecer una muestra para la ejecución de algunas campañas de inspección, y en otros, para informar a las empresas sobre campañas de inspección que se iban a realizar.

Para finalizar, este año se ha trabajado en el desarrollo de las utilidades informáticas necesarias para la poder realizar la inspección mediante dispositivos electrónicos; también se han adquirido los dispositivos para poder llevarlas a cabo.

4. TRABAJAR HACIA LA EXCELENCIA EN LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS DE CONSUMO

En 2021 el tiempo medio de resolución de quejas, denuncias y reclamaciones ha sido de 57 días, pero el porcentaje de denuncias y reclamaciones resueltas en más de 120 días se ha visto reducido hasta suponer menos del 7% del total de las recibidas.

En arbitraje el tiempo de resolución de expedientes ha sido de 36,75 días, habiéndose constatado un gran avance en la tramitación telemática de las audiencias y la incorporación de la firma electrónica en los laudos.

Se cuenta con un 18,93% de empresas no adheridas al arbitraje pero que lo aceptan en casos puntuales. Con el fin de promover la adhesión al arbitraje, se ha realizado una campaña de promoción en base a la cual 885 nuevas empresas se han adherido al sistema arbitral de consumo, resultando que, a finales de 2021, 16.000 empresas vascas están adheridas a este sistema y, por lo tanto, ofrecen a las personas consumidoras un sistema eficaz para resolver posibles conflictos de consumo que puedan presentarse.

La encuesta de satisfacción realizada a las personas consumidoras en relación a 3 de las áreas de actuación de Kontsumobide ha reflejado los siguientes resultados (valoración de 1-10): reclamación ha obtenido una nota media de 6,79, en consultas de 7,83 y arbitraje 8,46.

Se han recibido 6.299 solicitudes (reclamaciones, quejas y denuncias) realizadas de forma online, cifra que ha aumentado de forma considerable debido a dos factores: por una parte, la puesta en marcha del sistema de presentación de reclamaciones por internet sin exigencia



Kontsumobiden jasotako eskaeren % 45,58 bide telematikoz aurkeztu dira.

Bitartekaritzei dagokienez, horien % 59,93 arrakastatsuak dira.

5. LANKIDETZA ETA KOOPERAZIO SARE HOBEAK HEDATZEA

Kontsumobiden, KIUBekin eta kontsumitzaileen elkarteekin batera egindako lanaren etengabeko jarraipena egiten da, eta, horren esparruan, kudeaketa-tresna partekatua erabiltzea ohikoa da, hala badagokio, aldatzeko eta hobetzeko erabakiak hartzeko. Zehazki, 2021ean Kontsumonet aplikazioan hobekuntzak eta eguneratzeak sartu dira. Era berean, erreklamazio eta kontsultetarako teletramitazio-modulu bat ezartzeko aukera eskaini zaie MMI guztiei. Kontsumobideren eskutik, 9 Omic-ek kontsultak eta erreklamazioak telematikoki aurkezteko aukera txertatu dute beren webguneetan.

Urtero topaketa bat egin da Omic-ekin eta elkarteekin, eta, horri esker, kontsumo-modu berriei eta horiek kontsumitzaileengan duten eraginari buruz hausnartu ahal izan da. Guztira 38 pertsona bertaratu ziren, eta topaketaren ondorioak 2022ko lankidetzak-ekintzak garatzeko oinarri izango dira.

6. KONTSUMOBIDEREN IKUSGARRITASUNA INDARTZEA

Kontsumobideren ikusgarritasuna indartze aldera, ekitaldi honetan ere nazioarteko 4 ekintzatan parte hartu da Europako Batzordearekin, hala arbitrajearen arloan nola merkatuaren kontrolaren arloan, eta 2021 honetan Chatbot proiektu bat gehitu da.

Gainera, 282 esku-hartze zenbatu dira komunikabideetan (6 Telebistan, 31 irratan, 53 prentsa idatzian eta 158 prentsa digitalean) (erakundeko zuzendariaren hitzaldiak irratan eta telebistan, prentsa-oharrak edo prentsa digitalean eta idatzian jakinarazitakoak).

Bestalde, azpimarratu behar da egindako posizionamendu-azterlanean ondorioztatu dela Kontsumobidek biztanlerian duen nabarmentasuna % 66koa dela. Ildo horretan egindako hobekuntza-ekintzak hainbat komunikabidetako komunikazio-kanpainetan artikulatzen dira, eta irudi korporatiboa egokitzen da (ibilgailuen errotulua, zentroen kanpoko irudia, prestakuntza). Hau lehenengo fasea da posizionamendua hobetzeko aurreikusitako estrategian, eta 2022an ildo bereko ekintzak egiten jarraituko dugu. Ondorio gisa, jarduera horien eraginari buruzko emaitza kuantitatiboak eskainiko dira.

2021ean 14.000 dei baino gehiago jaso dira Kontsumobidek kontsumitzaileei arreta emateko abian jarri

de firma electrónica y, por otra, la mayor utilización de las tecnologías por parte de la ciudadanía. El 45,58% de las solicitudes recibidas en Kontsumobide se han presentado por vía telemática.

Respecto a las mediaciones señalar que un 59,93% de las mismas resultan exitosas.

5. DESARROLLAR MEJORES REDES DE COLABORACIÓN Y COOPERACIÓN

En Kontsumobide se realiza un seguimiento continuo del trabajo realizado conjuntamente con las OMICs y Asociaciones de Personas Consumidoras y, en el marco del mismo, se testa se forma habitual la utilización de las herramientas de gestión compartidas con el fin de adoptar, en su caso, decisiones de cambio y mejora. En concreto, en 2021 se han introducido mejoras y actualizaciones en la aplicación Kontsumonet. Asimismo, se ha ofrecido a todas las Omics la posibilidad de implementar en sus páginas web un módulo de teletramitación para reclamaciones y consultas. Un total de 9 Omics han incorporado, de la mano de Kontsumobide, en sus páginas web la posibilidad de presentar consultas y reclamaciones de forma telemática.

Se ha realizado un encuentro anual con Omics y asociaciones que ha permitido reflexionar sobre las nuevas formas de consumo y cómo afectan las mismas a los consumidores y consumidoras. Asistieron un total de 38 personas y las conclusiones del encuentro servirán de base para el desarrollo de las acciones de colaboración del año 2022.

6. REFORZAR LA VISIBILIDAD DE KONTSUMOBIDE

En aras de reforzar la visibilidad de Kontsumobide se ha participado este ejercicio también en 4 acciones de carácter internacional con la Comisión Europea tanto en el área de arbitraje como en la de control de mercado, añadiendo este 2021 un proyecto de Chatbot.

Además, se han contabilizado 282 intervenciones en medios de comunicación (6 en Televisión, 31 en radio, 53 en prensa escrita y 158 en prensa digital) (intervenciones de la directora del organismo en radio y tv, notas de prensa o comunicados en prensa digital y escrita).

Por otra parte, cabe destacar que, en el estudio de posicionamiento realizado, se ha concluido que la notoriedad sugerida de Kontsumobide en la población es del 66%. Las acciones de mejora llevadas a cabo en este sentido se articulan en campañas de comunicación en diferentes medios, y adaptación de la imagen corporativa (rotulado de vehículos, imagen exterior centros formación). Esta es una primera fase en la estrategia prevista para mejorar el posicionamiento, y en 2022 continuaremos realizando acciones en el mismo sentido. A modo de conclusión se trabajará en ofrecer resultados cuantitativos acerca del impacto de dichas actuaciones.

En el año 2021 se han recibido más de 14.000 llamadas al teléfono 900 84 01 20 de atención a la persona



Kontsumobide – Kontsumoko Euskal Institutua
Kontsumobide – Instituto Vasco de Consumo

duen 900 84 01 20 telefonora, kontsumitzaileek egindako kontsultei erantzuteko, Kontsumobideko langileek zuzenean erantzun baitiete.

consumidora que Kontsumobide ha puesto en marcha para dar respuesta a las consultas planteadas por las personas consumidoras y que han sido atendidas directamente por el personal de Kontsumobide.