



Instituto de Consumo
de Extremadura

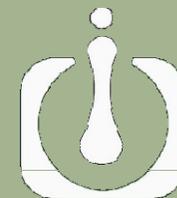


INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA (INCOEX)

MEMORIA DE ACTIVIDADES

2013

ÍNDICE



Instituto de Consumo
de Extremadura



- 1 – Presupuestos del Instituto de Consumo de Extremadura.
 - 2 – Control de Mercado.
 - 3 – Junta Arbitral de Consumo.
 - 4 – Sección de Normativa.
 - 5 – Sección de Actividades de Información, Formación y Educación.
 - 6 – Consorcio Extremeño de Información al Consumidor.
 - 7 – Laboratorio de Consumo.
- Prensa
 - Web



INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA (INCOEX)



Los tiempos actuales imponen un fortalecimiento de las herramientas y mecanismos destinados a velar por los derechos de los consumidores. El Instituto de Consumo nace en este contexto como órgano autónomo con la misión y la clara intención de mejorar la calidad de la defensa del consumidor, buscando una mayor agilidad y rapidez en la gestión de las tareas propias de su ámbito de competencia.

Este organismo pretende dar al ciudadano el protagonismo que se merece en la defensa de sus derechos, para lo cual, la Administración autonómica ha hecho una importante apuesta en la dotación de sus recursos. El mayor número de quejas presentadas por los ciudadanos enfocadas a sectores más complicados que los tradicionales, nos muestra la necesidad que tenemos de adaptarnos y cambiar para enfrentarnos a los retos que la sociedad actual nos plantea. Por este motivo, la Junta de Extremadura se propone articular a través de este nuevo instrumento medidas acordes a las necesidades y demandas sociales vigentes, haciendo especial hincapié en las de carácter educativo, formativo e informativo, encaminadas sobre todo a la promoción y sensibilización entre la ciudadanía hacia unos hábitos de consumo saludables y responsables.

Cada vez que compramos o consumimos un producto o servicio determinado estamos incidiendo sobre el mercado. Esto nos concede, como consumidores, un gran poder sobre la oferta y la demanda pues nos permite elegir entre todo un abanico de alternativas u opciones. En muchos casos la diferencia entre una elección u otra radica en la información disponible. Sin ella no se puede tener un criterio consistente a la hora de realizar nuestras opciones de compra. En este aspecto, juegan también un papel fundamental -cuya labor y trabajo quiero agradecer y reivindicar desde estas líneas- las asociaciones de consumidores y las oficinas de información al consumidor.

Los ciudadanos y ciudadanas muestran una mayor sensibilidad en el ejercicio de la defensa de sus derechos y también más exigencia hacia las empresas. En este contexto, el INCOEX debería ser, cada vez más, un referente y un elemento clave para la garantía de la competitividad de la economía extremeña.

En esta Memoria se ofrece un resumen de las actividades del Instituto de Consumo de Extremadura durante el pasado año 2013 y analiza sus actuaciones y las perspectivas para el futuro.

En el Primer apartado se desglosan los presupuestos para el año 2013. Recoge información detallada de la ejecución anual del Presupuesto Económico destinado al Instituto de Consumo de Extremadura, siguiendo una clasificación económica de los conceptos y subconceptos incluidos en cada capítulo económico, con el propósito de introducir mayor claridad y detalle en éste.

El segundo apartado corresponde al de Control de Mercado, que tiene como competencias específicas, la ordenación de actividades para el control de la calidad comercial de productos alimenticios, industriales y servicios; igualmente, le corresponde, la tramitación y resolución de las redes de alerta de productos industriales, la coordinación de las actuaciones con cualquier otra inspección en temas que afecten a los intereses de los consumidores y usuarios, la tramitación de reclamaciones, el asesoramiento a empresarios y comerciantes, la tramitación y propuesta de resolución, en su caso, de expedientes sancionadores, la elaboración de informes y la difusión de la normativa, todo ello en materia de Consumo

INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA (INCOEX)



El tercer apartado es el de la Junta Arbitral de Consumo tiene por objeto fomentar la solución amistosa de aquellos conflictos y reclamaciones que afecten a los consumidores y usuarios, propiciando una rápida y equitativa satisfacción de las controversias y reclamaciones planteadas.

El cuarto apartado es el del área de normativa del Instituto de Consumo de Extremadura. Se recogen datos relacionados con la actividad legislativa y de procedimiento, como de la actividad inspectora en el INCOEX y cada una de sus Inspecciones provinciales en Badajoz y Cáceres.

El quinto apartado es el de la sección de educación y formación, que está especializada en la programación, realización y desarrollo de jornadas, congresos, cursos, talleres y concursos, destinados a cubrir las necesidades de formación en materia de consumo y propuesto tanto a los profesionales de las administraciones públicas competentes en materia de consumo, como a aquellas personas que estén interesadas en el ámbito del consumo.

El sexto apartado es el del Consorcio Extremeño de Información al Consumidor, que es una entidad de Derecho Público con personalidad jurídica propia. En 2013 está compuesto por la Mancomunidades de Tajo Salor, La Vera, Villuercas-Ibores-Jara, Vegas Bajas, La Serena Vegas Altas, Tierra de Barros, Comarca de Olivenza, Sierra de Montánchez,

Comarca de Trujillo, Tierra de Barros-Río Matachel, Municipios Zona Centro, Tentudía, Campiña Sur, Sierra Suroeste, Municipios Gadiana, Municipios Zona Centro I y Valle del Alagón.

El séptimo apartado es el referido al Defensor de los Usuarios del Sistema Sanitario Público de Extremadura, institución extremeña que tiene por misión la defensa de los derechos y libertades de los usuarios de la Sanidad Pública de Extremadura.

Cuenta también la memoria con otros apartados que completan la información sobre el Instituto de Consumo de Extremadura y sus actividades. Éstos son el Laboratorio de Consumo de Extremadura, legislación y normativa, la población a la que da cobertura y por último el apartado referido a las actividades de difusión del INCOEX (prensa, web, etc.).

Se resume así en la Memoria la representación del Instituto de Consumo de Extremadura en los Organismos en los que estuvo presente, donde ha crecido su participación respecto a años anteriores.



Instituto de Consumo
de Extremadura



PRESUPUESTOS DEL INCOEX

MEMORIA DE ACTIVIDADES

2013

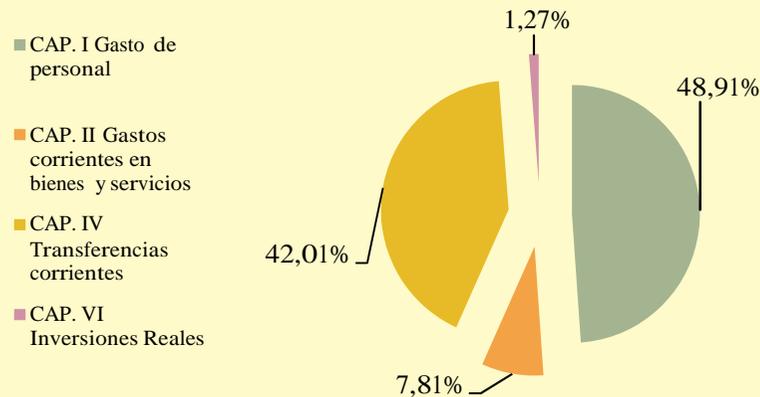
INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



PRESUPUESTOS

En este apartado se describen los fines de la entidad y la actividad o actividades a que se dedique, realizando una descripción específica de la actividad o actividades fundacionales o propias de la entidad, informando, entre otros aspectos, sobre los usuarios o beneficiarios de las mismas.

Presupuesto



CAPÍTULOS	PTO. INICIAL	MODIFICACIONES	PTO. DEFINITIVO
CAP. I Gasto de personal	1.653.486,00€	-79.251,88 €	1.574.234,12€
CAP. II Gastos corrientes en bienes y servicios	263.993,00€	-5.000,00€	258.993.00€
CAP. IV Transferencias corrientes	1.420.193,00€	-7.440,63€	1.412.752.37€
CAP. VI Inversiones Reales	42.941,00€	-10.354,58€	32.586,42€
TOTAL PRESUPUESTO INCOEX	3.380.613,00€	-102.047,09€	3.278.565,91€





Proyectos:

Apoyo a las Oficinas Municipales de Información al Consumidor

Apoyo a las Escuelas de Consumo

Ayudas a la Investigación

Fomento del Asociacionismo en Materia de Consumo

Consejo de Consumidores

Consortio Extremeño de Información al Consumidor

Concurso escolar CONSUMOPOLIS

Inversiones asociadas al funcionamiento operativo de los servicios

Laboratorio de Consumo de Extremadura

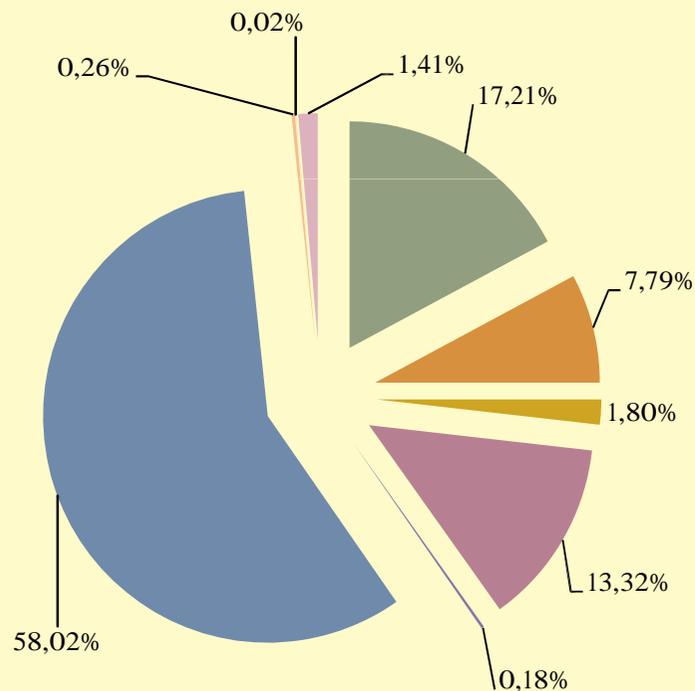
DESTINO DE LA INVERSIÓN	
PROYECTOS	TOTAL
Apoyo a las Oficinas Municipales de Información al Consumidor	238.430,00 €
Apoyo a las Escuelas de Consumo	107.889,00 €
Ayudas a la Investigación	24.939,52 €
Fomento del Asociacionismo en Materia de Consumo	184.570,00 €
Consejo de Consumidores	2.500,00 €
Consortio Extremeño de Información al Consumidor	803.884,00 €
Concurso escolar CONSUMOPOLIS	3.600,00 €
Inversiones asociadas al funcionamiento operativo de los servicios	284,35 €
Laboratorio de Consumo de Extremadura	19.485,42 €
TOTAL	1.385.582,29 €

INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



PRESUPUESTOS: Proyectos

El presupuesto destinado a proyectos en materia de consumo queda de la siguiente forma:



- Apoyo a las Oficinas Municipales de Información al Consumidor
- Apoyo a las Escuelas de Consumo
- Ayudas a la Investigación
- Fomento del Asociacionismo en Materia de Consumo
- Consejo de Consumidores
- Consorcio Extremeño de Información al Consumidor
- Educación y Participación Comunitaria
- Concurso escolar CONSUMOPOLIS
- Inversiones asociadas al funcionamiento operativo de los servicios
- Laboratorio de Consumo de Extremadura



Instituto de Consumo
de Extremadura



CONTROL DE MERCADO

MEMORIA DE ACTIVIDADES

2013

INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONTROL DE MERCADO

La inspección de consumo, tiene como competencias específicas, la ordenación de actividades para el control de la calidad comercial de productos alimenticios, industriales y servicios; igualmente, le corresponde, la tramitación y resolución de las redes de alerta de productos industriales, la coordinación de las actuaciones con cualquier otra inspección en temas que afecten a los intereses de los consumidores y usuarios, la tramitación de reclamaciones, el asesoramiento a empresarios y comerciantes, la tramitación y propuesta de resolución, en su caso, de expedientes sancionadores, la elaboración de informes y la difusión de la normativa, todo ello en materia de Consumo.

En Extremadura la inspección de consumo se afronta desde el mandato legal del Estatuto de los Consumidores (Ley 6/2001 de 9 de marzo), que, en colaboración con el resto de Administraciones, debe desarrollar de forma continuada actuaciones de inspección y control de calidad de bienes y servicios puestos a disposición, de los consumidores y que se adecuan a la legalidad en cuanto a sus características técnico-sanitarias, de seguridad y comerciales; y que se ajusta razonablemente a las expectativas que pueden motivar a su adquisición, expectativas derivadas de la descripción realizada en su presentación, publicidad, precio y otras circunstancias.



CONTROL DE MERCADO

Dentro de ese marco general, las actuaciones de inspección tienen preferentemente por objeto el control de aquellos bienes y servicios considerados como de uso o consumo común ordinario y generalizado.

Por lo tanto las modalidades de la actuación inspectora, realizada sobre instalaciones, bienes y servicios se subdividen en las siguientes líneas de actividad:

1º La vigilancia y control del mercado en los sectores objeto de campañas específicas.

2º La investigación y obtención de información, sobre sectores sometidos a estudio, así como la recopilación de cuantos datos e investigaciones han sido necesarias para la ampliación de diligencias, a fin de determinar la responsabilidad e imputabilidad de irregularidades o infracciones detectadas en una primera actuación inspectora.

3º El asesoramiento e información a los Agentes de Mercado, a fin de favorecer el correcto cumplimiento de las normas aplicables y la extensión de buenas prácticas comerciales.

Todo ello dirigido a la protección de los Derechos Básicos:

Derecho a la protección de la salud de los consumidores.

Derechos a la protección de la seguridad.

Derecho a la protección de los legítimos intereses económicos y sociales.

INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONTROL DE MERCADO

Para una mejor comprensión del resumen o síntesis de las actuaciones realizadas, se presenta la siguiente sistematización:

Actividades inspectoras.

Control sistemático del Mercado.

Campañas generales y específicas de Control de Mercado.

Actuaciones relacionadas con la Red de Alerta Europea de productos peligrosos.

Control de calidad de productos de consumo.

Actuaciones en materia de consumo.

La actuación inspectora cumple una finalidad básica: proteger la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los consumidores. Para dar cumplimiento a dicha finalidad, es fundamental la existencia de un plan en el que se concreten las acciones y metodología a desarrollar para conseguir un efectivo control de mercado.

Para llevar a término el cumplimiento de estos objetivos, se van a realizar:

1. Actuaciones de localización y retirada del mercado de productos peligrosos incluidos en red de alerta.
2. Campañas de inspección programadas.
3. Tomas de muestras de productos.
4. Campañas periódicas.
5. Control Sistemático.
6. Inspecciones no programadas que tienen su origen en denuncias y reclamaciones.
7. Otras que puedan sobrevenir en el curso del año.



INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONTROL DE MERCADO

Actividades inspectoras.

Control sistemático del Mercado.

Campañas generales y específicas de Control de Mercado.

Actuaciones relacionadas con la Red de Alerta Europea de productos peligrosos.

Control sistemático del Mercado.

En este apartado se realizan un muestreo de diverso alimentos y productos industriales con el fin de obtener una perspectiva del mercado con el fin de realizar futuras actuaciones, no quita que ante diversos casos detectados, dependiendo de su gravedad, se actúe.

Campañas Generales y Específicas de Inspección

Además de las actuaciones de control sistemático programadas para realizar a lo largo de todo el año, las Secciones de Consumo están llevado a cabo las siguientes Campañas y actuaciones específicas de inspección y control.

Actuaciones en materia de consumo

Las Secciones de Consumo, no sólo realizan tareas de asesoramiento e información a empresarios y a los consumidores, sino que se tramitan reclamaciones y denuncias presentadas por los consumidores y usuarios, en relación con aquellos servicios o establecimientos que vulneran los derechos e intereses contemplados en la LEGISLACIÓN VIGENTE.



INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONTROL DE MERCADO – Campañas de inspección 2013

En la realización de las campañas de inspección 2013 en materia de consumo, participan los siguientes organismos:

Servicio de Control de Mercado adscrito al INCOEX.

Unidades Periféricas del INCOEX.

Laboratorio de Consumo de Extremadura.

Consortio de Información al Consumidor.

Servicios Generales del INCOEX.

Otros organismos.

INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONTROL DE MERCADO - Campañas de inspección 2013

Campañas Periódicas del Instituto que se reiterarán todos los años si no hay cambio en la planificación:

Campaña de inspección y control de rebajas de invierno.

Se han controlado entre otros aspectos:

Exhibición del período de rebajas, doble marcado de precios.

Existencia de hojas de reclamaciones y cartel anunciador de las mismas.

Entrega de comprobantes de compra correctamente cumplimentados.

Inexistencia de carteles con cláusulas que atenten contra los derechos de los consumidores.

Campaña de inspección y control de rebajas de verano.

Se han controlado entre otros aspectos:

Exhibición del período de rebajas, precios, etiquetado de productos.

Existencia de hojas de reclamaciones y cartel anunciador de las mismas.

Entrega de comprobantes de compra correctamente cumplimentados.

Inexistencia de carteles con cláusulas que atenten contra los derechos de los consumidores.

INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONTROL DE MERCADO - Campañas de inspección 2013

Campañas Periódicas del Instituto que se reiterarán todos los años si no hay cambio en la planificación:

Campaña de inspección y control de ofertas publicitarias y promociones en centros comerciales y grandes superficies.

Se han controlado entre otros aspectos:

Exhibición de la duración de la promoción, precios, etiquetado de productos.

Existencia de hojas de reclamaciones y cartel anunciador de las mismas.

Entrega de comprobantes de compra correctamente cumplimentados.

Inexistencia de carteles con cláusulas que atenten contra los derechos de los consumidores.

Campaña de inspección y control general de establecimientos (incluyendo bazares y tiendas de bajo precio).

Se han controlado entre otros aspectos:

Exhibición de precios.

Etiquetado de productos.

Condiciones de los contratos, en su caso.

Existencia de hojas de reclamaciones y cartel anunciador de las mismas.

Entrega de comprobantes de compra correctamente cumplimentados.

Inexistencia de carteles con cláusulas que atenten contra los derechos de los consumidores.

Se controlarán específicamente en bazares y tiendas de bajo precio

INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONTROL DE MERCADO - Campañas de inspección 2013

Campañas Periódicas del Instituto que se reiterarán todos los años si no hay cambio en la planificación:

Campaña de inspección y control de venta por Internet.

Se han controlado entre otros aspectos:

Identificación clara del responsable de la venta.

Información sobre las características de los productos, medios de pago, garantías, forma y lugar de presentación de las reclamaciones.

Existencia del derecho de desistimiento.

Campaña de inspección y control de materiales escolar.

Se han controlado entre otros aspectos:

Inexistencia de riesgos para la salud.

Existencia de etiquetado incluyendo todos los requisitos normativos.

Composición del artículo, en su caso.

Marcado CE, si debe cumplir la normativa de juguetes.

INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONTROL DE MERCADO - Campañas de inspección 2013

Campañas Periódicas del Instituto que se reiterarán todos los años si no hay cambio en la planificación:

Campaña de inspección y control de Navidad.

En los juguetes:

Se controlarán entre otros aspectos:

En los establecimientos:

Exhibición de autorizaciones administrativas.

Exhibición de precios.

Existencia de hojas de reclamaciones y cartel anunciador de las mismas.

Entrega de comprobantes de compra.

Inexistencia de carteles con cláusulas que atenten contra los derechos de los consumidores.

Existencia de etiquetado y que este sea correcto y adecuado a cada tipo de juguete, y que además contenga las instrucciones y advertencias e indicaciones sobre su utilización y reducción de riesgos.

Marcado CE, como garantía del cumplimiento de las prescripciones técnicas de seguridad.

En los demás artículos controlados (artículos de regalo, adornos navideños, plantas ornamentales, pequeños electrodomésticos):

Existencia de etiquetado en todos los productos.

Etiquetado completo y que esté adecuadamente expuesto, con inclusión, en su caso, de las debidas instrucciones de instalación, funcionamiento, etc.



INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONTROL DE MERCADO - Campañas Nacionales 2013

Campañas Generales

Campaña General Productos Alimenticios.

Promoción de productos con rebajas de precios vinculadas a la compra de varias unidades.

Campaña General productos Industriales.

Control de electrodomésticos: comprobar la presencia de la etiqueta de consumo energético.

Campaña General Servicios.

Publicidad comercial: control de precios.

Campañas Específicas

Campaña Específica Alimentos.

Alérgenos en alimentos: Etiquetado y composición.

Campaña Específica Alimentos.

Conservas de pescado en aceite de oliva: Etiquetado e identificación del tipo de aceite

Campaña Específica de productos Industriales.

Colchones de cama: información obligatoria.

Campaña Específica de productos Industriales.

Cargadores (universales, móviles) y pilas recargables: etiquetado y seguridad.

Campaña Específica de productos Industriales.

Pinturas y barnices: etiquetado y composición.

Campaña Específica Servicios.

Talleres de reparación de vehículos.

Campaña Específica Servicios.

Telefonía móvil: Publicidad de operadoras.



INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONTROL DE MERCADO - Campañas de toma de muestras 2013

Campaña de Toma de Muestras de Aceite oliva virgen y virgen extra.

Campaña de Toma de Muestras de Aguas envasadas.

Campaña de Toma de Muestras de Conservas de mejillones.

Campaña de Toma de Muestras de Huevos frescos de gallina.

Campaña Toma de Muestras de Productos bajos, muy bajos y sin sal.

Campaña de Toma de Muestras de Quesos con D.O.

Campaña de Toma de Muestras de Sales Yodadas.

Campaña de Toma de Muestras de Salsas de mesa.

Campaña de Toma de Muestras de Artículos de menaje de acero inoxidable.

Campaña de Toma de Muestras de Bañadores.

Campaña Toma de Muestras de Gafas de Sol.

Campaña de Toma de Muestras de Barras de Labios.

Campa de Toma de Muestras de Gasóleo A.

Campaña de Toma de Muestras de Gasolinas.

Campaña de Toma de Muestras de Juguetes Magnéticos.

Campaña de Toma de Muestras de Plastilinas.



INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONTROL DE MERCADO – Otras campañas.

CONTROL SISTEMÁTICO

Control sistemático Alimentos.

Control sistemático Productos Industriales.

CAMPAÑAS REGIONALES

Campaña Regional de Disfraces.

Campaña Regional de Seguridad de Juguetes.

CAMPAÑA EUROPEA

Productos de baño del bebé.

INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONTROL DE MERCADO - ACTUACIONES DE CAMPAÑA. RESULTADOS 2013

Aparecen algunas Campañas sin datos, ya que aún no están finalizadas.

CAMPAÑAS	TOTAL	
	Actuaciones	% At. Positivas
2013. CONTROL SISTEMÁTICO INDUSTRIA 2013	47	27,66
2013..ALERGENOS.CAMPAÑA ESPECIFICA ALIMENTOS.ALERGENOS EN ALIMENTOS:ETIQUETADO Y COMPOSICION.	31	16,13
2013..HUEVOS.CAMPAÑA TOMA MUESTRAS HUEVOS DE GALLINA FRESCOS	10	50,00
2013.ACEITE DE OLIVA.CAMPAÑA TOMA MUESTRAS ACEITE DE OLIVA VIRGEN Y VIRGEN EXTRA	9	66,67
2013.AGUA ENVASADA.CAMPAÑA TOMA MUESTRAS AGUA ENVASADA	10	
2013.ALERTAS.CAMPAÑA DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE MERCADO DE COMPROBACIÓN DE ALERTAS	30	80,00
2013.ARTÍCULOS MENAJE. CAMPAÑA TOMA DE MUESTRAS ARTÍCULOS DE MENAJE DE ACERO INOXIDABLE	17	35,29
2013.BARRA LABIOS. CAMPAÑA TOMA MUESTRAS BARRA DE LABIOS.	9	
2013.BAÑADORES.CAMPAÑA TOMA MUESTRAS BAÑADORES	12	8,33
2013.CARGADORES Y PILAS.CAMPAÑA ESPECIFICA INDUSTRIA.CARGADORES Y PILAS:ETIQUETADO Y SEGURIDAD	23	78,26
2013.COLCHONES CAMA.CAMPAÑA ESPECIFICA INDUSTRIA.COLCHONES DE CAMA:INFORMACIÓN OBLIGATORIA Y GARANTI	20	20,00
2013.CONSERVAS PESCADO.CAMPAÑA ESPECIFICA ALIMENTOS.CONSERVAS PESCADO EN ACEITE OLIVA:ETIQUETADO E I	30	36,67
2013.CONTROL SISTEMÁTICO ALIMENTOS 2013	70	25,71
2013.DISFRACES.CAMPAÑA REG.INFORMACIÓN OBLIGATORIA Y CORDONES DISFRACES	38	52,63
2013.ELECTRODOMESTICOS.CAMPAÑA GENERAL INDUSTRIA.ELECTRODOMESTICOS:ETIQUETA DE CONSUMO ENERGETICO	28	42,86
2013.ENSAYOS.CAMPAÑA REGIONAL ENSAYOS INTERCOMPARATIVOS EN JUGUETES	10	60,00



INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONTROL DE MERCADO - ACTUACIONES DE CAMPAÑA. RESULTADOS 2013

CAMPAÑAS	TOTAL	
	Actuaciones	% At. Positivas
2013..ALERGENOS.CAMPAÑA ESPECIFICA ALIMENTOS.ALERGENOS EN ALIMENTOS:ETIQUETADO Y COMPOSICION.	31	16,13
2013..HUEVOS.CAMPAÑA TOMA MUESTRAS HUEVOS DE GALLINA FRESCOS	10	50,00
2013.ACEITE DE OLIVA.CAMPAÑA TOMA MUESTRAS ACEITE DE OLIVA VIRGEN Y VIRGEN EXTRA	9	66,67
2013.AGUA ENVASADA.CAMPAÑA TOMA MUESTRAS AGUA ENVASADA	10	
2013.ALERTAS.CAMPAÑA DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE MERCADO DE COMPROBACIÓN DE ALERTAS	30	80,00
2013.ARTÍCULOS MENAJE. CAMPAÑA TOMA DE MUESTRAS ARTÍCULOS DE MENAJE DE ACERO INOXIDABLE	17	35,29
2013.BARRA LABIOS. CAMPAÑA TOMA MUESTRAS BARRA DE LABIOS.	9	
2013.BAÑADORES.CAMPAÑA TOMA MUESTRAS BAÑADORES	12	8,33
2013.CARGADORES Y PILAS.CAMPAÑA ESPECIFICA INDUSTRIA.CARGADORES Y PILAS:ETIQUETADO Y SEGURIDAD	23	78,26
2013.COLCHONES CAMA.CAMPAÑA ESPECIFICA INDUSTRIA.COLCHONES DE CAMA:INFORMACIÓN OBLIGATORIA Y GARANTI	20	20,00
2013.CONSERVAS PESCADO.CAMPAÑA ESPECIFICA ALIMENTOS.CONSERVAS PESCADO EN ACEITE OLIVA:ETIQUETADO E I	30	36,67
2013.CONTROL SISTEMÁTICO ALIMENTOS 2013	70	25,71
2013.DISFRACES.CAMPAÑA REG.INFORMACIÓN OBLIGATORIA Y CORDONES DISFRACES	38	52,63
2013.ELECTRODOMESTICOS.CAMPAÑA GENERAL INDUSTRIA.ELECTRODOMESTICOS:ETIQUETA DE CONSUMO ENERGETICO	28	42,86
2013.ENSAYOS.CAMPAÑA REGIONAL ENSAYOS INTERCOMPARATIVOS EN JUGUETES	10	60,00
2013.ESTABLECIMIENTOS.CAMPAÑA REGIONAL DE INSPEC. Y CONTROL GENERAL DE ESTABLECIMIENTOS	157	36,94
2013.ETIQUETADO CARNE CABALLO. CAMPAÑA EUROPEA INFORMACIÓN ETIQUETADO CARNE DE CABALLO	5	
2013.GAFAS DE SOL.CAMPAÑA TOMA MUESTRAS GAFAS DE SOL	10	
2013.GASOLINAS.CAMPAÑA TOMA MUESTRAS GASOLINAS	10	



INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONTROL DE MERCADO - ACTUACIONES DE CAMPAÑA. RESULTADOS 2013

CAMPAÑAS	TOTAL	
	Actuaciones	% At. Positivas
2013..HUEVOS.CAMPAÑA TOMA MUESTRAS HUEVOS DE GALLINA FRESCOS	10	50,00
2013.ACEITE DE OLIVA.CAMPAÑA TOMA MUESTRAS ACEITE DE OLIVA VIRGEN Y VIRGEN EXTRA	9	66,67
2013.AGUA ENVASADA.CAMPAÑA TOMA MUESTRAS AGUA ENVASADA	10	
2013.ALERTAS.CAMPAÑA DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE MERCADO DE COMPROBACIÓN DE ALERTAS	30	80,00
2013.ARTÍCULOS MENAJE. CAMPAÑA TOMA DE MUESTRAS ARTÍCULOS DE MENAJE DE ACERO INOXIDABLE	17	35,29
2013.BARRA LABIOS. CAMPAÑA TOMA MUESTRAS BARRA DE LABIOS.	9	
2013.BAÑADORES.CAMPAÑA TOMA MUESTRAS BAÑADORES	12	8,33
2013.CARGADORES Y PILAS.CAMPAÑA ESPECIFICA INDUSTRIA.CARGADORES Y PILAS:ETIQUETADO Y SEGURIDAD	23	78,26
2013.COLCHONES CAMA.CAMPAÑA ESPECIFICA INDUSTRIA.COLCHONES DE CAMA:INFORMACIÓN OBLIGATORIA Y GARANTI	20	20,00
2013.CONSERVAS PESCADO.CAMPAÑA ESPECIFICA ALIMENTOS.CONSERVAS PESCADO EN ACEITE OLIVA:ETIQUETADO E I	30	36,67
2013.CONTROL SISTEMÁTICO ALIMENTOS 2013	70	25,71
2013.DISFRACES.CAMPAÑA REG.INFORMACIÓN OBLIGATORIA Y CORDONES DISFRACES	38	52,63
2013.ELECTRODOMESTICOS.CAMPAÑA GENERAL INDUSTRIA.ELECTRODOMESTICOS:ETIQUETA DE CONSUMO ENERGETICO	28	42,86
2013.ENSAYOS.CAMPAÑA REGIONAL ENSAYOS INTERCOMPARATIVOS EN JUGUETES	10	60,00
2013.ESTABLECIMIENTOS.CAMPAÑA REGIONAL DE INSPEC. Y CONTROL GENERAL DE ESTABLECIMIENTOS	157	36,94
2013.ETIQUETADO CARNE CABALLO. CAMPAÑA EUROPEA INFORMACIÓN ETIQUETADO CARNE DE CABALLO	5	
2013.GAFAS DE SOL.CAMPAÑA TOMA MUESTRAS GAFAS DE SOL	10	
2013.GASOLINAS.CAMPAÑA TOMA MUESTRAS GASOLINAS	10	
2013.GASÓLEOS.CAMPAÑA TOMA MUESTRAS DE GASÓLEOS	11	



INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONTROL DE MERCADO - ACTUACIONES DE CAMPAÑA. RESULTADOS 2013

CAMPAÑAS	TOTAL	
	Actuaciones	% At. Positivas
2013.IDIOMA ETIQUETADO.CAMPAÑA REGIONAL DE INSPECCIÓN DEL IDIOMA DEL ETIQUETADO EN PRODUCTOS	61	14,75
2013.INSTRUCCION 2.CAMPAÑA REGIONAL INSTRUCCION Nº2:IDENTIFICACION ESTABLECIMIENTO Y COMPROBACIÓN DO	8	12,50
2013.INSTRUCCION Nº 3-1.CAMPAÑA REGIONAL INSTRUCCIÓN Nº 3-1: INSPECCIÓN Y CONTROL DE PRECIOS	23	21,74
2013.JUGUETES MAGNÉTICOS.CAMPAÑA TOMA MUESTRAS JUGUETES MAGNÉTICOS	10	60,00
2013.JUGUETES NAVIDAD.CAMPAÑA REGIONAL DE JUGUETES DE NAVIDAD:ETIQUETADO Y SEGURIDAD	151	21,19
2013.JUGUETES.CAMPAÑA REGIONAL DE JUGUETES:ETIQUETADO Y SEGURIDAD	12	58,33
2013.MATERIAL ESCOLAR.CAMPAÑA REGIONAL DE MATERIAL ESCOLAR	35	80,00
2013.OFERTAS PUBLICITARIAS.CAMPAÑA REGIONAL DE OFERTAS PUBLICITARIAS Y PROMOCIONES EN CENTROS COMERC	45	77,78
2013.PAPEL ALUMINIO Y FILM.CAMPAÑA REGIONAL TOMA MUESTRAS PAPEL ALUMINIOY FILM TRANSPARENTE	22	77,27
2013.PELUQUERIAS.CAMPAÑA REGIONAL DE PELUQUERIAS DE SEÑORA Y UNISEX	38	50,00
2013.PINTURAS Y BARNICES.CAMPAÑA ESPECIFICA INDUSTRIA.PINTURAS Y BARNICES:ETIQUETADO Y COMPOSICION	32	75,00
2013.PLASTILINAS. CAMPAÑA TOMA MUESTRAS PLASTILINAS	12	83,33
2013.PRODUCTOS BAJO EN SAL.CAMPAÑA TOMA MUESTRAS PRODUCTOS BAJO O SIN SAL	12	16,67
2013.PRODUCTOS BAÑO BEBÉ.CAMPAÑA EUROPEA DE PRODUCTOS DE BAÑO DEL BEBÉ	1	100,00
2013.PROMOCIÓN PRODUCTOS.CAMPAÑA GENERAL ALIMENTOS:PROMOCIÓN PRODUCTOS CON REBAJAS DE PRECIOS VINCUL	22	13,64
2013.PUBLICIDAD COMERCIAL.CAMPAÑA GENERAL SERVICIOS.PUBLICIDAD COMERCIAL:CONTROL PRECIOS	32	3,13
2013.QUESOS D.O.CAMPAÑA TOMA MUESTRAS QUESOS CON D.O.	10	60,00
2013.REBAJAS.CAMPAÑA REGIONAL DE REBAJAS	74	16,22
2013.SALES YODADAS. CAMPAÑA TOMA MUESTRAS SALES YODADAS	11	63,64
2013.SALSAS DE MESA.CAMPAÑA TOMA MUESTRAS SALSAS DE MESA	11	45,45
2013.TALLERES.CAMPAÑA ESPECIFICA DE SERVICIOS:TALLERES DE REPARACIÓN DE VEHICULOS	72	29,17
2013.TELEFONIA MOVIL.CAMPAÑA ESPECIFICA SERVICIOS.TELEFONIA MOVIL:PUBLICIDAD DE OPERADORAS	30	70,00
2013.VENTA INTERNET.CAMPAÑA REGIONAL DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE VENTA POR INTERNET	9	33,33
TOTAL	1358	36,01



INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONTROL DE MERCADO - ACTUACIONES DE CAMPAÑA. RESULTADOS 2013

Campañas de 2012 que no finalizaron y el Instituto ha seguido realizando en 2013:

CAMPAÑAS	TOTAL	
	Actuaciones	At. Positivas
2012.CONSERVAS MEJILLONES.CAMPAÑA TOMA MUESTRAS CONSERVAS DE MEJILLONES	15	
2012.ACEITUNAS.CAMPAÑA TOMA DE MUESTRAS ACEITUNAS VERDES ENVASADAS CON HUESO	1	
2012.JUGUETES.CAMPAÑA REGIONAL DE JUGUETES:COMPROBACIÓN Y VERACIDAD DEL MARCADO CE EN JUGUETES	16	4
2012.LÍQUIDO POMPAS.CAMPAÑA DE TOMA DE MUESTRAS DE LÍQUIDO PARA HACER POMPAS	3	1
2012.Nº 2.CAMPAÑA REG. INSTRUCCIÓN Nº 2: IDENTIFICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO Y COMPROBACION DOCUMENTA	1	
2012.PRECIOS Nº3-1.CAMPAÑA REGIONAL DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE PRECIOS- 1	2	2

INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONTROL DE MERCADO – Campañas de inspección para 2014

En la realización de las campañas de inspección 2014 en materia de consumo, participan los siguientes organismos:

Servicio de Control de Mercado adscrito al INCOEX.

Unidades Periféricas del INCOEX.

Laboratorio de Consumo de Extremadura.

Consortio de Información al Consumidor.

Servicios Generales del INCOEX.

Policía Local Ayuntamientos.

Otros organismos.

INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONTROL DE MERCADO - Campañas Nacionales 2014

Campañas Generales.

Campaña General Productos Alimenticios: Información sobre precios y datos de identificación del responsable, y en productos envasados por los titulares del comercio minorista de la alimentación, además, indicación de la cantidad neta y el marcado de fechas.

Campaña General productos Industriales. Comprobación del etiquetado de eficiencia energética de los neumáticos.

Campaña General Servicios. Alquiler de vehículos incluido el realizado por Internet: información al consumidor y condiciones de contratación (cláusulas abusivas).

Campañas Específicas.

Campaña Específica Productos de la pesca: información al consumidor y prácticas comerciales.

Campaña Específica Legumbres secas: lentejas, alubias, garbanzos: etiquetado, defectos y materias extrañas.

Campaña Específica. Productos cosméticos de venta en establecimientos de precio reducido, así como los desodorantes, antitranspirantes, desmaquillantes y cremas corporales comercializados en establecimientos de cualquier tipo.

Campaña Específica Servicios. Servicios de reparación de aparatos de uso doméstico. (SAT)

Campaña Específica Servicios. Publicidad comercial en grandes superficies.

Campaña Específica de Servicios de tarificación adicional (líneas de voz y mensajería, SMS Premium, concursos de televisión).



INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONTROL DE MERCADO - Campañas de toma de muestras 2014

Campaña de Toma de Muestras de Arroz.

Campaña de Toma de Muestras de Caldos líquidos.

Campaña de Toma de Muestras de Conservas Vegetales.

Campaña de Toma de Muestras de Frutas Almíbar

Campaña Toma de Muestras de Miel.

Campaña de Toma de Muestras Pimentón.

Campaña de Toma de Muestras de Salsas de Mesa.

Campaña de Toma de Muestras de Turrones y Mazapanes rellenos.

Campaña de Toma de Muestras de Vinos.

Campaña Toma de Muestras de Yogures.

Campaña de Toma de Muestras de Bolsos.

Campa de Toma de Muestras de Cafeteras.

Campaña de Toma de Muestras de Calzados Vestir.

Campaña de Toma de Muestras de Hilados.

Campaña de Toma de Muestras de Mordedores.

Campaña de Toma de Muestras de Pijamas.

Campaña de Toma de Muestras de Pomperos.

Campaña de Toma de Muestras de Toallitas Higiénicas.



INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONTROL DE MERCADO – Otras campañas para 2014

CONTROL SISTEMÁTICO.

Control sistemático Alimentos.

Control sistemático Productos Industriales.

CAMPAÑAS REGIONALES

Campaña Regional de Disfraces.

Campaña Regional de Seguridad de Juguetes.

Campañas Periódicas del Instituto que se reiterarán todos los años si no hay cambio en la planificación:

Campaña de inspección y control de rebajas de invierno.

Campaña de inspección y control de rebajas de verano.

Campaña de inspección control de ofertas publicitarias y promociones en centros comerciales y grandes superficies.

Campaña de inspección y control general de establecimientos (incluyendo bazares y tiendas de bajo precio).

Campaña de inspección y control de venta por internet.

Campaña de inspección y control de material escolar.

Campaña de inspección y control de Navidad.



La Comunidad de Extremadura es la primera comunidad que logra adaptarse a la clasificación de las reclamaciones y consultas de los consumidores en España

La Comunidad de Extremadura ha recibido un miembro de la Comisión Europea, pasado doce de diciembre, Marek CHROSCICKI, para auditar al Instituto de Consumo de Extremadura el con el fin de comprobar que había sido la única comunidad de España capaz de adaptarse a la RECOMENDACIÓN DE LA COMISIÓN de 12 de mayo de 2010, sobre el uso de una metodología armonizada para la clasificación y notificación de las reclamaciones y consultas de los consumidores a través de su programa de gestión SIGLO con capacidad de verter los datos de esta directamente a Bruselas cumpliendo dicha Recomendación. Dichos datos han comenzado a compartirse con la Comisión este año 2014 con una periodicidad mensual.

Nuestra Comunidad ha sido felicitada efusivamente por el trabajo realizado por la Comisión Europea en dicho asunto. Este pasado 30 de enero ha sido presentado en el Ministerio de Salud y Política Social dicho logro por indicación de la Comisión Europea.

El objetivo final de este trabajo es que los responsables políticos pueden utilizar, a nivel nacional y europeo, los datos estadísticos relativos a las reclamaciones y consultas de los consumidores para evaluar el funcionamiento de los mercados de consumo. En concreto, permiten:

- Comprender los problemas que han encontrado los consumidores que compran productos y servicios en Europa.

- Adaptar la legislación en materia de protección de los consumidores

- Mejorar las prácticas comerciales de las empresas europeas.

- Comparar la situación de los mercados de consumo de los países europeos.

Partiendo que actualmente se utilizan métodos diferentes para registrar y clasificar los datos de las reclamaciones, la Comisión propone un método europeo único para clasificar los datos estadísticos.

La Comisión utiliza cinco indicadores clave para elaborar el Cuadro de Indicadores de los Mercados de Consumo. Se trata de una publicación anual, actualmente en su segunda edición, que tiene por objeto determinar qué partes del mercado interior no funcionan bien para los consumidores. Uno de los cinco indicadores clave son las reclamaciones de los consumidores, es decir, las estadísticas relativas a estas reclamaciones. Los otros son los precios, la satisfacción, los cambios de proveedor y la seguridad. Por tanto, las estadísticas sobre las reclamaciones de los consumidores deberían considerarse como un instrumento macroeconómico y no como un mero análisis de las reclamaciones.

La Comunidad de Extremadura es la primera comunidad que logra adaptarse a la clasificación de las reclamaciones y consultas de los consumidores en España

La propuesta de la Comisión tiene por objeto registrar las reclamaciones y consultas de los consumidores en toda la UE sobre una base común y armonizada, utilizando los mismos descriptores, para que pueda crearse fácilmente una base de datos a escala europea, administrada por la DG SANCO de la Comisión. La Comisión financiará y mantendrá la base de datos y los equipos informáticos necesarios para almacenar y tratar los datos. La Comisión presenta un plan o marco común para clasificar y notificar las reclamaciones de los consumidores.

La Comisión quiere mejorar la producción de información estadística relativa a las reclamaciones realizadas por los consumidores europeos, con el fin de que dicha información pueda servir para analizar el funcionamiento del mercado interior europeo.

El Consejo Europeo, en sus Conclusiones de la Presidencia de 14 de diciembre de 2007, celebra la Revisión del Mercado Único, en la que se insta a adoptar medidas y legislación a nivel de la UE para que los consumidores del mercado interior, a través del desarrollo de herramientas e indicadores, como las reclamaciones, comprendan mejor los resultados del mercado.

El Parlamento Europeo, en su Resolución de 9 de marzo de 2010 sobre la protección de los consumidores, hace un llamamiento a todos los órganos de gestión de reclamaciones para que adopten la metodología armonizada para la clasificación y notificación de las reclamaciones de los consumidores propuesta por la Comisión.

Los Estados miembros deben desarrollar, en cooperación con la Comisión, un marco común para la clasificación de las reclamaciones de los consumidores. A tal fin, conviene introducir una metodología armonizada, que utilizarán los órganos de gestión de reclamaciones de la UE para clasificar y notificar a la Comisión dichas reclamaciones. Al objeto de mejorar el seguimiento del funcionamiento del mercado, conviene extender dicha metodología a las consultas de los consumidores.

Las reclamaciones y consultas de los consumidores que se introducirán en la base de datos no incluirán las reclamaciones y consultas dirigidas directamente a los comerciantes, sino únicamente las presentadas por consumidores a organizaciones "terceras" tales como los organismos públicos, las autoridades reguladoras, las organizaciones de consumidores y otras organizaciones como, por ejemplo, los servicios de mediación y los organismos autorreguladores.

La propuesta tiene un objetivo principal, a saber, permitir que los datos relativos a las reclamaciones y consultas de los consumidores puedan utilizarse como indicador clave del funcionamiento del mercado interior y, con ello, acelerar las respuestas políticas a las disfunciones del mercado.

La Comunidad de Extremadura es la primera comunidad que logra adaptarse a la clasificación de las reclamaciones y consultas de los consumidores en España

Los responsables políticos pueden utilizar, a nivel nacional y europeo, los datos estadísticos relativos a las reclamaciones y consultas de los consumidores para evaluar el funcionamiento de los mercados de consumo. En concreto, permiten:

- comprender los problemas que han encontrado los consumidores que compran productos y servicios en Europa;
- adaptar la legislación en materia de protección de los consumidores;
- mejorar las prácticas comerciales de las empresas europeas;
- comparar la situación de los mercados de consumo de los países europeos.

Partiendo que actualmente se utilizan métodos diferentes para registrar y clasificar los datos de las reclamaciones, la Comisión propone un método europeo único para clasificar los datos estadísticos. Los organismos nacionales responsables de las reclamaciones y consultas de los consumidores deben adoptar dicho método de forma voluntaria.

La Comisión propone un método de 3 partes para recabar:

- Información general, por ejemplo, sobre el país del consumidor, la fecha de la reclamación y el método de venta del producto.
- Información sectorial sobre tres ámbitos distintos: el sector económico, el tipo de mercado y la descripción del mercado de consumo.
- Información sobre el tipo de reclamación y los temas generales que afectan a todos los consumidores (publicidad engañosa, seguridad, prestación de servicios, etc.).

La solución a las nuevas necesidades es adaptar el sistema actual Siglo usado por el Consorcio Extremeño de Información al Consumidor, esta adaptación la podemos dividir en tres tipos de desarrollo:

- Desarrollo de las nuevas funcionalidades para el mantenimiento de los datos que Siglo no contempla, esto implica cambios en base de datos, capa de negocio y capa de presentación.
- Módulo que proporcione la funcionalidad para mantener las equivalencias entre los diferentes objetos manejados por las diferentes administraciones, esto implica cambios en base de datos, capa de negocio y capa de presentación.
- Módulo de intercambio de información entre los sistemas. Proporcionará los métodos necesarios para que Siglo envíe regularmente la información necesaria al sistema de la Comisión, esto implica cambios en base de datos y la capa de negocio .



Instituto de Consumo
de Extremadura



JUNTA ARBITRAL DE CONSUMO

MEMORIA DE ACTIVIDADES

2013



JUNTA ARBITRAL DE CONSUMO

La Junta Arbitral de Consumo de Extremadura se constituyó en mayo de 1994, mediante firma del convenio entre el Instituto Nacional de Consumo y la entonces Consejería de Bienestar Social, que en aquel momento asumía las competencias en materia de Consumo. Desde entonces, el Sistema Arbitral de Consumo se ha consolidado como una alternativa eficaz para resolver los conflictos de consumo de los usuarios.

La Junta Arbitral de Consumo tiene por objeto fomentar la solución amistosa de aquellos conflictos y reclamaciones que afecten a los consumidores y usuarios, propiciando una rápida y equitativa satisfacción de las controversias y reclamaciones planteadas. Tiene competencia para atender reclamaciones de consumidores y usuarios, que tengan su domicilio o razón social dentro del ámbito territorial de la propia Junta, siempre que no concurra intoxicación, lesión o muerte, ni existan indicios racionales de delito.

Es un procedimiento voluntario (ley 26/1984), por lo que tanto el consumidor como el empresario deberán manifestar su adhesión al mismo para resolver el conflicto planteado. Además, es un procedimiento gratuito (ley 36/1988, de 5 de diciembre de Arbitraje), privado, igualitario, sencillo, ejecutivo (decreto 636/1993), ágil y participativo.



JUNTA ARBITRAL DE CONSUMO

La actividad de la Junta Arbitral de Consumo, órgano administrativo, se rige en lo previsto por el Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero por la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

Estructura orgánica: La Junta Arbitral está formada por un presidente, una secretaria, una asesoría jurídica y un equipo administrativo que desarrolla y gestiona todas las actuaciones necesarias para la resolución de los conflictos planteados ante la Junta.

Los colegios arbitrales son designados para cada ocasión. Desarrollan la función arbitral propiamente dicha, concluyendo con la emisión del laudo arbitral. En 2008 la celebración de Colegios Arbitrales se ha extendido por toda la geografía extremeña tratando de facilitar el acceso de todos los consumidores a esta vía de conciliación.

Se trata de un órgano colegiado compuesto por tres árbitros: un presidente (empleado público de la administración, que tiene que ser licenciado en derecho), un vocal representante de los consumidores perteneciente a una asociación de consumidores y un vocal representante de los empresarios perteneciente a una organización empresarial.

INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



JUNTA ARBITRAL DE CONSUMO

Las actuaciones llevadas a cabo por la Junta Arbitral de Consumo de Extremadura desde 2011 hasta ahora son:

Expedientes presentados: 694

Resueltas: 393

Por mediación: 86

Por laudo: 307

– Estimatorios total o parcialmente: 197

– Desestimatorios: 53

– Conciliatorios: 57

Cuantía media de las reclamaciones: 1446 €.

Existe un número de expedientes que son archivados porque no se lleve a cabo el arbitraje, ya que este es totalmente voluntario. Los expedientes resueltos en un año pueden ser expedientes presentados el año anterior. Las reclamaciones son mayoritariamente sobre telecomunicaciones, cabe destacar que las más resueltas son de la misma materia.





Instituto de Consumo
de Extremadura



SECCIÓN DE NORMATIVA

MEMORIA DE ACTIVIDADES

2013

INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



SECCIÓN DE NORMATIVA

Se llevaron a cabo un total de 3.586 actas derivadas de la detección de posibles infracciones en materia de consumo, de los tipos que se detallan a continuación:

ACTAS

Actas Positivas	Actas Negativas	Actas de Tomas de Muestras	TOTAL ACTAS
996	2228	362	3586

CLASIFICACION DE LAS ACTAS POSITIVAS POR INFRACCIONES

ACTAS POSITIVAS						
Adulteración y fraude en la calidad	Fraude en el peso	Transacciones comerciales	Precios	Normalización y condiciones de venta	Otras infracciones	TOTAL
120	0	53	285	242	296	996



INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



SECCIÓN DE NORMATIVA

Tanto en el INCOEX como en las Inspecciones provinciales de Badajoz y Cáceres se incoaron un total de 443 expedientes sancionadores derivados de la detección de posibles infracciones en materia de consumo, de los tipos que se detallan a continuación:

CLASIFICACION POR INFRACCIONES

Adulteración y fraude en la calidad	Fraude en el peso	Transacciones comerciales	Precios	Normalización y condiciones de venta	Otras infracciones	TOTAL
90	0	8	34	236	75	443

INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



SECCIÓN DE NORMATIVA

-Consulta sobre infracciones: 75

-Decreto 153/2013, de 6 de agosto, por el que establecen las bases reguladoras de las subvenciones a otorgar por la Consejería de Salud y Política Social a las asociaciones de consumidores y usuarios y a las Sociedades Cooperativas de consumidores y usuarios

-Ordenes anuales:

Concurso escolar Consumópolis 8.

Beca de investigación.

Asociaciones de consumidores y usuarios.

Escuelas Permanentes de Consumo.

Oficinas municipales de información al consumidor.

Convenio con Fundesalud.

Consejo Extremeño de los Consumidores.

-Asesoramiento a las Unidades Periféricas del INCOEX: 80

-Concurso de acreedores: 20

-Apoyo a Gestión Económica: 30

-Publicación de Sentencias; 6

-Recursos de Alzada: 77

-Recursos de Revision. 2

-Informes: 20

Reuniones a Madrid: 2





Instituto de Consumo
de Extremadura



SECCIÓN DE INFORMACIÓN, FORMACIÓN Y EDUCACIÓN

MEMORIA DE ACTIVIDADES

2013

INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



SECCIÓN DE INFORMACIÓN, FORMACIÓN Y EDUCACIÓN

Apoyo a las OFICINAS MUNICIPALES DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR OMIC

Se destina para la convocatoria del 2013 una cantidad total de 274.430,00 €.

De las 34 solicitudes recibidas se han aprobado 20 expedientes y denegado por diferentes causas 14 solicitudes.

De las 20 aprobadas 2 corresponden a OMICs mancomunadas y 18 a OMICs de diferentes localidades.

De las 14 denegadas, 8 corresponden a OMICs mancomunadas y 6 a OMICs de diferentes localidades.

Apoyo a las ESCUELAS MUNICIPALES PERMANENTES DE CONSUMO

Se destina para la convocatoria del 2013 una cantidad total de 107.889 €.

De las 5 solicitudes presentadas se han aprobado las 5 solicitudes correspondientes a las 5 Escuelas municipales permanentes de consumo existentes en la nuestra comunidad autónoma y que se encuentran en las siguientes localidades:

Badajoz

Casas de Cáceres

Coria

Miadas

Jerez de los Caballeros

INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



SECCIÓN DE INFORMACIÓN, FORMACIÓN Y EDUCACIÓN

Apoyo a las ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

Se destina para la convocatoria del 2013 una cantidad total de 184.570 €.

Las asociaciones beneficiadas han sido las que siguen:

U.C.E.
ACUEX,
FEACCU
ADICAE

INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



SECCIÓN DE INFORMACIÓN, FORMACIÓN Y EDUCACIÓN

Actividades de Formación y Educación:

Durante el año 2013 en nuestra Comunidad Autónoma se solicitaron para realizar durante el año ejecutivo, 4 acciones formativas. Estas Acciones formativas están enmarcadas dentro del Plan de Formación Continua Interadministrativo 2013 entre la Comunidad Autónoma de Extremadura y el extinguido Instituto Nacional de Consumo actualmente denominado Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria Y Nutrición (AECOSAN), los cursos siguientes:

Servicios de reparaciones a domicilio.

Marco competencial de consumo.

Suministros básicos: liberalización del mercado energético.

Jornadas sobre educación del consumidor en el aula.

INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



SECCIÓN DE INFORMACIÓN, FORMACIÓN Y EDUCACIÓN

De estos programados, se han realizado dos Acciones formativas dirigidas a profesionales de consumo de la Administración Local, Autonómica y Central.

Puesto que el presupuesto real del INC disminuyó y el reparto entre todas las Comunidades no podía ser el programado; es por lo que Extremadura tuvo que dejar de hacer 2 cursos que estaban preparándose para después del verano y que corresponden con los cursos:

Suministros básicos: liberalización del mercado energético.

Jornadas sobre educación del consumidor en el aula.

Los cursos presenciales organizados desde esta Sección han sido:

Marco Competencial de Consumo

Clave:15-EXT/13

Lugar y fecha de celebración: Mérida 11, 12, 13 y 14 de marzo de 2013

Horas lectivas: 16 horas

Servicios de reparaciones a domicilio

Clave:17-EXT/13

Lugar y fecha de celebración: Mérida 23, 24 y 25 de abril de 2013

Horas lectivas: 16 horas

El gasto de ambos cursos ha sido de 6.420,26€

El número total de participantes ha sido de 55 personas. De estas personas que se han beneficiado de estas acciones formativas podemos dividirlos según sexo, con un total de 32 mujeres y 23 hombres.





Concurso Escolar Consumópolis

Nuevamente se ha realizado por parte del Instituto de Consumo de Extremadura el Concurso Escolar 2012/2013, sobre Consumo Responsable “CONSUMÓPOLIS 8: Entrénate bien para el Consumo responsable”. Esta sería la 8ª edición del concurso.

Este concurso escolar está organizado por el Instituto Nacional de Consumo y las Comunidades Autónomas de España que han decidido realizarlo. Extremadura ha sido una de las 17 implicadas.

Este concurso está destinado para jóvenes escolarizados en el Tercer Ciclo de Primaria, Primer y Segundo Curso de Enseñanza Secundaria Obligatoria y Tercer y Cuarto Curso de Enseñanza Secundaria Obligatoria, de centros educativos de la región, tanto públicos, concertados, como privados y que son los tres niveles de participación que existen.

Consta el concurso de dos fases de participación la Autonómica y la Nacional. Solo pueden optar a los premios autonómicos del Concurso, los equipos de las Comunidades Autónomas que organizan el concurso y en la fase de los premios nacionales los equipos ganadores, con el primer premio, de cada nivel de participación de los premios autonómicos del Concurso.

El presupuesto de los premios Autonómico es de 3.600 euros. Los equipos ganadores de la fase autonómica han sido el colegio Virgen de la Consolación de Feria, el instituto Luis Chamizo de Don Benito, y el colegio Sagrado Corazón de esta misma localidad, cada uno de los cuales recibirán un premio de 1.200 euros.

Hasta el 5 de diciembre de 2013 los Centros Escolares, podían inscribirse como participantes en el concurso CONSUMOPOLIS 9: “Consumir entre pantallas”. Esta sería la 9ª edición del concurso.

INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA

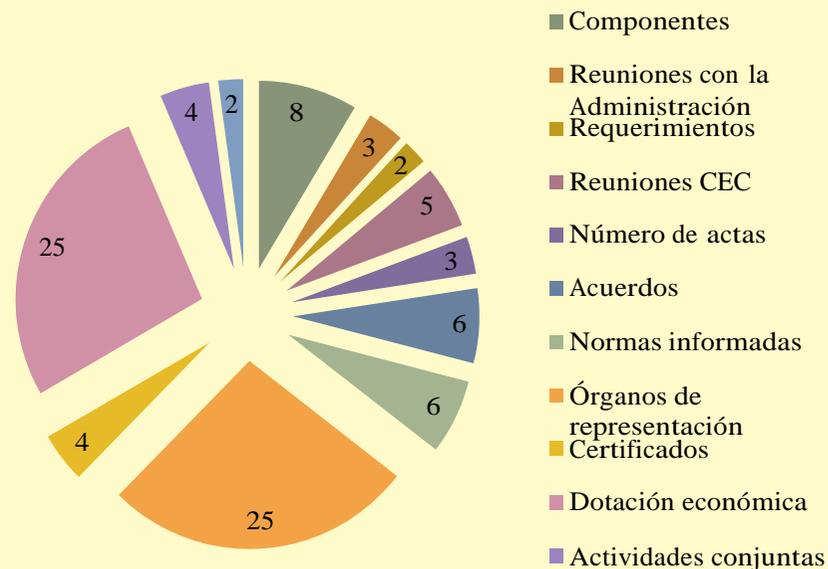
CONSEJO EXTREMEÑO DE LOS CONSUMIDORES (CEC)

Desde la Secretaría del Consejo Extremeño de los Consumidores se describe un poco el CEC, en cuanto a sus integrantes y se han realizado diferentes actuaciones que se representarán a través de las imágenes gráficas que siguen a continuación y que corresponden al año 2013.

COMPOSICIÓN



ACTUACIONES





Instituto de Consumo
de Extremadura



CONSORCIO EXTREMEÑO DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

MEMORIA DE ACTIVIDADES

2013



CONSORCIO EXTREMEÑO DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

El Consorcio Extremeño de Información al Consumidor se constituye en fecha 26 de julio de 2006, como una entidad de derecho público con personalidad jurídica propia, para la prestación del servicio de información, atención y defensa de la persona consumidora en Extremadura, mediante la firma de un Convenio de Colaboración entre la Junta de Extremadura y la Mancomunidad de Municipios Tajo-Salor.

Posteriormente, con fecha 22 de septiembre de 2006, se adhieren a dicho Convenio de Colaboración las Mancomunidades de Sierra de Jerez, Montijo y Comarca, la Vega, Villuercas-Jara-Ibores, Campiña Sur, San Marcos y la Vera.

Tras la puesta en funcionamiento del Consorcio Extremeño de Información al Consumidor, en el año 2006 y creación de los Centros Mancomunados de Consumo, las Mancomunidades firmantes del Convenio Inicial han sufrido algunas modificaciones, tanto en el nombre como en el número de poblaciones que las integran.



CONSORCIO EXTREMEÑO DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

Objetivos:

Acercar los recursos de consumo al mayor número de poblaciones extremeñas, mediante la atención cercana y personalizada, tanto en acciones de defensa de sus derechos como de formación o información a través del Consorcio Extremeño de Información al Consumidor, creado mediante convenio de colaboración de la Junta de Extremadura con varias Mancomunidades. En él trabajamos activamente con las Mancomunidades, adaptando los recursos existentes en cada zona e intentando potenciar del servicio de atención y defensa de la persona consumidora en Extremadura.

El proyecto plantea una intervención global destinada a conseguir la información y participación en materia de consumo de estos sectores de población anteriormente citados, que son los que menos acceden a los recursos que la Administración pone a disposición del ciudadano/a, constituye un sector de población muy significativo que debe estar informado de sus derechos y obligaciones como consumidores y también de la posibilidad de realizar reclamaciones en el caso de que lo estimen oportuno.

El Consorcio se encuentra en este momento en una fase muy avanzada de afianzamiento y consolidación en el ámbito territorial de actuación, sentando las bases sobre lo que puede ser un proyecto definitivo en nuestra Comunidad Autónoma sobre la atención, formación e información al Consumidor, especialmente en las zonas rurales.

Por otro lado y como consecuencia de dicho afianzamiento y consolidación basado en el afianzamiento y consolidación basado en el compromiso y calidad del servicio prestado, se ha producido en el año 2010 la adhesión de seis nuevas mancomunidades y recibándose nuevas solicitudes de adhesión.

El Consorcio está presente de forma directa en un entorno de actuación de 218 municipios de nuestra Comunidad Autónoma lo que supone una población potencial de actuación de 536.064 habitantes, potenciales consumidores con una problemática real que atender e informar, planificando unas actuaciones directas de Formación, Información y Atención en materia de consumo.



CONSORCIO
EXTREMEÑO
DE
INFORMACIÓN
AL
CONSUMIDOR

Las Mancomunidades que están adheridas actualmente al Consorcio Extremeño de Información al Consumidor son:

GERENCIA, en Mérida, en la sede del Instituto de Consumo de Extremadura
CENTRO MANCOMUNADO SIERRA SUROESTE, Jerez de los Caballeros.

CENTRO MANCOMUNADO VEGAS BAJAS, Montijo.

CENTRO MANCOMUNADO LA SERENA-VEGAS ALTAS, Villanueva de la Serena.

CENTRO MANCOMUNADO CAMPIÑA SUR, Azuaga.

CENTRO MANCOMUNADO VILLUERCAS-IBORES-JARA, Logrosán.

CENTRO MANCOMUNADO TAJO-SALOR, Arroyo de la Luz.

CENTRO MANCOMUNADO LA VERA, Jarandilla de la Vera.

CENTRO MANCOMUNADO VALLE DEL ALAGÓN, Montehermoso.

CENTRO MANCOMUNADO TENTUDIA, Monesterio.

CENTRO MANCOMUNADO MUNICIPIOS GUADIANA, Medellín.

CENTRO MANCOMUNADO MUNICIPIOS ZONA CENTRO I, Miajadas.

CENTRO MANCOMUNADO TIERRA DE BARROS, Aceuchal.

CENTRO MANCOMUNADO TIERRA DE BARROS-RIO MATACHEL, Villafranca de los Barros.

CENTRO MANCOMUNADO COMARCA DE TRUJILLO, Trujillo.

CENTRO MANCOMUNADO SIERRA DE MONTÁNCHEZ, Torre de Santa María.

CENTRO MANCOMUNADO MUNICIPIOS CENTRO, Calamonte.

CENTRO MANCOMUNADO COMARCA DE OLIVENZA, Olivenza.

INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA

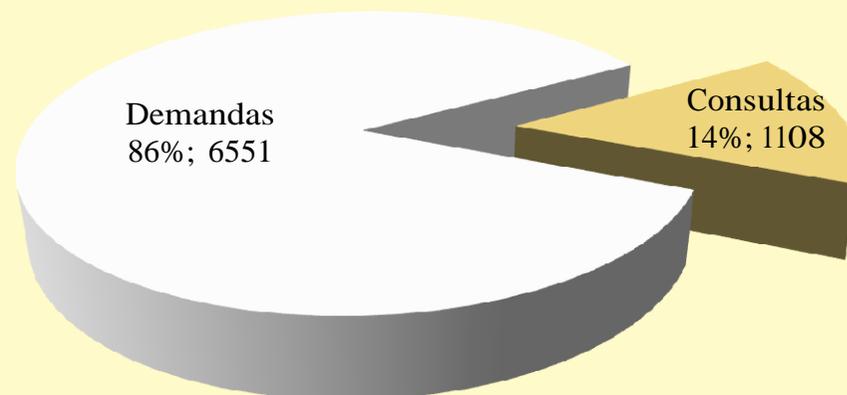


CONSORCIO EXTREMEÑO DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

Durante el año 2013 el Consorcio Extremeño de Información al Consumidor atendió un total de 7.659 expedientes de los consumidores cuya valoración económica aproximada asciende a 8.852.751€.

De los 7.659 expedientes tramitados, 6.551 corresponden a reclamaciones y 1.108 a consultas, siendo las materias más reclamadas: electricidad con 2.556, seguida de telecomunicaciones con 1.960, vivienda con 623, seguros y servicios bancarios con 338, electrodomésticos SAT 220 y seguros 185, entre otras.

ATENCIÓN GENERAL 2013

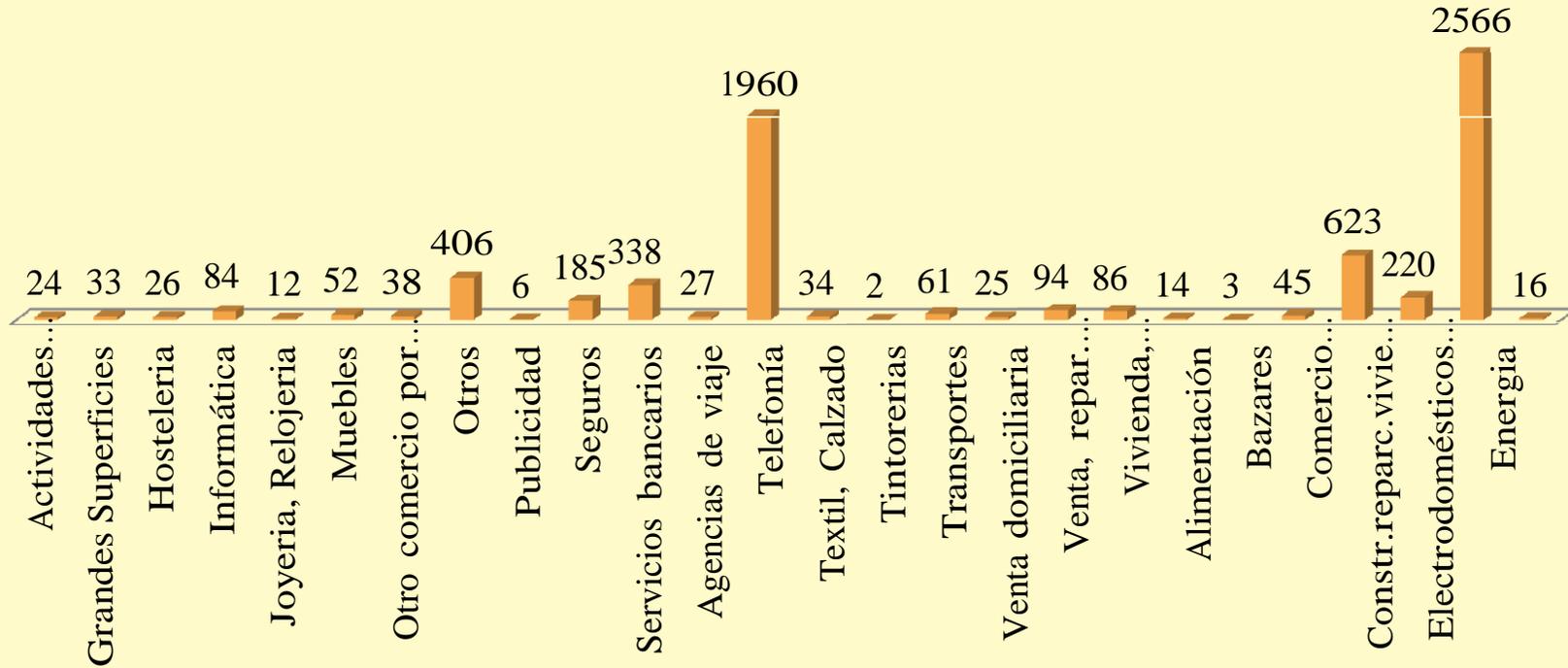


INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONSORCIO EXTREMEÑO DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

MATERIAS ATENCIÓN 2013



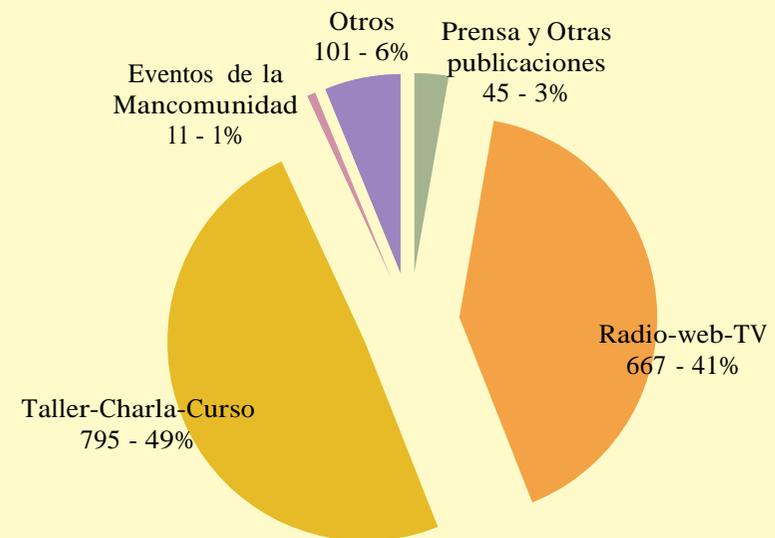


CONSORCIO EXTREMEÑO DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

Se produce un aumento significativo tanto en número de expedientes tramitados, de los que se incrementa el número de demandas presentadas y se reduce el número de consultas. La valoración económica de las mismas sigue aún en valores muy elevados al aún haberse arrastrado un número de demandas elevado en materia de banca principalmente de los llamados “productos tóxicos” y cláusulas suelo.

De igual forma, ha aumentado en un 1,66% el porcentaje de acuerdos alcanzado en las mediaciones realizadas por el Consorcio Extremeño de Información al Consumidor alcanzando en 2013 el 70,66%, lo que supone un beneficiodirecto para los consumidores extremeños que asciende a una cuantía aproximada de 6.255.354€

ACTUACIONES



INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONSORCIO EXTREMEÑO DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

Junto al servicio de atención directa al consumidor, el Consorcio Extremeño de Información al Consumidor ha venido realizando a lo largo del 2013 más de 1.600 actuaciones encaminadas a la educación, formación e información para los consumidores ya que la propia sociedad de la información y del conocimiento en la que vivimos demanda que éstos, estén informados con el fin de garantizar sus derechos.

Es difícil cuantificar económicamente las más de 1.600 actuaciones de formación/información pero desde el Consorcio se considera la mejor inversión de futuro para los consumidores extremeños, ya que creemos que la educación es clave para concienciar de las responsabilidades en nuestras vidas, y también fundamental para que los futuros consumidores sepan decidir adecuadamente sobre los actos que van realizar. En la siguiente tabla se reflejan las actuaciones realizadas, según la materia:

	Actuaciones
Telecomunicaciones	83
Derechos de los consumidores	73
Comercio electrónico	37
Campaña de publicidad	29
General	157
Noticario de consumo	199
Rebajas	36
Publicidad, ofertas y promociones	48
Etiquetado de productos	98
Prevención de drogodependencias	4
Higiene bucodental	46
Alimentación saludable	182
Salud corporal	73
Viajes y vacaciones	39
Ahorro de agua	59
Ahorro energético	72
Consumo responsable general	164
Seguros y fondos de pensiones	4
Banca y servicios financieros	49
Vivienda	11
Automoción	3
Suministro de electricidad y gas	72
Compraventa	23
Venta domiciliaria	3
Sat. y reparaciones a domicilio	32
Protección de datos personales	23
Total	1619

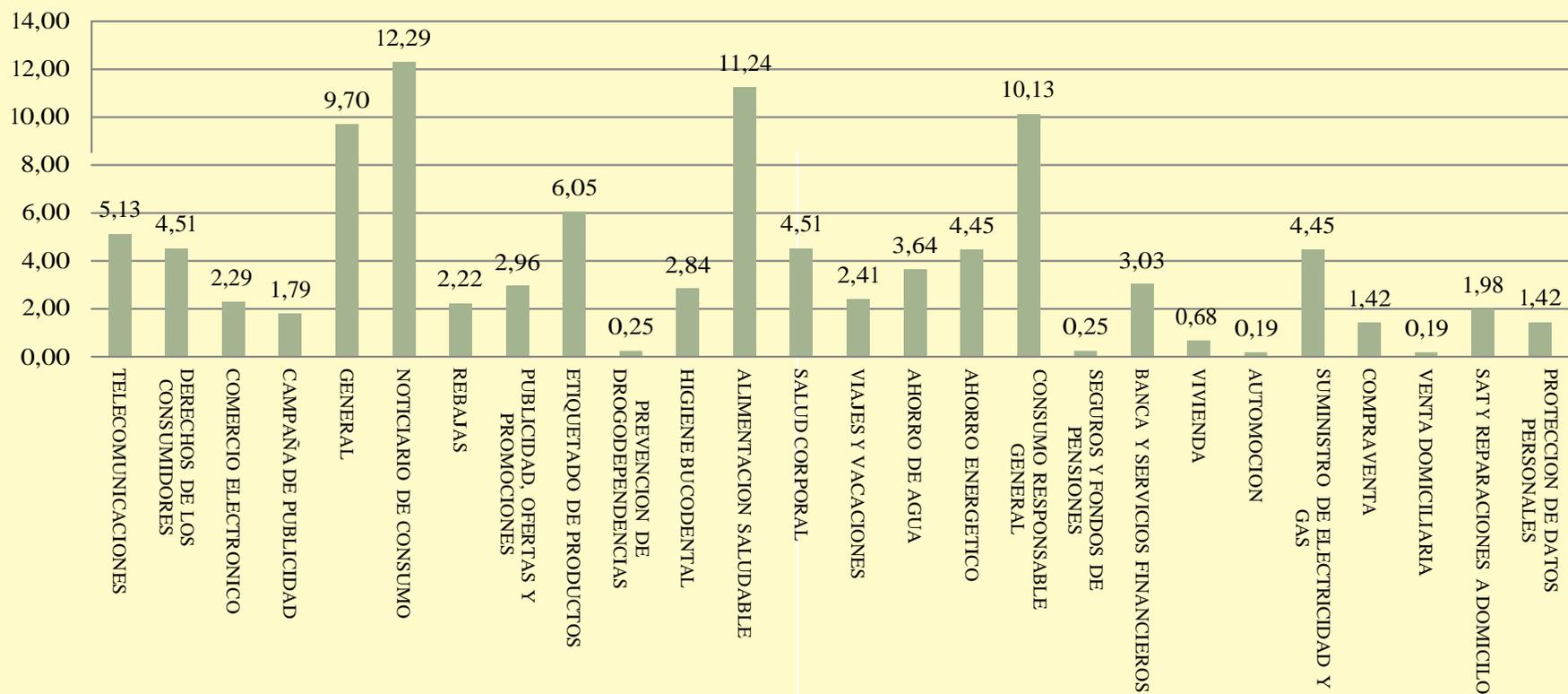


INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONSORCIO EXTREMEÑO DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

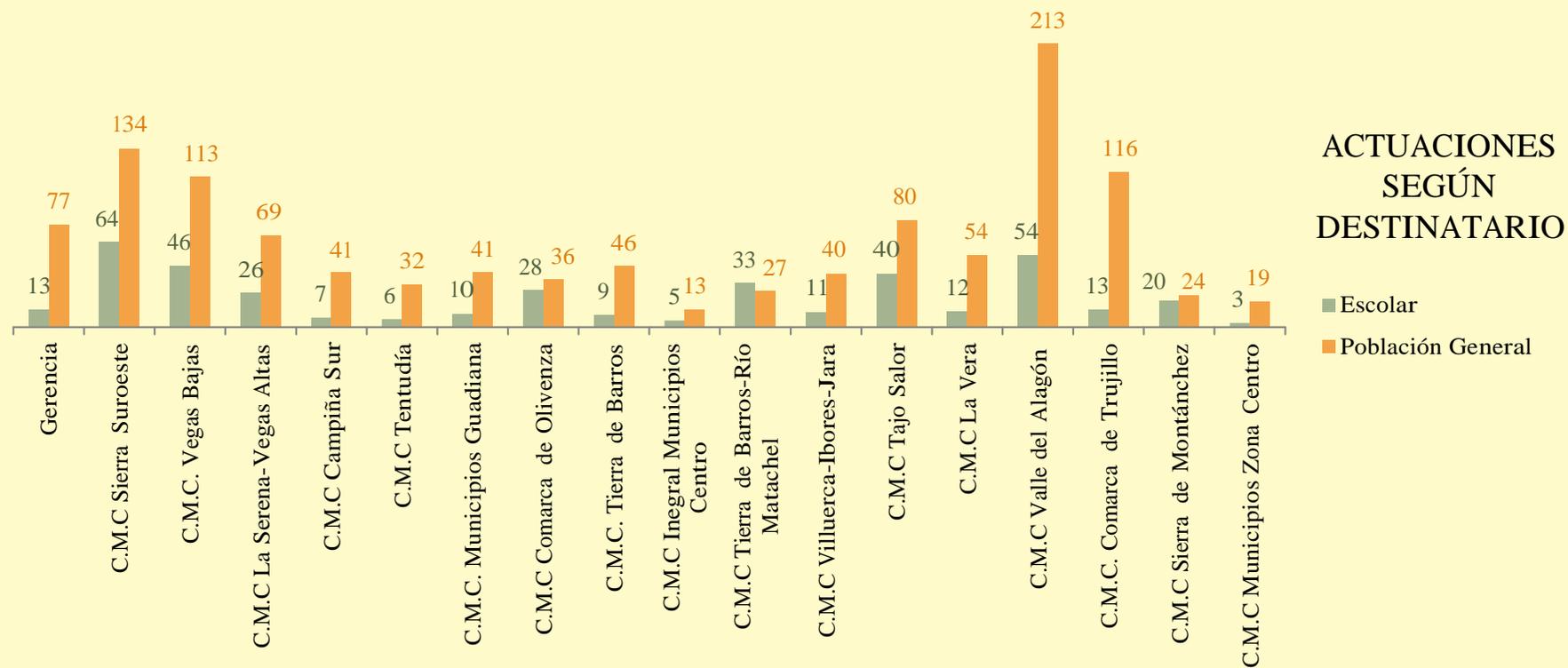
% Actuaciones en educación, formación e información



INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONSORCIO EXTREMEÑO DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR



INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONSORCIO EXTREMEÑO DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

Actuaciones de Formación Información por Producto/Servicio de la Acción Concreta a la que pertenecen

	Actuaciones
PETRÓLEO CRUDO Y GAS NATURAL; SERVICIOS RELACIONADOS CON LA EXTRACCIÓN DE PETRÓLEO Y GAS, EXCEPTO PROSPECCIÓN	72
Electricidad	72
Talleres mecánicos	3
Servicios comerciales al por menor por Internet	37
SERVICIOS ANEXOS AL TRANSPORTE; SERVICIOS DE AGENCIAS DE VIAJES	39
Servicios de telecomunicaciones	83
Cajas de ahorros	49
SERVICIOS DE SEGUROS Y PLANES DE PENSIONES, EXCEPTO LOS SERVICIOS DE SEGURIDAD SOCIAL OBLIGATORIA	4
TOTAL	359

Actuaciones de Formación Información por Acción Tipo

	Actuaciones
SOCIEDAD DE LA INFORMACION	120
EDUCACION PARA LA SALUD	305
VIAJES Y VACACIONES	39
CONSUMO RESPONSABLE Y MEDIO AMBIENTE	295
SEGUROS Y FONDOS DE PENSIONES	4
VIVIENDA	11
AUTOMOCION	3
SUMINISTRO DE ELECTRICIDAD Y GAS	72
COMPRAVENTA	26
PROTECCION DE DATOS PERSONALES	23
DEFENSA DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES	73
CAMPAÑA DE PUBLICIDAD DEL CONSORCIO	29
SAT Y REPARACIONES A DOMICILIO	32
GENERAL	157
NOTICARIO DE CONSUMO	199
PUBLICIDAD, OFERTAS Y PROMOCIONES	84
SEGURIDAD DE PRODUCTOS	98
BANCA Y SERVICIOS FINANCIEROS	49
TOTAL	1619



INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONSORCIO EXTREMEÑO DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

LIQUIDACIÓN PRESUPUESTO DE GASTO EJERCICIO 2013

	Primer 25%	SEGUNDO 25%	TERCER 25%	CUARTO 25%	TOTAL	PRESUPUESTO
Capítulo I - Gastos de personal	195.574,23 €	193.933,90 €	197.023,28 €	171.021,44 €	757.552,85 €	750.000,00 €
Capítulo II - Inversiones	0,00 €	0,00 €	0,00 €	14.557,03 €	14.557,03 €	0,00 €
Capítulo III - Reparaciones y mantenimiento	4.892,29 €	2.688,99 €	655,06 €	6.205,46 €	14.441,80 €	0,00 €
Capítulo IV - Aprovisionamientos	0,00 €	0,00 €	0,00 €	4.307,60 €	4.307,60 €	0,00 €
Capítulo V - Publicidad y propaganda	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Capítulo VI - Formación	0,00 €	0,00 €	529,30 €	1.528,00 €	2.057,30 €	0,00 €
Capítulo VII - Otros gastos de gestión	522,72 €	4.357,72 €	2.764,55 €	3.361,62 €	11.006,61 €	53.884,00 €
TOTALES	200.989,24 €	200.980,61 €	200.972,19 €	200.981,15 €	803.923,19 €	803.884,00 €

DIFERENCIA	-39,19 €
------------	----------



INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONSORCIO EXTREMEÑO DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

INGRESOS DEL EJERCICIO 2013

	Primer 25%	SEGUNDO 25%	TERCER 25%	CUARTO 25%	TOTAL
Consejería de Salud y Política Social	200.971,00 €	200.971,00 €	200.971,00 €	200.971,00 €	803.884,00 €
Ingresos financieros Caja de Badajoz	127,38 €	44,93 €	122,51 €	448,01 €	742,83 €
Gastos financieros no justificables	49,18 €	19,45 €		36,56 €	105,19 €
TOTALES	201.049,20 €	200.996,48 €	201.093,51 €	201.382,45 €	804.521,64 €

RESULTADO LIQUIDACIÓN PRESUPUESTO 2013

					TOTAL
INGRESOS TOTALES	201.098,38 €	201.015,93 €	201.093,51 €	201.419,01 €	804.626,83 €
GASTOS TOTALES	201.038,42 €	201.000,06 €	200.972,19 €	201.017,71 €	804.028,38 €
RESULTADO	59,96 €	15,87 €	121,32 €	401,30 €	598,45 €





CONSORCIO EXTREMEÑO DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

En una situación como la de nuestra región, con un 74,61% de los municipios con menos de 2.000 habitantes (tabla), gracias al servicio que presta el Consorcio Extremeño de Información al Consumidor, se puede acercar este servicio de consumo a muchos municipios que por sí mismos no podrían disponer del él. Es por esto, que se apuesta por una intervención dirigida a facilitar el acceso a todos los sectores de la población extremeña a los recursos que las administraciones desarrollan en materia de consumo, intentando reunificar con la máxima eficiencia los recursos existentes en esta materia, fomentando un consumo responsable, racional y saludable a través de dos líneas principales, por una lado la Formación e Información y, por otro la Atención Directa al Consumidor.

Se deben valorar de forma muy positiva estos datos y además, seguir trabajando para conseguir en la medida de lo posible una mediación cada vez más efectiva que permita la resolución amistosa del mayor número de desacuerdos comerciales surgida en materia de consumo, evitando así tener que acudir a otras vías más costosas para la resolución de los mismos, algo que favorece tanto al consumidor como a la propia administración.



Encuesta sobre hábitos de compra.

CONSORCIO
EXTREMEÑO
DE
INFORMACIÓN
AL
CONSUMIDOR

El objetivo principal de esta encuesta es conocer el comportamiento de compra. Entre la población rural extremeña (municipios hasta 10.000 habitantes), de productos de alimentación, limpieza, textil, calzado o del hogar a través de tiendas y supermercados, y compararlos con algunos datos de la encuesta realiza en 2008 con el mismo objetivo.

La información recogida permite:

por una parte, conocer estilos de vida y hábitos de compra de las familias residentes en las zonas rurales de la comunidad autónoma de Extremadura, así como la tendencia de dicha población a reclamar en caso de desacuerdo comercial.

por otra, puede ayudar al sector empresarial a adaptar su oferta a las actuales demandas de los diferentes clientes, en cuanto a opciones de ubicación, de surtido de productos y marcas, de servicios y atención al cliente, y en general a tomar algunas decisiones que se ajusten a los requerimientos del mercado.



Encuesta sobre
hábitos de compra.

CONSORCIO
EXTREMEÑO
DE
INFORMACIÓN
AL
CONSUMIDOR

Resultados

Del mismo modo que ocurriera en los datos observados en la encuesta que se llevó a cabo en 2008, la compra de productos de alimentación y limpieza es realizada en igual porcentaje en las “tiendas de barrio o municipio” en “supermercados/autoservicios” o en las “grandes superficies comerciales”, dada la variedad de marcas y productos de este tipo que, la población rural en general se pueden encontrar en distintos establecimientos. Sin embargo, cuando hablamos de productos específicos sobre confección, calzado y hogar, son las “tiendas especializadas” las que son elegidas por casi el 50% de los encuestados. En menor medida “las tiendas de barrio o del municipio” o “grandes superficies comerciales”.

En el caso de los factores que deciden la elección de un establecimiento u otro nos encontramos que los “precios más baratos” son los que priman, con diferencia significativa sobre otros factores, tal y como ocurría en la encuesta realizada en 2008. Además, la mayoría de encuestados que se decantan por esta opción son los que tienen rentas más bajas. Otros factores que destacan son “la variedad de productos y marcas” o “la proximidad” al domicilio.



Encuesta sobre
hábitos de compra.

CONSORCIO
EXTREMEÑO
DE
INFORMACIÓN
AL
CONSUMIDOR

En cuanto a la fidelidad al establecimiento de compra, más de la mitad de encuestados manifiesta que “le gusta comprar en los mismos establecimientos”, el 61,7%, mostrando así su fidelidad a determinadas tiendas y centros comerciales. El 26,6% “compran en establecimientos próximos al domicilio”, manifestando asimismo su fidelidad por comodidad, como primer factor decisivo. En menor medida los que “suelen cambiar de establecimiento”, un 11%.

En proporción, los más jóvenes son los menos fieles a la hora de realizar las compras en los mismos establecimientos.

Atención al cliente. Los datos reflejados son muy similares a los recogidos en la encuesta de 2008. Es significativo cómo más del 70% de los encuestados piensan que el trato recibido a la hora de realizar las compras, es mejor en las “tiendas de barrio o municipio”. Sin embargo, afirman que el servicio que prestan es mejor en las “superficies comerciales”, el 35%. Destaca, no obstante, los que valoran positivamente el servicio prestado en “las tiendas de barrio o municipio” con respecto a la anterior encuesta, siendo en ésta algo más significativo.

INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONSORCIO EXTREMEÑO DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

www.masamano.com

Esta Web tiene como objetivos, informar de la situación del Consorcio Extremeño de información al Consumidor. De la localización de sus oficinas en las diferentes mancomunidades en las que está Integrado. Desde aquí se brinda la ayuda que necesitan los consumidores, desde la documentación que necesitan para hacer una reclamación hasta un formulario personalizado para realizar consultas.

También se puede encontrar una sección dedicada a la formación de los usuarios en materia de consumo, así como un listado de cursos actualizados. Además aparecen publicadas una serie de noticias relacionadas, así

como un cuestionario estándar de preguntar y respuestas frecuentes que pueden ayudar a los consumidores a resolver sus dudas.

El Consorcio de Información al consumidor incluye en su web www.masamano.com una herramienta denominada agenda de actividades, que notifica diariamente todas las actividades que se llevarán a cabo en las diferentes mancomunidades en las que está presente, con el fin de mantener informados tanto a los consumidores, como a las diferentes asociaciones, ect., y de forma general a cualquier usuario que acceda a la página web.



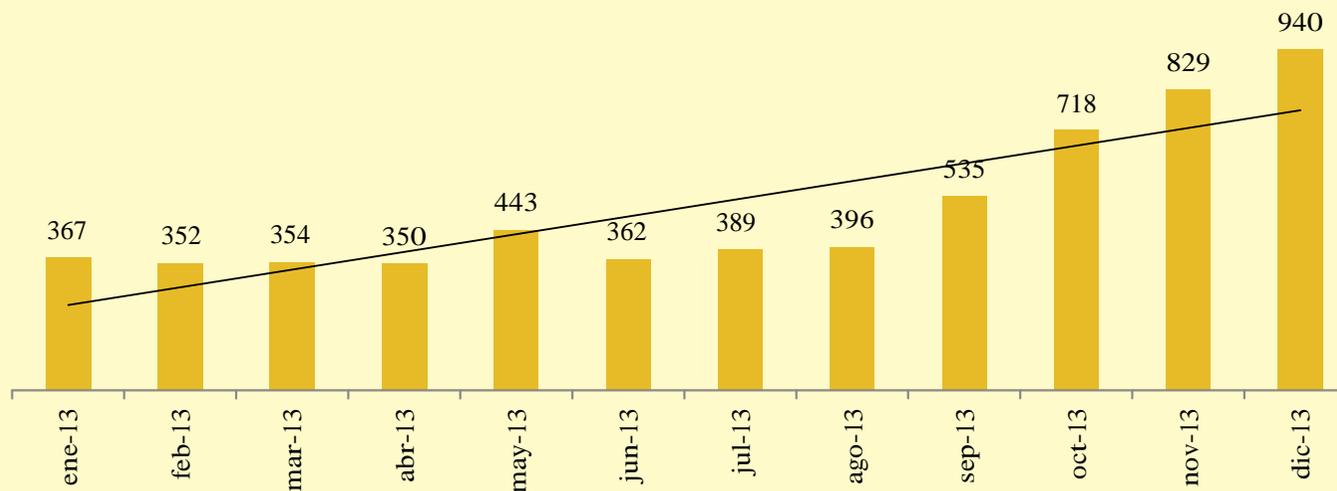
INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONSORCIO EXTREMEÑO DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

En el caso de la web del Consorcio podemos observar que el número de visitantes distintos se ha ido incrementando durante 2013.

Visitantes distintos



INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONSORCIO EXTREMEÑO DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

Al igual que ocurre con el número de visitantes distintos podemos observar que el número de visitas también se ha ido incrementando en el año 2013, coincidiendo con sus actuaciones.

www.masamano.com



Total: 9.631 Visitas



INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONSORCIO EXTREMEÑO DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

Además de la página principal, la más visitada es la agenda de actividades, lo que quiere decir que la nueva herramienta ha tenido una buena acogida por parte de los usuarios de esta web.

El texto explicativo de qué es el Consorcio, consultar la dirección y las noticias que publica el Consorcio Extremeño de Información al Consumidor son los demás grupos más visitados. Estas noticias versan sobre actuaciones del propio Consorcio, aquellas que atañen al Instituto de Consumo de Extremadura o a otros temas en materia de consumo.

www.masamano.com

188 páginas diferentes	Accesos
/php/agenda.php	5533
/	4515
/php/textoinicio.php	3580
/php/direccion.php	3529
/php/ultimas_noticias.php	3528
/accesible/noticias.php	3261
/doc/video_consortio.flv	3096
/panel/php/listacentros.php	2501
/panel/php/actividades.php	2280
Otros	24538



INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



CONSORCIO EXTREMEÑO DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

La forma que tienen de acceder los usuarios a la web del Consorcio, a través de los buscadores, queda reflejada en la siguiente tabla:

www.masamano.com

Enlaces desde páginas externas (otros sitios web, excepto buscadores)

- http://www.incoex.org/cont.asp	614
- http://www.gobex.es/cons007/view/main/index/index.php	139
- http://m.facebook.com/l.php	83
- http://www.gobex.es/cons007/view/main/index/standardPage.php	81
- http://www.incoex.org	75
- http://www.incoex.org/press.asp	44
- http://www.educarex.es/web/guest/proeduayu/educacion-para-la-sal...	25
- http://www.facebook.com/l.php	21
- http://www.gobex.es/salaprensa/view/press/press/detalle.php	20
- http://www.puebladelacalzada.es/oficina_consumidor.asp	19
- Otros	390





Instituto de Consumo
de Extremadura



LABORATORIO DE CONSUMO

MEMORIA DE ACTIVIDADES

2013

INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



Laboratorio

Laboratorio. Se plantea el Laboratorio de Consumo de acuerdo con las competencias asumidas por la Comunidad Autónoma de Extremadura en materia de Consumo, las funciones del Laboratorio son el control de la calidad y la comprobación del cumplimiento de la normativa vigente europea, estatal y autonómica de los productos industriales existentes en el mercado extremeño, respondiendo así a las inquietudes de los consumidores y usuarios.

Se trata de la implantación de una serie de ensayos y posterior acreditación por ENAC para realizar analíticas en distintos productos.

INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



Laboratorio

CIRCUITO DE INTERCOMPARACIÓN DE LABORATORIOS ESTATALES PÚBLICOS DE ENSAYO MECÁNICO- FÍSICOS DE JUGUETES

Comunidad autónoma organizadora: Comunidad de Extremadura

OBJETIVO: El objetivo de este circuito es mejorar la calidad analítica de los resultados de todos los laboratorios estatales participantes mediante la comparación e intercambio de información posterior entre todos los Laboratorios estatales públicos.

Nº y tipo de muestras: 21 unidades

Nº de muestras correctas y %: 21 unidades- 100%

Nº de muestras incorrectas y %: 0 unidades-0%

RESULTADOS MÁS SIGNIFICATIVOS:

% Acuerdo en la aplicación y no aplicación de ensayos

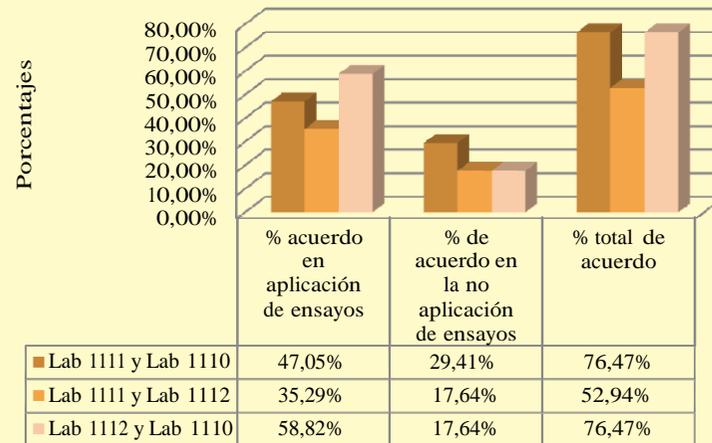


Figura nº1.- Porcentaje de acuerdo en la aplicación de ensayos , en la no aplicación de ensayos y el % total de acuerdo entre los diferentes laboratorios participantes en el circuito interlaboratorio CC-01-2014



INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



Laboratorio

RESULTADOS MÁS SIGNIFICATIVOS:

% Acuerdo en aplicación de ensayos

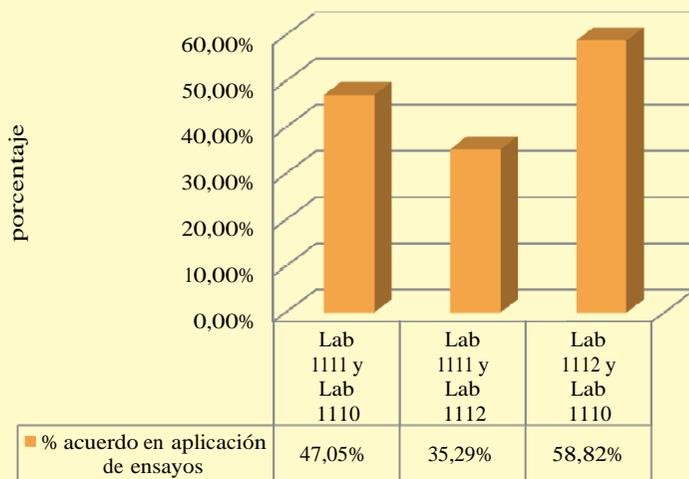


Figura nº2.- Porcentaje de acuerdo en la aplicación de ensayos, entre los diferentes laboratorios participantes en el circuito interlaboratorio CC-01-2014

% Acuerdo en la no aplicación de ensayos

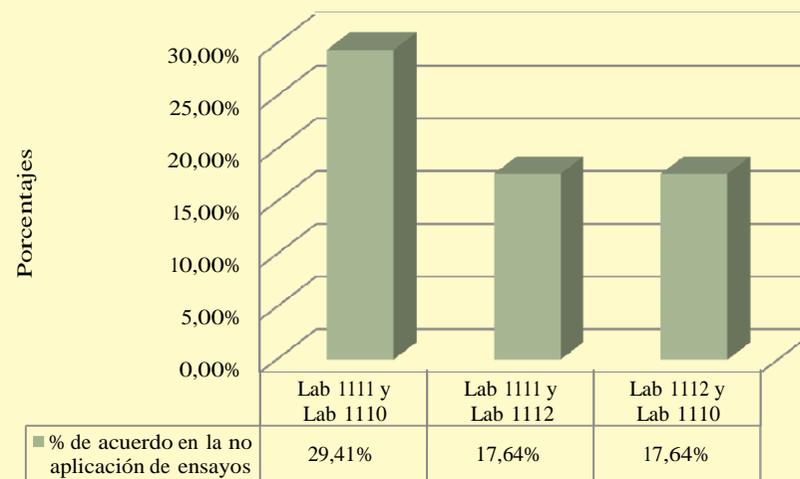


Figura nº3.- Porcentaje de acuerdo en la no aplicación de ensayos, entre los diferentes laboratorios participantes en el circuito interlaboratorio CC-01-2014

INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



Laboratorio

RESULTADOS MÁS SIGNIFICATIVOS:

% Total de ensayos no aplicados

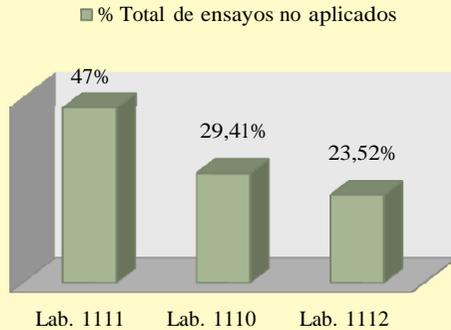


Figura nº6.- Porcentaje de ensayos o aplicados de cada uno de los Laboratorios participantes en el circuito interlaboratorio CC-01-2014

% Resultados no emitidos

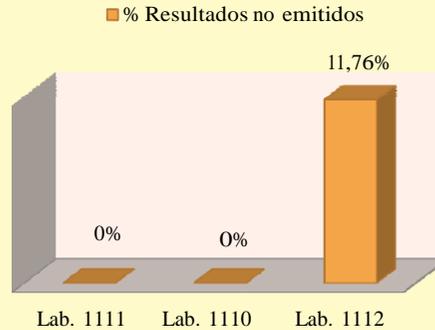


Figura nº7.- Porcentaje de ensayos no emitidos de cada uno de los Laboratorios participantes en el circuito interlaboratorio CC-01-2014

Porcentaje de ensayos aplicados, no aplicados y no emitidos

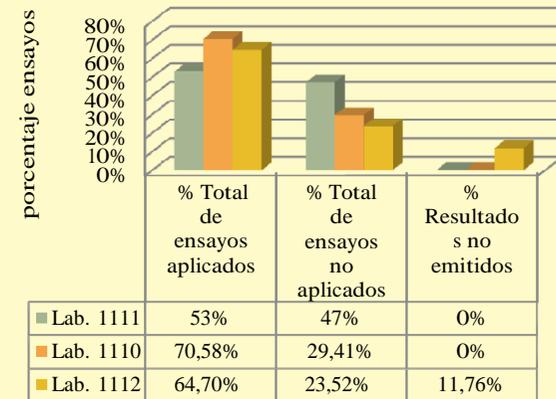


Figura nº8.- Porcentaje de ensayos aplicados, no aplicados y no emitidos de cada uno de los Laboratorios participantes en el circuito interlaboratorio CC-01-2014



INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



Laboratorio

RESULTADOS MÁS SIGNIFICATIVOS:

% Total de acuerdo entre los diferentes Laboratorios

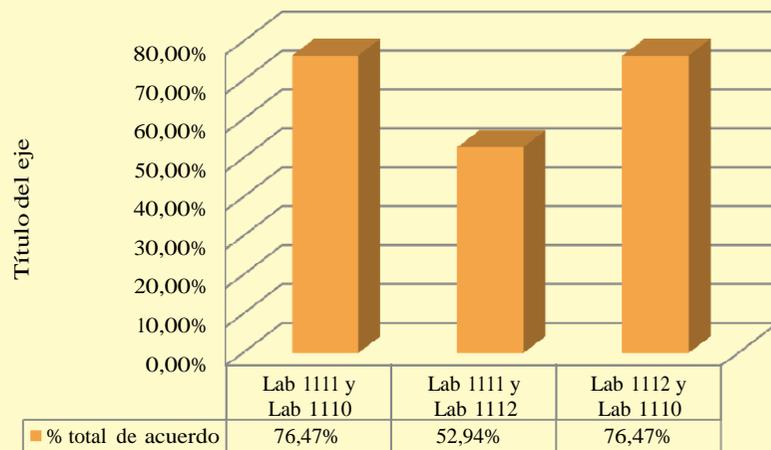


Figura n° 4.- Porcentaje total de acuerdo en la aplicación de ensayos y en la no aplicación de ensayos, entre los diferentes laboratorios participantes en el circuito interlaboratorio CC-01-2014

% Total de ensayos aplicados

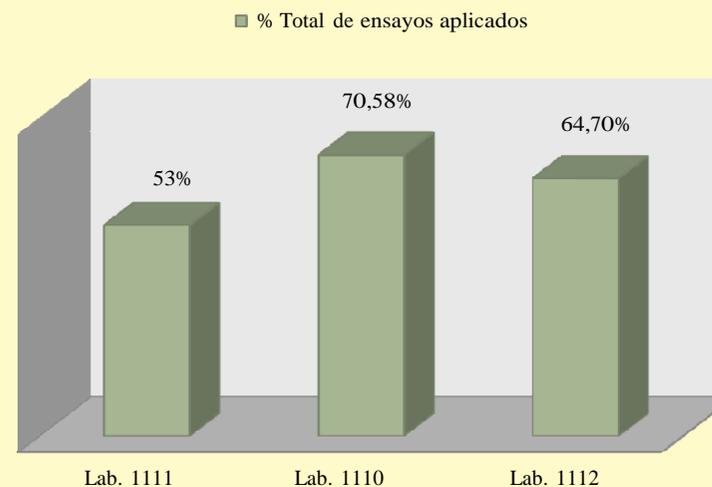


Figura n 5.- Porcentaje de ensayos aplicados de cada uno de los Laboratorios participantes en el circuito interlaboratorio CC-01-2014



INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



Laboratorio

PRODUCTOS ALERTADOS

COMUNIDAD AUTÓNOMA: COMUNIDAD DE EXTREMADURA

OBJETIVO: Verificar el cumplimiento de las normativas europeas y nacionales sobre seguridad, etiquetado y propiedades mecánico- físicas en juguetes, y seguridad de la ropa infantil en cordones y cuerdas ajustables, así como de algunos productos no alimenticios e introducirlos en La Red de Alerta

Determinar un riesgo desde el punto de vista de su gravedad, valorando la probabilidad de que se produzca un daño, así como la severidad de éste. Se considera riesgo grave aquel que exija una intervención rápida de las Administraciones Públicas, aunque los posibles daños no se materialicen inmediatamente

Nº y tipo de muestras: 28 muestras

Nº de muestras correctas y %: 0 muestras reglamentaria- 0%

Nº de muestras incorrectas y %: 28 muestras - 100%

Resultados más significativos:

Durante el 2013 en relación con las notificaciones, las categorías de productos más alertados incluidos en la red de Alerta, notificadas por las Comunidades Autónomas, en relación a juguetes ha sido Galicia, en primer lugar, con un 25,17% y en segundo lugar Extremadura con un 16,78% de todas las alertas recibidas por juguetes, destacar aquí que por desgracia, los recursos humanos, técnicos, económicos etc... no son comparables entre ambas Comunidades, dado que aquí únicamente dispusimos durante el 2013 con una técnico a media jornada, aún así, conseguimos un magnifico segundo puesto.

De las 28 notificaciones emitidas por Extremadura; 3 fueron cargadores móviles, 6 fueron disfraces- ropa infantil y 19 juguetes.





Instituto de Consumo
de Extremadura



LA PRENSA DEL INCOEX

MEMORIA DE ACTIVIDADES

2013

INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



LA PRENSA DEL INCOEX

En la web del Instituto de Consumo de Extremadura se encuentra un apartado denominado sala de prensa. Su objetivo es informar sobre un hecho que se considera relevante.

Las noticias recogidas en este apartado versan sobre actuaciones, campañas, convocatorias, concursos, alertas, publicaciones llevadas a cabo en su mayoría por el INCOEX, con el fin de mantener informados a los consumidores.



LA PRENSA DEL INCOEX

Titulares publicados en
2013

El INCOEX a través del consorcio extremeño de información al consumidor inicia una campaña informativa sobre la nueva regulación del período de rebajas.

Regreso a la facturación bimestral en el recibo de la luz.

Los parados de larga duración y perceptores de pensiones no contributivas pueden solicitar la devolución del canon de saneamiento hasta el 28 de febrero.

El Consorcio Extremeño de Información al Consumidor inicia una campaña sobre la eficiencia energética de los electrodomésticos.

El INCOEX no halla ninguna irregularidad en la campaña para detectar subidas encubiertas de precios antes del aumento del IVA.

El 90% de los encuestados por el Consorcio de Información al Consumidor conoce la subida del IVA y un 63% cree que será asumida por los ciudadanos.

Convocatorias del INCOEX.

El INCOEX señala que la carne de caballo no supone un problema de seguridad alimentaria, pero debe cumplir escrupulosamente con el etiquetado.

El Consorcio Extremeño de Información al Consumidor cierra 2012 con más de 6.500 expedientes atendidos por un valor cercano a 10 millones de euros.

Día Mundial de la Defensa de los Derechos de los Consumidores.

Entrega de premios del segundo concurso de fotografía "Hazte Oír" dentro del Programa de Actividades para la Conmemoración del Día Mundial de la Defensa de los Derechos de los Consumidores.

Hernández Carrón anuncia la elaboración del I Plan Marco de Consumo en Extremadura como instrumento eficaz para la protección de los consumidores.

El INCOEX recomienda no firmar ni contratar nunca un producto financiero que no se comprenda.

El Consorcio Extremeño de Información al Consumidor informa de la bajada del precio de la luz (Kw/h)

ALERTA. Phising de la Agencia Tributaria.

Desde el 1 de junio, las casas en venta o alquiler deberán tener su certificado energético

El Consorcio Extremeño de Información al Consumidor inicia una campaña informativa sobre Servicios de Asistencia Técnica y reparaciones a domicilio.

Boletín digital de consumo

El Consorcio Extremeño de Información al Consumidor informa sobre las novedades normativas para aliviar la situación de los deudores hipotecarios.



LA PRENSA DEL INCOEX

Titulares publicados en
2013

Hernández Carrón invita a los escolares a realizar un consumo responsable y a inculcárselo a sus padres y amigos.

Nueva Ley de medidas de flexibilización y fomento del mercado del alquiler de viviendas.

Presentado el Plan de Atención Integral contra el Cáncer de Extremadura (PICA) 2013-2016.

El Consorcio Extremeño de Información al Consumidor inicia una campaña informativa sobre los colchones de cama.

Aprovechar la luz natural, evitar el “stand by” y secar la ropa al aire libre, consejos del Consorcio de Información al Consumidor ante la nueva subida de la luz.

Plan Integral de Enfermedades Cardiovasculares de Extremadura 2013-2016.

El Consorcio Extremeño de Información al Consumidor inicia una campaña sobre protección y seguridad a la hora de adquirir gafas de sol.

El INCOEX a través del Consorcio Extremeño de Información al Consumidor inicia una campaña sobre la telefonía móvil de última generación y derechos de los usuarios.

La Consejería de Salud y Política Social concede 346.316 euros en ayudas para mejorar la formación de la población en materia de consumo.

El Consorcio Extremeño de Información al Consumidor conmemora por tercer año consecutivo el Día Internacional de las personas mayores.

Consumo se reúne con Iberdrola con el objetivo de crear grupos para la coordinación entre la administración y la empresa privada en favor de los consumidores.

Segundo concurso de belenes “MONTATUBELÉN”.

Se abre el plazo de inscripción para participar en el concurso escolar 2013-2014 Consumópolis9.

El Consorcio extremeño de Información al Consumidor organiza el II concurso de belenes de material de desecho “Monta tu belén”.

El Consorcio Extremeño de Información al Consumidor inicia una campaña sobre la protección de datos personales.

El Instituto de Consumo de Extremadura inicia una campaña sobre la comprobación del marcado en juguetes.

Los mercados municipales y los supermercados ganan terreno a las superficies comerciales en las zonas rurales, según una encuesta de Consumo.

Consumo entrega los premios de su II Concurso de Belenes con materiales de desecho, al que se han presentado 50 nacimientos.



Instituto de Consumo
de Extremadura



WEB DEL INCOEX

MEMORIA DE ACTIVIDADES

2013

INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



WEB DEL INCOEX

Una página web es un documento electrónico adaptado para la World Wide Web que generalmente forma parte de un sitio web.

La finalidad de la Página Web es difundir las actividades propias de la web entre el público, por ello lo más importante es llegar a un gran número de personas. Esto se puede medir a través de las visitas que recibe el sitio web.

En el caso de la web del INCOEX podemos observar que el número de visitantes distintos se ha ido incrementando en los meses intermedios de 2013.



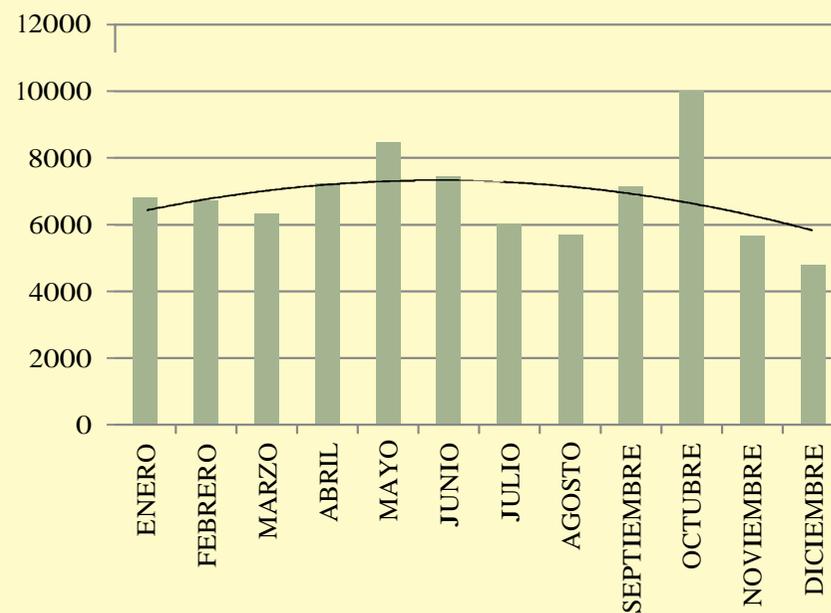
INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



WEB DEL INCOEX

Al igual que ocurre con el número de el número de visitantes distintos podemos observar que el número de visitas también se ha ido incrementando en los meses intermedios del año 2013.

Número de visitas



INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



WEB DEL INCOEX

La forma que tienen de acceder los usuarios a la web del INCOEX, a través de los buscadores, queda reflejada en la siguiente tabla:

Frases clave diferentes	Búsquedas	Porcentaje
incoex	789	2.6 %
instituto de consumo de extremadura	498	1.6 %
hojas de reclamaciones junta de extremadura	139	0.4 %
consumo extremadura	132	0.4 %
oficina del consumidor badajoz	109	0.3 %
hoja de reclamaciones extremadura	102	0.3 %
instituto consumo extremadura	93	0.3 %
omic	92	0.3 %
omic don benito	86	0.2 %
omic badajoz	86	0.2 %
Otras cadenas de búsqueda		



INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



WEB DEL INCOEX

En las redes sociales también el Consumo es responsabilidad de todos.

Desde el Instituto de Consumo de Extremadura (INCOEX), dependiente del Gobierno de Extremadura, seguimos trabajando para los ciudadanos.

El Instituto de Consumo de Extremadura (INCOEX) se ha unido a la red social Facebook con el fin de abrir sus puertas al mayor número de ciudadanos posibles y poder acercar sus servicios de una forma más interactiva y eficaz.

<http://www.facebook.com/incoex> En



2013 superamos los 3.000 seguidores.



Publicamos las noticias que genera el INCOEX.



La fortaleza de esta red social radica en los 300 millones de usuarios que la componen y en que casi cualquier persona con conocimientos informáticos básicos puede tener acceso a todo este mundo de comunidades virtuales, es por ello que el Instituto de Consumo de Extremadura utiliza esta forma de comunicación que facilita la labor de formación y servicio a los ciudadanos.

INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA (INCOEX)

C/ Antonio Rodríguez Moñino, nº2 planta Baja
C.P.06800 Mérida – BADAJOZ

Tif. 924 00 47 00 – FAX 924 00 47 02

consultas.incoex@gobex.es

<http://www.incoex.org>

Autor: José Antonio González Lucio