

# 2022-2024 ALDIRAKO PLAN ESTRATEGIKOA

Erronka global eta azeleratuak: *pandemiaostea eta eraldaketa digitala*



# #KONTSUMOBIDE

*Euskadi, auzolana, bien común*

**EUSKO JAURLARITZA**



**GOBIERNO VASCO**

TURISMO, MERKATARITZA  
ETA KONTSUMO SAILA

DEPARTAMENTO DE TURISMO,  
COMERCIO Y CONSUMO

# Edukien aurkibidea

Kontsumorako euskal esparrua	08
Metodologia eta ebaluazioa	14
Joerak eta diagnostikoa	20
2024ko estrategiak	23
Ekintza-plana	27
Jarraipena	32





# Eskerrik asko!

Hausnarketa estrategikoko lan guztietan azterketa-lan konplexu bat egin behar da, aztertu beharreko alderdiaren gaineko errealitatea aurrez aurre ezagutzeko. Horregatik, garrantzitsua iruditzen zaigu plan estrategiko hau idazten lagundu duten eragileen denborari eta prestutasunari balioa ematea.

Beraiek gabe ezinezkoa zatekeen errealitatea ezagutzea, 2021. eta 2022. urteetan bizitakoa bezalako testuinguru ekonomiko hain delikatuan.

Eskerrak eman nahi dizkiegu, era berean, Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailari eta, bereziki, **KONTSUMOBIDE**ko administrazio-unitateetako arduradunei, proiektu hau aurrera ateratzeko tresna guztiak emateagatik.

- 
- 👤 presidenteari
  - 👤 zuzendariari
  - 👤 kontsumoBIDEko talde osoari
  - 👤 eusko jaurlaritzako saileari
  - 👤 kontsumitzaileen eta erabiltzaileen erakundeei
  - 👤 toki-administrazioei eta KIUBe
  - 👤 enpresa-erakundeei
  - 👤 merkataritza ganberei
  - 👤 erakunde sindikaleei
  - 👤 kooperatiben konfederazioari
  - 👤 arbitraje-batzordeari





# #EUSKADI

*Euskadi, auzolana, bien común*

**EUSKO JAURLARITZA**



**GOBIERNO VASCO**

TURISMO, MERKATARITZA  
ETA KONTSUMO SAILA

DEPARTAMENTO DE TURISMO,  
COMERCIO Y CONSUMO



# KONTSUMORAKO EUSKAL ESPARRUA



**Kontsumobidek** plan estrategiko honen aurreko aldian egin duen lana guztiz baldintzatu du COVID-19aren osasun-krisiak eta horrek EAEko ekonomian eta gizartean izan duen eraginak; testuinguru horri esker, kontsumo-politikek pertsonen bizitzako alderdi oso desberdinetan eskubideak defendatzeko orduan duten zeharkako zeregin estrategikoaren gaineko kontzientzia piztu da.

2022-2024 Planak ibilbide-orri eraginkorra izan nahi du EAEn kontsumitzaileen eskubideak defendatzeko, hobetu nahi duen errealitatera egokituko diren eraldaketa sozialak kontuan hartuta.

Aurreko aldian, aipatutako pandemia-testuinguruan, **Kontsumobidek** kontsumitzaileei informazioa ematen jarraitu du, bere webgunearen, sare sozialen eta argitalpen propioen bidez, prestakuntza osasun-mugen arabera egokituz.

**Gatazkak konpondu eta merkatua kontrolatzeko** jardueretan ere osasun-krisiak berebiziko eragina izan du. Kontsumitzaileen esku jarri ziren, lehendik egiten zen bezala, ezinbestekotzat jo ziren bideak, besteak beste kontsultak, erreklamazioak edo arbitraje-eskariak.





**Merkatua ikuskatzeko jarduera** guztiak etengabe gainbegira egon beharraren ondorioz sortu dira, kontsumitzaileen eta erabiltzaileen eskubideak ziurtatzea ezinbestekoa baita. Egindako kontrol eta jardueren helburua izan da, hain zuzen ere, egiaztatzea kontsumitzaileen eskura jarritako produktu eta zerbitzuek indarreko legearen arabera betekizunak betetzen dituztela: etiketak, informazioa eta segurtasuna. Gainera, pandemian zehar, maskaren merkaturatze- eta segurtasun-baldintzen eta era horretako produktu desberdinen eraginkortasunaren gaineko kontrola bereziki indartu zen.

Horrez gain, beste eragile eta erakunde batzuekiko lankidetzak garatzen jarraitu da, bai eta kontsumitzaile eta erabiltzaileentzako babes-sarea osatzen duten kontsumo-erakundeekin harremanak hobetzen ere, besteak beste kontsumitzaileen elkarteekin, kontsumitzaileei informazioa emateko udal-bulegoekin (KIUB) eta Kontsumo Ministerioarekin.

## Kontsumitzaile eta erabiltzaileen estatutu berria

Duela ia 20 urte jarri zen indarrean Kontsumitzaileen eta Erabiltzaileen Estatutua, abenduaren 22ko 6/2003 Legearen bidez onartua. Aldi luze horretan zehar, kontsumoaren munduan erregistratu diren berrikuntzak asko izan dira.

Arau-mailan, aldaketa garrantzitsuak egon dira, bai Estatuan, bai Europar Batasunean, kontsumitzaileen eskubideak hobetzeko. Alde batetik, 2007an Kontsumitzaile eta Erabiltzaileen Defentsarako Lege Orokorraren testu bategina onartu zen, azaroaren 16ko 1/2007 Legegintzako Errege Dekretuaren bidez. Ondoren, erregulazioa eguneratu edo berria sortu da, alderdi berritzaileak lantzeko; besteak beste: eduki edo zerbitzu digitalak emateko kontratuak. Bestalde, eskubide horiek egikaritzeko mekanismoak eta kontsumitzaileentzako erreparazio- bitartekoak hobetu dira. Hori guztia dela eta, Euskal Autonomia Erkidegoaren eremuan kontsumitzaileen eta erabiltzaileen eskubideak babestu, defendatu eta sustatzeko lege-testu berri bat dago martxan, eta, ziurrenik, 2023an jarriko da indarrean.



Azken bi hamarkadetako arau-aldaketak sortu diren testuinguruan, merkaturatze-forma berriak finkatu dira. Arlo horretan berrikuntza nagusi gisa azpimarratu behar da online kontsumoak izan duen aparteko gorakada. Hala, beste berrikuntza batzuen artean, Kontsumitzaile eta Erabiltzaileen Estatutuaren Legeak internet bidezko ondasun eta zerbitzuen salerosketa eta eskaintza izaten ari den igoera hartu nahi du kontuan.

Era berean, lege berriak aukera emango du enpresa zigortuari kontsumitzailearen kexa eragin zuen egoera berrezartzeko eta, batzuetan, oker kobratutako dirua itzultzeko betebeharra ezartzeko. Edonola ere, aukera hori zehaztu egin beharko da, 2022-2024 plan estrategiko honetan zehar egingo den arau-garapenaren bidez.

Estatutu berriak Kontsumobideri ahalmena emango dio erreklamatutako enpresek azken hiru urteetan egin dituzten arau-hausteei publizitatea emateko, zehapena irmo bihurtu denean. Era berean, Kontsumobidek herritarrei ohartarazpenak egin ahalko dizkie, baldin eta jasotako erreklamazioek arriskuan jartzen badituzte kontsumitzaileen osasuna, segurtasuna eta interes ekonomikoak; tresna prebentibo eta disuasorioa da, beharrezkoa zerbitzuak internet bidez salerosten eta merkaturatzen diren garai berriotan.

Ikuskaritzaren eremuan, testuaren berrikuntza nagusietako bat da aukera emango duela ikuskariak bere burua hala identifikatu gabe jardun dezan, baldin eta bestela jardueraren xedea hutsaldu egingo bada. Bitarteko digitalen bidez egiten diren kontratazio eta salerosketen testuinguruan neurri bereziki garrantzitsua da hori, baina baita kontsumitzaileei aurrez aurre ematen zaien kontratu aurreko informazioa berresteko ere.

Azkenik, testu berriaren asmoetako bat da etxeko salmentak arautzea, bereziki kolektibo zaurgarrienei dagokienez, balizko bezeroei hausnarketa eta kontsultarako gutxieneko denbora emanda eta, beharrezkoa izanez gero, erreklamazioa jartzeko dokumentazio aski bermatuz.

Azken batean, EAEko Kontsumitzaile eta Erabiltzaileen Estatutuaren Legea indarrean jartzeak mugarri bat eragingo du, orokorrean, eta, bereziki, Kontsumobideren kasuan, euskal kontsumitzaileen eskubideak babesten egiten duen lana indartuko baita.





# Testuinguru instituzionala

Kontsumobideren 2022-2024 Plan Estrategikoa bat etorri behar da Eusko Jaurlaritzaren [estrategia orokorrarekin](#), Kontsumo Konferentzia Sektorialak onartutako azken Kontsumo Esparru Estrategikoarekin, Europako Batasunak diseinatutako kontsumo-politikekin eta Nazio Batuek formulatutako printzipioekin.

Hala, plana bat dator XII. Legealdiko [2020-2024 Gobernu Programarekin](#) (Euskadi martxan) eta, zehazki, hemen adostutako konpromisoekin [1. ARDATZA: OPAROTASUNA - ENPLEGUA ETA BERPIZKUNDE EKONOMIKOA](#), [9. Jarduera-arloan \(Kontsumitzailea\)](#).

Legealdiko konpromiso horiek, halaber, Nazio Batuen Garapen Jasangarriko Helburuen ildotik doaz, honela:

## KONPROMISOAK

## GJH

- 49 Kontsumobide egokitzea kontsumo- eta ordainketa-modu berrietara, kontsumitzaileen informazioa eta prestakuntza indartuz
- 50 Enpresetan kontsumitzaile eta erabiltzaileen eskubideekin errespetuzko jokabideak sustatzea.
- 51 Bikaintasunaren bila lan egitea kontsumo-gatazken konponbidean.
- 52 Lankidetzeta- eta elkarlan-sareak hobetzea kontsumo-politiketan.



Hartutako konpromisoetako bakoitzerako, ekimen batzuk zehaztu ziren.

Ekimen horiek plan honen lehentasunetan ageri behar dira. Hona hemen:

**49. KONPROMISOA:** Kontsumobide egokitzea kontsumo- eta ordainketa-modu berrietara, kontsumitzaileen informazioa eta prestakuntza indartuz

- 1. ekimena. Kontsumobiden, joeren eta gatazka- zein iruzur-mota berrien analisia indartzea, analisirako eta prebentzio-neurriak hartzeko beharrezko tresnak gehituz.
- 2. ekimena. Kolektiborik ahulenak identifikatzea eta informazio- eta prestakuntza-kanpainak egitea.
- 3. ekimena. Kontsumitzaileen prestakuntza eta informazioa hobetzea, beren eskubideak eta betebeharrak ezagutu ditzaten eta kontsumo arduratsuagoa lortzeko duten paperaz eta garrantziaz jabe daitezen.
- 4. ekimena. Kontsumo arduratsua eta jasangarria sustatzea. Horretarako, produktuen eta horien ingurumen-eraginaren inguruko informazioa sustatuko da, ingurumenaren kontserbazioa, gizarte-berdintasuna eta langile guztien berdintasuna sustatze aldera.

**50. KONPROMISOA.** Enpresetan kontsumitzaileen eta erabiltzaileen eskubideekiko errespetuzko jokabideak sustatzea.

- 1. ekimena. Enpresa-jardunbide egokien kodea ezartzea sustatzea, akordioak lortuz elkarte profesionalekin eta enpresa-elkartekin, kontsumitzaileen eta erabiltzaileen eskubideen babesa hobetzeko. Zorroztasunez jardungo da merkatuan jardunbide desegokiak eta legeen urraketak jazartzeko eta deuseztatzeko.
- 2. ekimena. Enpresen erantzukizuna eta gardentasuna sustatzea, kontsumitzaileen eskubideak errespetatzeko borondatezko mekanismoak garatuz.
- 3. ekimena. Kontsumo etikoa eta arduratsua eta arbitrajeko borondatezko sistemarako atxikipena txertatzea laguntza, dirulaguntza, sari eta enpresa-babeseke beste edozein modalitateren emakida-irizpideetan.





**51. KONPROMISOA.** Bikaintasunaren bila lan egitea kontsumo-gatazkak konpontzean.

- 1. ekimena. Kontsumitzaileen erreklamazioak eraginkortasun handiagoarekin kudeatzea eta Kontsumoko Sistema Arbitrala optimizatzea, administrazio-prozedura sinplifikatuz.
- 2. ekimena. Erreklamazioen izapidetze elektronikoa eta telematikoa bultzatzea, KontsumoNET erabilera bakarra areagotuz eragile guztientzat.
- 3. ekimena. Bitartekaritza sustatzea kontsumo-arbitrajearen aurretik gatazkak ebazteko bide gisa .

**52. KONPROMISOA.** Lankidetzan- eta elkarlan-sareak hobetzea kontsumo-politikan.

- 1. ekimena. Kontsumitzaileak defendatzen lan egiten duten organismo guztien jarduketak koordinatzea, horrela horien eskubideak babesteko ekintzak indartzeko. Kontsumitzaileen babes integrala bermatzea lehenetsiko da, sail zein erakunde arteko lankidetzan hobetuz. Akordio berriak diseinatuko dira eragile giltzarriekin, eta kontsumo-politikekin lotutako eragile guztien erantzunak homogeneizatuko dira.
- 2. ekimena. Nazioarteko sareetan parte hartzea sustatzea, bereziki Europan, lankidetzan eta elkarlanean kontsumitzaileen babesa hobetzera zuzendutako jarduerak bultzatuz.



# METODOLOGIA ETA EBALUAZIOA



## Aurreko planaren ebaluazioa

Funtsezkoa da aurreko planaren emaitzak ebaluatzea, ondorioak ateratzeko, arrakasta nagusiak identifikatuz eta aldi berrian hobetu beharreko alderdiak aitortuz.

Aurreko planaren ebaluazioa bi fasetan egin da:

Lehenik eta behin, **2020ko aldiko jardueraren balantzea** egin da, hots, azterketa kuantitatibo bat, urtez urteko emaitzen jarduera eta ustiapenaren adierazle nagusien arabera, aztertutako epean **Kontsumobidek** izandako jardueraren balantzea egiteko. Informazioa barneko kontrol- tresnen eta urteko memorien bidez lortu da batez ere.

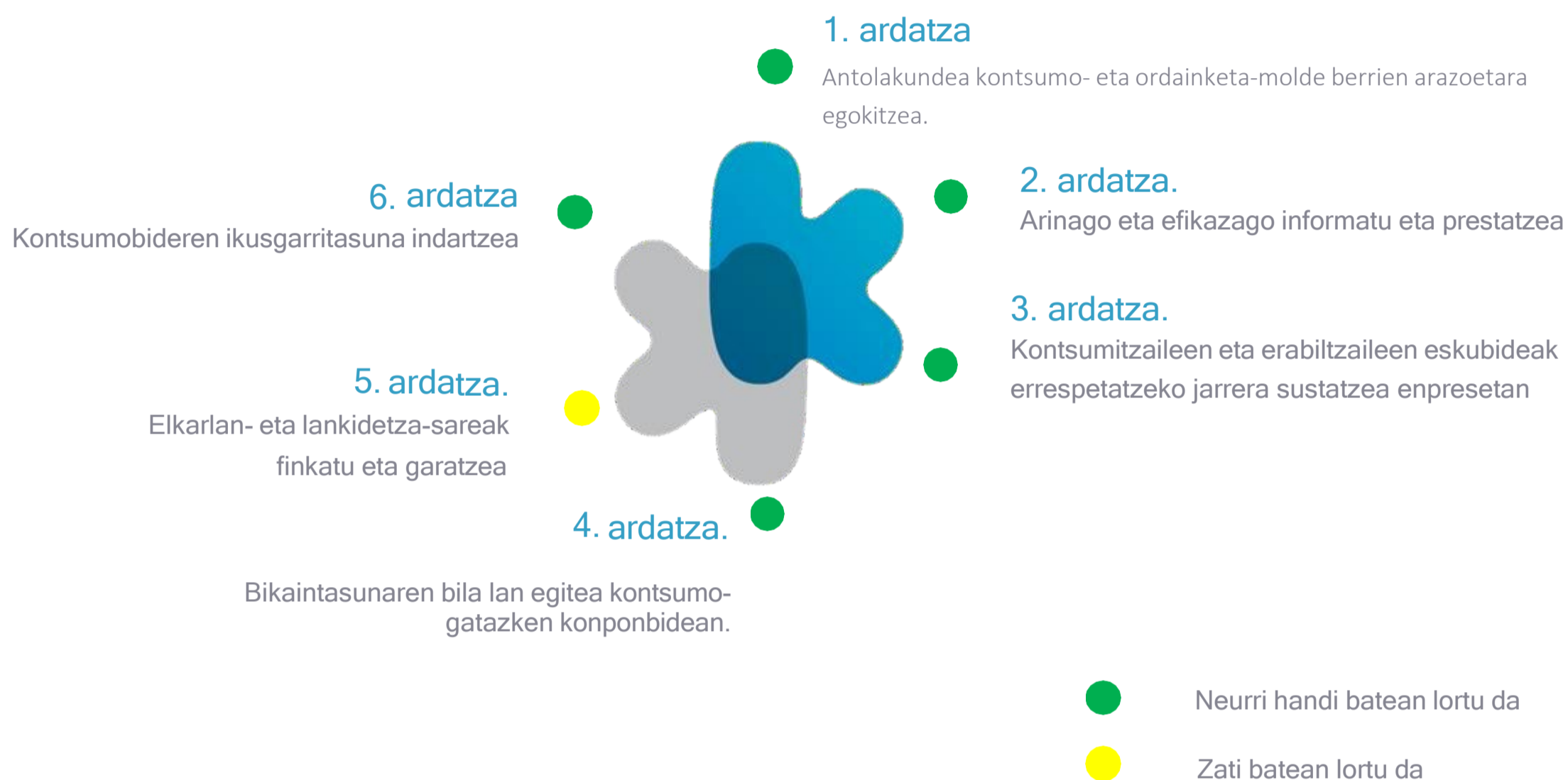
Bigarrenik, **analisi kualitatiboa** egin da aurreko planean zehaztutako ildo estrategiko bakoitzaren gauzatze- eta ezartze-mailari buruz.





Horretarako, elkarrizketak egin dira ildo estrategiko bakoitzeko arduradunekin, eta ildo estrategiko bakoitzaren aurrerapen-maila zehaztu da, [adostutako irizpideen arabera](#).

Ardatz bakoitzaren balorazio orokorra, ekimenen egikaritze-mailaren eta adierazleen lorpen-mailaren arabera, honako eskema honetan ageri da:



Ardatz estrategiko bakoitzerako, planaren jarraipen-adierazleen balorazio kuantitatibo eta numerikoa zehaztu da:

ADIERAZLEA	DESKRIBAPENA	PARTIDA	XEDEA 2020	2020 EMAITZA*
1.1	Kontsumobideren batezbesteko erantzun-denbora, jarrera zehatz bat azaldu behar duenean	-	24 ordu	48 ordu
1.2	Kontsumo arduratsua sustatzeko egindako ekimenen kopurua	0	4	3
1.3	Kontsumobideren jarrerari buruz KIUBei bidalitako komunikazio edota informazioen kopurua	1	4	2
* 2020ko hirugarren hiru hilekoan egindako ebaluazioa				
2.1	Webgunean bisitatutako orrien kopurua	375.755	>% 20	419.425
2.2	Blogak izan dituen bisiten kopurua	14.370	>% 20	47.243
2.3	Jarraitzaileak sare sozialetan	9.822	> %10	12.683
2.4	Prestatutako pertsona-kopurua	79.356	> %10	30.589
3.1	Zenbat kanpainatan (ehunekotan adierazita) igortzen zaien identifikatutako interesdun-taldeei ikuskatze-kanpainetan lortutako emaitzen txostena	0	>% 6 0	-
3.2	Laginketa-prozedura erabiltzen duten kanpainen ehunekoa	0	>% 7 0	% 10 0
3.3	Kontsumoko oinarritzko "pack" a jaso duten establezimendu berrien kopurua	0	>% 6 0	-
3.4	Kontsumobidek bultzatuta landutako jardunbide onen kopurua	0	2	0
3.5	Enprekin eta enpresa-elkarteekin egindako topaketen kopurua	6	9	0
4.1	Kexak, salaketak eta erreklamazioak ebazteko batez besteko denbora	65	40 egun	54
4.2	Ebazteko 120 egun baino gehiago behar izan duten salaketa eta erreklamazioen %a	% 14	<% 10	0,09
4.3	Arbitraje-espedienteak ebazteko batez besteko denbora	90 egun	60 egun	30 egun
4.4	Gogobetetasun-inkestaren balorazioa	-	8,5	7,27 (erreklamazioetarako)
4.5	Bitartekaritza arrakastatsuen %a	% 46,80	% 55	% 62
4.6	Arbitrajeari atxiki ez zaizkion baina kasu batzuetarako onartzen duten enpresen %a	% 17	% 40	% 18
4.7	Online eskaerak	282 eskabide	>% 30	2809
5.2	Elkarteekiko eta KIUBekiko lankidetzak ekintzen kopurua	0	4	-
5.3	Beste organismo batzuekin lortutako akordioen kopurua	2	4	-
6.1	Nazioarteko ekintzetan parte hartzea	1	2	1
6.2	Komunikabideetan izandako parte-hartzeen %a	1800	> %10	190
6.3	Kontsumobide ezagutzen duten biztanleen %a	-	% 60	-





# Lorpen nagusiak

Jarraian, ekimenak baloratzeko eta taldetan batzeko lana zehaztuko dugu, egikaritze-mailaren arabera hiru multzotan antolatuta: arrakastaz burututako ekintzak, Covid-19aren krisiak eragindako ekintzak eta birplanteatu beharreko ekintzak.

## ARRAKASTAZ BURUTUTAKO JARDUERAK:

- Zerbitzuen Gutuna egitea, kontsumitzaileen eskubideak babesteko funtsezko tresna, [Kontsumobidek](#) kalitatearekin eta kontsumitzaileekin dituen konpromisoak jasotzen dituena.
- Kontsumitzaile eta Erabiltzaileen Estatutuaren Legearen aurre-proiektua egitea
- Kontsumo arduratsua sustatzeko ekimenak garatzea (ikastaroak, kanpaina espezifikoak, liburuxkak eta aldizkarietako artikuluak).
- Sare sozialetako eta beste plataforma batzuetako presentzia handitzea, kontsumitzaileentzat eta erabiltzaileentzat garrantzitsua den informazioa zabaltzeko.
- Ikuskapen- eta zehapen-lanak areagotzea.
- Zenbait sektoretan jardunbide onak sustatzea.
- Sailen eta erakundeen arteko lankidetzak, kontsumitzaileak guztiz babesten direla bermatzeko.
- Kontsumo-joera berrien gaineko barne-prestakuntza.
- [Kontsumobideren](#) zerbitzuak erabiltzen dituzten pertsonen gogobetetzea neurtzeko inkestak ezartzea zerbitzu guztietan.
- Irudiaren eta jarreraren azterketa egitea, EAEko herritarrek [Kontsumobideri](#) buruz duten ezagutza eta irudia zehazteko.



- Webgunean ondo garatu da enpresaren atala.
- Bide elektronikoa sustatzea: sinadurarik gabeko erreklamazio-formularioa garatu da.
- Erreklamazioak ixteko denbora murriztea: tresna informatikoan itxiera automatikoko prozesu bat sartu da.
- Partaidetza aktiboa lantaldeek Kontsumo Zuzendaritza Nagusiarekin egiten dituzten aldizkako bileretan.
- Parte-hartze aktiboa legegintzazko ekimen berrietan, adibidez: Kartografia eta informazio geografikoa antolatzeko dekretua, etxebizitzaren eta zuzkidura-bizitokien bizigarritasun-baldintzei eta diseinuari buruzko dekretu-proiektua, bidaiaria-agentzien dekretua bigarren aldiz aldatzeko dekretua, 1/2007 Legearen estatu-mailako aldaketa.
- EHUrekin eta Autocontrolekin sinatutako hitzarmenak berritzea adostu da.
- Europako proiektuetan parte hartu da: hiru proiektu daude abian (bi Arbitraje Batzordearenak eta bat mugikortasuneko ikuskaritza-merkatuaren kontrolekoa).
- Kontratazio bat egin da [Kontsumobideren](#) irudia indartzeko, irrati, telebista eta autobus-markesinen bidez.
- Berrikuntza ezarri da prestakuntza-teknika berrietan: lehendik zeuden prestakuntza-programen egokitzapen berriak egin dira, eta prestakuntza-jokoak eta online aukera berriak jarri dira abian.

#### COVID-AREN KRISIAREN ERAGINA JASAN DUTEN JARDUERAK (atzeratu direnak edo egin ez direnak):

- Lankidetzan aritzea profesional- eta sektore-elkarteekin eta merkataritza-ganbarekin, informazioa, arauen berri, prestakuntza eta abar ematen, establezimendu txikietara heltzeko. Lehen ekintzak proposatu dira, baina ez da bat ere burutu.
- Zenbait enpresatan gauzatu beharreko jardunbide egokien kodeak sustatzea merkataritza-ganbarekin eta profesional- eta sektore-elkarteekin lankidetzan.
- Gatazka kopururik handiena duten enpresa eta sektoreekiko hitzarmenak sustatzea.
- Sailaren sarietan, arbitraje-sistemari atxikitzeko irizpidea sartzea hautagaien balorazio- irizpide gisa: Covid-19aren krisiaren ondorioz, ez zen saririk izan 2020an.





## BERRIZ PLANTEATU EDO ZEHAZTU BEHARREKO JARDUERAK:

Etengabe birdefinitzea eskatzen duen kontsumo-esparru aldakorra dela eta (dinamismo kritiko etengabea), ekintza hauek definitzeko modua birplanteatuko da:

- KontsumoNETen erabilera indartzea sarbidea duten kontsumo-eragile guztien artean.
- Sareko lana bultzatzeko laguntzen deialdiak berrikustea.
- kontsumoNET sustatzea KIUBen eta elkarteen artean.



A red shopping bag with a red ribbon handle is shown against a background of a grey tiled floor and a white wall. The hashtag #JOERAK is printed in white on the front of the bag.

**#JOERAK**



# JOERAK ETA DIAGNOSTIKOA

Gaur egun, kontsumitzaileen eskubideen babesak kontsumoaren eremua eraldatzen ari diren funtsezko aldaketetara egokitu behar du. Kontsumobidek garatu beharreko estrategia eta jarduera, kontsumitzaileek segurtasunerako, osasunerako, beren interes ekonomiko legitimoen babeserako eta informaziorako eta partaidetzarako dituzten eskubideak bermatzera bideratuta dagoena, eraldaketa horiekin guztiz bat etorri definitu behar da. Ondoren, asmo hori diagnostiko batean islatzen da, 'Joerak' eta Diagnostikoa epigrafeetan egituratuta.

## Joerak

Gaur egun, kontsumo-ohitura berriak zabaltzen jarraitzen dute, ez bakarrik aurrerapen tekniko-zientifikoaren eta erosketa-baldintzen aldaketa materialaren ondorioz, baita sortzen ari diren balio eta gizarte-eredu berrien ondorioz ere.

Gero eta pertsona gehiagok gehitzen dute gizartearen eta ingurumenaren gaineko eraginaren balorazioa kontsumoari buruzko erabakietan, eta, aldi berean, gora egiten du osasunarekiko kezka. Hala adierazten du berriaz Europar Batasuneko Kontsumitzailearen Agenda Berriak, esatean ingurumen-ondorio negatiboak eta zaharkitze goiztiarra gero eta kezka handiagoa direla EBko kontsumitzaileentzat. Beraz, kontsumo arduratsuago, osasungarriago eta jasangarriago baten aldeko sentsibilizazio gero eta handiagoa adierazten duten joerak identifikatzen dira, bai ingurumenaren ikuspegitik, bai gizartearen ikuspegitik. Politika publikoek lagundu ez ezik, bultzatu ere egin behar dute prozesu hori. Zalantzarik gabe, Kontsumobidek partekatu eta identifikatzen duen helburua da hori.

EAEn, Merkataritzaren Euskal Behatokiak (Enfokamer) 2022ko apirilean aurkeztutako azken azterketaren arabera, zeinak *"Euskal herritarrak eta jasangarritasuna. Kontzientziaziotik ekintzara"* izenburua baitu, [euskal kontsumitzaileen % 68,2k dio ondasunak eta zerbitzuak kontsumitzeko orduan ingurumena kontuan hartzen duela](#) horrek erosotasun batzuk galtzea eragin arren. Zerbitzuak erabiltzeko neurriei dagokienez, elkarrizketatutako herritarren % 39,2k dio etengabe gogoan duela etxeko energia-kontsumoa, eta, ahal den neurrian, murriztu egiten duela energia-kontsumoa.



# Diagnostikoa

Bestalde, nabarmentzekoak dira azken urteotan kontsumo-ohituretan izan den funtsezko aldaketa, digitalizazioa, omnikanalitatea, erosteko eta ordaintzeko modu berriak eta kontsumitzeko garaian belaunaldien artean dagoen gero eta arrakala handiagoa, besteak beste; horiek guztiek [Kontsumobidek](#) egokitu eta erantzun arina ematea eskatzen dute.

Merkataritza elektronikoak hazkunde iraunkorrari eutsi dio; ez gorabehera ekonomikoek ez Covid-19ak eragindako pandemiak ez dute eraginik izan. Adibide gisa, 2020ko laugarren hiruhilekoan, Espainian 307 milioi transakzio baino gehiago izan ziren; 2014ko aldi berean, berriz, 60 milioi baino zertxobait gutxiago izan ziren, eta horrek erakusten du kanal horrek gero eta garrantzi handiagoa duela kontsumo-harremanetan.

Kontsumitzaileen eskubideak babesteko eta sustatzeko prozedura, arau eta politika publiko eraginkorrak hobetzeko erronka dauden bitartekoen diagnostiko errealista batetik abiatuta bakarrik har daiteke.

Jarraian, hausnarketa estrategiko honen ondorio moduan aurkeztu da [Kontsumobideren AMIA](#) berria:



## ahuleziak

- Aldaketari egokitzeko zailtasunak.
- Dibertsitateak eragindako espezializaziorik eza.
- Langileen txandakatzea.
- Zailtasuna erakundearen jarrera finkatzeko.



## mehatxuak

- Kontsumitzaileek gutxi ezagutzen dituzte euren betebeharrak, eskubideak erreklamatzeko dituztenean.
- Erabiltzailea eragile askorengana zuzen daiteke.
- Kontsumo-molde berriak, antolakundea egokitzeko beharra dela-eta.



## indarguneak

- Taldearen esperientzia eta profesionaltasuna.
- Langileak prestatzeko eta birziklatzeko baliabideak erabili ahal izatea.
- [Kontsumobide](#) administrazioarena da, eta agintaritza aintzatetsia du.
- Langileen jarrera positiboa (motibazioa).
- Webgunea, bloga, sare sozialak.
- Arreta aurrez aurre, telefonoz eta telematikoki.

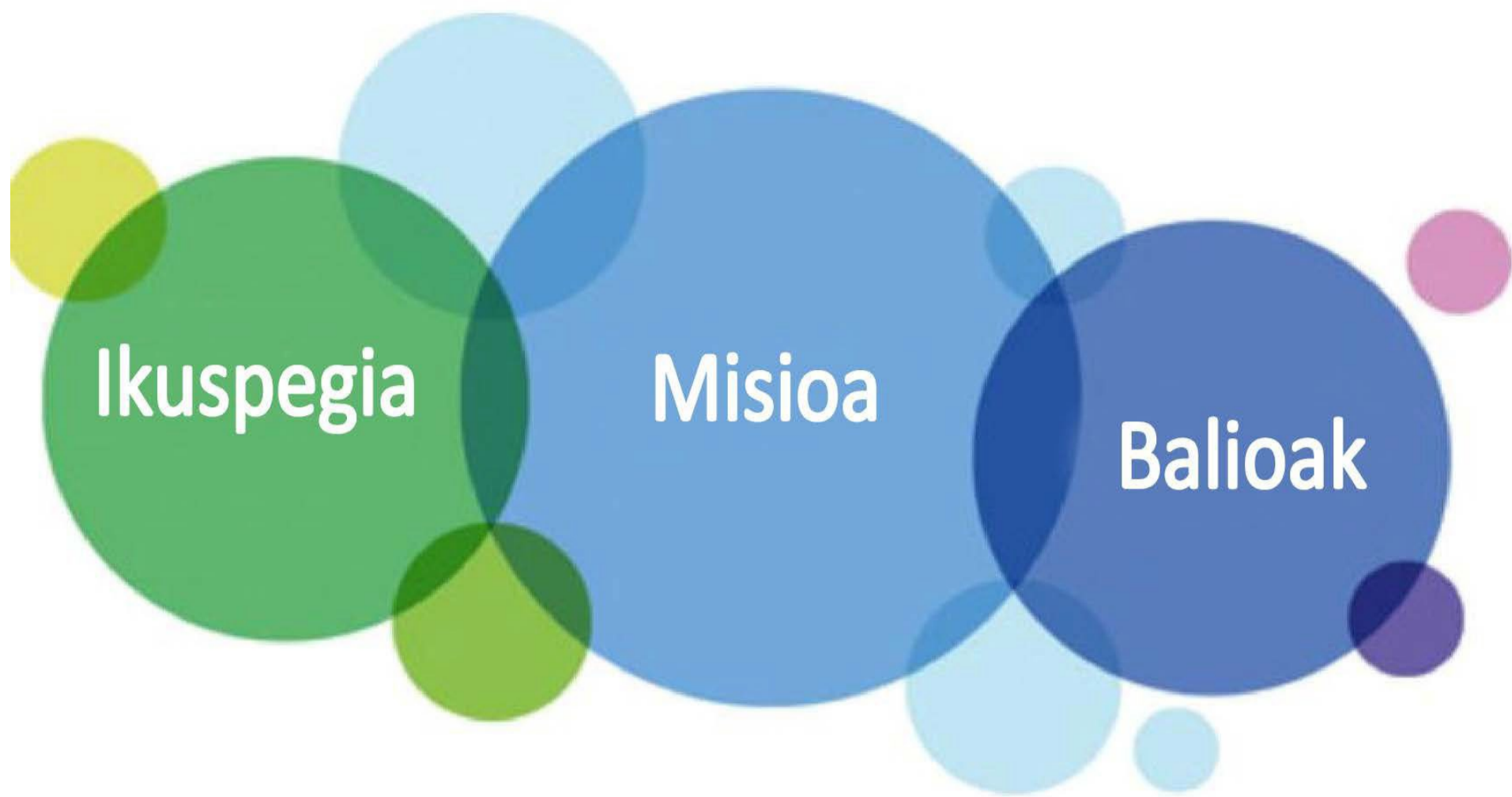


## aukerak

- Teknologia berrien erabilera eta Administrazioarekiko online harremanen igoera.
- Komunikabideak, babestu, defendatu eta zaintzeko mezuak hedatzen dituzten komunikabideak.
- Estatutuaren Lege berria
- lankidetzak enpresa-kolektiboekin



# 2024KO ESTRATEGIAK



## Misioa, ikuspegia eta balioak

**Kontsumobide**-Kontsumoko Euskal Institutua erakunde autonomo bat da, Eusko Jaurlaritzaren Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailari atxikia; kontsumitzaileak eta erabiltzaileak defendatzearen eta babestearen arloko Jaurlaritzaren politikak zehaztea, planifikatzea, bultzatzea eta betearaztea du helburu.

Institutua ekainaren 29ko 9/2007 Legearen bidez sortu zen, eta bertan zehazten dira bere helburuak eta eginkizunak. Institutua 2011ko irailaren 1ean hasi zen lanean, bere egitura eta antolamendua arautzen dituen uztailaren 12ko 159/2011 Dekretua onartu ondoren.

Plan horretarako, uste da institutua sortu zenean ezarritako gehieneko helburu horiek ez direla aurreko planean zeudenen ezberdinak, eta, **beraz, xedearen, ikuspegiaren eta balioen definizioak ez direla aldatu.**



# Misioa

Kontsumobideren misioa erakundea sortzeko arrazoiekin dago lotuta. [Kontsumobideren misioa](#) hauxe da:

## **kontsumoBIDE misioa**

Euskadiko kontsumitzaileen eta erabiltzaileen eskubideak defendatzea eta beharrezko tresnak ematea beren babes propioaren protagonista izan daitezen



# Ikuspegia

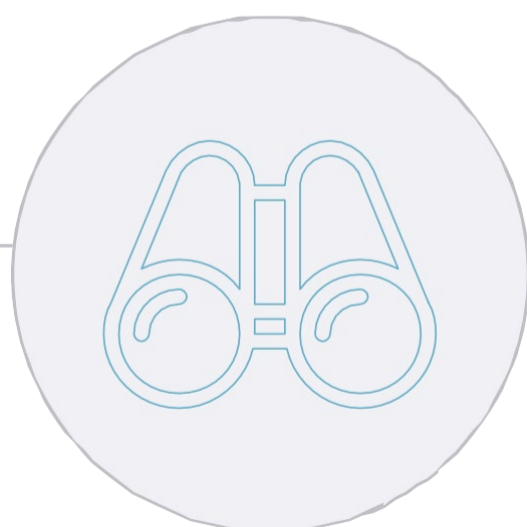
Antolakunde baten ikuspegiaren funtzio nagusia misioa definitu eta lortzeko erreferentzia-esparrua ezartzea da, hau da, antolakundeak etorkizunean izan nahi duena definitzea. Ikuspegiaren adierazpenak norabide eta ikuskera estrategikoa ematen dio antolakundeari, eta helburuak finkatzen laguntzen du. [Kontsumobideren ikuspegi-adierazpena](#) honelaxe ezarri da:

## **kontsumoBIDE ikuspegia**

[Kontsumobide-Kontsumoko Euskal Institutuak](#) kontsumoaren esparruan erreferente izan nahi du, bai Euskadin, bai Espainia osoan.

[Kontsumobidek](#) baliabide erabilgarri eta ezinbestekoa izan nahi du, honetarako:

- Kontsumo-ekintzetan gatazkak prebenitzea, saihestea, murriztea eta konpontzea
- Konfiantza sortzea kontsumitzaile eta erabiltzaileengan, bai eta enpresa-erakunde eta erakunde profesionaletan ere.
- Kontsumo arduratsu, iraunkor eta segurua sustatzea



# 2024ko balioak

Estrategiak eta planak edozein izanda ere, antolakundeak etengabe eduki behar ditu garapen estrategiko eta operatiboari eusteko balio sendoak. Kontsumobiden balio horiek honelaxe definitu dira:



## hurbiltasuna

Irisgarritasuna, solasteko gaitasuna, elkarrizketarako, eta bitartekaritzarako prestasuna eta erantzuteko azkartasuna



## malgutasuna

Kontsumo-molde berriei egokitzea



## zorroztasuna

Eraginkortasuna eta efizientzia jarduketa guztietan



## kalitatea eta etengabeko hobekuntza

Kudeaketaren etengabeko hobekuntza, berrikuntza eta ebaluazioa



## sentsibilitatea

Sentsibilitatea talde zaugarriekin



## talde-lana

Inplikaturako eragile guztiekiko aliantza iraunkorren sarea eraikitzeke konfiantza

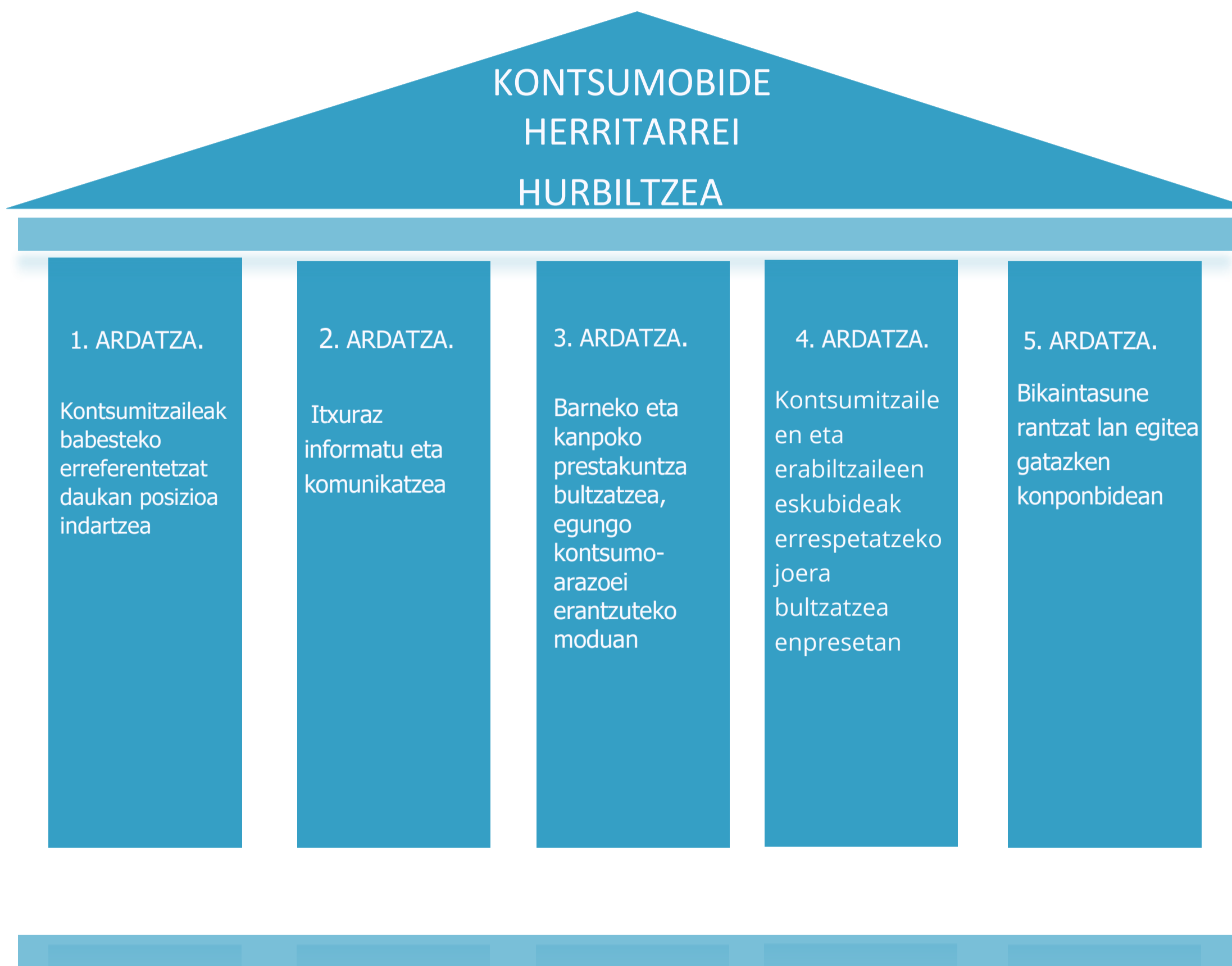


# 2024ko ikuskera

- **Merkataritza elektronikoak hazkunde iraunkorrari eutsi dio;** ez gorabehera ekonomikoek ez Covid-19ak eragindako pandemiak ez dute eraginik izan. Teknologia berriek kontsumo elektronikoko modu berriak ekarri dituzte, eta, ondorioz, aldaketa kualitatibo batzuk sortu dira, hala nola marketin-modu berrien garapena, hainbat ezaugarritan oinarrituta: prezioa, etxez etxeko zerbitzuak edo produktuen arteko bat-bateko konparazioa.
- Kontsumobidek **aldaketa horietara egokitzen jarraitu behar du,** herritarrek baliabide baliagarritzat hartu behar dute, kontsumitzaileengan eta erabiltzaileengan konfiantza sortu behar du eta erreferente instituzionala izan behar du kontsumitzaileen eskubideen defentsan.
- Kontsumitzaileen eskubideak eta babesak defendatzen dituzten erakundeek ere **egokitu behar dute erronka berri horietara,** eta Kontsumobidek zaindu behar du egokitzapen hori sarean eta koordinatuta gerta dadin, kontsumitzaileei babes onena emateko.
- Azken batean, EAEko Kontsumitzaile eta Erabiltzaileen Estatutuaren Legea indarrean jartzea mugarri bat izango da euskal herritarren artean, eta, bereziki, Kontsumobiderentzat, euskal kontsumitzaileen eskubideak babesten egiten duen lana indartuko baita.
- **2022-2024 Plan Estrategiko honen helburua egoera horri erantzutea da.**

# Ekintza-plana

**Kontsumobide** bezalako antolakunde baten eskumenen eta izateko arrazoiaren esparruan, eta aldaketa teknologiko digitalak, etengabe hazten den nazioartekotzea eta gizarte-erantzukizun eta iraunkortasun kontzeptua agertzea kontuan izanda, **honako ardatz estrategiko hauek definitu dira**, zeinak helburu nagusiak baitira eta hurrengo urteetan antolakundearen jarduketak gidatuko dutenak baitira:



## 1. ARDATZA. ERAKUNDEAREN JARRERA INDARTZEA KONTSUMITZAILEAK BABESTEKO ERREFERENTE MODUAN

Herritarrek sentitu behar dute Kontsumobidek benetan zerbeitetarako balio duela, konfiantza eman behar die, eta kontsumitzaileen eskubideak defendatzen erreferente instituzionala izan behar du.

HELBURUAK	KRONOGRAMA		
	2022	2023	2024
Kontsumobideren ikusgarritasuna hobetzea eta herritarrek institutua hobeto ezagutzea:			
• Webaren egungo posizioa aztertzea.			
• Webaren posizionatzea (SEO, SEM).			
• Komunikabideekin komunikazio-protokolo bat egitea.			
• Kanpoko seinaleetika-proposamen bat egitea.			
• Posizioaren konparaziozko azterketa egitea (2021-2024ko abendua).			
Kontsumoaren esparruko beharrei erantzuneko dien araudi eguneratua izatea:			
• Estatutua onartzea.			
• Erreklamazio-orrien dekretuaren eguneraketa hasia			
• Kontsumitzaile-elkarteen dekretuaren eguneraketa hasia			
• Ikuskaritzaren araudia garatzea.			
• Ordainen araudia garatzea.			
Kontsumoko eragile eta instituzioekiko koordinazioa indartzea:			
• Urtero kontsumitzaile-elkartekin biltzea			
• Urtero KIUBekin biltzea.			
• Jaurlaritzako beste sail batzuekiko eskumenak mugatzea (Nekazaritza, Industria, Osasuna, Ogasuna).			
Erakundearen egitura behar berrien arabera eguneratzea:			
• Institutuko langileen beharrezkoak identifikatzea			
• Institutuaren egitura egokitzea.			
Nazioarteko sareetan parte hartzeko ahalegin handiagoa egitea, bereziki Europan			
• Europako proiektuetan parte hartzea.			





## 2. ARDATZA. KONTSUMITZAILEEI MODU ERAGINKORREAN INFORMATU ETA KOMUNIKATZEA

Kontsumitzaileak babesteko politika publikoak diseinatu eta ezartzen jardungo da Kontsumobide. Behar bezala inplementatu eta eraginkorra izan dadin, ezinbestekoa da herritarrek beren eskubide eta betebeharrei buruzko informazio nahikoa eta eguneratua izatea. Zentzu horretan, institutuak kalitatezko informazioa zabaldu nahi du, euskal kontsumitzaile guztientzat eskuragarri eta argi dagoena.

HELBURUAK	KRONOGRAMA		
	2022	2023	2024
Telefono bidezko arretako erantzuna homogeneizatzea:			
• Erantzuteko protokoloak ezartzea.			
• Maiz agertzen diren gaiei buruzko fitxak egitea.			
Webaren irisgarritasuna eta erabilgarritasuna hobetzea:			
• Hizkuntza argia erabiltzea.			
• Edukiak berrantolatzea.			
• Gailu guztietatik irisgarritasuna hobetzea.			
Kontsumobidek sare sozialen bidez jasotako mezuei ematen dien erantzuna argitzea eta sistematizatzea:			
• Dokumentu bat egitea, institutuak jasotzen dituen mezu motak identifikatzeko.			
• Mezu horiei erantzuteko irizpide homogeneoak ezartzea.			
Herritarrei Kontsumitzaileen eta Erabiltzaileen Estatutu Berria ezagutaraztea:			
• Hedapeneko bitartekoen plan bat ezartzea.			
• Kanpaina espezifiko bat egitea.			

## 3. ARDATZA. BARNEKO ETA KANPOKO PRESTAKUNTZA SUSTATZEA EGUNGO KONTSUMO-ARAZOEI ERANTZUTEKO.

Kontsumobideren ustez, funtsezkoa da euskal kontsumitzaileek prestakuntza hobea izatea. Prestakuntza eguneratua, kontsumoko arazoei buruzkoa. Horretarako, barrurako nahiz kanporako eskaintzen duen prestakuntza indartu nahi du, eta beste eragile batzuekin lankidetzan aritzeko beste bide batzuk aztertu

HELBURUAK	KRONOGRAMA		
	2022	2023	2024
Kontsumo-arazoei buruzko prestakuntza-kanal berriak ezartzea:			
• Kontsumo-arazoei buruzko prestakuntza-kanal berria digitalki diseinatzea.			
• Prestakuntza-kanal berriak informatikoki garatzea.			
EHU-UPVrekin batera landutako prestakuntza bultzatzea.			
• EHUren barruan lehentasunezko lankidetzak eta lankideak identifikatzea.			
• EHUrekin prestakuntza bateratuak diseinatzea eta antolatzea.			

#### 4. ARDATZA. ENPRESETAN KONTSUMITZAILEEN ETA ERABILTZAILEEN ESKUBIDEEKIKO ERRESPETUZKO JOKABIDEAK SUSTATZEA

Kontsumoaren arloko enpresa-jardunbide egokiak sustatzea eta aitortzea da [Kontsumobideren](#) helburu estrategikoa, eta, horrez gain, lanean jarraitzea enpresek kontsumo-araudia betetzen dutela ziurtatzen, are zorrotzago.

HELBURUAK	KRONOGRAMA		
	2022	2023	2024
Jardunbide onak sustatzea enpresa-sektoreekin batera:			
• Sektoare eta solaskide interesgarriak identifikatzea.			
• Jardunbide onak egin eta hedatzea.			
Enpresak kontsumo-arbitrajera atxiki daitezela sustatzea.			
• Urteko atxikipen-kanpaina.			
Enpresa-jardunbide onei ikusgarritasuna ematea:			
• Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Saileko urteko sariak.			
Kontsumoaren gaineko araudia enpresen artean ezagutaraztea:			
• Edukiak prestatu eta eguneratzea (enpresen pack-a).			
• Bidali, hedatu eta jarraipena egitea.			
Enpresek kontsumoari buruzko indarreko araudia betetzen dutela zaintzea:			
• Merkatua zaintzeko planak egokitu eta betearaztea.			
• Ebazpen irmoa jaso duten arau-hausteak ezagutzera ematea.			
Antzemandako zaintza-kanpainen eta hobekuntza-eremuen emaitzak zabaltzea:			
• Txostenak helburuko publiko desberdinetara egokitzea.			
• Emaitzen informazioa argitaratzea.			

## 5. ARDATZA. BIKAINTRASUNERANTZ LAN EGITEA GATAZKEN KONPONBIDEAN

Kontsumoaren alorreko gatazkak azkar eta bidezko moduan konpontzeko, prozedurak ahalbidetu behar du izapidetze denbora gutxitzea eta kudeaketako baliabide ekonomikoak eta giza baliabideak minimizatzea.

**Kontsumobidek** honako helburu hauek lortu nahi ditu ardatz estrategiko hau garatzearen bidez:

HELBURUAK	KRONOGRAMA		
	2022	2023	2024
Bitartekaritza indartzea:			
• Bigarren neurketen kopurua igotzea.			
• Bitartekaritza-prozedura ezartzea, araudiaren arabera.			
Gatazkak konpontzeko lankidetzaren indartzea KIUB sarearekin eta elkarteekin.			
• Kudeaketa-plataforma modernizatzea.			
• Plataformaren bidez irizpideak eta baliabideak bateratzea.			
Ordainen prozedura abian jartzea.			
• Dekretuan barne-mailan definitutako prozedura abian jartzea.			
• Beharrezko aplikazio informatikoa garatzea.			
Kontsumitzaileen artean arbitrajeari ikusgarritasuna ematea.			
• Kontsumitzaileen artean arbitrajearen logoa ikusarazteko komunikazio-kanpaina.			
KIUBetan eta elkarteetan erreklamazioak online izapidetu daitezela bultzatzea			
• KIUBen eskura dagoen online plataformaren erabilera indartzea.			
• Digitalizazioa sustatzeko lerro berri bat sortzea kontsumitzaile-elkarteei emandako laguntzetan.			



# JARRAIPENA



## Planaren jarraipena

Planaren jarraipena eta ebaluazioa modu erraz eta erraz eta labur egiteko aldera, agente-taula bat taxutu dugu, oinarriko adierazle gutxi batzuk bilduta, sektoreko egiturazko makromagnitudeen gaineko eta egoeraren gaineko informazioa konbinatzen duena:



ARDATZA	ADIERAZLEA	2022	2023	2024
1. ardatza Kontsumitzaileak babesteko erreferentzetan daukan posizioa indartzea	Posizionamendua hobetzea (igoeraren ehunekoa).			% 20
	Protokoloa eginda eta aktibo.		1	1
	Kanpoko seinaleen betearazpenaren ehunekoa.		% 50	% 100
	Egindako araudien ehunekoa eta onartutako araudien ehunekoa.		% 30	% 60
	Egindako koordinazio-bileren kopurua.	1	3	3
	Lanpostuen zerrenda berriaren garapenaren ehunekoa.		% 25	% 75
	Proiektu europarraren kopurua.	1	1	1
2. ARDATZA Taxuz informatu eta komunikatzea	Fitxa kopurua (gutxienez, urtean 5)		5	8
	Weba birmoldatzeko proiektuaren egikaritzaren %a.		% 75	% 100
	Mezuak identifikatzeko dokumentua egitea.		1	2
	Irizpideen dokumentua egitea.		2	5
	Kanpaina dela-eta hedabideetan izandako agerpenak eta kanpainaren eraginen kopurua handitzea (%)		% 30	% 50
3. ARDATZA Barneko eta kanpoko prestakuntza sustatzea egungo kontsumo- arazoetan	Kanal berriari partekatutako prestakuntzen kopurua.			5
	EHUrekin lankidetzan egindako prestakuntza-ekintzen kopurua		2	4
	EHUrekin antolatutako prestakuntza-saioetara bertaratutako pertsonen kopurua		300	500
4. ARDATZA Enpresek errespetuzko jarrera izan dezatela kontsumitzaileen eta erabiltzaileen eskubideekin.	Identifikatutako sektoreen kopurua.		3	5
	Egindako jardunbide onen kopurua.		1	2
	Hedapen-ekintzen kopurua.		2	4
	Materialaren eraginen kopurua (deskargak, entregak).		80	120
	Kanpaina-planaren betetze-maila (%).		% 75	% 100
	Txosten kopurua		1	2
5. ARDATZA Bikintasunerantz lan egitea gatazken konponbidean	Bigarren bitartekaritzen igoeraren ehunekoa		% 5	% 10
	Kudeaketa-plataforman zenbat baliabide banatzen diren Omics-ekin		3	7
	Komunikazio-kanpainaren eraginen gorakada %tan		% 5	% 8
	Web-orrian kontsultak/erreklamazioak online jartzeko aukera duten Omics/KE	11	15	20

#KONTSUMOARDURATSUA





# #KONTSUMOBIDE

*Euskadi, auzolana, bien común*

**EUSKO JAURLARITZA**



**GOBIERNO VASCO**

TURISMO, MERKATARITZA  
ETA KONTSUMO SAILA

DEPARTAMENTO DE TURISMO,  
COMERCIO Y CONSUMO