

MEMORIA 2025

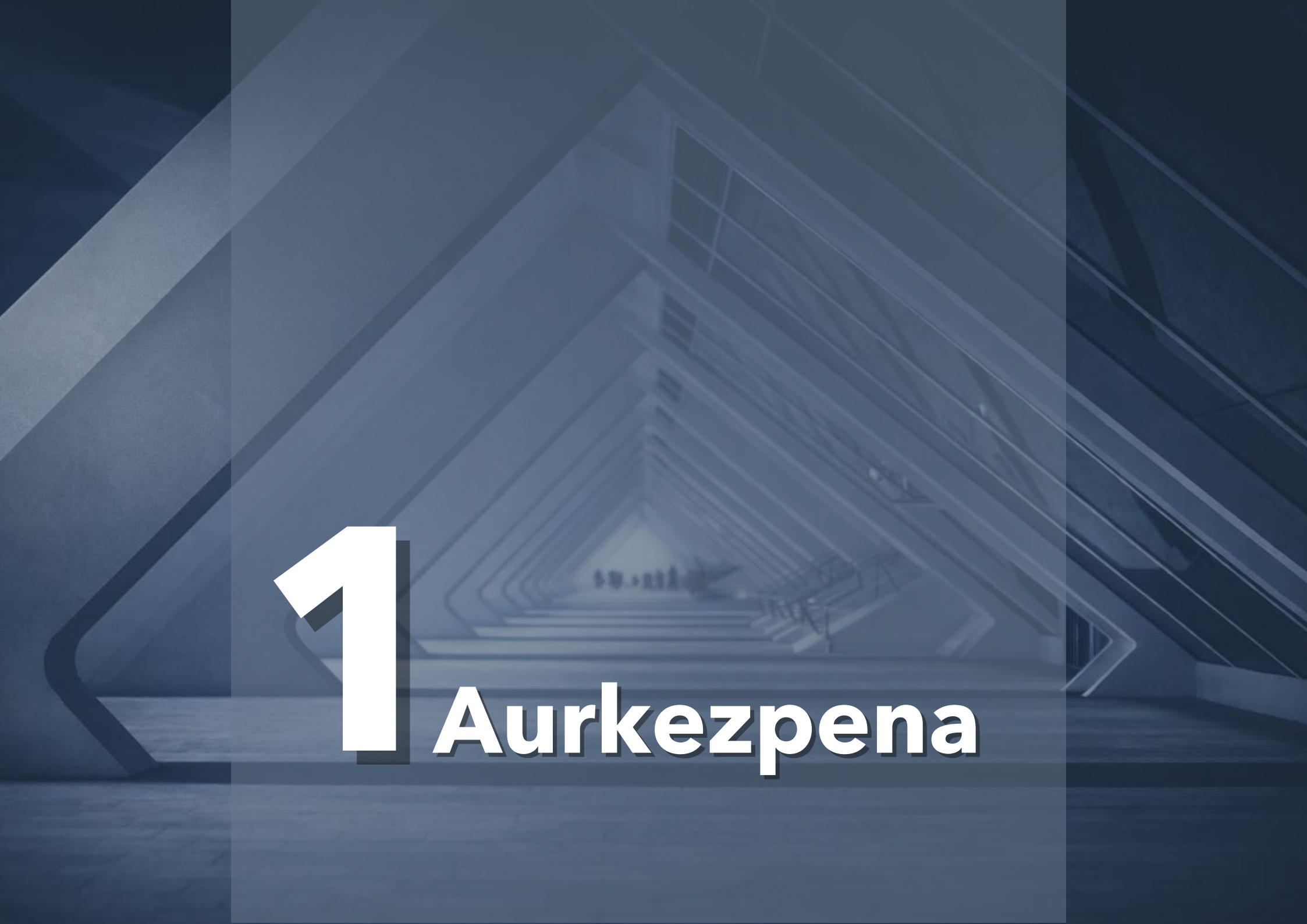






AURKIBIDEA

1	Aurkezpena	4
2	Informazioa	12
3	Prestakuntza	24
4	Gatazkak konpontzea	33
5	Merkatuaren kontrola	47
6	Lankidetzatza	56



1 Aurkezpena



Herritar agurgarriak:

Kontsumobideko zuzendari naizen aldetik, ohore handia da niretzat **2025**eko ekitaldiko **Jardueren Memoria** aurkeztea. Ilusio handiarekin eta Euskadiko kontsumitzaileen defentsa eta babesa indartzeko asmo irmoarekin sartu nintzen erakunde honetan joan den urrian.

2025. urtea ez da edozein urte izan gure institutuarentzat. Eusko Jaurlaritzaren egonkortze-prozesuen ondoriozko barne-aldaketa handiek markatu dute aldi hori, eta aldaketa horiek sakonki eraldatu dute gure taldearen egitura.

Bide batez, bihotz-bihotzez eskerrak eman nahi dizkiet Kontsumobide osatzen duten pertsona guztiei; izan ere, haien dedikazioa izan da zerbitzu publikoan bikaintasunari eustea ahalbidetu duen motorra, aldaketaren ziurgabetasuna gorabehera.

Ahalegin kolektibo horri esker, funtsezko mugarriak lortu ditugu aurtan:

- Araudia finkatzea: Kontsumitzaileen eta Erabiltzaileen Estatutu berriaren aplikazioa finkatu dugu (4/2023 Legea), gure zerbitzuak etengabe eraldatzen ari den gizarte batera egokitzeko.
- Arbitrajea indartzea: 2025eko ekainaren 17an, hitzarmen berri bat sinatu genuen Gizarte Eskubide, Kontsumo eta 2030 Agendako Ministerioarekin, eta, gainera, gure arbitraje-sistemari atxikitako 17.000 enpresa baino gehiago egotea lortu genuen.
- Berrikuntza eta prestakuntza: gure prestakuntza-eskaintza irauli egin dugu, SIM metodologiaren eta adimen artifizial sortzailearen erabileraren bidez, gure prestatzaileak gaitzeko, eta 3.000 hezkuntza-ekintza baino gehiago egin ditugu, askotariko kolektiboetara iritsi direnak, hala nola enpresetara, gazteetara eta adinekoetara.

- Herritarrekiko hurbiltasuna: Zenbait jardunaldi enblematikotan, hala nola Kontsumitzaileen Egunean, milaka herritar aurrez aurre artatu genituen "KontsumitzenJakin" lelopean. Horrela kalean eta ingurune digitalean dugun presentzia indartu genuen.

41.000 kontsultari baino gehiagori erantzun diegu, eta herritarren gogobetetasuna bikaintasunetik hurbil dago. Hori dela eta, trantsizioa eta arrakasta lortu ditugu 2025ean. Etorkizunari begira, ziur gaude giza talde bikaina dugula, eta konpromiso berri bat hartu dugu, Euskadin konfiantzazko erreferentea izaten jarraitzeko kontsumo arduratsu eta jasangarriako. Eskerrik asko zuen konfiantzagatik.

Eskerrik asko zuen konfiantzagatik.



Ana Mª Sánchez Herráez

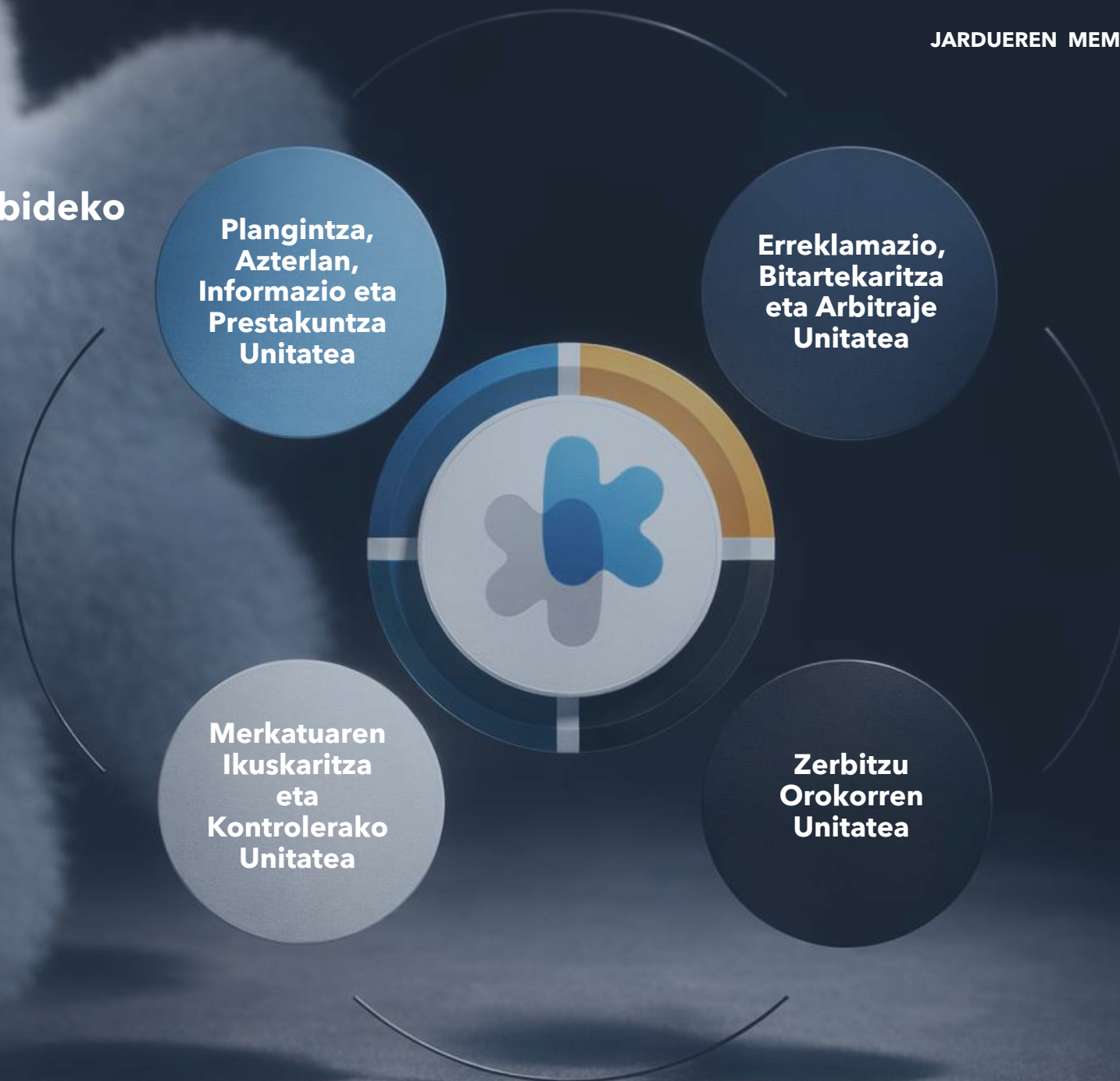
Kontsumobideko zuzendaria

A person's hands are shown placing four blue plastic gears on a desk. The gears are arranged in a 2x2 grid. In the background, there are two laptops and some papers. The image has a blue tint and a semi-transparent dark blue overlay.

Kontsumobideren lan-eremuak



Kontsumobideko unitateak





Zerbitzu Orokerren Unitatea

Gure misioaren bizi-euskarria

Kontsumobide organismo bizia izango balitz, **Zerbitzu Orokerren Unitatea** haren eskeletoa eta nerbio-sistema izango litzateke. Ekintza bakoitzari eusten dion egitura sendoa gara, eta baliabideak – giza baliabideak, baliabide teknikoak eta baliabide ekonomikoak – gehien behar diren lekuetarantz zehaztasunez joatea bermatzen duen barne-bultzada. Ez gara beti jendearentzako unitaterik ikusgarriena, baina "eszenatokiaren atzeko" motorra gara, eta horri esker Institutuak segurtasun juridiko eta operatibo osoz funtziona dezake.

Gure eraldaketa-zutabeak:

- Talentuaren kudeaketa aldaketa-urte honetan: Eusko Jaurlaritzaren egonkortze-prozesuek markatutako 2025 honetan, gure erabateko lehentasuna langileen kudeaketa integrala izan da.
- Baliabideen eraginkortasuna eta euskarri teknologikoa: Institutuaren egunerokotasuna ahalbidetzen duten zimenduak administratzen ditugu. Urteko aurrekontua egitea eta haren jarraipena egitea, baita hornidurak, obrak eta funtsezko zerbitzuak kontratatzea ere. Gainera, euskarri informatikoko sistemak eta barne-prozedurak indartu ditugu, eta gainerako unitateei egungo gizarteak eskatzen digun zerbitzuaren kalitatearen etengabeko hobekuntza lortzeko beharrezkoak diren tresna digitalak eman dizkiegu.
- Lege-arkitektura eta administrazio-justizia: erakunde-legezkotasunaren zaindari gisa, aholkularitza juridikoa ematen dugu,

Kontsumobideren urrats bakoitza irmoa eta zuzenbidearen arabera izatea bermatzeko. Lege-proiektuei buruzko informazioa emateaz gain, zehapen-espedienteak izapidetzeko orduan esku betearazlea gara, eta ikuskapen-lana merkatuko jardunbide txarrak zuzentzeko eta kontsumitzaileen interesak babesteko ebazpen bihurtzen dugu.

Ikusten ez denaren balioa:

Bitartekaritza arrakastatsu bakoitzaren, merkatutik kendutako produktu bakoitzaren edo prestakuntza-tailer bakoitzaren atzean, Zerbitzu Orokerretako talde batek aurrekontua, kontratua edo hori ahalbidetu duten langileak kudeatu ditu. 2025. urtea amaituta, pozik gaude euskarri ikusezina baina ezinbestekoa izan garelako Kontsumobide Euskadi osoarentzat konfiantzazko erreferente izateko.



Plangintza, Azterlan, Informazio eta Prestakuntza Unitatea

Herritar kontzienteak eta konektatuak eraikitzen

Kontsumobide organismo bizia balitz, **Plangintza, Azterlan, Informazio eta Prestakuntza Unitatea** izango litzateke haren burua eta ahotsa. Oraina aztertzen dugu merkatua norantz doan ulertzeko, eta, horrez gain, lan egiten dugu Euskadiko pertsona bakoitzak askatasunez, segurtasunez eta zentzu kritikoz kontsumitzeko behar dituen tresnak izan ditzan. 2025ean, atzean utzi ditugu berrikuntza digitala eta hurbiltasun emozionala besarkatzeko metodo konbentzionalak.

Gure eraldaketa-zutabeak:

- Zurekin eboluzionatzen duen prestakuntza: Gure hiru prestakuntza-zentroetan, tailerrak ez ezik, ikaskuntza-esperientziak ere sortzen ditugu. Aurten, aurrekaririk gabeko jauzi teknologikoa egin dugu Berrikuntza Metodologikoko Sistema (BMS) ezarrita eta adimen artifizial sortzailea erabilita, gure langileak gaitzeko, eta kontsumo-hezkuntza inoiz baino dinamikoagoa eta moldagarriagoa izatea lortu dugu. 3.030 prestakuntza-ekintza baino gehiago egin ditugu, eta txoko guztietara iritsi gara: EHUrekin batera, unibertsitate-partaidetzaren errekorretik hasi eta enpresentzako Telegram kanal berritzailearaino, zeina erreferentea baita euskal merkataritza-sektorerako.
- Informazioa gaurko hizkuntzan: herritarrek hitz egiten duten lekuan egon nahi dugu. Horregatik, 2025ean gure komunikazio digitala eraldatu dugu, eta 300 sentsibilizazio-produktu baino gehiago sortu ditugu. Instagramen ditugun 68 reels-ek eta Kontsumoberri buletinak (1.200 harpidedun aktibo baino gehiago) erakusten dute informazio erabilgarria ez dela zertan aspergarria izan. "#KontsumitzenJakín" lelopean, ia 900.000 informazio-eragin lortu ditugu eta lege konplexuak egunerokotasunerako aholku praktiko bihurtu ditugu.



Erreklamazio, Bitartekaritza eta Arbitraje Unitatea

Kontsumoaren eta soluzioen arteko distantzia laburtzen

Erreklamazio, Bitartekaritza eta Arbitraje Unitatea da Kontsumobideren gune operatiboa, zerbitzu bat kontsumitzen duenaren eta eskaintzen duenaren artean desadostasuna sortzen denean. Ez dugu espedienteen kudeaketa soilik egiten; balantza orekatzeko lan egiten dugu, lehen kontsultatik azken ebazpenera bitarteko ibilbide baten bidez eta, betiere, kontsumitzailearen lege-babesa bermatzen dugu.

Gure ebazpen-tresnak:

- **Bitartekaritza**, lehen urrats gisa: irmoki sinesten dugu akordioaren boterean. Prozesu konplexuagoetara iritsi aurretik, zubi gisa jarduten dugu alderdien arteko adostasuna lortzeko, eta enpresak eta kontsumitzaileak topagune gogobetegarri bat aurkitzeko aukera ematen dugu, haien ordeaz erabakiko duen hirugarren baten beharrik gabe.
- **Arbitrajea**, gure "lehentasunezko" bidea: elkarriketa zuzena nahikoa ez denean, Euskadiko Kontsumoko Arbitraje Sistema "bide azkarreko" alternatiba gisa aktibatzen da, auzitegietara jo gabe. Borondatezko prozesua da, doakoa eta inpartzialtasun osokoa. Prozesu horretan, arbitraje-elkargo batek epai judizial baten indar lotesle bera duen erabakia (laudoa) ematen du.
- **Zaintza eta gardentasuna**: gatazkak ebazteaz gain, unitate honek merkatuaren jokabidea gainbegiratzen du zehapen-espedienteen bidez, praxi txarrak detektatzen direnean. 2025ean, gure informazio-lana indartu dugu, arau-hauste larriak egin dituzten enpresak argitaratuz, Kontsumitzaileen Estatutu berriaren babespean, eta herritarrek erabaki seguruagoak har ditzaten ahalbidetu dugu.

Konpromisoa zifratan eta kalitatean:

Gure "pegatina laranja" erakusten duten **17.000 enpresa** baino gehiago daude **atxikita**, eta, gaur egun, euskal arbitrajea konfiantza- eta kalitate-zigilu bat da hurbileko merkataritzarentzat eta operadore handientzat. Gure helburua da gatazkarik ez geratzea erantzunik gabe, eta kasu gehienak batez beste 90 eguneko epean konpontzea.



Merkatua Kontrolatzeko Unitatea

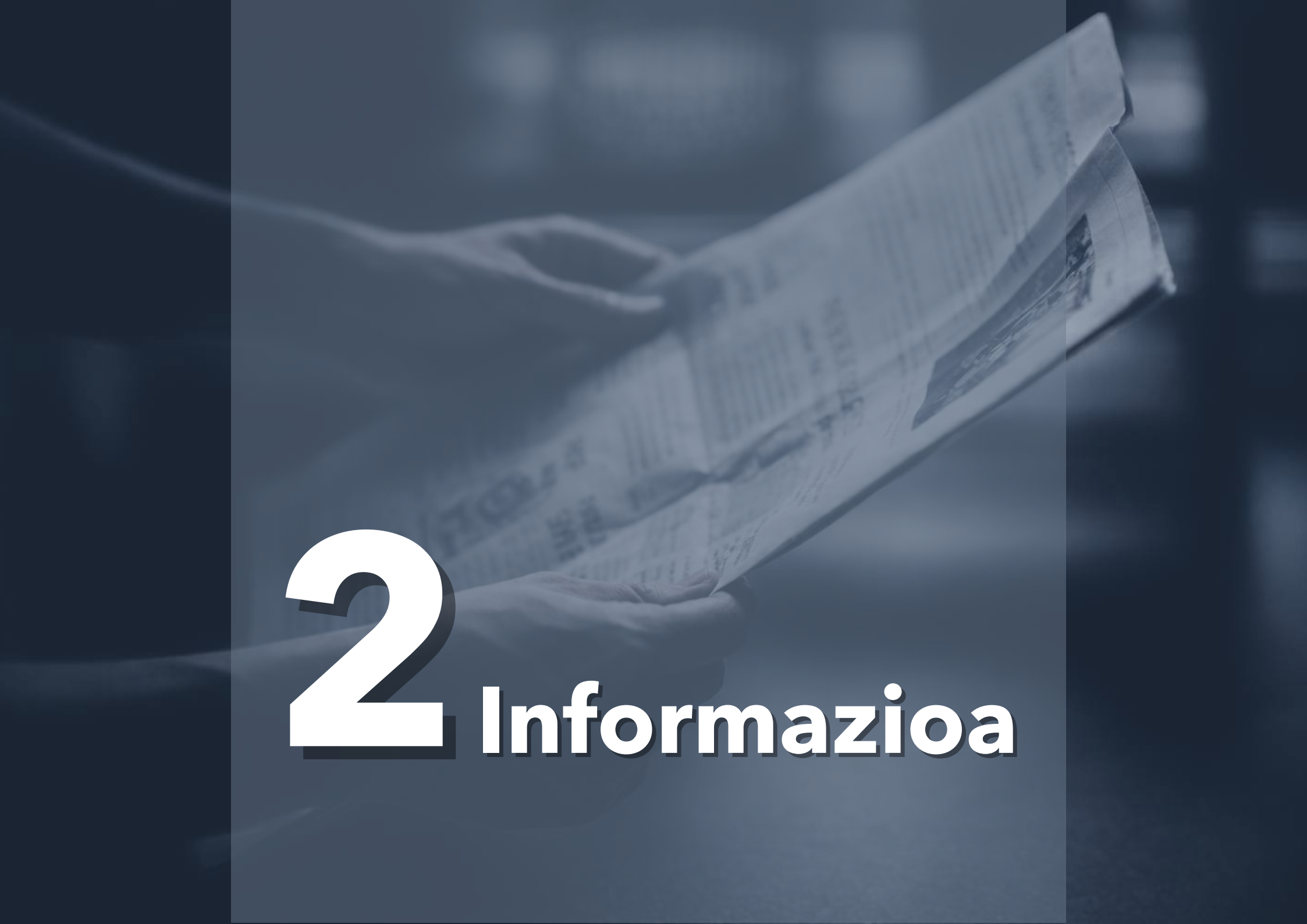
Bidezko joko-zelaia bermatzen

Erreklamazio Unitatea kontsumitzailearen ahotsa bada zerbaitek huts egiten duenean, **Merkatua Kontrolatzeko Unitatea** da Euskadin saltzen dena etengabe zaintzen duen begirada. Gure egitekoa da prebentzio-behatoki gisa jardutea: zure eskuetara iristen den produktu bakoitza eta kontratatzen duzun zerbitzu bakoitza, legezkoa izateaz gain, segurua izan dadin zaintzen dugu.

Ez dugu arazoa sortu arte itxaron behar; bilatu egingo dugu, kontsumitzailearengana iritsi ez dadin.

Gure jarduera-ildoak:

- Zaintza proaktiboa eta espezializatua: **kanpaina** programatuen bidez, zehatz-mehatz berrikusten ditugu zure dieta osatzen duten elikagaien etiketak, txikienean jostailuen segurtasuna edo funtsezko zerbitzuen fakturazioaren gardentasuna. 2025ean, hainbat sektoretan jarri dugu arreta, hala nola elikadura ekologikoan, efizientzia handiko etxetresna elektrikoetan eta hileta-zerbitzuetan.
- Arriskuari aurre egiteko ezkutu azkarra (Safety Gate): denbora errealean funtzionatzen duen **Europako alerta-sare** baten parte gara. Produktu arriskutsu bat merkatuan sartzen bada, gure ekipoak azkar jarduten du hura lokalizatu, immobilizatu eta erretiratzeko, industria-segurtasuna aukera ez, baizik eta errealitatea dela bermatzeko. Aurten bakarrik, herritarrentzat seguruak ez ziren 23.000 produktu-unitate baino gehiago kendu ditugu.
- Kontrola hasieratik: "zero kilometroan" eta salgaiak sartzeko ateetan lan egiten dugu. SOIVREkiko koordinazioari esker, banatu aurretik inportatutako milaka produktu gainbegiratzen ditugu. Gainera, gure presentzia indartzen dugu lurraldean, euskal udalekin lankidetzan estuan, ikuskapena gure erkidegoko txoko bakoitzera irits dadin.

A background image showing a person's hands holding and reading a newspaper. The image is in a dark, blue-toned, semi-transparent style, serving as a backdrop for the text.

2 Informazioa



Informazioa: jakiteko eskubidea, erabakitzeko ahalmena

Kontsumitzaile informatua kontsumitzaile babestua da. Informazioa herritarren oinarritzko eskubidea da, eta, aldi berean, abusuzko praktiken, klausula opakuen edo ontzat eman gabeko produktuen aurrean babesteko tresnarik onena. Horregatik, ondo informatzea ikuskatzea eta zehatzea bezain garrantzitsua da.

2025ean zehar, Kontsumobidek komunikazio-estrategia dibertsifikatu eta multikanal bat hedatu du, hiru lan-ildo handitan antolatuta: argitalpenak, sentsibilizazio-kanpainak eta -ekintzak, eta Kontsumobidek interneten eta sare sozialetan duen presentzia digitala.

Helburu bera duten hiru bide osagarri: informazioa iristea, ulertzea eta euskal herritarrek kontsumo-erabakiak hartu ahal izatea, beren eskubideak erabat ezagututa.

2.1. Argitalpenak

Kontsumobideren helburu nagusietako bat da kontsumitzaileek eta erabiltzaileek informazio argia eta erabilgarria dutela bermatzea. Horretarako, hainbat bide erabili dira, besteak beste, liburuxkak, gidak eta kontsumoarekin lotutako beste material batzuk egitea eta zabaltzea.

Gainera, aurten ikus-entzunezko formatuak sustatzeko konpromisoari eutsi zaio, herritarrek informazioa errazago eskuratu eta uler dezaten, batez ere bideoak sortuz.

2.1.1. Liburuxkak eta informazio-orriak

2025ean, 7 liburuxka eta informazio-orri hauek argitaratu eta zabaltu dira.

Liburuxkak eta informazio-orriak





2.1.2. Infokontsumoa

Eskolaren eta familiaren eremuarekin dugun konpromisoari eutsi diogu InfoKontsumoaren bidez, eta hiru hilean behin erosketa seguruei eta ongizateari buruzko infografiak bidaltzen dizkiegu ikastetxei eta partikularrei. 220 Infokontsumo zabaldu dira (165 urtariletik ekainera eta 55 uztailetik abendura), gurasoei zuzendutako dokumentu digitala. Aurten, gai hauek aukeratu ditugu: online erosketak, opor seguruak, ongizate-produktuak eta, erosten duzunean, ez saldu zure burua.

Gainera, erreferentzia-iturrietako **14 kanpo-esteka** partekatu ditugu, hala nola Espainiako Bankua edo Erika, gure erkidegoaren irizpidea aberasteko.



2.1.3. Aldizkariak

Kontsumobidek bere aldizkariaren **3 zenbaki** argitaratzen ditu urtero, eta horietan artikulua, gaurkotasuneko albisteak, kontsultak, elkarrizketak eta kontsumo-gai askorekin lotutako beste eduki batzuk jasotzen dira.

Argitalpen horiek Kontsumobide-Kontsumoko Euskal Institutuaren webgunean kontsulta daitezke. Gainera, inprimatutako aleak Kontsumobideren prestakuntza-zentroetan, Kontsumitzaileen Informaziorako Udal Bulegoetan (KIUB), Euskadiko kontsumitzaileen elkarteetan eta Euskadiko liburutegien sarean banatzen dira.

Kontsumobideren aldizkaria





2.1.4. Kontsumobideren 2025eko Memoria

2025ean, Kontsumobideren 2024ko Memoria argitaratu da.

Jardueren Memoria 2024

2.1.5. Kontsumotegia

Kontsumotegia aldizkako informazio-buletina da, eta kontsumoaren arloarekin zerikusia duten arau-berritasunak eta gaurkotasuneko edukiak biltzen ditu. Harpidetza borondatezkoa da, eta batez ere Kontsumobideko langileei, Kontsumitzaileen Informaziorako Udal Bulegoei (KIUB) eta kontsumitzaileen elkarteei zuzenduta dago. Hala ere, harpidetza eskatzen duen edonork ere jaso dezake. 2025ean, aldizkariaren 39 edizio argitaratu dira guztira.



2. 2. Sentsibilizazioa

2.2.1. Publizitate-kanpainak: irismen handiagoa, inpaktu handiagoa, marka indartzea

2025ean, Kontsumobidek komunikazio-estrategia sendo eta orekatu bati eutsi dio, eta bere kanpainen estaldura zabaltzea eta euskal gizartean duen presentzia indartzea ahalbidetu duten kanalen mixaren aldeko apustua egin du.

Ikuspegia bikoitza izan da: alde batetik, herritarrak sentsibilizatzea kontsumo kontziente eta arduratsuaren garrantziaz; eta, bestetik, Kontsumobideren marka kontsumitzailea babesteko erreferente gisa aitortzea.

Estrategia horrek ez du aukeratzen pertsona gehiagorengana iristea edo hobeto iristea, baizik eta bi gauzak batera bilatzea.



2.2.1.1. "Kontsumitzailearen Eguna" kanpaina

Martxoaren 15a dela eta (Kontsumitzaileen Eskubideen Munduko Eguna), Kontsumobidek kanpaina bat abiarazi zuen prentsa digitalean, orrialde bikoitzetan, Euskal Autonomia Erkidegoko komunikabide nagusietan: El Correo, Diario Vasco, Gara, Berria, Deia, Noticias de Gipuzkoa eta Noticias de Álava. Presentzia instituzional puntuala eta inpaktu handikoa, mugimendu kontsumitzailearentzat funtsezkoa den data batean.

2.2.1.2. "Erostean ez saldu zure burua" kanpaina

Urteko kanpainarik handiena. Goiburu zuzen eta gogoangarri baten pean – "Erosten duzunean, ez saldu" –, Kontsumobidek ekainean bere lehen kanpaina handia abiarazi zuen komunikabide masiboetan, eta oporraldiaren aurreko aldia aprobetxatu zuen kontsumo arduratsuko mezuak ahalik eta entzule gehieni helarazteko.



360°-ko kanpaina bat, fronte guztietan:

- Prentsa digitala – El Correo, Diario Vasco, Gara, Berria, Deia, Noticias de Gipuzkoa eta Noticias de Álava: 551.000 inpresio.
- Sare sozialak – Facebook, Instagram, Twitter, Spotify eta TikTok: 5.704.441 inpresio.
- Telebista – ETB1 eta ETB2: 35 emanaldi.
- Irratia – Radio Euskadi, Euskadi Irratia, Euskadi Gaztea, Radio Vitoria, Cadena SER eta 40 Principales Euskadi: 96 iragarki.
- Kanpoaldea – OPPI pantaila digitalak Bilbon, Gasteizen eta Donostian, eta Metro Bilbao: 164 iragarki.



2.2.1.3. Arbitrajeari laguntzeko kanpaina

kontsumoko arbitrajea azkarra eta doakoa da, eta kalitate-seinale bat atxikitako saltokientzat. Kanpaina honek helburu argia du: herritar gehiagok ezagutzea eta saltoki gehiagok bat egitea. Prentsa digitalean, irratan, sare sozialetan, blogean eta Kontsumobideren webgunean agertuta, mezua hainbat kanalen bidez iritsi zen:

- Paid Social – TikTok eta Meta: 1.220.000 inpresio
- Radio – Radio Euskadi, Euskal Irratia, Euskadi Gaztea, Radio Vitoria, Cadena SER eta 40 Principales: 62 iragarki.



2.2.1.4. Black Friday eta Gabonetako kanpaina

Kanpaina Black Friday baino lehen hasi zen, kontsumitzaileari laguntzeko urteko merkataritza-presio handieneko uneetan, eta bere mezua Gabonetara egokitzen jarraitu zuen, sormen-ildo beretik. Koherentzia, jarraitutasuna eta eragina.



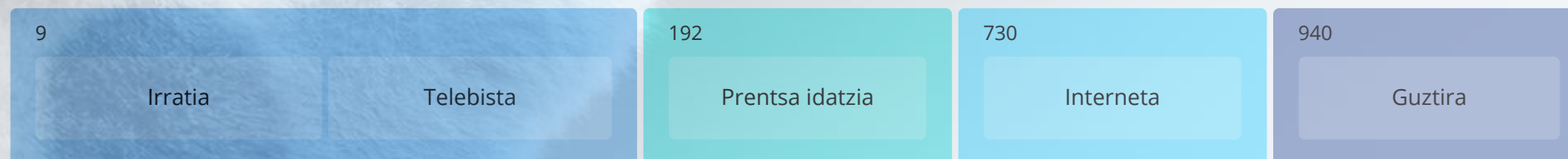
- Telebista – ETB1 eta ETB2: 51 emanaldi
- Prentsa digitala – El Correo, Diario Vasco, Gara, Berria, Deia, Noticias de Gipuzkoa eta Noticias de Álava: 800.000 inpresio
- Irratia – Radio Euskadi, Euskal Irratia, Euskadi Gaztea, Radio Vitoria, Cadena SER eta 40 Principales: 204 iragarki labur
- Sare sozialak – Facebook, Instagram, X, Spotify eta TikTok: 8.881.943 inpresio
- Kanpoaldea – Hiri-altzariak Gasteizen, Bilbon eta Donostian, eta Metro Bilbaon: 492 iragarki.

Urteko kanpainarik handiena da, ia 9 milioi inpresio baititu sare sozialetan bakarrik.



2.2.2. Komunikabideetako esku-hartzeak: 940 inpaktu

Publizitate-kanpainaz gain, Kontsumobidek bere ahotsa du komunikabideetan. 2025ean, emandako 14 prentsa-oharrek 940 inpaktu ekarri zituzten, kanal guztietan zenbatuta:



Daturik deigarriena: 730 inpaktu Interneten. Kontsumobideren presentzia digitala informazio-irismen handieneko kanal gisa sendotzen dute.

Aipamen berezia merezi du Radio Nacional irratiarekin lankidetzan aritzeak, kontsumoaren arloan Kontsumobideko zuzendariari eta Radio Popular irratiari elkarriketak eginez kontsumo arduratsuari buruzko "El consumidor al aire" izeneko espazioan. Formatu hurbila, espezializatua eta dibulgazio-balio handikoa.

Komunikabideetan agertzeak, publizitate-kanpainekin batera, euskal herritarren eguneroko bizitzan gero eta ikusgarriago, eskuragarriago eta garrantzitsuago egiten du erakundea.

2.2.3. Sentsibilizazio-ekintzak

2.2.3.1. Kontsumitzailearen Eguna – martxoaren 15a

Aurten ere, Kontsumobidek EAEko hiru hiriburuetako kaleak hartu zituen Kontsumitzaileen Munduko Eguna ospatzeko. Ospakizunak martxoaren 14an egin ziren, "Saber Consumir" lelopean, herritarrekin zuzenean, modu dinamikoan eta gogoangarrian konektatzeko pentsatutako jarduera-programa batekin.

Hiri bakoitzean informazio-stand bat jarri zen, eta, berrikuntza nabarmen gisa, hiru pantaila interaktibo - hiriburu bakoitzeko bat -, kontsumo arduratsuari buruzko jokoekin, Kontsumobideren webgune berriaren zabalkundea aprobeztatuz. Parte-hartzaile bakoitzak, gainera, opari berezi bat jaso zuen. Eta, aldi berean, Instagramen egindako zozketa batek ospakizunaren irismena ingurune digitalera zabaldu zuen.



Egindako jarduerak



informazio-standak 3 hirietan



Joko interaktiboak pantailetan



Instagrameko zozketa (588 parte-hartzaile)

Jarraipena, guztira:

2.910 kalean

+ 588 Instagramen

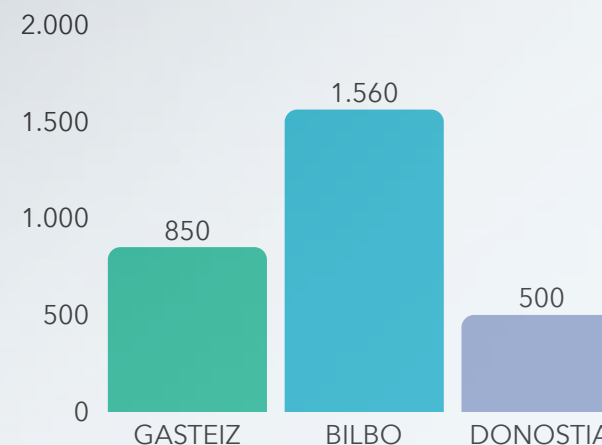


2.2.3.2. Santo Tomas azoka: ilara luzeak eta kontsumo arduratsua erruz

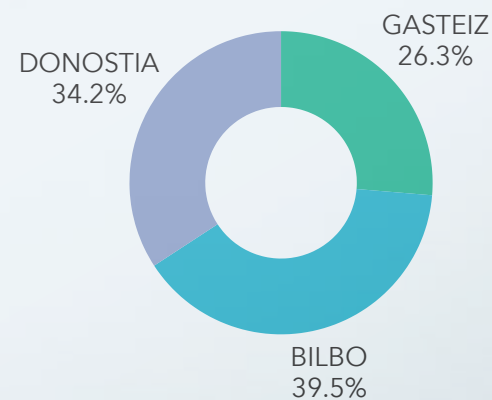
Abenduan, Kontsumobidek Gasteizko Gabonetako merkatuan eta Bilboko eta Donostiako Santo Tomas azokan parte hartu zuen. Hiru stand, hiru hiriburu, mezu bera: hobeto kontsumitzea.

Arrakasta itzela izan zen hiru hirietan Kontsumobideren egutegia eta urteko kanpainaren lema ("Erostea, ez saldu zure burua") idatzita zeukan poltsa jasotzeko. Ekintza horrek markaren ikusgarritasuna, balioen hedapena eta herritarrekiko zuzeneko konexioa konbinatu zituen, eta argazki eta bideo bidez eman zen haren berri sare sozialetan.

Hiri bakoitzeko partaidetza



Artatutako pertsonak hiri bakoitzeko





Banatutako materiala



Egutegiak

2026ko edizioa



Poltsak

"Erostean, ez saldu zure burua"



Berri emateko

Argazkiak eta bideoa

Zozketetako parte-hartzaileak:

1.477

Egindako zozketak eta parte-hartzaileen kopurua

588

Martxoaren 15eko zozketa

Kontsumobideren zerbitzuei buruzko galdera

236

Arbitraje-kanpaina

Arbitraje-gaiei buruzko galdera

653

Gabonetako kanpaina

Tokiko erosketari eta kontsumo arduratsuari buruzko galdera

2.2.3.3. Instagrameko zozketak: goranzko parte-hartzea

2025ean zehar, Kontsumobidek hiru zozketa antolatu zituen Instagramen, bakoitza komunikazio-egutegiaren funtsezko une bati lotuta, eta galdera tematiko batekin, partaidetza-mekanika gisa.

Lehenengoak, Kontsumitzailearen Egunari lotuta, Kontsumobideren zerbitzuei buruz galdetu zuen: 588 parte-hartzaile. Bigarrenak, arbitraje-kanpainaren esparruan, gatazkak konpontzeko mekanismo horri buruz hausnartzeko gonbita egin zuen: 236 parte-hartzaile. Eta hirugarrenak, Gabonetako kanpaina, tokiko erosketa eta kontsumo arduratsua landu zituen data jakin batzuetan, eta urteko parte-hartzerik handiena lortu zuen: 653 pertsona.

Mekanika erraza, eraginkorra eta hazten ari dena, entretenimendua kontsumorako hezkuntza bihurtzen duena.





2.2.3.4. Newsletter: 24 bidalketa, bi kanal eta, komunitate fidel bat

2025ean, Kontsumobidek komunikazio zuzena eta aldizkakoa izan zuen bere komunitatearekin, 24 igorpenen bidez - posta elektronikoz eta WhatsApp bidez -, kontsumoari buruzko nobedadeekin, aholkuekin eta eduki garrantzitsuekin. Hurbiltasun-kanal bat, erakundearen eta informatuta egotea aukeratu duten herritarren arteko lotura indartzen duena.

✉ Newsletter 2025



Egindako bidalketak

24



Posta elektronikoa

Informazioa eta berriak



WhatsApp

Zuzeneko kontaktua



Helburua

Herritarrei kontsumo arduratsuari buruzko informazioa ematea

2.3. Kontsumobide Interneten

2.3.1. www.kontsumobide.eus webgunea

Kontsumobideren webgunea Kontsumobide-Kontsumoko Euskal Institutuaren eta EAEko herritarren arteko harremanetarako tresna nagusietako bat da. Kudeaketa, kontsulta eta erreklamazioetarako sarbidea izateaz gain, kontsumo-gaiei eta interes-arloen arabera atalei buruzko informazio eguneratua eskaintzen du, eta oinarritzko legeriarako sarbidea ematen du.

2025ean, **105.422 erabiltzaile** bakar sartu dira webgunera 180.208 saiotan. Guztira 407.000 orrialde zenbatu dira, minutu bat eta 59 segundoko interakzio-denborarekin.

Gehien bisitatutako 10 edukiak



Hasierako orria (Home)



Online izapideak



Blog-sarrera - Gabonetako kanpaina



Aurretiko hitzordua



Nola egin erreklamazio bat online



Blog-sarrera - Black Friday kanpaina



Gehien bisitatutako 10 edukiak



Kontaktua



Erreklamazio-orriak



Kontsumoko arbitrajea



2.3.1.1. Gaurkotasuna: kontsumoari buruzko informazioa beti egunean

Webguneko gaurkotasuneko atalak Kontsumobideren informazio-pultsu osoa biltzen du, hiru formatu oso bereizitan.

Prentsa-oharrak Institutuaren ahots ofiziala dira: Kontsumobidek sortutako eta Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren komunikazio-arloaren bidez hedabideei zabaldutako edukiak. 2025ean, 14 ohar igorri dira, eta etengabeko presentzia mantendu da agenda mediatikoan.

Albisteek EAEko kontsumitzailearentzat garrantzitsua den eta, Kontsumobidek sortu ez arren, ikusgarritasuna merezi duen guztia jasotzen dute: 18 argitalpen aurten. Erakundeaz haraindiko begirada zabaltzen dute eta eguneroko errealitatearekin konektatzen dute.

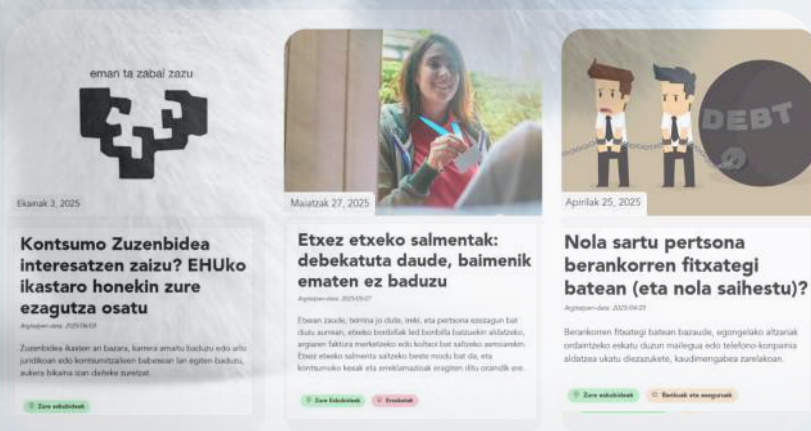
Eta **blogeko sarrerek** – hamasei 2025ean – sakontasuna, hurbiltasuna eta ikuspegi editorialagoa ematen dute, hurrengo atalean zehazten den bezala.

Guztira, webgunea baliabide bizi, dinamiko eta ohiko kontsultarako bihurtzen duten **48 argitalpen**.

2.3.2. Bloga: pertsona guztientzat azaldutako kontsumoa

Kontsumobideren bloga eduki-espazio bat baino askoz gehiago da – herritarrak ahalduntzeko tresna da. www.kontsumobide.eus webgunean txertatuta dago, eta helburu argia du: kontsumitzailearen eskubideak eta betebeharrak hurbiletik, modu ulergarrian eta praktikoan hurbiltzea, pertsona bakoitzak erosteko erabaki kontzienteagoak, kritikoagoak eta arduratsuagoak hartu ahal izan ditzan.

Blogak, modu isolatuan funtzionatu beharrean, Kontsumobideren ekosistema digitalaren ardatz bateratzaile gisa jarduten du, webguneko informazioa eta Facebooken, Instagramen, Twitterren eta YouTubeen argitaratutako edukiak osatuz.



Edukiak kontsumoaren esperientzia hasieratik amaierara hartzen duten hamar gai-multzotan egituratzen dira: oinarrizko kontzeptuak eta prestakuntza, etxebizitza, garraioa, finantzak, telefonia, produktuak eta zerbitzuak, besteak beste.

2025ean, 16 postek forma eman diote espazio horri – bakoitzak aukera bat eman du EAEko herritarrei informazioa emateko, haiek babesteko eta egunez egun kontsumitzaile gisa laguntzeko.



2.3.3. Sare sozialak: kanal anitzeko presentzia euskal kontsumitzailearen zerbitzura

Kontsumobidek estrategia digital aktiboa eta dibertsifikatua du. Bost kanal sozialen bidez gauzatzen da estrategia hori (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube eta TikTok), eta bere ahotsa eta edukiak plataforma eta audientzia bakoitzera egokitzen ditu.

Facebook: Institutuaren komunitaterik finkatuena da; 12.000 jarraitzaile ditu dagoeneko, eta 1.522 pertsona berri sartu dira 2025ean. Urteko 335 argitalpenek 425 interakzio sortu zituzten, eta lotura egonkorra izan zuten entzule leialekin.

Twitter: Twitterreko kontuak 2.700 jarraitzaileekin eta etengabeko jarduerarekin itxi zuen 2025a: 248 txiorekin argitaratu ziren, 172 ekintzaren interakzioarekin. Komunikazio instituzionalerako eta kontsumoaren gaurkotasunerako bide bizkorra.

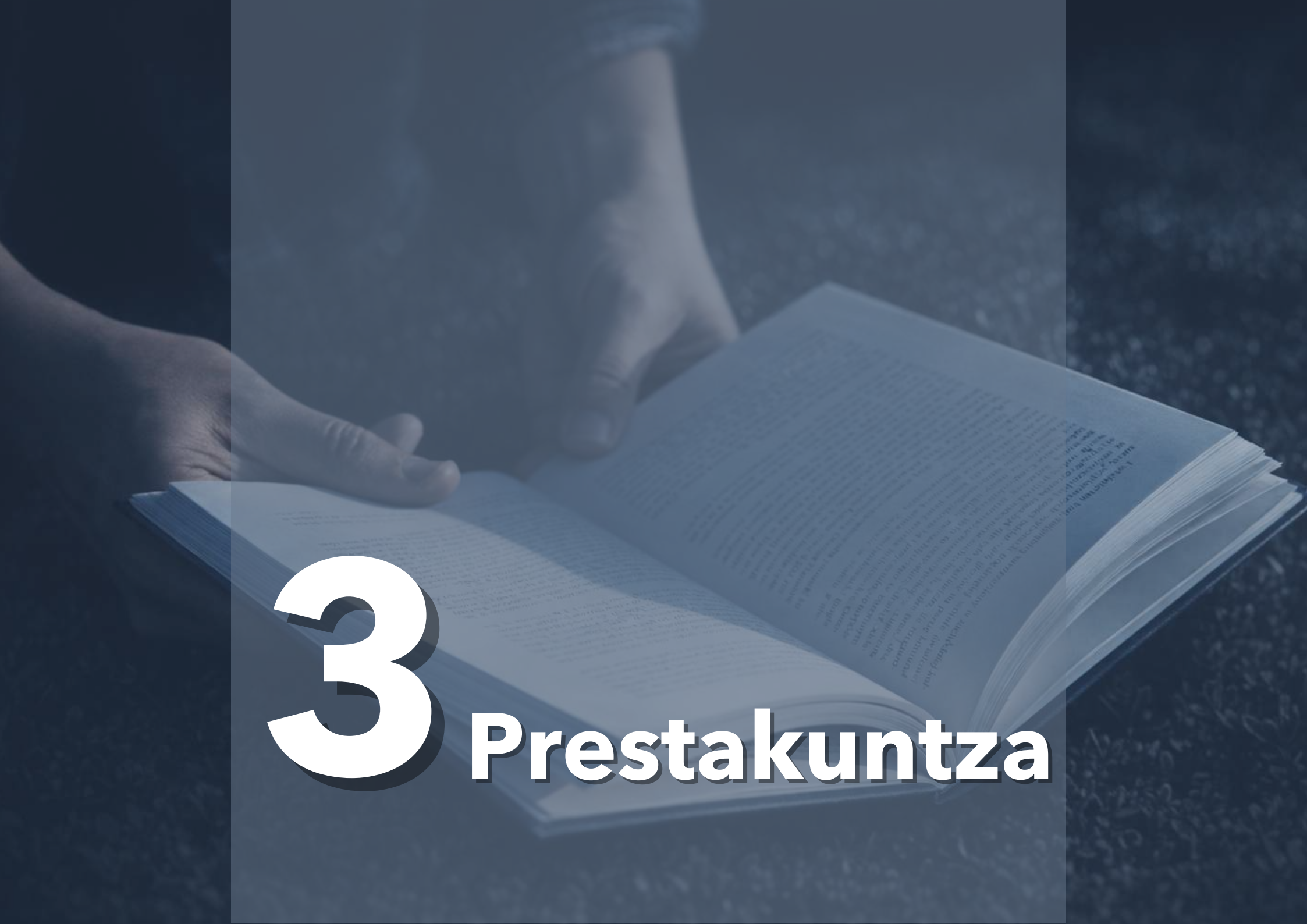
Instagram: Instagram da engagement arloan dinamismo handiena duen plataforma. 426 jarraitzaile berrirekin eta 183 argitalpenekin, profilak 3.000 interakzio pilatu zituen - zifra altuena testu- eta irudi-sareen artean, eta kontsumo-edukiaren ikus-potentzialaren seinale argi bat.

YouTube: 449 harpidedunekin eta 336.931 bistaratzerekin, Kontsumobideren ikus-entzunezko kanala da, eta sakonki hazten jarraitzen du. 2025ean 43 bideo berri argitaratu ziren – 445 bideoko



katalogora iritsi arte –, eta kanalak 336.931 bistaratze eta 1.069 bistaratze-ordu metatu zituen. Eduki hori, ikusi ez ezik, arretaz kontsumitzen da.

TikTok: 1.753.775 erabiltzaile lortu dira eta 2.694.925 bistaratze egin dira; beraz, TikTok da, zalantzarik gabe, Kontsumobideren ekosistema digitalaren agerpen nagusia. Publiko gazteenarekin konektatzeko tresna estrategiko gisa jada finkatuta dago, eta zifra hauekin itxi zuen 2025a: 214 jarraitzaile berri, 1.753.775 erabiltzaile bakar, ia 2,7 milioi bistaratze eta 2.820 interakzio. Kontsumitzaile belaunaldi berri bati irekitako leiho bat.

A person is shown from the chest down, sitting on a grassy surface and reading an open book. The image is in a dark, blue-toned style. A large, white, bold number '3' is overlaid on the left side of the book. The text 'Prestakuntza' is written in a white, bold, sans-serif font to the right of the number '3'.

3

Prestakuntza



Ezagutza aldaketa-tresna gisa

Gehiago jakitetik hasten da hobeto kontsumitzea. Prestakuntza Kontsumobideren zutabe estrategikoetako bat da, eta apustu garbia egiten du euskal gizartea kontzienteagoa, kritikoagoa eta arduratsuagoa izan dadin kontsumo-erabakietan.

Doako programen bidez, Kontsumoko Euskal Institutuak bi hartzaile handirengana iristen den prestakuntza-eskaintza zabaltzen du: herritarrak oro har eta kontsumoaren sektoreko profesionalak.

Herritarrentzat, programak berrikuntzan eta digitalizazioan jartzen du arreta - gero eta konplexuagoa den merkatu batean nabigatzeko funtsezko tresnak -, pertsona bakoitzak bere eskubideekin lerrokatutako erosketa-erabaki informatuagoak eta jasangarriagoak hartu ahal izan ditzan. Kontsumobideren prestakuntza-zentroetan dagoen eskaintza guztia [Prestakuntza-eskaintza](#) eta [Kontsumobideko kontsumorako prestakuntza-zentroak](#).

Profesionalentzat, Kontsumobidek etengabeko prestakuntza-programa bat eskaintzen du urtean zehar, eta bermatzen du kontsumoaren arloan lan egiten dutenek herritarrei arreta hobea emateko behar diren ezagutzak eta tresnak izango dituztela beti.

3.1. KB prestakuntza-zentroak: 3 lurralde, konpromiso bera

Kontsumobidek hiru prestakuntza-zentro ditu, hiru lurralde historikoetako hiriburuetakako bakoitzean bana. Kontsumoaren alorreko Hezkuntza, Prestakuntza eta Sentsibilizazio Programa gauzatzen da zentro horietan.

Hiru prestakuntza-zentro



Vitoria-Gasteiz

Gasteizko KB zentroa



Bilbo

Bilboko KB zentroa



Donostia

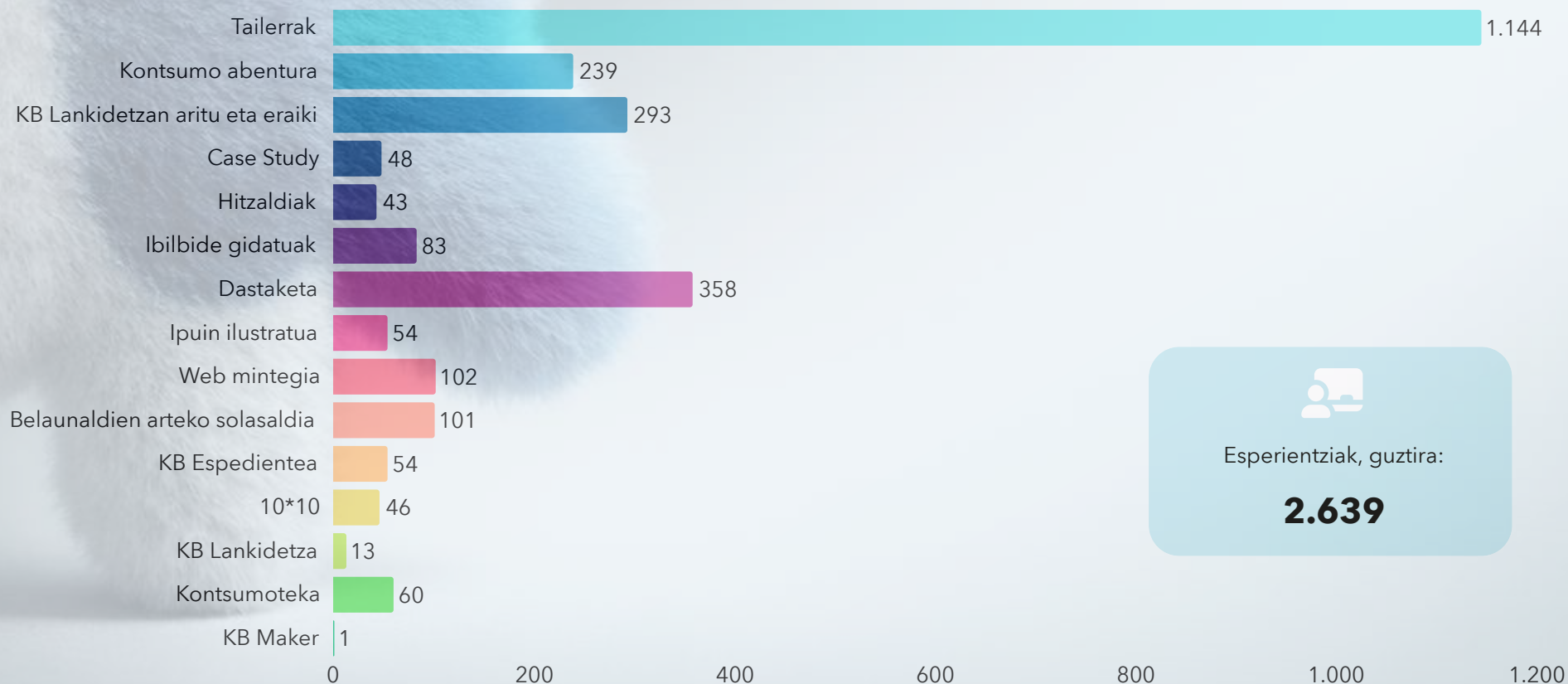
Donostiako KB Zentroa



3.1.1. Prestakuntza-esperientziak

2025ean Kontsumobideko prestakuntza-zentroak hazi egin dira. Aurten, eskaintza zabaldu egin da, eta 5 esperientzia berri jarri dira abian, dagoeneko finkatuta zegoen eskaintzari gehituta: "Jokoa eta jostailuak", "Aisia eta denbora libre", "Hasi arbitraje-saioa", "Biratu ezazu gurpila" eta "Etxe jasangarria". Gainera, eskuragarri dauden formatu guztiek izan dute irudikapena – programaren aniztasunaren eta erakargarritasunaren seinale argia –. Tailerrak formatu izarra izaten jarraitzen badu ere (1.144 ekintza), katalogoa zabala eta askotarikoa da: "Dastaketa", "KB Lankidetzan aritu eta eraiki", "Kontsumo abentura", "Ibilbide gidatuak", besteak beste. Gehienez ere 15 formatu daude, eta publiko, erritmo eta ikaskuntza-helburu desberdinetara egokitzen dira.

Prestakuntza-esperientzien kopurua formatuen arabera



Esperientziak, guztira:

2.639



restakuntza-programaren helburuetako bat da gizarteko adin-tarte guztiak segmentatuta eta lehenetsita egotea. Hona hemen, aurtan, publikoen parte-hartzea:

Esperientzia eta erabilera kopurua, publikoen arabera

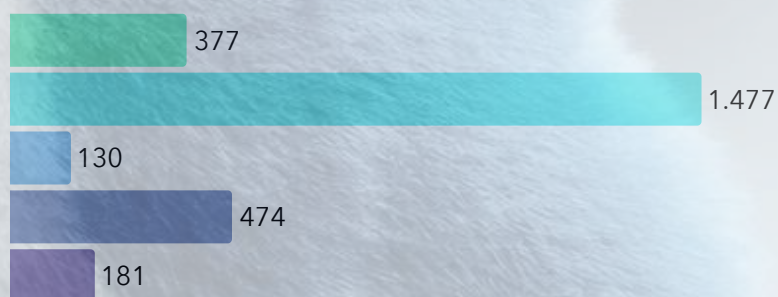


Erabilerak

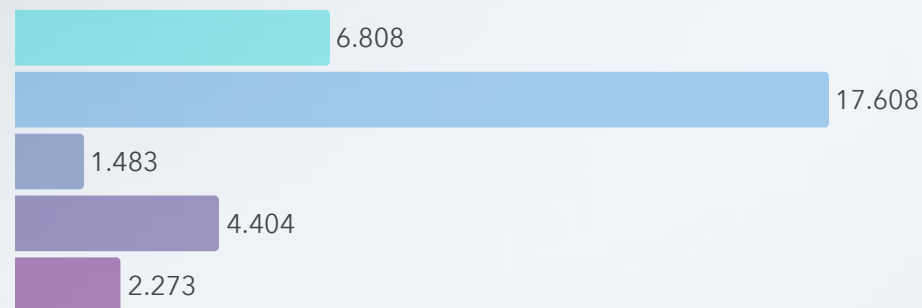
32.576

HAURRAK NERABEAK GAZTEAK HELDUAK

ADINEKOAK



ESPERIENTZIAK



ERABILERA *

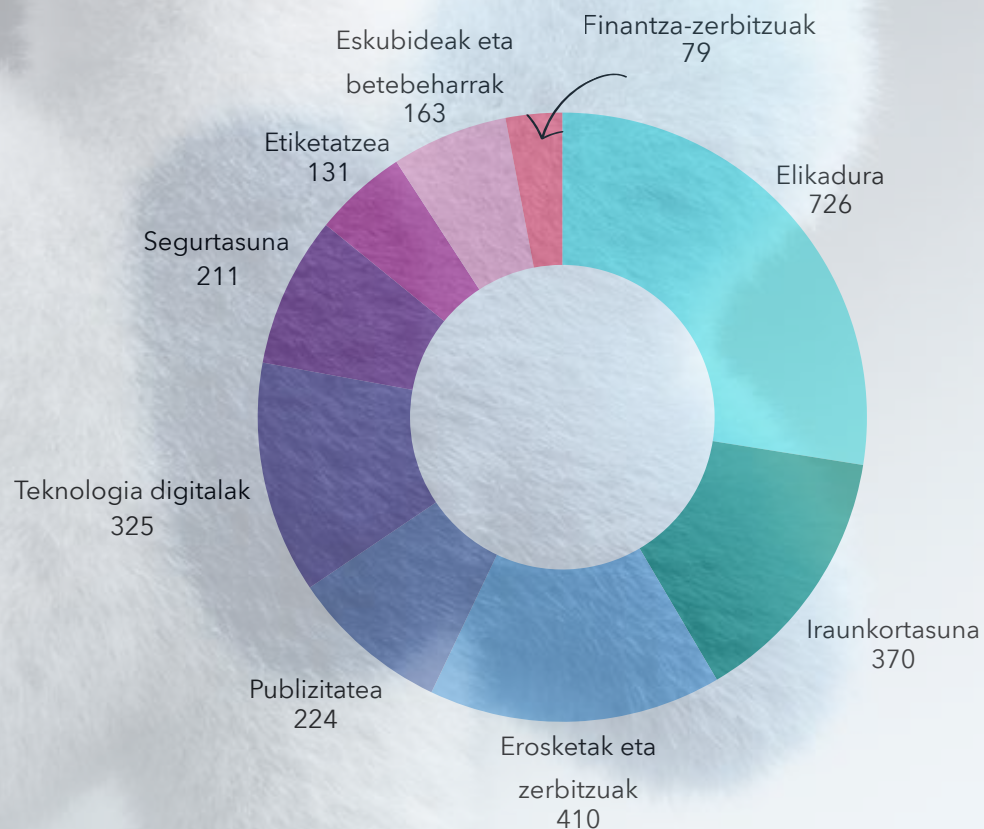
* Erabilera-kopurua prestakuntza-saioetara joan diren pertsonen kopurua da. Baliteke pertsona berak prestakuntza bat baino gehiago jaso izana.

Kontsumobideren 9 lan-arloek eguneroko kontsumoaren espektro osoa hartzen dute. Arlo guztiak eskatu dira, eta joerak aurreko urteetako bera izaten jarraitzen du. Ikastetxeek eskola-curriculumarekin lotutako ekintzak eskatzen dituzte, eta, horren ondorioz, elikagaien arloa, "dastaketa" formatuak bultzatuta, eskaeren buruan jartzen da.

Erosketa eta Zerbitzuen arloak gero eta esperientzia gehiago ditu, eta erakargarria da, batez ere helduentzat eta adinekoentzat.

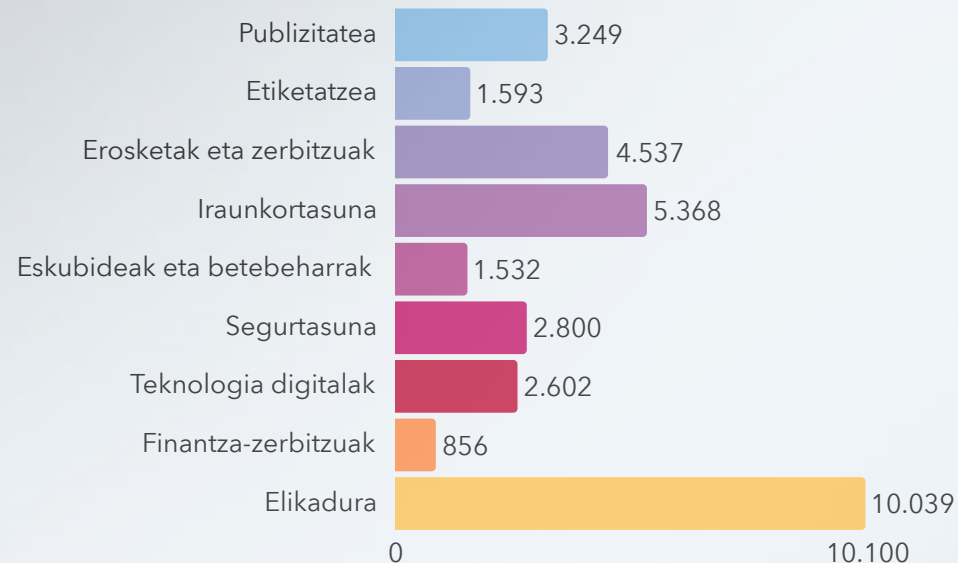


Esperientzia-kopurua, eremuen arabera

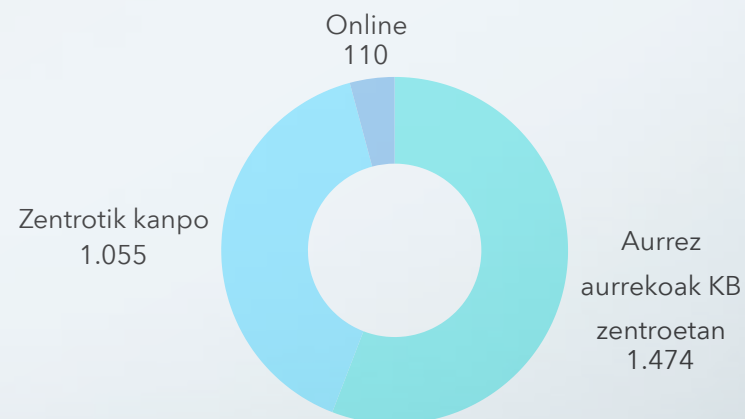


Taldearen lehentasuna irakaskuntza presentziala da (% 95,83), eta, zehazki, prestakuntza-zentroan aukeratzen da gehien. Baina 2025eko daturik deigarriena online prestakuntzaren igoera da, guztizkoaren % 4,17 baita jada - goranzko joera hori bultzatzen jarraituko du Kontsumobideak -.

Erabilera-kopurua, eremuen arabera



Irakaskuntza-lekuaren arabera





3.1.2. Hezkuntza-proiektuak: sakoneko ikaskuntza

Hezkuntza-proiektuak dira Kontsumobidek garrantzi handiagoko prestakuntzaren alde egiten duen apustua. 15 eta 20 ordu arteko iraupena dute eta lan pertsonala eta aurrez aurreko saioak konbinatzen dituzte, parte hartzaileen inplikazio aktiboa eta jarraitua eskatzen duen – eta lortzen duen – formatuan.

Emaitza berez da adierazgarria: 2025ean, formatu hori % 8 hazi da aurreko urtearekin alderatuta, eta ekitaldiz ekitaldi errepikatzen den goranzko joera finkatu du. Hezkuntza-eremuan bereziki baloratzen dute eta parte-hartzaileen fidelizazioa da bereizgarrietako bat. Aurten, gainera, EHU Online proiektuaren 4. eta 5. edizioek arrakasta handia izan dute.

Proiektu eta erabilera kopurua, prestakuntza-zentro bakoitzeko

KB Donostia	KB Bilbo	KB Vitoria
25	18	20
1.956	1.212	1.117

Saio-kopurua formatuen arabera

6 hilabete 6 erronka	KB Lanbide Heziketa	EHU Online	KB Ikasi eta erabil	Esperientzia sorta	KB Jolasean
116	56	99	34	30	60



Erabilerak

4.285

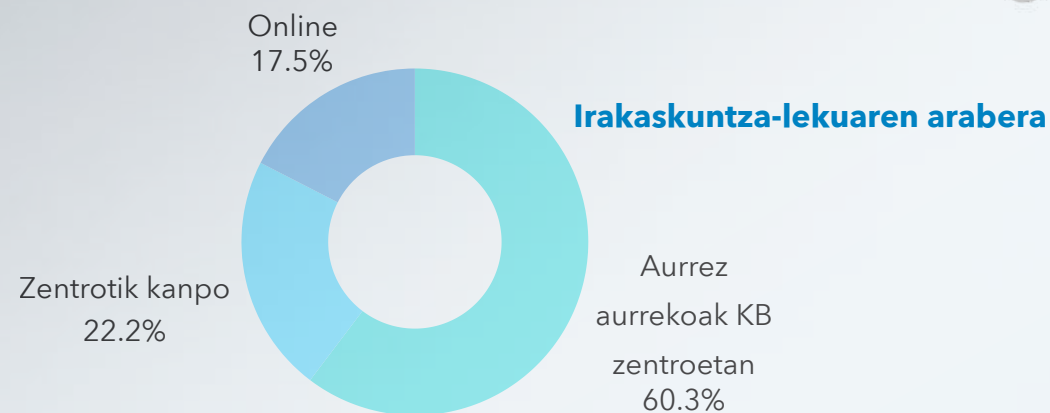


Proiektuak

63

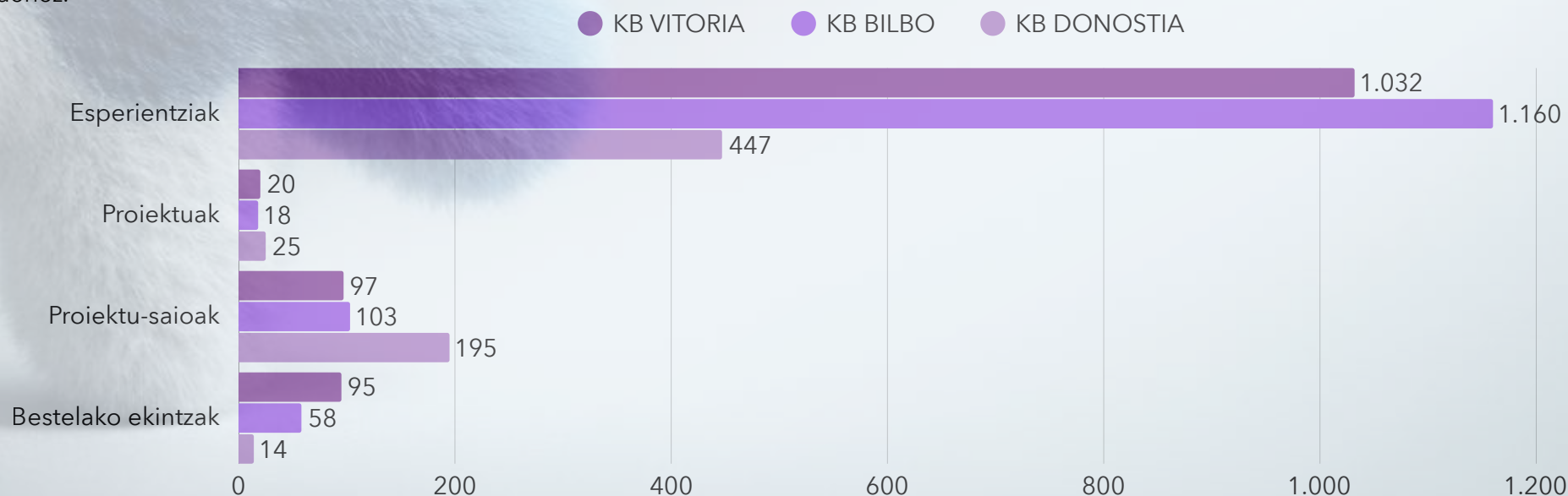


Prestakuntza-zentroetan presentzialtasuna da nagusi oraindik ere, 63 proiektuetatik 38k formatu hori baitute, eta, gainera, aurtan nabarmen egin du gora. Online modalitateak - osorik lotzen zaio **EHU**ri EGelapi plataformaren bidez - **11 proiektu** batzen ditu, eta balio handiko bide osagarri gisa finkatzen da.



3.1.3. Datu orokorrak: erreferentziako prestakuntza-programa Euskadin

2025eko zenbakiak berresten dute Kontsumobideren prestakuntza-programa erreferentzia dela kontsumo arduratsuaren arloan EAEko gizarte osoarentzat. Xede-publiko guztiek dute ordezkartza, eta bereziki nabarmentzen dira aurreko urteetan presentzia txikiagoa zuten kolektiboak - hala nola enpresa-sektorea -, estrategia metodologiko berrien eta hedapen zabalago eta dibertsifikatuago baten aldeko etengabeko apustuaren ondorioz.





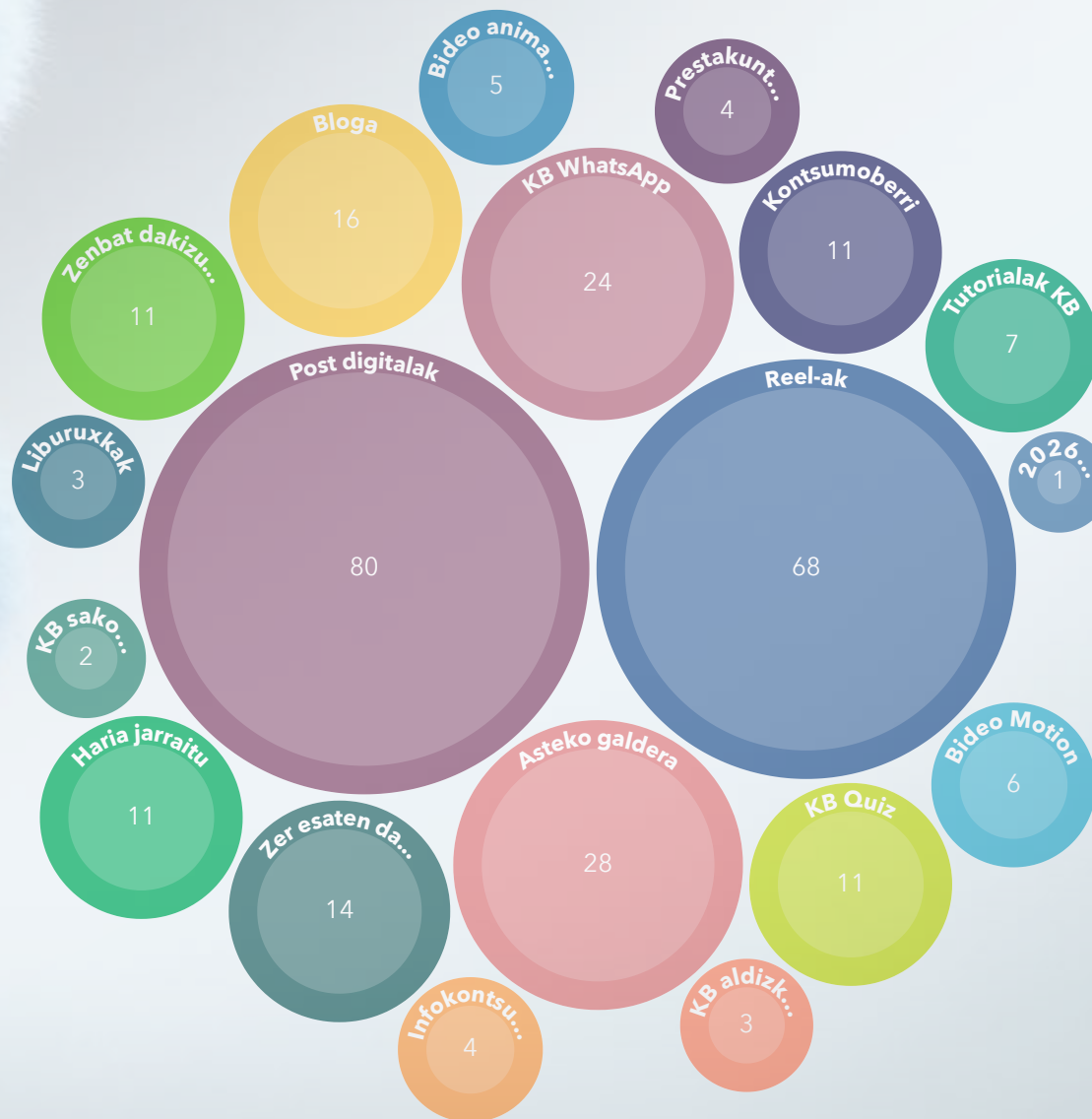
3.1.4. Sentsibilizazioa: 309 pieza, kanal guztiak, publiko guztiak

Sentsibilizazioa da Kontsumobideren komunikazio-estrategiaren beste hanka nagusia. 2025ean, programak irismenari eta aniztasunari dagokienez hazten jarraitu du, pieza bakoitza kanal bakoitzaren hizkuntzara, formatura eta audientziara egokitu baita – Instagram, Facebook, X, YouTube, webgunea, posta elektronikoa, WhatsApp eta material inprimatuak –.

Eraitza: **309 sentsibilizazio-produktu**, 19 formatutan, urte osoan zehar banatuta.

Publiko guztiei ematen zaie arreta: haurrek, nerabeek, gazteek, adinekoek, preskriptoreek eta enpresek beren espazio propioa dute Kontsumobideren sentsibilizazio-estrategian.

Sentsibilizazio-produktuen kopurua

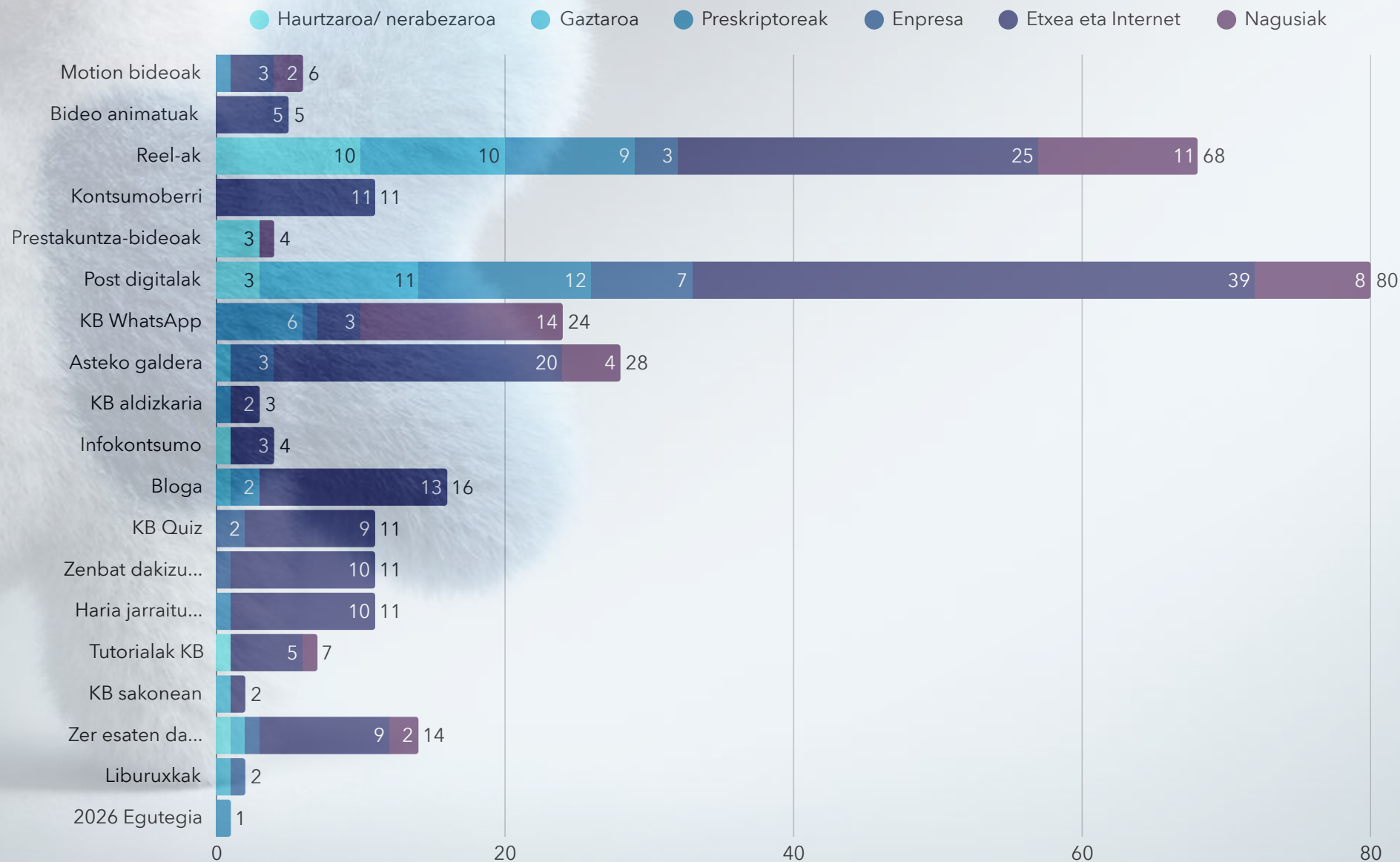


Produktuen kopurua

309



Produktu kopurua, publikoaren arabera





3.2. Barne-prestakuntza eta lanbide-heziketa: hobeto babesteko gaitasunak indartzea

Kontsumitzailea babesteko, ezagutza eguneratua eta espezializatua behar da. Horregatik, 2025ean, Kontsumobidek barne-prestakuntza eta prestakuntza profesionala indartu ditu, kontsumitzaileen babesaren lehen lerroan lan egiten dutenentzat: Kontsumobideko, KIUBetako eta kontsumitzaileen elkarteetako langileentzat.

Hiru lanbide-ikastaro eman dira urtean zehar:

- Kontsumoari buruzko araudia eta kontsumo-zuzenbiderako sarrera – Bilbon emana.
- Bonu soziala eta faktura elektrikoa – online modalitatean.
- Kontsumoaren arloko ikuskaritza eta zehapen-eskumenak: zehatzeko ahala – Eusko Jaurlaritzaren Donostiako egoitzan emana.



EHU

Euskal Herriko Unibertsitatea
Universidad del País Vasco

Baina 2025ean ere prestakuntza-mugarri bat ezarri da, irismen handikoa. Turismo, Merkataritza eta Kontsumoko sailburu Javier Hurtadok, Euskal Herriko Unibertsitateko (EHU) Zuzenbide Fakultateko dekanu Alberto Emparanza jaunarekin batera, **"Kontsumo-Zuzenbideko Aditu Ikastaro"** berria aurkeztu zuen. Graduondoko ikastaro horrek Euskadi erreferentzia akademiko bihurtzen du arlo horretan.

Sailburuak adierazi zuen bezala, ikastaro hau Kontsumobidek aspalditik lortu nahi zuen helburu bat zen, eta bi erakundeen arteko elkarlanari eta koordinazioari esker gauzatu da – aliantza hori funtsezkoa da Euskal Autonomia Erkidegoko kontsumitzaileen eta erabiltzaileen babesa indartzen jarraitzeko –.

A background image showing a close-up of two hands shaking in a firm grip, symbolizing a business deal or agreement. The image is in a dark blue, monochromatic style with a slight bokeh effect in the background.

4 Gatazkak konpontzea



Gatazkak konpontzea: gauzak behar bezala ateratzen ez direnean

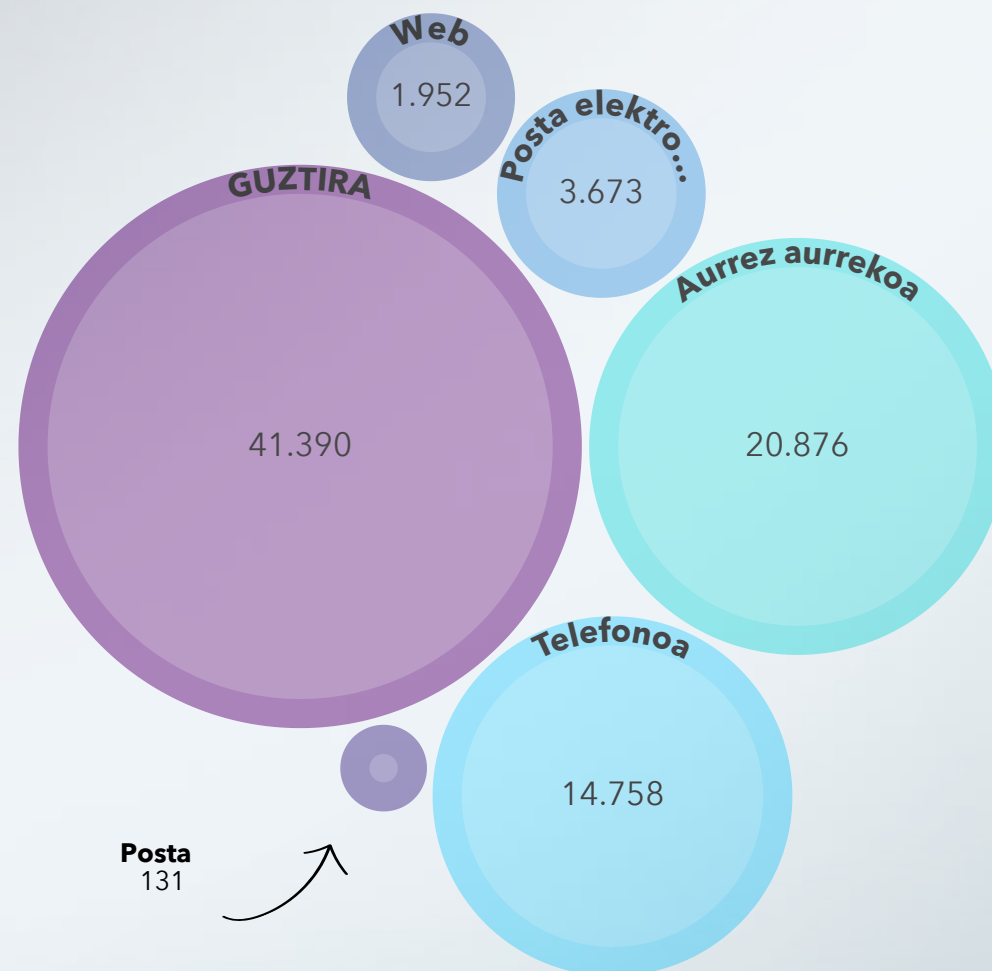
Kontsumo-gatazka guztiak ez dira berez ondo amaitzen. Batzuetan, fede ona ez da nahikoa – eta orduan sartzen dira jokoan babes instituzionaleko mekanismoak. Kontsumobidek gatazkak konpontzeko sistema osoa eskaintzen die euskal herritarrei, kontsulta hutsetik hasi eta zehapen-bidera arte, bitartekaritza eta arbitrajetik igarota.

2025ean, Kontsumobidek eremu horretan egiten duen jarduera lau ardatz nagusiren inguruan antolatu da: kontsumo-kontsultak, erreklamazioak, kexak eta salaketak, zehapen-espedienteak eta kontsumo-arbitrajea. Lau bide horiek bermatzen dute, elkarrekin, gatazkarik erantzunik gabe ez geratzea eta kontsumitzaileen eskubideak paper erre ez izatea.

4.1. Herritarren pultsua: kontsumo-kontsultak Euskadin

2025ean, EAEko kontsumitzaileen arretarako sareak **41.390 kontsulta** kudeatu ditu guztira. Horietatik 9.365 Kontsumobidek erantzun zituen; 26.128 Kontsumitzaileen Informaziorako Udal Bulegoek (KIUB); eta 5.897 Euskadiko Elkarleen Erregistroan jasota dauden kontsumitzaile-elkarreek.

Consultas de consumo en Euskadi por formas de presentación





4 GATAZKAK KONPONTZEA

Zalantza bat ere erantzunik gabe ez geratzea bermatzen duen sistema koordinatua.

Aurrez aurreko arretak jarraitzen du izaten bide gogokoena, 20.876 kontsultarekin – guztizkoaren erdia –. Telefonoak bigarren aukera izaten jarraitzen du, 14.758 kontakturekin; posta elektronikoak (3.673) eta webguneak (1.952), berriz, kanal digitalak gero eta gehiago erabiltzen dira.

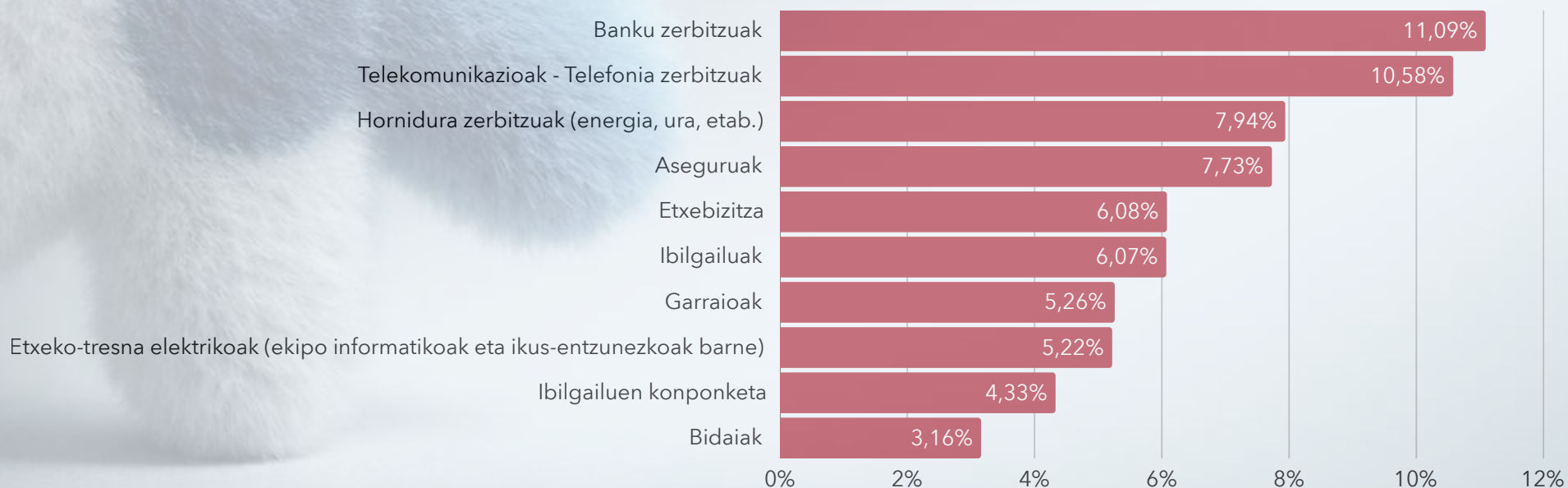
Kezka-zerrendaren buruan, banku-zerbitzuak daude, kontsulten % 11,09rekin (4.590), eta, horien atzetik, telekomunikazioak (% 10,58 – 4.379) eta hornidura-zerbitzuak daude, hala nola energia eta ura (% 7,94 – 3.286). Aseguruek (% 7,73) eta etxebizitzak (% 6,08) osatzen dute gehien kontsultatutako gaien 5 multzoa. Kezka-mapa bat, euskal herritarren eguneroko errealitatea islatzen duena: funtsezko zerbitzuak, kontratu konplexuak eta kontsumitzailearen babesak markatzen dituen sektoreak.



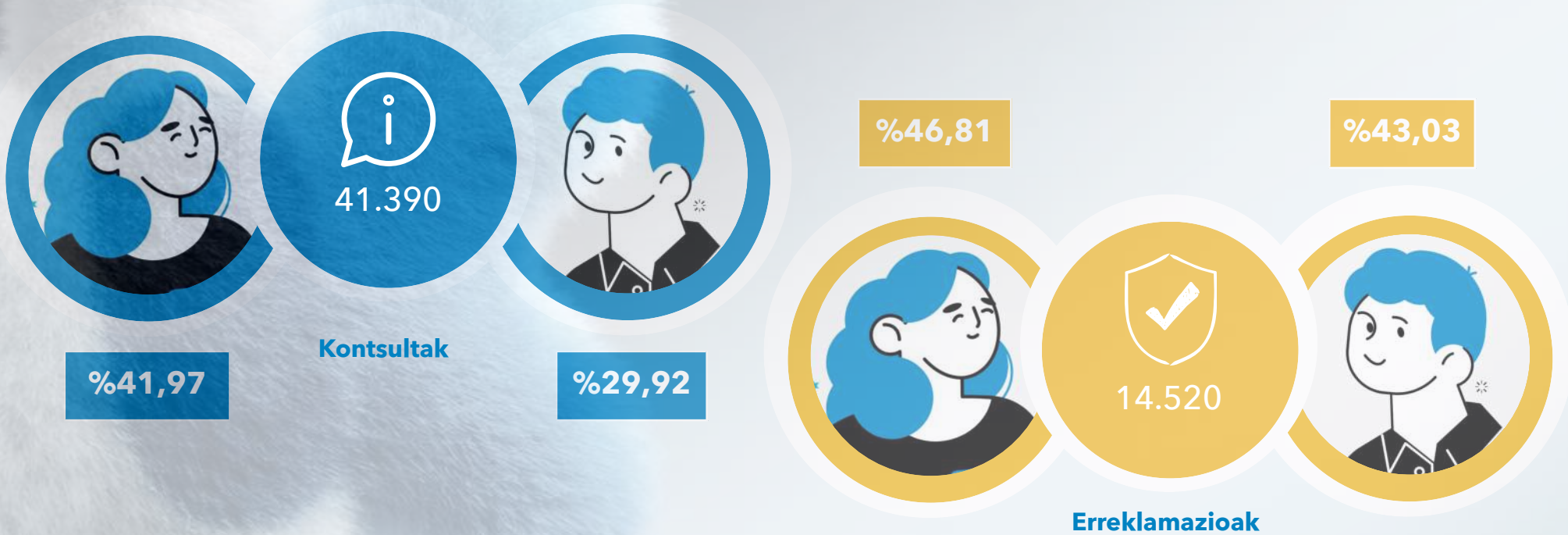
Kontsultak

41.390

Herritarren kezken top 10



Kontsumoaren erradiografia Euskadin: genero-ikuspegia 2025ean



Kontsumoko kontsultak eta erreklamazioak generoaren arabera

	Gizonak	Gutzizkoaren %	Emakumeak	Gutzizkoaren %	ED/EE	Gutzizkoaren %	Guztira
KONTSULTAK	12,384	29.92%	17,372	41.97%	11,634	28.11%	41,390
	Gizonak	Gutzizkoaren %	Emakumeak	Gutzizkoaren %	ED/EE	Gutzizkoaren %	Guztira
ERREKLAMAZIOAK	6,248	43.03%	6,797	46.81%	1,475	10.16%	14,520

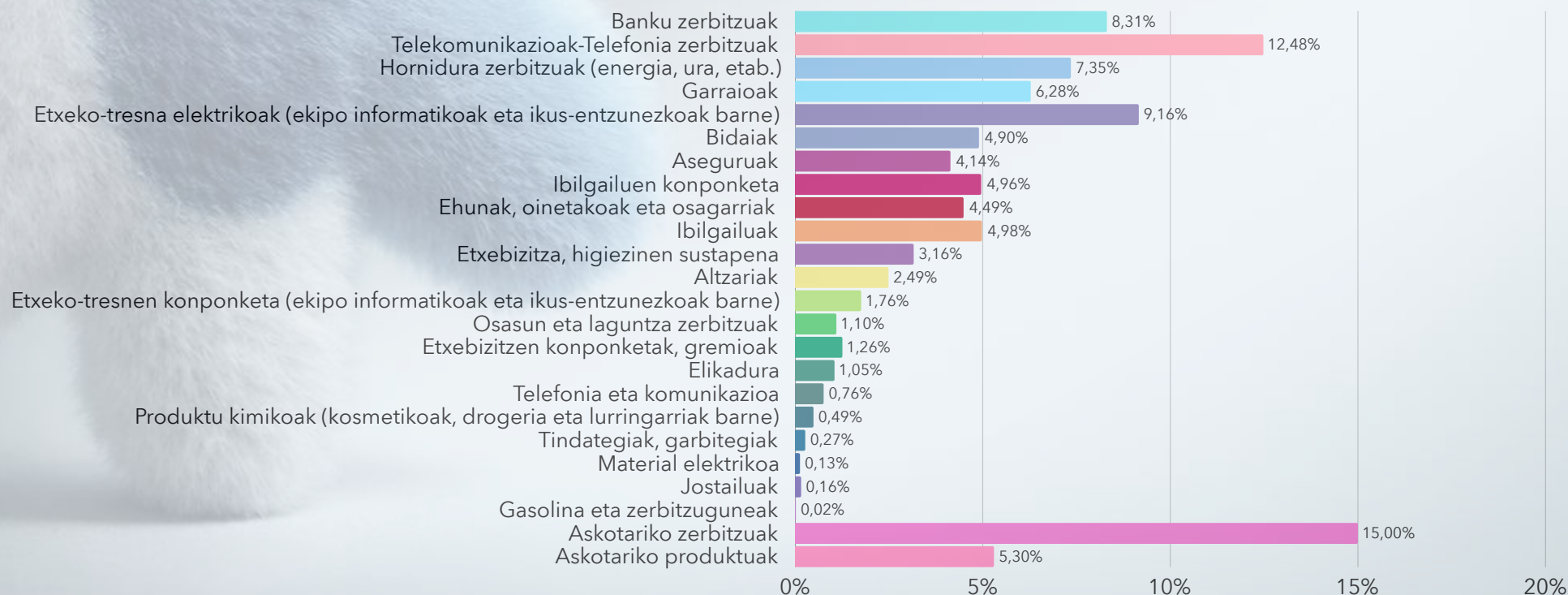


4.2. Kontsumitzaileen ondoeza: erreklamazioak, kexak eta salaketak Euskadin

2025ean, EAEko kontsumitzaileak babesteko sareak **27.218** erreklamazio, kexa eta salaketa izapidetu ditu. Kontsumobidek hartu zuen bere gain zatirik esanguratsuena (**14.546** espediente), ondoren KIUBak (**10.684**) eta kontsumitzaileen elkarteek (**1.988**). Kexa bakoitzak kanal egokia izatea bermatzen duen sistema koordinatua.

Sailkapenaren buruan telekomunikazioak daude, guztizkoaren % 12,48rekin (3.398 erreklamazio). Sektore hori da urtero euskal herritarren kexen buru. Ondoren, etxetresna elektrikoak datoz: ekipo informatikoak eta ikus-entzunezkoak (% 9,16 – 2.493), banku-zerbitzuak (% 8,31 – 2.263), energia- eta ur-hornidurak (% 7,35 – 2.002) eta garraioak (% 6,28 – 1.709).

Euskadiko erreklamazioak sektoreen arabera

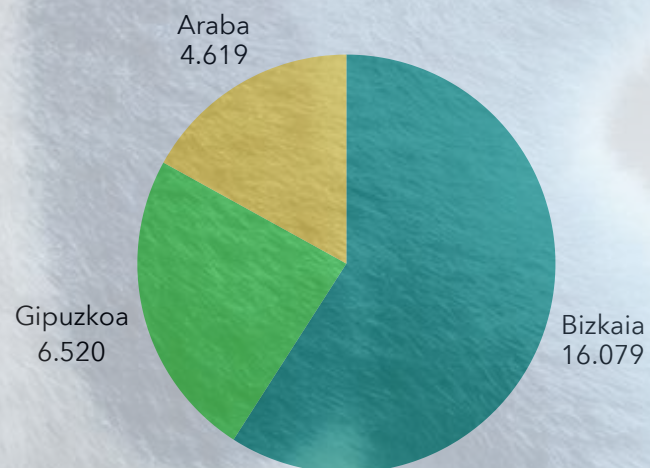




4 GATAZKAK KONPONTZEA

Bizkaian daude erreklamazio gehien (**16.079**), guztien % 59; ondoren, Gipuzkoan (**6.520**) eta Araban (**4.619**). Banaketa horrek, neurri handi batean, lurralde bakoitzaren pisu demografikoa islatzen du.

Erreklamazioak Euskadin, lurraldearen arabera



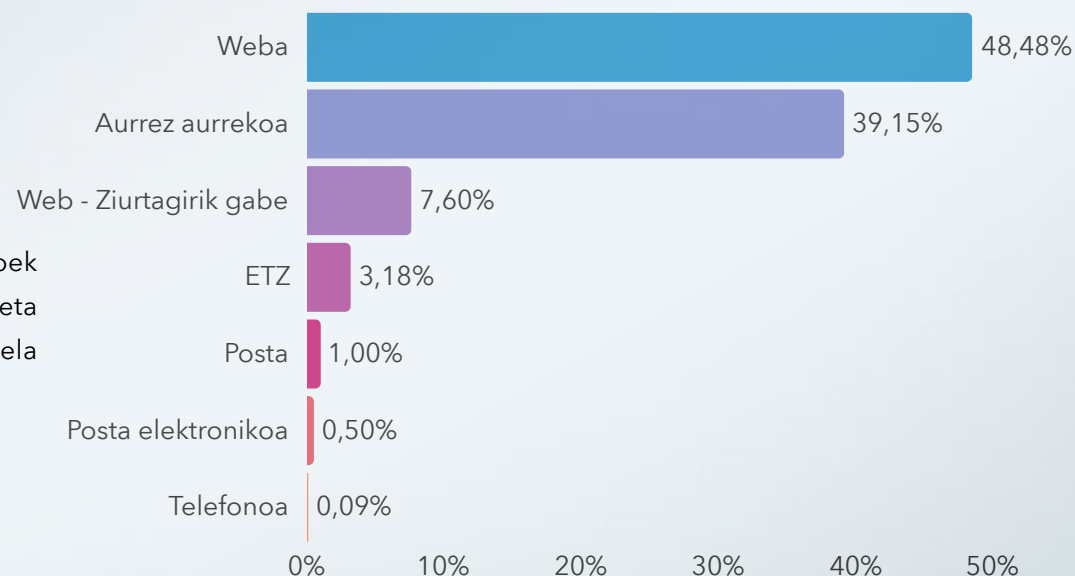
Lurralde guztietan, telekomunikazioek eta etxetresna elektrikoek zuzentzen dituzte erreklamazioak – joera homogeneoa da, eta Euskadi osoan hobetzeko tarteak duten sektoreak daudela adierazten du –.

Erreklamazioak
27.218

4.2.1. Erreklamazioak Kontsumobiden: espediente-bolumena eta kanal digitala

2025ean, Kontsumobidek **14.546 erreklamazio**, kexa eta salaketa kudeatu ditu. Datu horrek, bolumenetik harago, agerian uzten du nola aldatzen ari den EAEko kontsumitzaileen portaera: gatazken ia erdiak – % 49,82 – Internet bidez egindako erosketetan sortzen dira, establezimendu fisikoan (% 44,60) eta establezimendutik kanpo (% 5,42) egindako erosketen erreklamazioak baino gehiago.

Kontsumobideko erreklamazioak, kexak eta salaketak, aurkezteko moduaren arabera



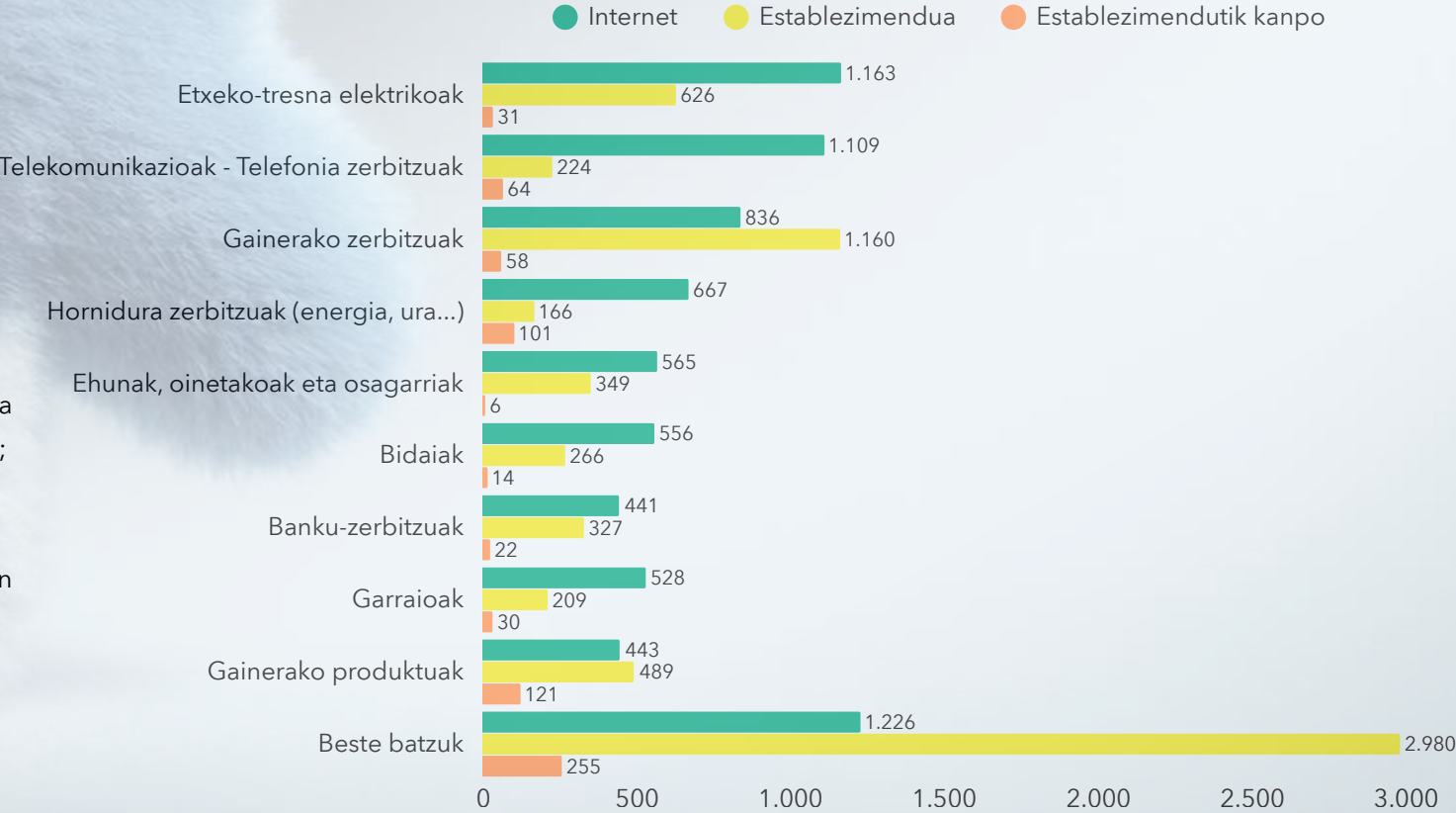
Kontsumobidek adostasuna lortu du (kontsumitzailearen eta enpresaren arteko akordioa), guztiz edo partzialki, egindako erreklamazioen % 43,29an.

Web-kanala da jada bide nagusia, eskaera guztien % 56,21 biltzen baititu (2024an % 50,98 zen). Joera argia eta azeleraziozkoa da eta zerbitzuaren digitalizazioa berresten du.

Ixteko datu positibo bat: bitartekotza-erreklamazioen % 43,29 adostasunera heltzen dira

Kontsumobideko erreklamazioak, kexak eta salaketak, sektore eta saltzeko moduaren arabera

Etzetresna elektrikoak eta ekipo informatikoak dira erreklamazioen buru, eta, ondoren, telekomunikazioak eta hornidurak. Ia sektore guztietan, urrutiko edo Internet bidezko erosketa da gatazkaren jatorri nagusia; merkataritza elektronikoaren hazkundearen eta kontsumitzailearen babesaren arloan egiteke dauden erronken isla zuzena da.





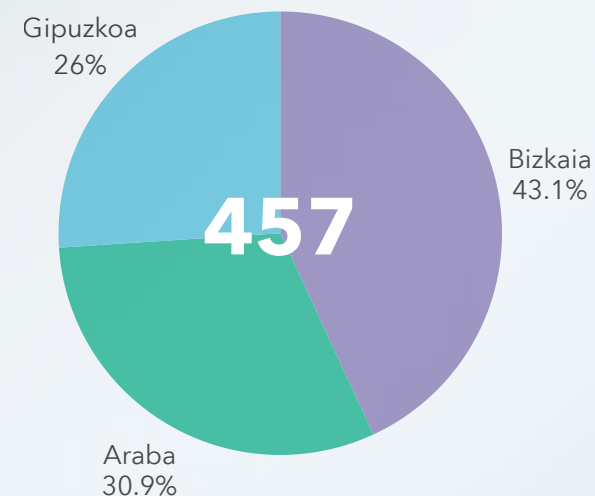
4.3. Zehapen-espedienteak: kontsumoko arau-hausteen aurkako ekintza

2025ean, Kontsumobidek **457 zehapen-espediente** hasi ditu hiru lurralde historikoetan, merkatua ikuskatzeko eta kontrolatzeko kanpainetan hautemandako arau-hausteen eta jasotako erreklamazioen ondorioz. Euskal kontsumitzailea babesten duen jarduera fiskalizatzailea da, eta merkatura mezu argi bat bidaltzen du: ez-betetzeak ondorioak ditu.

Hasitako zehapen-espedienteak sektoreen arabera



Irekitako zehapen-espedienteak lurralde historikoen arabera



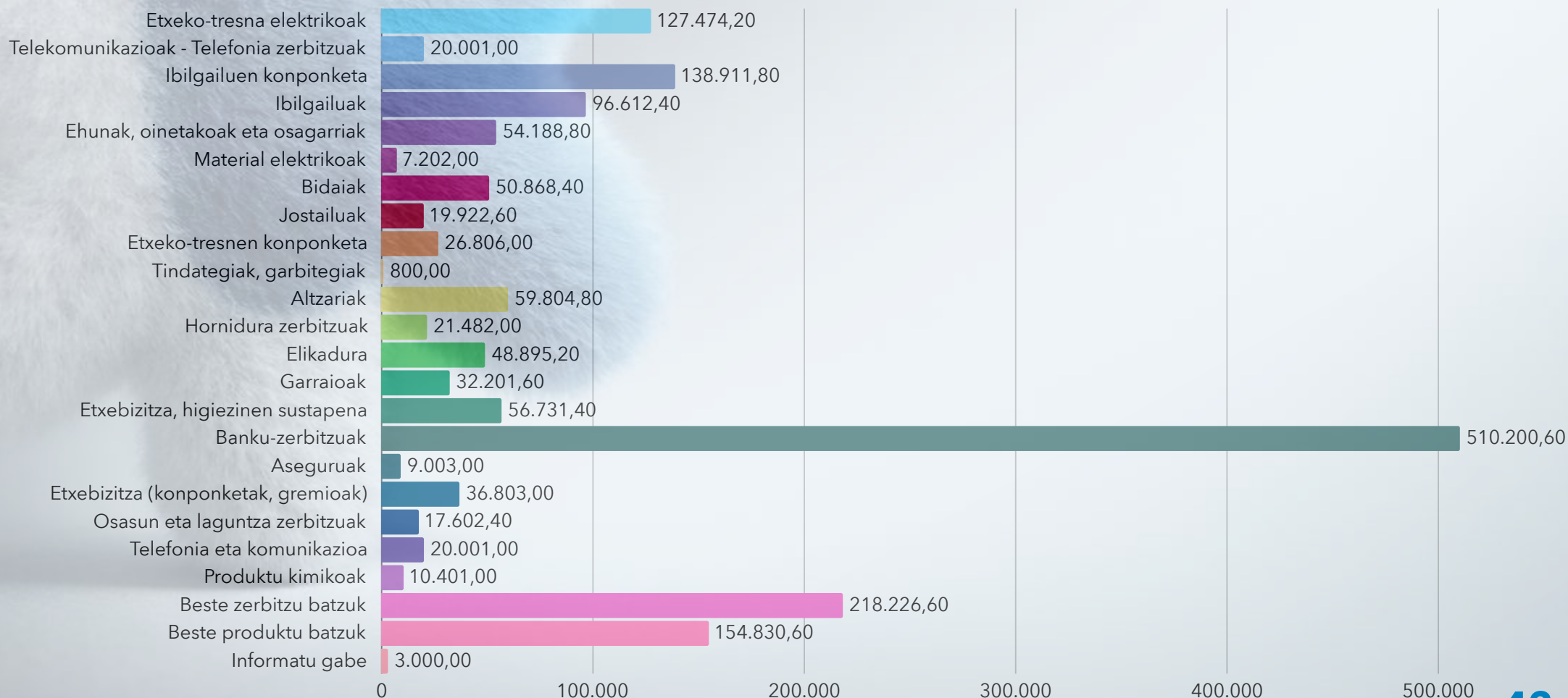
Hainbat zerbitzuz 61 espediente dituzte, eta, ondoren, etxetresna elektrikoak, elikagaiak eta askotariko produktuak. Banku-zerbitzuak, ibilgailuen konponketa eta etxebizitza dira zehapen-jarduera handieneko sektoreak.



Izapidetutako zehapen-espedienteetatik, 310 zehapenarekin ebatzi dira 2025ean, eta 1.720.969,40 €-ko guztizko zenbatekora iritsi dira. Emaizta horrek Kontsumobideren ikuskapen-ekintzaren irmotasuna islatzen du.

Banku-zerbitzuen sektorea nabarmen nabarmentzen da: 28 zehapenekin, 510.200,60 €metatzen ditu - zehapen-zenbateko osoaren % 29,6 -, eta horrek erakusten du arau-hausteeek pisu ekonomikoa dutela sektore horretan. Ondoren, hainbat zerbitzu (218.226,60 €), hainbat produktu (154.830,60 €) eta ibilgailuen konponketa (138.911,80 €) datoz.

Ebatzitako zehapen-espedienteak, zehapenarekin, sektoreka eta zenbatekoaren arabera (Guztira eurotan)





4.3.1. Zehatutako enpresak: kontsumitzailea babesteko, gardentasuna

Memoria horrek kontsumoaren arloan arau-hauste larriak egiteagatik zehatutako enpresak erakusten ditu. Helburua da kontsumitzaileei eta erabiltzaileei behar duten informazioa ematea egindako arau-haustek ezagutarazteko eta, horrela, etorkizunean legez kontrako jokabideak errepikatzea prebenitzeko.

Balantze horrek erakusten du finantza- eta aseguru-zerbitzuen sektorea dela zehapen handienak biltzen dituen, eta, ondoren, Artea, Ikuskizunak eta Aisialdia.

Zehapen larrien batura, sektorearen arabera (guztira, eurotan)



Gako-datuak:

- Banku-sektorea: Caja Rural Navarrak (60.000 €) eta 50.000 euroko isuna duen banku talde batek (Santander, Bankinter, Caixabank, Open Bank), sektore horretako kontrolaren intentsitatea islatzen dute.
- Aisialdiaren sektorea: musika-jaialdietan izandako eragina nabarmentzen da, 50.000,00 euroko zehapenarekin Lastur Bookin S.L.-eko antolatzaileentzat.
- Online merkataritza eta enbrosak: enbrosatutako produktuen eremuan, zehapen larriena All In Digital Marketing SLri dagokio, 10.001,00 euroekin.



4.4. Kontsumoko arbitrajea: ebazpen bizkorra, doakoa eta loteslea

Kontsumoko arbitraje-sistemak kontsumitzaileen eta enpresen arteko gatazkak auzitegietara jo gabe konpontzeko aukera ematen du.

Kontsumoko arbitraje-sistemaren erreferentziazko organoa Euskadiko Kontsumoko Arbitraje Batzordea da, Kontsumobide-Kontsumoko Euskal Institutuari atxikia. Alderdiek (kontsumitzaileak eta enpresak) borondatez onartzen dute arbitraje-organoaren erabakiaren mende jartzea. Eta kontsumitzaileak eskatuta hasten da beti.

Arbitraje-prozedurak 90 eguneko batez besteko iraupena du, doakoa da, eskatutako froga-gastuengatik izan ezik. Prozesu arina, uztailaren 23ko 713/2024 Errege Dekretuak, Arbitrajearen abenduaren 23ko 60/2003 Legeak eta Administrazio Prozedura Erkidearen urriaren 1eko 39/2015 Legeak arautua.

Gainera, Euskadiko Kontsumoko Arbitraje Batzordea ADR (Alternative Dispute Resolution) erakunde gisa akreditatuta dago, azaroaren 2ko 7/2017 Legearen arabera, eta horrek kalitatea, independentzia eta zorrotasuna bermatzen ditu gatazkak ebaztean.

4.4.1. Enpresak arbitrajeari atxikitzea: kontsumitzailearekin konprometitutako enpresak

Kontsumoko arbitraje-sistemari atxikitzea ez da soilik izapide administratibo bat – kontsumitzaileen eskubideekiko konpromisoaren adierazpen publiko bat –. Atxikitako enpresek gatazkak adiskidetasunez, azkar eta doan konpontzeko borondatea adierazten dute, eta atxikipen-bereizgarri ofiziala erakuts dezakete, kalitate- eta konfiantza-zigilu gisa bezeroen aurrean.

2025ean, sistemak hazten jarraitzen du: **826 enpresa eta saltoki** berri batu zaizkio EAEko arbitrajeari, eta guztira **17.091 enpresa atxiki** dira 2025eko abenduaren 31n.

Mugarri bat 2025ean: hitzarmen berria Estatuarekin

2025eko ekainaren 17an, hitzarmen berria sinatu zuten Gizarte Eskubide, Kontsumo eta 2030 Agendako Ministerioak eta Euskal Autonomia Erkidegoko Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailak, autonomia-erkidegoan kontsumo-arbitrajea garatzeko. Akordioak lau urterako balio du, luzatzeko aukerarekin, eta gatazkak konpontzeko sistema horrekiko konpromiso instituzionala indartzen du.

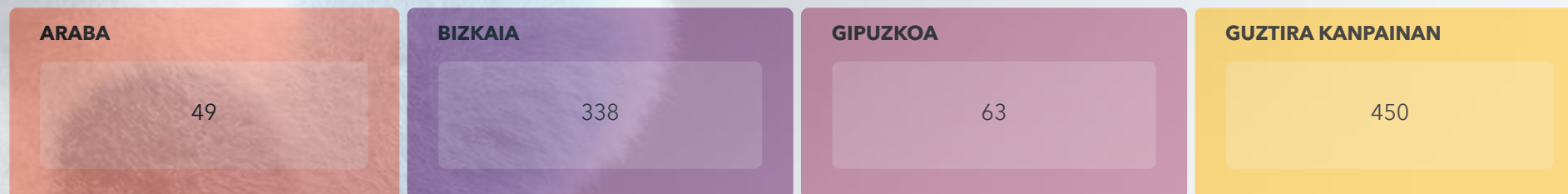


Atxikitako enpresak, guztira

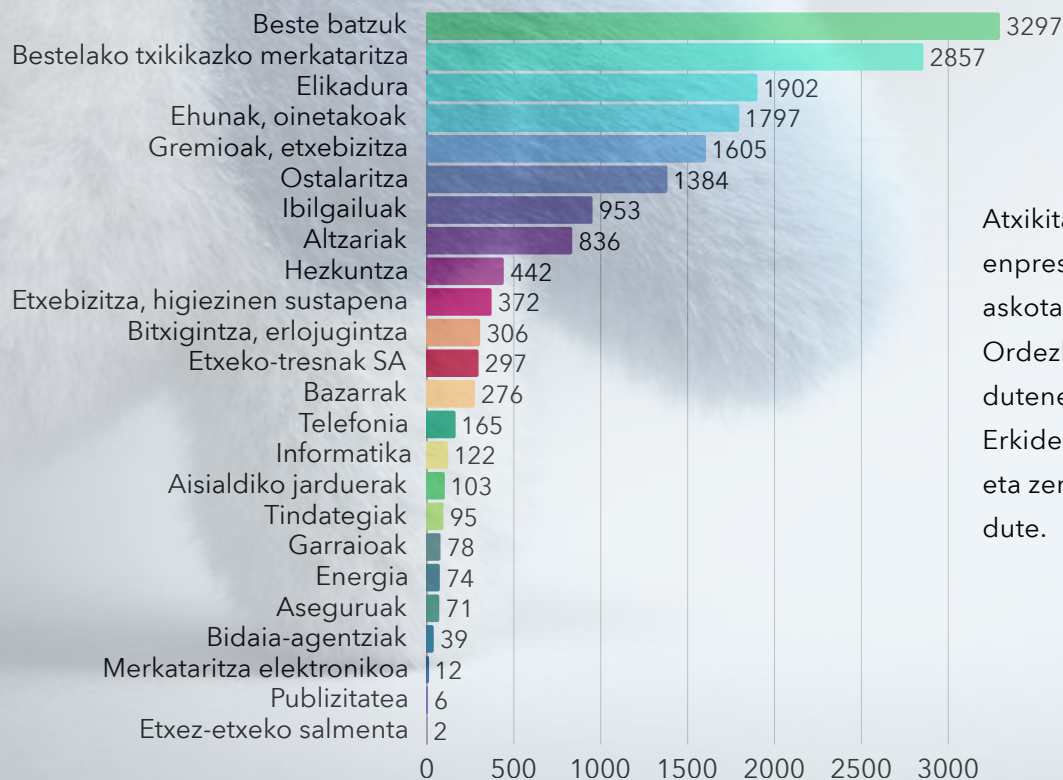
17.091



Irailaren 15ean abian jarri zen Bilbo, Portugalete, Barakaldo, Donostia eta Gasteizera zuzendutako urteroko erakartze-kanpaina. Emaita: 450 atxikipen berri, lurraldeka banatuta:



Enpresen atxikipena arbitrajeari, jarduera arloen arabera



Funtsezkoa da erregistroa eguneratuta edukitzea, bai eta enpresa berriak erakartzea ere. 2025ean 771 enpresak baja hartu dute erretiroengatik eta itxierengatik, eta 42k uko egin diote atxikitzeari – egoitza Madrilan duen optika-kate bati dagozkio –. Sistemaren fidagarritasuna eta kalitatea bermatzen duen arazketa-prozesua.

Atxikitako **17.091** enpresaren oinarria sektore askotan banatzen da. Ordezkaritza handiena dutenek Euskal Autonomia Erkidegoko merkataritza-eta zerbitzu-sarea islatzen dute.

Arbitrajearen hiru gakoak: AZKARTASUNA, ERAGINKORTASUNA ETA EKONOMIA

Hiru arrazoik azaltzen dute zergatik diren urtetik urtera gehiago bide hori aukeratzen duten EAEko enpresak - eta zergatik ari den etengabe hazten Euskadiko kontsumoko arbitraje-sistema.



4.4.2. Arbitraje-eskaerak



2025ean, Euskadiko Kontsumoko Arbitraje Batzordeak **1.046 arbitraje-eskaera** berri jaso ditu – aurreko urteko 1.001 eskaerekin alderatuta, igoera –, eta horrek berretsi egiten du herritarrek gero eta konfiantza handiagoa dutela gatazkak ebazteko sistema horretan.

Alde handia dago telefonian: 376 eskaera – guztizkoaren % 35,9 –, batez ere eskaintako baldintzak ez betetzeagatik, bidegabeko fakturazioagatik, huts egindako eramangarritasunengatik eta iraupenik ezagatik penalizazioengatik. Bigarrenik, energia, kostuen igoeraren, fakturazioaren atzerapenen eta etengabe aldatzen ari den araudiaren ondorioz. Eta hirugarrenik, ibilgailuen konponketen, gremioen eta etxebizitzaren arloan sortutako gatazken eskaerak daude.

Kontsumoko **arbitraje-laudoa** alderdien arteko gatazka ebazten duen arbitraje-organoaren ebazpena da, eta epai judizial baten balio bera du. 2025ean, 564 laudo eman ziren: 150 partzialak, 159 erabatekoak, 228 ezetsiak eta 27 inhibiziozkoak. Laudo bakoitzak idatzizkoa, arrazoitua eta sinatua izan behar du. Laudoen batez besteko zenbatekoa 404,39 € izan zen.



Laudoak

564



4 GATAZKAK KONPONTZEA

2025ean emandako 564 laudoetatik, **395 ekitatez** ebatzi ziren – sektorean adituak diren eta beren jakintza eta ulermen leialaren arabera ebazten duten arbitroak – eta **169 zuzenbidean** – indarreko ordenamendua aplikatzen duten goi-mailako titulazio juridikoa duten arbitroak.

Besterik adierazi ezean, kontsumoko arbitrajea beti da ekitatezkoa, salbu eta alderdiek berariaz adierazten badute zuzenbidean hala nahi dutela (713/2024 Errege Dekretuaren 31.4 artikulua). Eta sistemaren kalitate teknikoari buruzko datu bat: laudoen **% 96 arbitraje-elkargoak** eman zuen, **aho batez**.

Laudora iritsi aurretik, Euskadiko Kontsumoko Arbitraje Batzordeak aldean arteko bitartekaritza-lan garrantzitsua egiten du. 2025ean **177 akordio** lortu ziren lan horri esker – gatazka horiek laudo bat eman beharrik gabe (ez baiestekoa, ez ezestekoa) eta artxibatzeko ebazpenik eman gabe ebatzi ziren –.

Hala ere, eskabide guztiak ez dira izapidetzen. **21 arbitraje-eskaera ez ziren onartu**. Eta, beste alde batetik, **218 espediente artxibatu ziren**, arbitraje-sistemari atxiki gabeko enpresek ez zutelako proposatutako arbitrajea onartu 10 egun balioduneko epean, nahiz eta akordio batera iristen saiatu.

Nabarmentzekoa da Arbitraje Elkargoek **begizko 14 ikuskapen** egin zituztela eraikuntza- eta altzari-espedienteetan – prozesuari zorrotasun teknikoa ematen dion tresna da -. 2025ean ez zen peritu-probarik egin (ezta 2024an ere).

2025ean, Arbitraje Batzordeko presidentek **226 arbitraje-elkargo eta 338 pertsona bakarreko arbitraje-organo** izendatu zituen espedienteak ebazteko.

Laudo bat betetzen ez bada, alderdietako edozeinek eska dezake hura nahitaez betearazteko auzitegi eskudunen aurrean, eta haiek bortxaz baliatuko dute. 2025ean emandako laudoetatik 5ek nahitaezko betearazpena eskatu dute.

Gainera, laudo batean deuseztatzeko ekintza bat izapidetu zen, eta epai judizial baten bidez ezetsi zen – hala, arbitraje-laudoaren baliozkotasuna berretsi zen –.

Arbitraje-laudoen
%97,69 gehienez ere 2
hilabeteko epean igorri dira.

Euskadiko Arbitraje
Batzordeari 63.684
euroko **dirulaguntza**
eman zaio 2025ean.



4.5. Protokoloa Euskal Autonomia Erkidegoko Fiskaltzarekin: justizia eta kontsumoa, eskutik

Protokolo orokor hori 2024ko otsailaren 8an jarri zen indarrean, eta haren xedea da alderdien arteko lankidetza sustatzea, kontsumitzaileen eskubide legitimoak babesteko neurrien eraginkortasuna handitzen laguntzen duten jarduketak egiteko.

Fiskaltzaren eginkizuna da justiziaren ekintza sustatzea, legezkotasuna, herritarren eskubideak eta legeak babestutako interes publikoa defendatzeko, ofizioz edo interesdunek eskatuta, bai eta auzitegien independentzia zaintzea eta auzitegien aurrean gizarte-interesa asetzen saiatzea ere; horretarako, Estatuko fiskal nagusia izango da Ministerio Fiskalaren buru nagusia eta haren ordezkaritza izango du Espainiako lurralde osoan.

Bereziki, Fiskaltzak legitimazio oso zabala du, indibiduala eta kolektiboa, kontsumitzaileak eta erabiltzaileak babesteko, Prozedura Zibilaren 1/2000 Legearen arabera.

Eskumen autonomikoen esparruan, Kontsumobideri dagokio erregulazio-proposamena egitea, kontsumitzaileen eskubideak babesteko eta sustatzeko eta eskubide horiek babesteko prozedura eraginkorrak ezartzeko eta bultzatzeko.

Protokolo Orokorrak bi erakundeen arteko lankidetza bideratzeko aukera ematen du, helburu komun bat lortzeko, hau da, kontsumitzaileak babestea. Testuinguru horretan, Kontsumobidek Euskal Autonomia Erkidegoko Fiskaltza Nagusiari proposatzen dio lankidetza-sistema erregular eta egonkor bat ezar dezala kontsumitzaileen eskubide legitimoen defentsaren eremuan.

Lankidetza-esparru hori tresna juridiko egokien bidez gauzatuko da, kontsumitzaileen eskubideen bermea sustatzera bideratutako jarduera komunen bidez. Aurreikusitako jarduketak honako hauek dira: kontsumitzaileak babestearekin lotutako prestakuntza-ekintzak egitea, eta salaketei eta erreklamazioei buruzko informazioa trukatzeko, baldin eta iruzurrezko edo kontsumitzaileen eta erabiltzaileen interes orokorrari kalte egiten dion jardueraren bat atzematen bada, besteak beste.

5 Merkatuaren kontrola

The background image is a blue-tinted photograph of a laboratory or pharmacy. In the foreground, a magnifying glass, a small dark bottle with a label, and a clipboard with a grid are on a table. To the right is a larger white bottle with a blue cap and a warning symbol. In the background, there are shelves filled with many small bottles and a bag on the right.



Merkatu-kontrola: kontsumo segururako zaintza aktiboa

Merkatuaren kontrola Kontsumobideko unitate bat da. EAEko merkatuko produktuek eta zerbitzuek legeriak ezarritako etiketatze-, informazio- eta segurtasun-baldintzak betetzen dituztela ziurtatzeaz arduratzen da. Haren ikuskapen- eta zaintza-lana Europar Batasunarekin koordinatuta dago, eta herritarrek jatorritik babesten ditu.

Bere jarduerak bi ildo nagusitan banatzen dira:

1. Ikuskapen- eta kontrol-kanpainak: Sektore arautuetan eta kontsumo handiko produktuetan araudia betetzen dela egiaztatzea, urtero programatutako ekintzekin eta ezusteko egoeren aurrean erantzun azkarrak emanez.
2. Produktu alertatuak lokalizatu, immobilizatu eta erretiratzea: Osasunerako edo segurtasunerako arriskutsuak diren produktuak lokalizatu, immobilizatu eta, behar izanez gero, merkatutik erretiratzen dira, atzerapenik gabe.

5.1. Ikuskapen- eta kontrol-kanpainak

5.1.1 Elikagaien kontrol ofiziala: Europaren zaintza, euskal betearazpena

Elikagaien segurtasuna ezin da negoziatu. Europar Batasuneko legeriak arau harmonizatuen multzo bat ezartzen du elikagaiak seguruak eta osasungarriak direla bermatzeko, eta nekazaritzako elikagaien katean edo kontsumitzaileen babesean eragina izan dezaketen jarduera guztiak - ekoizpenetik hasi eta etiketatuko informaziora arte - betekizun espezifikoaren arabera egiten direla bermatzeko.

Legeria hori betearazteko erantzukizuna estatu kideei dagokie, eta haien agintaritzak eskudunek kontrol ofizialak antolatzen dituzte EBren betekizunak errespetatzen direla eta lekuan bertan aplikatzen direla egiaztatzeko.

Euskadin, kontsumoaren arloan eskumena duen agintaritzak hori Kontsumobide da. Kontsumoko Euskal Institutuak elikagaien kontrol ofizial sistematikoa egiten du, operadoreen, produktu-kategorien eta herritarren eskura jarritako elikagai-moten ikuskapenaren bidez.

Gaur egun, 2021-2025 aldirako Elikadura Katearen Kontrol Ofizialerako Plan Nazionala (PNCOCA) dago indarrean, eta Kontsumobidek aktiboki parte hartzen du planaren hedapenean, euskal mahaira iristen den elikagai bakoitzak segurtasun-estandar zorrotzenak betetzen dituela bermatuz.



5.1.2. PNCOCA 2021-2025: kontrol planifikatua, egikaritze zorrotza

Elikatearen Kontrol Ofizialerako Plan Nazionala betetzeko, Kontsumobidek kontrolak egiten ditu elikadura-operadoreek funtsezko bi betebeharrak betetzen dituztela egiaztatzeko:

1. Kontsumitzaileei informazio egokia ematea, elikagaien ezaugarriak behar bezala ezagutzen dituztela ziurtatuz.
 2. Kontsumitzaileen interes ekonomikoak babestea, etiketan, konposizioan edo prezioan iruzur egitea arau-hauste larria baita.
- Ikuspegi bikoitz horrek euskal herritarren osasuna eta poltsikoa babesten ditu.

5.1.3. Kontrol ofizial sistematikoa

2025ean, estatuan elikagaien kontrol sistematikoarekin jarraitzen dugu:

[Estatuan elikagaien kontrol sistematikoarekin.](#)

5.1.4. 2025ean egindako kontrol sistematikoko plangintzak

2025ean, elikagaien plangintzan 11 produktu hauen kontrol sistematikoa sartu da:

Zk.	Produktuak
03/25	Esnekien ordezkoko aukerak: oloa
07/25	Kontsumitzeko prest dauden aperitiboko produktuak: pipa txigortuak gatzarekin eta galletita gaziekin
10/25	Txerri- eta ardi-haragi freskoa
11/25	Edari alkoholduak: ardoaren deribatuak eta bermuak
16/25	Edari alkoholduak: sagardoa, rona eta patxarana (AGB produktuak barne)
22/25	Alkoholik gabeko edariak: ontziratutako fruta-zukuak, ontziratutako hortxatak, ontziratutako kafeak, ontziratutako gabeko te eta deribatuak, ontziratutako infusioak
09/25	Okintzako, opilgintzako, pastelgintzako, gozogintzako eta galletagintzako produktuak: erroskillak, sobaoak, opilak, pastak eta glutenik gabeko opilak
17/25	Okintzako, opilgintzako, pastelgintzako, gozogintzako eta galletagintzako produktuak: ogi txigortua, hanburges-ogia eta perritoak
08/25	Produktu ekologikoak: oloa
21/25	Produktu ekologikoak: txitxirio lehorrak
25/25	Produktu ekologikoak: tipuletak, brokolia eta mandarinak



5.2 Elikagaiak ez diren produktuen merkatua zaintzea

Elikadurakoak ez diren produktuen zaintza Estatuan eta Europan koordinatutako sistema baten parte da, eta araudia betetzen dela bermatzen du. Kontsumobidek, beste agintaritza autonomiko batzuekin eta Gizarte Eskubideen Ministerioarekin batera, produktu horien Merkatua Zaintzeko Kontsumoko Plan Sektoriala egin du. Helburua da Europako legeria Espainia osoan betetzen dela ziurtatzea. Plan hori Merkatua Zaintzeko Esparru Estrategiko Nazionalaren (MENVIME) parte da, eta 2019/1020 (EB) Erregelamendua betetzen du. Erregelamendu horrek produktuen zaintza eta adostasuna arautzen ditu, eta EAEko kontsumitzaileak babesten ditu, Europako gainerako lurraldeetako estandar berberekin.

5.2.1. Kontsumoko Plan Sektoriala: jatorriaren zaintza integrala salmenta-puntura

Kontsumoko Plan Sektorialaren helburua da bermatzea Europako legeriak araututako elikagaiak ez diren produktuak zaintzen direla kontsumo-agintaritzen eskumeneko sektoreetan. Estatuan merkaturatutako elikagaiak ez diren produktu guztiak hartzen ditu, merkataritza elektronikoa barne. Planak hornidura-katearen fase guztiak estaltzen ditu, inportazioetatik hasi eta banaketa digitalera arte, eta kontsumitzailearen babes integrala ziurtatzen du.

Esteka:

[KONTSUMOKO PLAN SEKTORIALA ELIKAGAIK EZ DIREN PRODUKTUEN MERKATUA ZAINTEA](#)

5.2.2. 2025. urtean Euskadin egindako plangintzak:

2025ean, Kontsumobidek merkatua zaintzeko **8 programa** gauzatu ditu elikagaiak ez diren produktuetan, haurren segurtasunetik efizientzia energetikoraino, ehungintzako produktuekin, oinetakoekin eta detergenteekin. Zaintza dibertsifikatua, kontsumitzaileen segurtasunari eta ekonomia-eta ingurumen-eskubideei erreparatzen diena.



Programa Kontrolatutako produktuak

- 1.1 Jostailuak:** jaurtigaiak dituzten jostailuak eta 36 hilabetetik beherakoentzako jostailuak (peluxeak eta bestelakoak)
- 1.2 Ehuna:** udazkeneko/neguko jantziak
- 1.3 Oinetakoak:** neguko haur-oinetakoak
- 1.4 Norbera babesteko ekipamenduak (NBE):** oinetarako segurtasuna – oinetakoak
- 1.5 Detergenteak:** makina likidoko detergentea
- 1.6 Energia-efizientziaren etiketa:** garbigailuak eta garbigailu lehorgailuak (2019/2014 Erregelamendu eskuordetua)
- 1.7 Pneumatikoak etiketatzea:** pneumatikoak
- 1.8 GPSD** zuzentarauaren mendeko beste produktu batzuk: txupeteetarako hartzaintza-artikuluak

5.3. Zerbitzuen merkaturia kontrolatzea eta zaintzea

Hala, 2025ean, Kontsumobide-Kontsumoko Euskal Institutuak ikuskapen-kanpaina hauek egin ditu maila autonomikoan, Kontsumobidek berak identifikatutako EAEko merkatu-kontrolako beharrei erantzuteko.

Zk.	Izenburua
01/25	Kontratu aurreko informazioaren kontrola eta fakturazioa hileta-zerbitzuetako enpreetan

Gainera, 2025ean honako kontrol hauek egin dira:

Kanpaina nazionalak: koltxoiak.

Kanpaina konbinatua: arrantzako produktuetan espezieak identifikatzea, Madrilgo Unibertsitate Konplutentsearekin lankidetzan, eta Uraren Iruizurrezko Gehikuntzaren Kontrola (Goldfish), Europako Batzordearekin lankidetzan (2025).

Europako kanpaina: CASP 2025- PSA2 proiektua: Bizikleten eserlekuak haurrentzat.

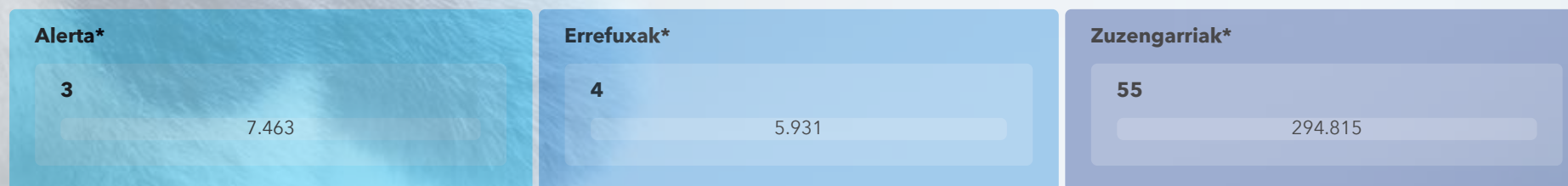


5.4. Aduanak Ikuskatzeko, Zaintzeko eta Arautzeko Zerbitzu Ofizialarekin (SOIVRE) koordinatzea.

Ohikoa denez, 2025ean Kontsumobidek zenbait jarduketa egin ditu SOIVREekin (Aduanak Ikuskatzeko, Zaintzeko eta Erregulatzeko Zerbitzu Ofiziala) koordinatuta, inportatutako produktuen segurtasun- eta etiketatze-arauak betetzen direla egiaztatzeko (330/2008 Errege Dekretua).

Guztira, **308.209 unitate** kontrolatu ziren jarduera horietan.

Jasotako komunikazioak eta kontrolatutako unitateak, komunikazio motaren arabera



***Alerta:** bidalitako merkantzia bati buruzko komunikazioa. Laginak hartu zaizkio, analisiak egiteko, baina emaitzak ez datoz bat, eta, beraz, ezin da produktua merkaturatu.

***Errefuxak:** mugan salgai bat baztertu izanari buruzko komunikazioa, aurreko inportazioak egiaztatzeko.

***Zuzengarriak:** salgai bat saltzeari buruzko jakinarazpena, merkaturatu aurretik ez-betetze txikiak zuzentzen badira.



SOIVREekin koordinatutako jarduerak Euskadin

Produktu/zerbitzu taldekatua	Jasotako komunikazioak	Kontrolatutako unitateak
Ehungintza, oinetakoak eta osagarriak	44	196627
Hainbat produktu	6	6914
Altzariak	5	17003
Jostailuak	4	83425
Material elektrikoa	3	4240
Guztira	62	308209

Hauk dira alerta-sareei buruzko datuak 2025ean:

Jasotako alertak, guztira: 652; horietatik 378 Safety Gatetik datoz (4.706 alerta argitaratu dira urte osoan).

Euskadin aurkitutako eta erretiratutako produktu alertatuak: alertan jarritako 11 produktutatik kendutako 23.331 unitate.

5.6. Industria-produktuen segurtasuna: alerta azkarrak, berehalako erantzuna

Produktu arriskutsu bat EBko edozein herrialdetan detektatzen denean, informazioa denbora errealean zabaltzen da Informazioa Azkar Trukatzeako Sistemaren bidez (Safety Gate) - lehen RAPEX esaten zitzaion -. Alerta bakoitzak produktua, hautemandako arriskua eta hartutako neurriak deskribatzen ditu, eta aukera ematen die gainerako administrazioei berehala jarduteko, produktu hori bera beren merkatuetan badago.

Espanian, Kontsumo Zuzendaritza Nagusiak Safety Gateri bidaltzen dizkio alertak, eta autonomia-erkidego bakoitzak – Euskadi barne – jarraipena egiten du eta neurriak hartzen ditu produktua bere lurraldean merkaturatuta badago.

Kontsumobide da Elikadurakoak ez diren Produktuen Alerta Sarearen (RAPNA) Euskadiko harreman-puntua – Safety Gaterekin konektatzen duen eta alertarik erantzunik gabe geratuko ez dela bermatzen duen estatu-sistema –.

Kontsultatu alerta-egoeran dauden produktuak hemen:

Produktuen alertak

Euskadin 22.172 jostailu-unitate (2 produktu) eta 10 etxetresna elektriko (produktu 1) erretiratu ziren, eta bi sektore horiek bereziki nabarmendu ziren alertetan eta erretiratzeetan.



5.7. Kontsumitzaileen elkarteen, enpresa-elkarteen eta enpresen salaketak eta kontsultak

2025ean, Kontsumobidek enpresekin lotutako 15 salaketa jaso ditu – egoitza EAEn zein EAetik kanpo duten enpresekin lotuta –. Horietatik 7 kontsumitzaileen elkarteek aurkeztu zituzten. Merkatuko zaintzaile gisa duten zeregin aktiboa islatzen du horrek.

Sektore salatuenak honako hauek izan dira: etxetresna elektrikoak (2), askotariko produktuak (2), ibilgailuak (2) eta etxebizitza eta higiezinak (2), eta, ondoren, kasu isolatuak altzarietan, ibilgailuen konponketan, horniduretan, bankuetan, telefonian, garraioetan eta bidaietan.

Enpresen kanalaren bidez, Kontsumobidek 45 kontsulta jaso ditu EAEn eta lurraldetik kanpo kokatutako enpresetatik, eta denak erantzun ditu. Orientazioa eta aholkularitza lortzeko bide bat da, araudia betetzea errazten du eta gatazkak prebenitzen ditu herritarrengana iritsi aurretik.

Ehungintzaren, oinetakoen eta osagarrien sektoreak 15 kontsulta ditu, eta, ondoren, askotariko zerbitzuak (5), ibilgailuak (5) eta etxebizitza (4) daude. EAEko enpresa-sarea eta kontsumo-araudia ezagutzeko eta betetzeko interesa islatzen ditu.

5.8. Euskadiko udalekin lankidetzan aritzea merkatua kontrolatzeko eta zaintzeko

Kontsumitzaileen eta Erabiltzaileen Estatutuari buruzko 4/2023 Legeak esparru bat ezartzen du Kontsumobidek lankidetzan jardun dezan kontsumo-ikuskaritza duten udalekin, planifikatutako merkatuaren kontrolean eta zaintzan. Baterako lan-estrategia da, eta lurralde-presentzia indartzeaz gain, ikuskapena saltokira hurbiltzen du.

2025ean, lankidetzak hori honako jarduketak huetan gauzatu da:

Egindako kontrola	Udal laguntzailea
Kontsumitzeko prest dauden aperitiboko produktuak	VITORIA-GASTEIZ

Erakundeen arteko lankidetzak-eredu horrek kontrol-gaitasuna biderkatzen du, egiturak bikoiztu gabe, eta udal-ikuskapenen tokiko ezagutza aprobetxatzen du EAEko merkatuaren zaintza eraginkorragoa izan dadin.



5.9. Ikuskapen-jarduerak

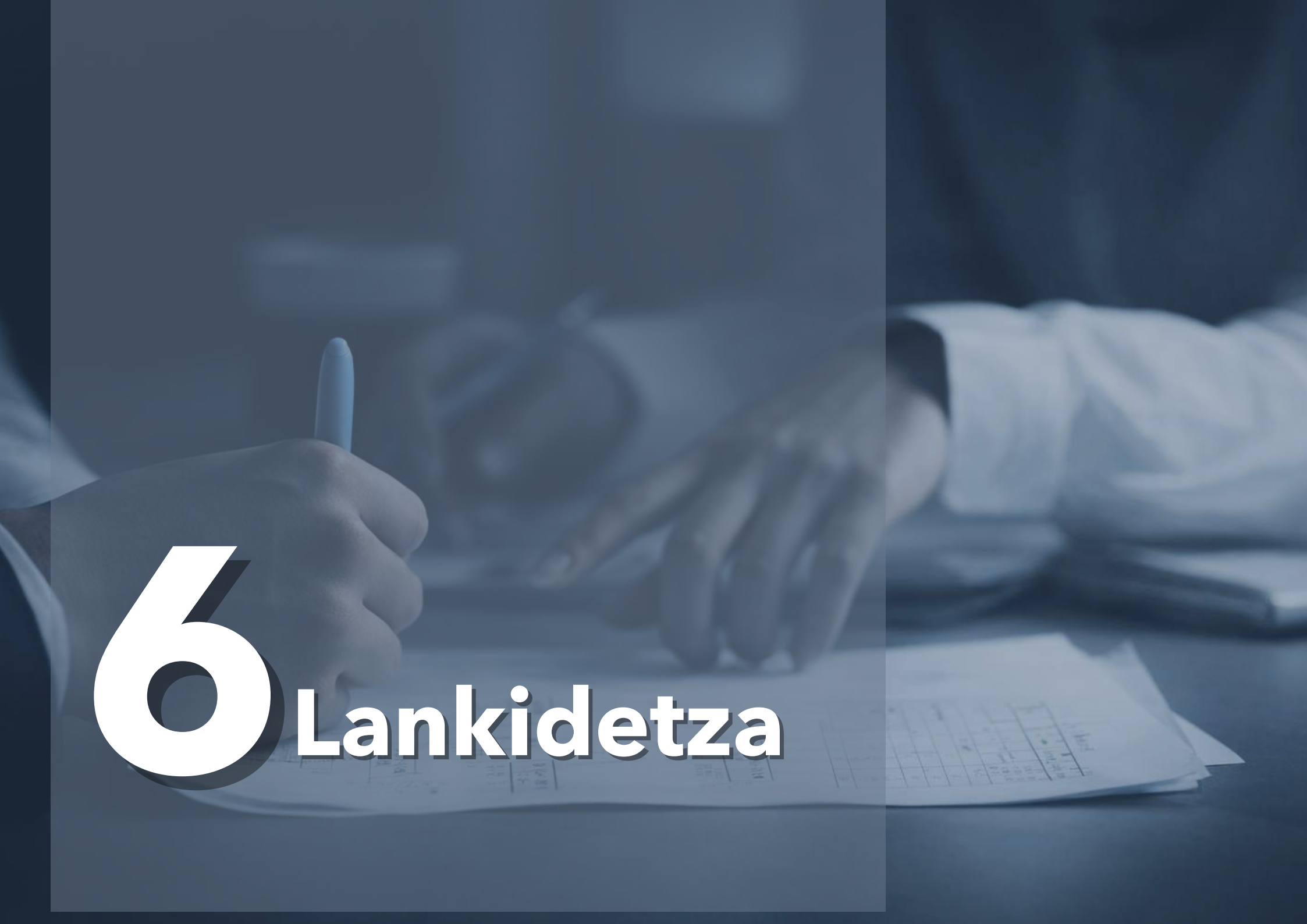
2025ean, Kontsumobidek **1.777 ikuskapen-jarduketa** egin ditu, hiru lurralde historikoen artean banatuta – Bizkaian daude erdiak baino gehiago (946), ondoren Gipuzkoan (480) eta azkenik Araban (351).

Planifikatutako kanpainak dira motor nagusia, **718 jarduerarekin**, eta, ondoren, Europako sarearen alertak daude (613) – produktu arriskutsuak, beste herrialde batzuetan detektatu direnak eta Euskadin berehalako jarraipena behar dutenak -. Ofiziozko jarduketak 276 dira guztira, eta kontsumitzaileen eskaeretatik eratorritakoak 106 – herritarrek aktibatutako zuzeneko zaintza-bidea -.

Jostailuek **539 ikuskapen** dituzte zerrendan (sektore hori oso araututa dago, eta sentikorra da, haurren segurtasunarekin duen loturagatik). Ondoren, elikagaiak (469 ikuskapen), askotariko produktuak (226), ehungintza eta oinetakoak (211) eta askotariko zerbitzuak (151) daude. Material elektrikoa, produktu kimikoak (kosmetikoak barne), etxetresna elektrikoak, altzariak eta ibilgailuak: 181 jarduketa.

Ikuskatzailearen hedapenak plangintza estrategikoari zein premiazko alertei eta herritarren eskaerei erantzuten die – hiru bide horiek euskal kontsumitzailea fronte guztietatik babesteko osatzen dira -.

Ikuskapen-jarduerak produktu/zerbitzuaren eta lurralde historikoaren arabera				
Produktu/zerbitzu taldekatua	Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	GUZTIRA
JOSTAILUAK	89	376	74	539
ELIKADURA	108	238	123	469
BESTE PRODUKTU BATZUK	45	95	86	226
EHUNAK, OINETAKOAK ETA OSAGARRIAK	33	79	99	211
BESTE ZERBITZU BATZUK	12	72	67	151
MATERIAL ELEKTRIKOAK	16	44	15	75
PRODUKTU KIMIKOAK (kosmetikoak, drogeria eta lurringarriak barne)	27	9	3	39
ETXEKO-TRESNA ELEKTRIKOAK (ekipo informatikoak eta ikus-entzunezkoak barne)	3	26	7	36
ALTZARIAK	14	1	1	16
IBILGAILUAK	4	6	5	15
GUZTIRA	351	946	480	1,777



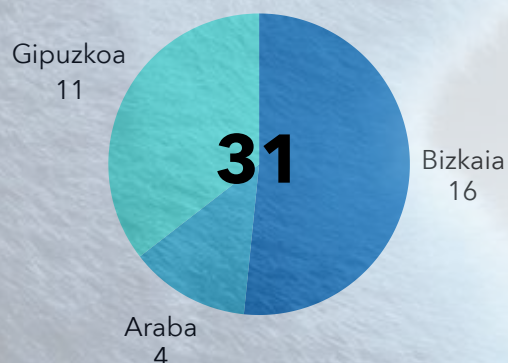
6 Lankidetza



6.1. Laguntza ekonomikoa emateko programa

6.1.1. Toki-erakundeak (KIUB)

Euskadin **31** KIUBeko sarea dugu. Kontsumitzaileei Informazioa emateko Udal Bulego horiekiko lankidetzak hainbat eremutan gauzatzen da, baita esparru ekonomikoan ere.

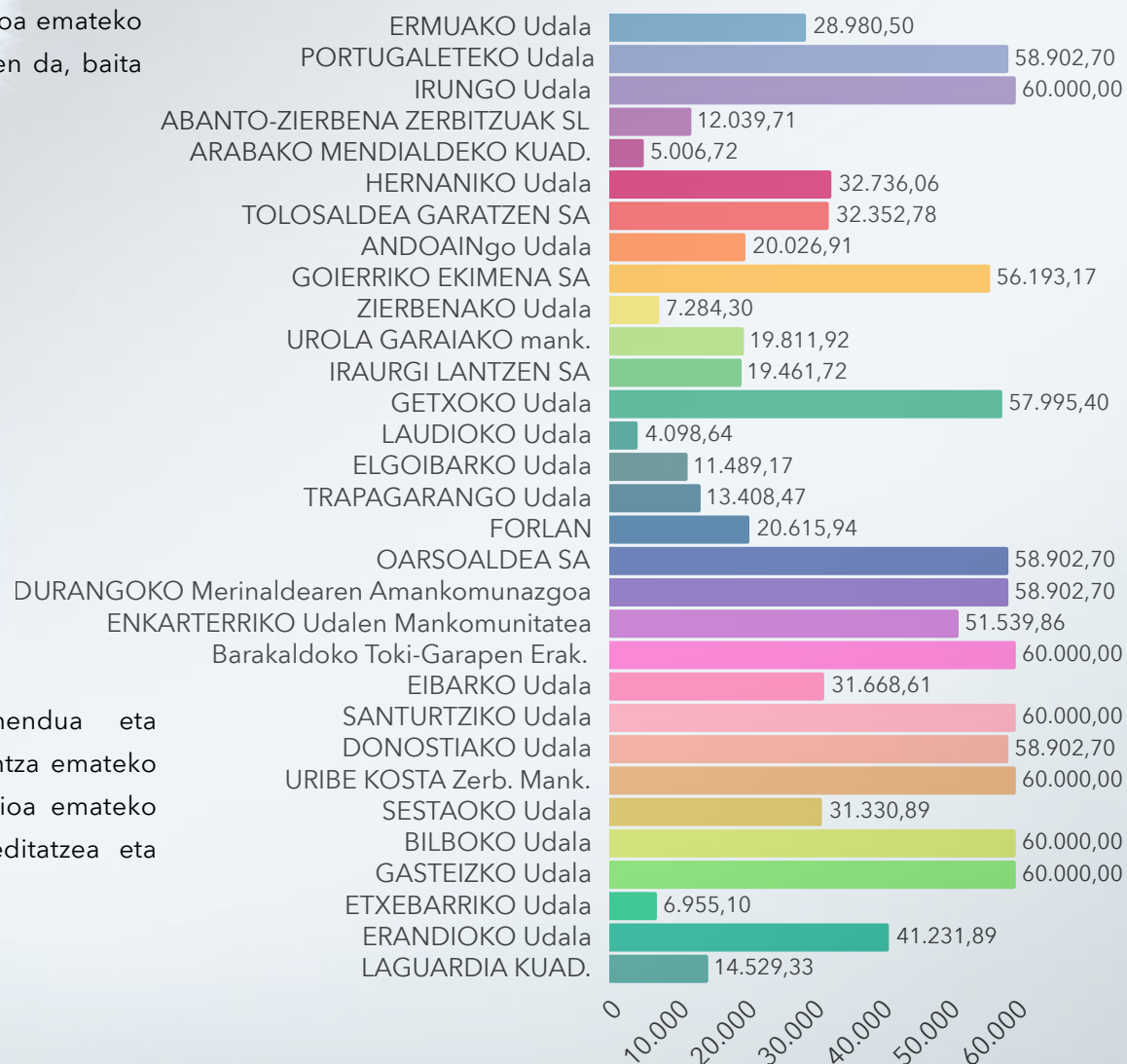


Programa ekonomiko honek hiru laguntza-lerro ditu:

6.1.1.1 Funtzionamendu-gastuetarako eta jarduerak egiteko laguntzak

Lehenengoa eta garrantzitsuenak KIUBen funtzionamendua eta kontsumitzaileei eta erabiltzaileei informazioa eta prestakuntza emateko jarduerak bultzatzea da, bai eta kontsumitzaileei informazioa emateko udal-bulegoetarako zentro eta zerbitzuen argitalpenak editatzea eta zabaltzea ere. Aurten, **1.114.367,89** eurora iritsi dira.

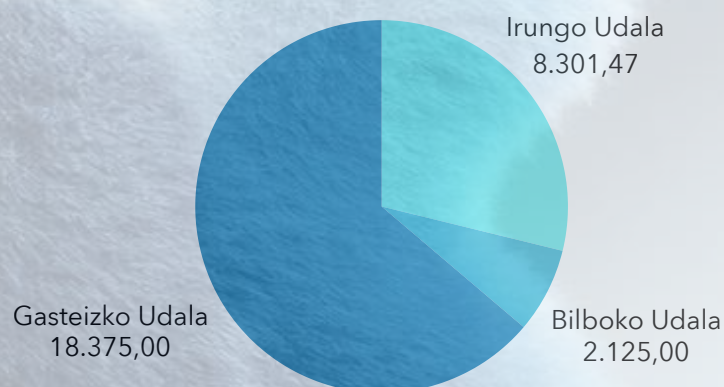
Laguntzen banaketa





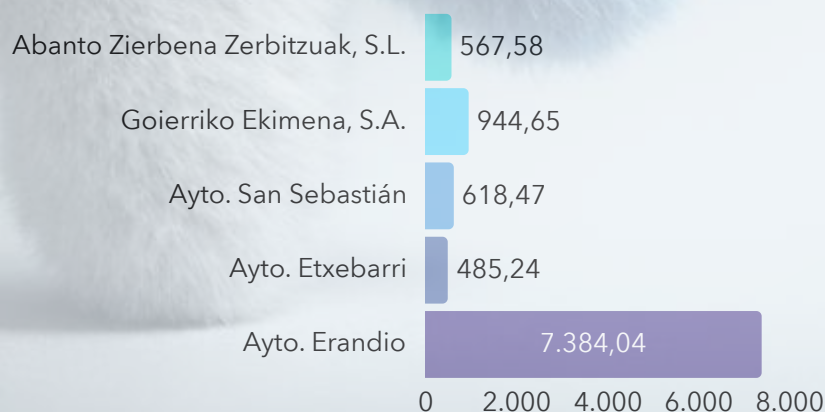
6.1.1.2. Ikuskapen-jarduerak egiteko laguntzak

Dirulaguntzen bigarren lerroak kontsumo-ikuskaritzako jarduerak sustatzea du helburu. 2025ean **28.801,47** eurora iritsi dira.



6.1.1.3. KIUBen ekipamendu informatikorako laguntzak

2025ean **9.999,98 €**-ko laguntzak eman dira.



6.1.2. Kontsumitzaileen elkarteak

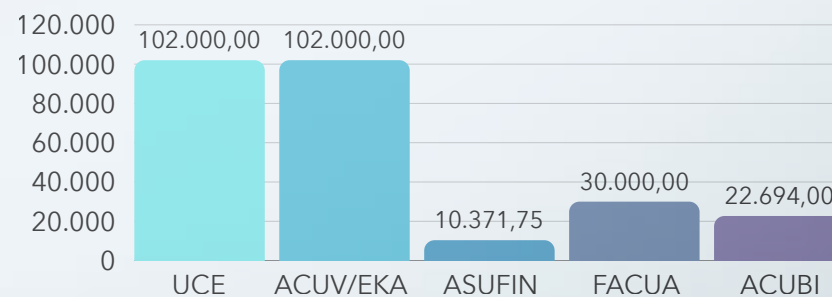
Kontsumitzaileen elkarteek eta erakundeek kontsumitzaileen eskubideak defendatzen dituzte eta Kontsumobiderekin lankidetzan aritzen dira. Dirulaguntzen programak Euskadiko kontsumoaren arloko asoziazionismoa indartu nahi du, eta **bi laguntza-lerro** ditu.

6.1.2.1. Funtzionamendu-gastuetarako laguntza ekonomikoak (1. LERROA)

Diruz laguntzen dira kontsumitzaileen erakundeen funtzionamendu-gastuak, honako jarduera hauek egiteko: kontsultei erantzutea, erreklamazioak eta kontsumo-eztabaidetako bitartekotzak kudeatzea, eta kontsumitzaileentzako prestakuntza- eta informazio-ekintzak.

Gastu horiek finantzatzeko laguntzak eman dira (1. lerroa), **267.065,75€** guztira.

1. LERROAREN BANAKETA





6.1.2.2. Laguntza juridikorako laguntza ekonomikoak (2. LERROA)

Diruz laguntzen dira erakundeek kontsumitzaileei eskaintzen dieten laguntza juridikoaren gastuak, lege-kontsultak, epaiketetako defentsa, orientazio juridiko orokorrak eta bukarazte-akzioak barne. Kontzeptu horretan, **180.400,00 €**-ko laguntzak eman dira guztira.



2. LERROAREN banaketa

6.2. Kontsumoko Aholku Batzordea

Kontsulta-organo hori Kontsumobide-Kontsumoko Euskal Institutuari atxikita dago. Interes sozial, profesional eta ekonomikoen ordezkariak, kontsumoaren sektoreari lotutako administrazio publikoek eta kontsumitzaileen eta erabiltzaileen elkarteek osatzen dute.

6.3. Lankidetzak-hitzarmenak

Hitzarmenak funtsezkoak dira kontsumitzaileen babesa eta prestakuntza indartzeko. Autokontrolerikiko akordioari eutsi zaio, publizitatea gainbegiratzeko eta merkataritza-jardunbide desleialen aurka babesteko. Indarrean jarraitzen du, halaber, Lehiaren Euskal Agintaritzarekiko hitzarmenak, informazioa trukatzeko, teknikariak prestatzeko eta argitalpen bateratuak editatzeko. Gainera, EHUren eta Kontsumobideren arteko hitzarmenak jarraitzen du, gizarte-erantzukizuneko, jasangarritasuneko, prestakuntzako eta balioetan hezteko ekimenak garatzeko.

6.4. Kontsumo Ministerioa eta beste autonomia-erkidego batzuk

Osasun eta Kontsumo Zuzendaritza Nagusiak autonomia-erkidegoen arteko koordinazio-ekintzak sustatzen ditu kontsumoaren arloan. Kontsumobideek Kontsumoko Lankidetzak Batzordean eta hainbat lantaldeetan parte hartzen du, hala nola, Araudia, Informazioa, Prestakuntza eta Hezkuntza, Arbitrajea, Merkatuaren Kontrola, Kontsumoko Asoziazionismoa eta Erreklamazioak izeneko lantaldeetan.



6.5. Turismo, Merkataritza eta Kontsumoko Euskadi Sariak

Kontsumo Sarien helburua da Euskal Autonomia Erkidegoan kontsumo arduratsuaren alde eta kontsumitzaileen eskubideen alde egindako lanagatik nabarmentzen diren pertsonak eta erakundeak aintzatestea.

Hiru sari-kategoria daude:

- Euskadi Saria, kontsumitzaileak gehiago babestearen aldeko jarduketengatik.
- Kontsumo arduratsuaren aldeko enpresa-jardunbide egokien Euskadi saria.
- Kontsumitzaileen eskubideen aldeko informazio-eta/edo dibulgazio-ekintzetarako Euskadi Saria.

2025ean, azaroaren 20an egin zen Turismo, Merkataritza eta Kontsumoko Euskadi Sariak emateko ekitaldia, Gasteizko Europa Jauregian.



Javier Hurtado Eusko Jaurlaritzako Turismo, Merkataritza eta Kontsumoko sailburuak Turismo, Merkataritza eta Kontsumoko Euskadi Sarien Gala inauguratu zuen, eta Euskadin turismoa eta merkataritza bultzatzearen garrantzia nabarmendu zuen, eta, aldi berean, ingurumenarekiko kontsumo kontzientea, arduratsua eta errespetuzkoa sustatu zuen.





Galan, Kontsumobideko zuzendari Ana M^a Sánchez Herraizek, Javier Hurtado sailburuarekin batera, kontsumoaren arloko hiru sariak eman zizkien honako erakunde hauei:

- **Tolosaldeko KIUB:** kontsumitzaileen eskubideak defendatzeko hurbiltasunagatik eta eraginkortasunagatik.
- **Elikagaiak xahutzearen aurkako plataforma (Elika):** kontsumo arduratsua bultzatzeagatik eta elikagaiak alferrik galtzearen aurka borrokatzeagatik.
- **SER katearen "Código de Barras" programa:** kontsumoaren arloan egiten duen dibulgazio-lan zorrotz eta irisgarriagatik.





Hurbilago, etorkizun handiagoa





EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

TURISMO, MERKATARITZA
ETA KONTSUMO SAILA

DEPARTAMENTO DE TURISMO,
COMERCIO Y CONSUMO