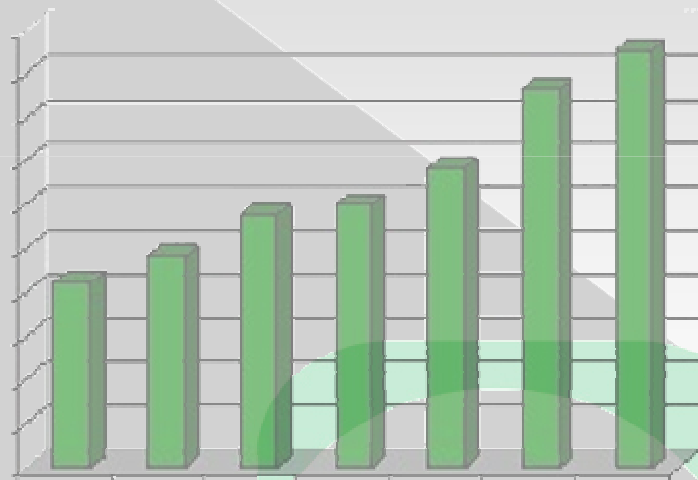


INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA



MEMORIA DE ACTIVIDADES 2009

Instituto de Consumo
de Extremadura

ÍNDICE

I – INTRODUCCIÓN

1 – PRESUPUESTOS DEL INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA

2 – SECCIÓN DE CONTROL DE MERCADO

3 – JUNTA ARBITRAL DE CONSUMO

4 – SECCIÓN DE NORMATIVA

5 – ACTIVIDADES DE INFORMACIÓN, FORMACIÓN Y EDUCACIÓN

6 – CONSORCIO EXTREMEÑO DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

7 – DEFENSOR DEL USUARIO DEL SISTEMA SANITARIO PÚBLICO EXTREMEÑO

Anexo I – PRESENCIA DEL INCOEX EN LA PRENSA

Anexo II – FOTOGRAFÍAS DE ACTOS REALIZADOS

Anexo III – NORMATIVA



1 . PRESUPUESTOS DEL INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA

MEMORIA 2009



INTRODUCCIÓN.

Presupuesto.

En este apartado se describen los fines de la entidad y la actividad o actividades a que se dedica, 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.

Proyectos como:

- Oficinas Municipales de Información al Consumidor
- Escuelas de Consumo
- Plan de Acción Estratégico de Protección de los Consumidores
- Ayudas a la Investigación
- Fomento del Asociacionismo en Materia de Consumo
- Formación de Jóvenes en Consumo
 - Consorcio Extremeño de Información al Consumidor
- Educación y Participación Comunitaria
- Investigación y Estudio en Materia de Consumo
- Contratos Administrativos:
 - Consumo-bus
 - Teléfono de información al consumidor
 - Limpieza

- El presupuesto definitivo, inicial más modificaciones, del Instituto de Consumo de Extremadura, inicial más modificaciones, es de **5.411.632,00 €**. Desglosado por capítulos, es el que sigue acompañándole su porcentaje de ejecución a 31 de diciembre de 2009.

Su desglose por capítulos, es el siguiente:

CAPITULO	PTO. INICIAL	MODIFICACIONES	PTO. DEFINITIVO	EJECUTADO
Gasto de personal	2.376.469,00 €	150.000,00 €	2.226.469,00 €	84,21%
Gastos corrientes en bienes y servicios	537.008,00 €	149.100,00 €	686.108,00 €	89,11%
Transferencias corrientes	2.113.155,00 €	88.100,00 €	2.025.055,00 €	99,55%
Inversiones Reales	364.000,00 €	110.000,00 €	474.000,00 €	57,79%
Transferencias de capital	10.000,00 €	10.000,00 €		0,00%
TOTAL	5.400.632,00 €	11.000,00 €	5.411.632,00 €	88,26%

SISTEMAS DE INVERSIÓN

- Ordenes (Decreto 22/2008, de 28 de marzo por el que se establecen las bases reguladoras de las subvenciones a otorgar por la Vicepresidencia Primera y Portavocía de la Junta de Extremadura en materia de consumo).
- Subvenciones nominativas
- Contratos Administrativos

DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN DEL INSTITUTO

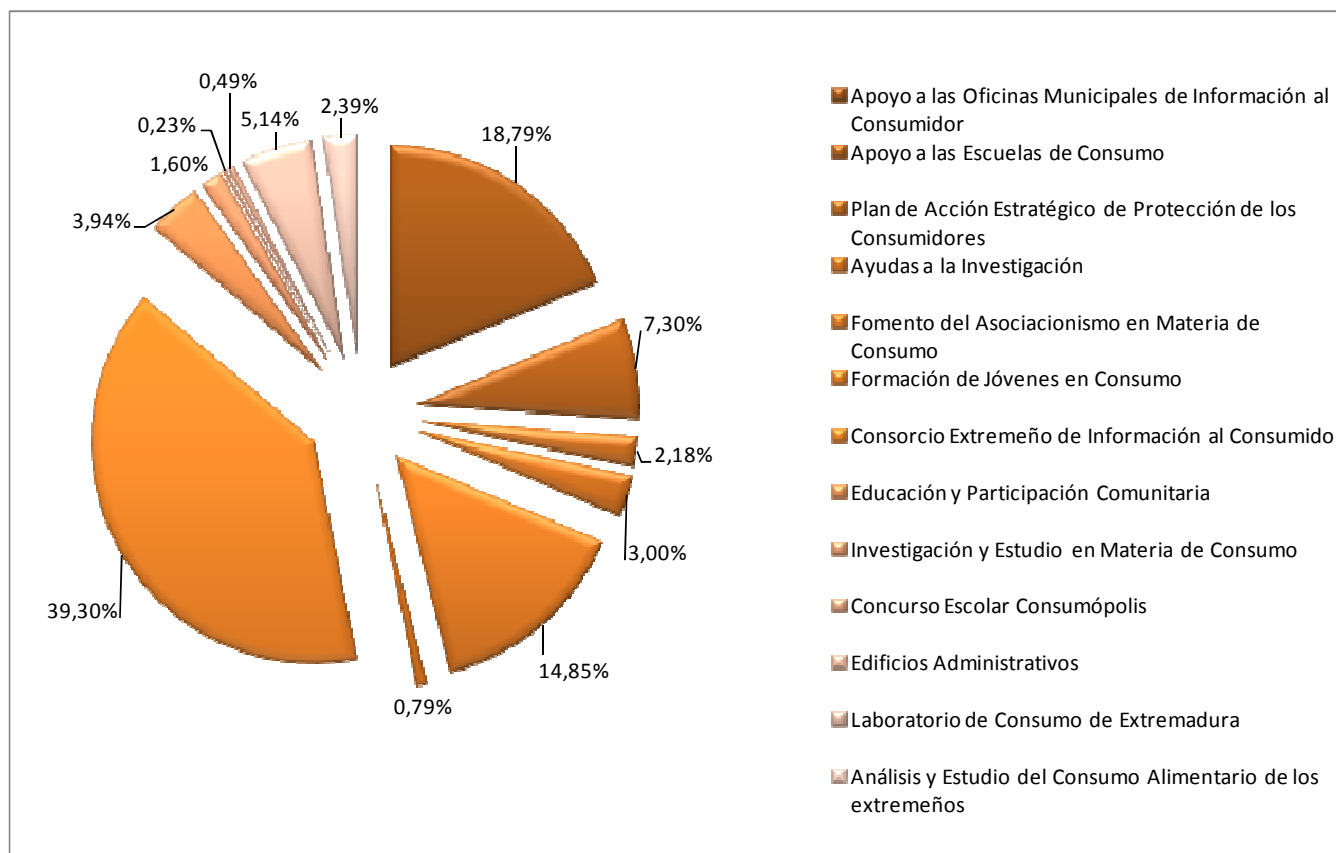
- Haciendo un desglose, el presupuesto del Instituto de Consumo de Extremadura, se ha destinado a los siguientes proyectos:

○ 1.1 - Apoyo a las Oficinas Municipales de Información al Consumidor	430.200,00 €
○ 1.2 - Apoyo a las Escuelas de Consumo	167.192,00 €
○ 1.3 - Plan de Acción Estratégico de Protección de los Consumidores	50.000,00 €
○ 1.4 - Ayudas a la Investigación	68.718,28 €
○ 1.5 - Fomento del Asociacionismo en Materia de Consumo	
○ 1.5.1 - Unión de Consumidores de Extremadura-U.C.E.	190.062,00 €
○ 1.5.2 - Asoc. de Consumidores y Usuarios de Extremadura (ACUEX)	63.467,00 €
○ 1.5.3 - Federación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios (FEACCU)	63.165,00 €
○ 1.5.4 – Asoc. de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros de Extremadura “ADICAE-Extremadura”	23.306,00 €
○ 1.6 - Formación de Jóvenes en Consumo	18.000,00 €
○ 1.7 - Consorcio Extremeño de Información al Consumidor	900.000,00 €
○ 1.8 - Educación y Participación Comunitaria	90.152,88 €
○ 1.9 - Concurso Escolar Consumópolis 4	5.252,21 €
○ 1.10 - Investigación y Estudio en Materia de Consumo	36.610,80 €

1.11 - Edificios administrativos
 1.12 - Laboratorio de consumo de Extremadura
 1.13 - Análisis y estudio del consumo alimentario de los extremeños

11.313,48 €
 117.662,91 €
 54.800,00 €

DISTRIBUCIÓN GRÁFICA DE LA INVERSIÓN DEL INSTITUTO



Contratos Administrativos

- Se han llevado a cabo durante el año 2009 varios contratos administrativos de diversa índole, entre ellos cabe destacar:
-
- - Consumo-bus: El Instituto de Consumo de Extremadura tiene, entre otros fines, promover la protección y defensa de los consumidores y usuarios y fomentar la formación e información de los mismos dentro del ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Extremadura. Siguiendo este criterio, se ha puesto en funcionamiento una unidad móvil denominada CONSUMO-BUS.
-
- - Teléfono de Información al Consumidor: ofrece a los ciudadanos la información administrativa necesaria que les permite el acceso al conocimiento de sus derechos y obligaciones así como a la utilización de los bienes y servicios públicos.

Si desarrollamos cada uno de los proyectos que hemos descrito anteriormente, el desglose económico queda de la siguiente forma:

APOYO A LAS OFICINAS MUNICIPALES DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR.

OMIC/MANCOMUNIDAD	IMPORTE	OMIC/MANCOMUNIDAD	IMPORTE
ALMENDRALEJO	12.300,00	MANC DE AGUAS-SERVICIOS COMARCA LLERENA	17.400,00
ARROYO DE LA LUZ	3.300,00	MANC. DE MUNICIPIOS DE LA SERENA	16.300,00
ARROYO DE SAN SERVÁN	4.700,00	MANC. DE MUNICIPIOS DE LA SIBERIA I	10.300,00
AZUAGA	11.500,00	MANC. DE MUNICIPIOS SIERRA DE GATA	13.300,00
BADAJOS	19.500,00	MANC. DE MUNICIPIOS VEGAS ALTAS	16.300,00
CABEZA DEL BUEY	8.500,00	MANC. DE TRASIERRA - TIERRAS DE GRANADILLA	14.300,00
CÁCERES	19.500,00	MANC. INTEGRAL CAMPO ARAÑUELO	13.300,00
CAMPILLO DE LLERENA	3.300,00	MANC. INTEGRAL SIERRA DE MONTANCHEZ	11.300,00
CASAR DE CÁCERES	10.500,00	MANC. SIERRA DE SAN PEDRO	10.500,00
CASTUERA	3.300,00	MEDINA DE LAS TORRES	3.300,00
CORIA	8.300,00	MÉRIDA	12.000,00
DON BENITO	15.300,00	MIAJADAS	14.300,00
FUENTE DE CANTOS	9.300,00	MONTECUBIO DE LA SERENA	3.300,00
FUENTE DEL MAESTRE	7.300,00	MONTIJO	11.300,00
GUAREÑA	7.800,00	NAVALMORAL DE LA MATA	15.500,00
HERRERA DEL DUQUE	14.000,00	OLIVENZA	10.300,00
HORNACHOS	3.300,00	PERALEDA DEL ZAUZEJO	3.300,00
JARAÍZ DE LA VERA	3.300,00	RIBERA DEL FRESNO	3.300,00
JEREZ DE LOS CABALLEROS	12.300,00	VALDELACALZADA	3.300,00
LA CORONADA	3.300,00	VILLAFRANCA DE LOS BARROS	9.300,00
LOS SANTOS DE MAIMONA	5.300,00	VILLANUEVA DE LA SERENA	13.500,00
MANC. COMARCA DE TRUJILLO	5.300,00	ZAFRA	13.300,00
TOTAL		430.200,00 €	

APOYO A LAS ESCUELAS DE CONSUMO.

ESCUELAS DE CONSUMO	IMPORTE
E. P. C. JEREZ DE LOS CABALLEROS	44.741,00 €
E. P. C. CORIA	40.741,00 €
E. P. C. MIAJADAS	40.446,00 €
E. P. C. CASAR DE CÁCERES	41.244,00 €
TOTAL	167.192,00 €

PLAN DE ACCIÓN ESTRATÉGICO DE PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES.

PLAN	IMPORTE
UNIÓN REGIONAL DE COMISIONES OBRERAS DE EXTREMADURA	25.000,00 €
UNIÓN GENERAL DE TRABAJADORES DE EXTREMADURA	25.000,00 €
TOTAL	50.000,00 €

AYUDAS A LA INVESTIGACIÓN.

INVESTIGACIÓN	IMPORTE
4 BECAS DE INVESTIGACIÓN	68.718,28 €

Becas de investigación.

- **1 Beca para el Área de Prevención de riesgos laborales:** Diplomado Universitario de Enfermería.
Línea de Investigación en el área de farmacovigilancia, de investigación epidemiológica y consumo.
- **1 Beca de especialización, formación y perfeccionamiento de personal de investigación en diversos ámbitos de la protección de los consumidores en Extremadura.**
Línea de investigación Fomento de la Calidad de Vida: Licenciado en Ciencias de la Salud.
- **1 Beca de especialización, formación y perfeccionamiento de personal de investigación en diversos ámbitos de la protección de los consumidores en Extremadura.**
Línea de investigación Conductas Consumistas en las Empresas Extremeñas: Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales.
- **1 Beca** Línea de Investigación en el área de farmacovigilancia y farmacoepidemiología, de investigación epidemiológica, programas de prevención y control de VHI-SIDA y participación social.
Línea de investigación sobre Consumo y Participación Social: Licenciado en Derecho.

FOMENTO DEL ASOCIACIONISMO EN MATERIA DE CONSUMO.

ASOCIACIONISMO EN MATERIA DE CONSUMO	IMPORTE
UNIÓN DE CONSUMIDORES DE EXTREMADURA –U.C.E. (Mérida)	190.062,00 €
ASOCIACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS DE EXTREMADURA (A.C.U.EX.) (Cáceres)	63.467,00 €
FEDERACIÓN DE AMAS DE CASA, CONSUMIDORES Y USUARIOS (FEACCU) (Cáceres)	63.165,00 €
ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE BANCOS, CAJAS Y SEGUROS DE EXTREMADURA "ADICAE-Extremadura" (Mérida)	23.306,00 €
TOTAL	340.000,00 €

FORMACIÓN DE JÓVENES EN CONSUMO.

FORMACIÓN DE JÓVENES EN CONSUMO	IMPORTE
CONSEJO DE EXTREMADURA	18.000,00 €

CONSORCIO EXTREMEÑO DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR.

CONSORCIO EXTREMEÑO DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	IMPORTE
GASTOS DE PERSONAL	866.500,00
FORMACIÓN	0,00
MATERIAL DE OFICINA	4.000,00
REPARACIONES Y MANTENIMIENTO	15.000,00
OTROS GASTOS DE GESTIÓN	14.500,00
TOTAL	900.000,00 €

EDUCACIÓN Y PARTICIPACIÓN COMUNITARIA.

CONCEPTO	IMPORTE
ESTUDIOS Y TRABAJOS TÉCNICOS	85.454,88
PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	4689,00
TOTAL	,00 €

CONCURSO ESCOLAR CONSUMÓPOLIS 4.

CONCEPTO	IMPORTE
Concurso Consumópolis	5.252,21 €

Durante el curso escolar 2008-2009, el Instituto Nacional de Consumo y las Direcciones Generales de las Comunidades Autónomas competentes en materia de consumo, organizaron un concurso escolar destinado a jóvenes escolarizados en el Tercer Ciclo de Primaria y Primer y Segundo Ciclo de Enseñanza Secundaria Obligatoria.

El objetivo que dicho concurso perseguía no era otro que sensibilizar a los jóvenes de la importancia de realizar un consumo responsable, conjugándolo con el bienestar y calidad de vida, fomentando al mismo tiempo, la participación de los centros educativos, los profesores y el alumnado en actividades relacionadas con la Educación del consumidor.

CICLO	CATEGORÍA PREMIOS	EQUIPO	CENTRO EDUCATIVO	LOCALIDAD	DOTACIÓN
3º Ciclo de Educación Primaria	PRIMERO	Gasparines 2	Pedro Trasmonte Pulido	C.E.I.P. Manuel. J. Romero Muñoz	1.000 €
1º Ciclo de E.S.O.			DESIERTO		
2º Ciclo de ESO	PRIMERO	Los Elementines	Mª Coronada Toro Gordillo	I.E.S Puerta de la Serena.	1.000 €
2º Ciclo de E.S.O.	SEGUNDO	Los Secundarios	Antonio Calatrava Gutiérrez de Tena	Colegio Claret	800 €
2º Ciclo de E.S.O.	TERCERO	Los Acidetes	Antonio Calatrava Gutiérrez de Tena	Colegio Claret	500 €

INVESTIGACIÓN Y ESTUDIO EN MATERIA DE CONSUMO.

CONCEPTO	IMPORTE
CONVENIO CON LA UNIVERSIDAD	21.610,80 €
ORDEN-PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN	15.000,00 €
TOTAL	36.610,80€

EEDIFICIOS ADMINISTRATIVOS.

CONCEPTO	IMPORTE
Construcciones	11.313,48

LABORATORIO DE CONSUMO DE EXTREMADURA.

CONCEPTO	IMPORTE
ESTUDIOS Y TRABAJOS TÉCNICOS	46.924,08
INSTALACIONES TÉCNICAS, MAQUINARIA Y UTILLAJE	10.221,87
MOBILIRIO	17.398,00
EQUIPOS PARA PROCESOS DE INFORMACIÓN	43.118,96
TOTAL	117.662,91 €

ANÁLISIS Y ESTUDIO DEL CONSUMO ALIMENTARIO DE LOS EXTREMEÑOS.

CONCEPTO	IMPORTE
ESTUDIOS Y TRABAJOS TÉCNICOS	54.800,00

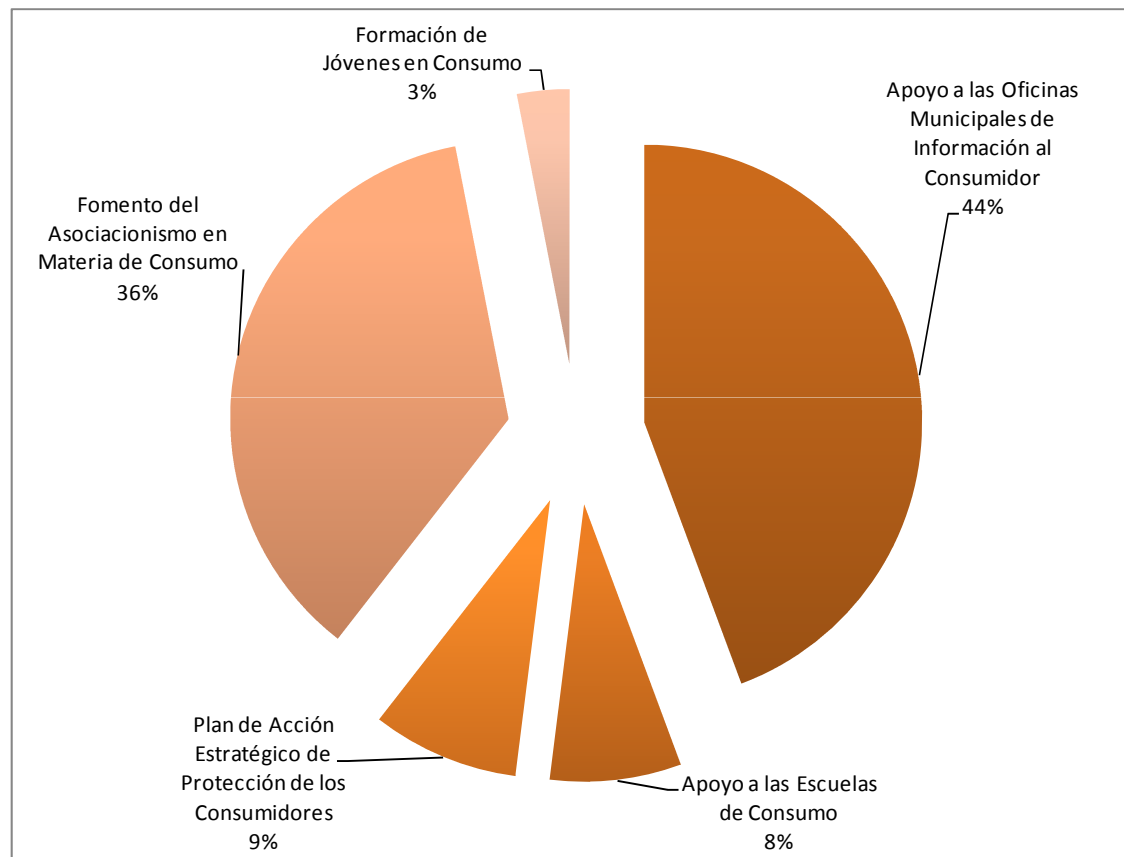
Destino de la inversión, por provincias y regional.

- La distribución de los presupuestos por provincias, queda reflejado en la siguiente tabla. También se indica la distribución de los presupuestos del Instituto en el ámbito regional.

	PROVINCIA DE BADAJOZ	PROVINCIA DE CÁCERES	REGIONAL
OMIC	259.900,00	170.300,00	
ESCUELAS PERMANENTES DE CONSUMO	44.741,00	122.451,00	
PLAN DE ACCIÓN ESTRATEGICO DE PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES	50.000,00		
AYUDAS A LA INVESTIGACIÓN ASOCIACIONES	213.386,00	126.632,00	68.718,28
FORMACIÓN DE JÓVENES EN CONSUMO	18.000,00		
CONSORCIO EXT. DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR			900.000,00
EDUCACION Y PARTICIPACIÓN COMUNITARIA			90.152,88
INVESTIGACIÓN Y ESTUDIO EN MATERIA DE CONSUMO			36.610,80
CONCURSO ESCOLAR CONSUMÓPOLIS			5.252,21
EDIFICIOS ADMINISTRATIVOS			11.313,48
LABORATORIO DE CONSUMO DE EXTREMADURA			117.662,91
ANÁLISIS Y ESTUDIO DEL CONSUMO ALIMENTARIO DE LOS EXTREMEÑOS			54.800,00
TOTAL	564.803,00	408.107,00	1.284.510,56

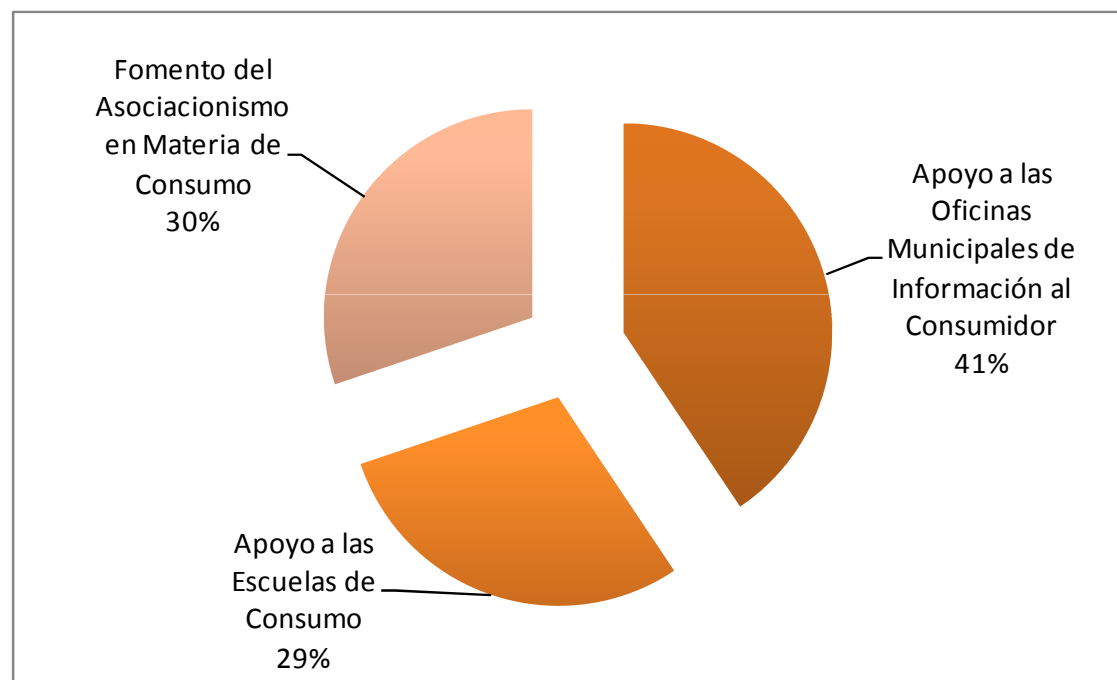
Destino de la inversión, en la provincias de Badajoz.

- Podemos observar en los siguientes gráficos, la distribución en porcentajes del presupuesto del Instituto de Consumo de Extremadura, haciendo una división geográfica de la Comunidad autónoma, según los conceptos de gastos.
- En la provincia de Badajoz, la mayor parte del presupuesto queda dividido entre las Oficinas Municipales de Información al Consumidor y las diferentes Asociaciones de Consumidores:



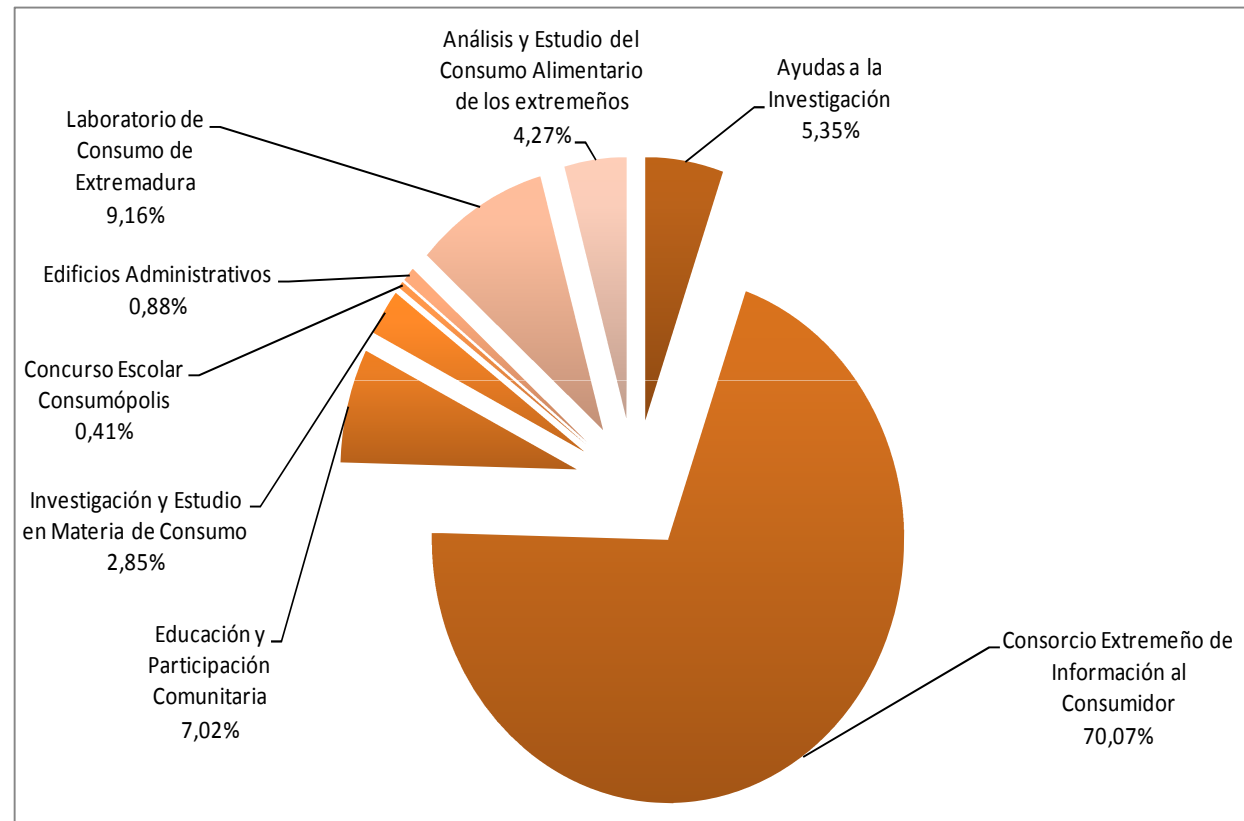
Destino de la inversión, en la provincias de Cáceres.

- En la provincia de Cáceres, el presupuesto queda dividido casi equitativamente entre las Oficinas Municipales de Información al Consumidor, las diferentes Asociaciones de Consumidores y Las Escuelas permanentes de Consumo:



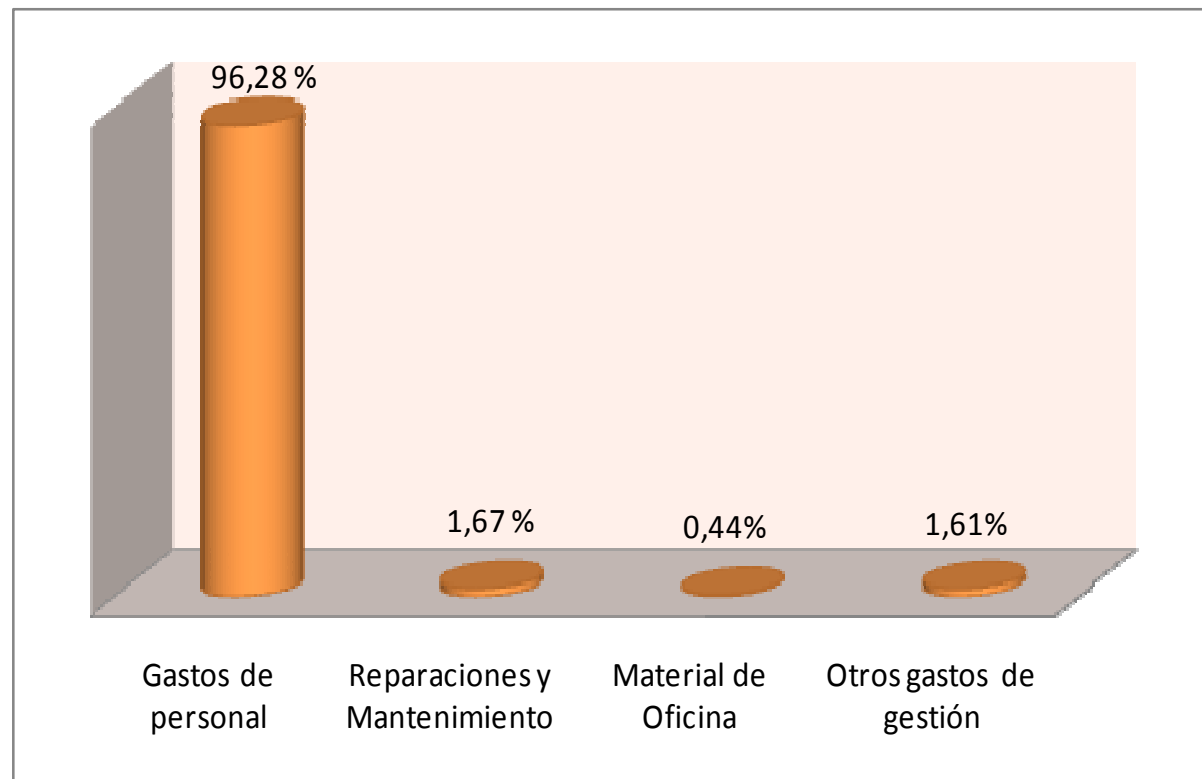
Destino de la inversión, en la región.

- A nivel Regional los presupuestos quedan distribuidos de la siguiente forma: La mayor parte del presupuesto se dedica al Consorcio Extremeño de Información al Consumidor.



Destino de la inversión, en el Consorcio Extremeño de Información al Consumidor

- Distribución de gastos en el Apartado destinado al Consorcio Extremeño de Información al Consumidor. En la que predomina el gasto en personal del propio Consorcio de Información.





2. SECCIÓN DE CONTROL DE MERCADO

MEMORIA 2009



INTRODUCCIÓN

- 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.

Competencias y funciones de la inspección de consumo.

- La defensa de los consumidores y usuarios debe ser garantizada por los poderes públicos según reza el artículo 51 de nuestra Constitución. Entre estos poderes se cuentan tanto el ejecutivo como el legislativo y el judicial.
- La participación del poder judicial en la defensa de los intereses de los consumidores y usuarios queda plasmada en la multitud de sentencias de las diferentes magistraturas, que poco a poco han ido creando un cuerpo jurisprudencial que frecuentemente se recurre para poder discernir derechos y obligaciones.
- El poder legislativo ha participado también activamente en la protección de la salud, seguridad y legítimos intereses económicos de los consumidores con la promulgación de leyes tanto nacionales como autonómicas y buena prueba de ello es en este momento los estatutos del consumidor existentes.
- La intención de la Administración es sus diversas modalidades de fomento, arbitral, de limitación, es una constante en la defensa de los consumidores llevada a cabo en todos los países de nuestro entorno más inmediato, y que se hace más necesaria a medida que la oferta de bienes y servicios se hace más compleja, dificultando o imposibilitando que el mercado, por sí sólo, realice una correcta asignación de los costes que supongan lograr la seguridad e información socialmente exigibles.
- La actividad administrativa de limitación en nuestro ámbito abarca fundamentalmente la de ordenación pública de conductas privadas en materia de consumo, y cabe delimitar su contenido en cuatro tareas fundamentales:
 - Concretar los deberes generales de no perjudicar; no poner en peligro la seguridad y la salud de los consumidores; respetar sus legítimos intereses económicos y sociales; e informar positivamente sobre las características esenciales de bienes y servicios que se les ofertase. Al hablar de concretar nos referimos a la actividad normativa e interpretativa de la norma de la administración, tarea no encomendada hasta el momento a este servicio.

- Comprobar el cumplimiento efectivo de esos deberes y limitaciones.
- Sancionar las conductas que transgredan los deberes establecidos.
- Adoptar las medidas más o menos correctivas para forzar el cumplimiento y para que no se continúen poniendo en peligro los intereses generales de los consumidores.
- Estas tres últimas tareas, junto con la participación en su justa medida en la primera (labor normativa e interpretativa), constituye el cuerpo de lo que se conoce como <Control de Mercado>, misión fundamental de la Inspección de Consumo.
- Cabe destacar como ya se señaló en la Conferencia Sectorial, en su Plan Estratégico 94-97, que <considera imprescindible la existencia de un servicio público de control, entendido en su sentido integral, y por lo tanto, con funciones de inspección, sanción y prevención de supuestos ilícitos, mediante la cooperación con los operadores económicos, en una labor informativa y de asesoramiento permanente, y no sólo coactiva y represiva, que tenga en cuenta determinados principios>.
- Tales principios no son otros que los de profesionalidad, suficiencia, claridad, armonía y eficacia, que mantienen toda su vigencia como orientadores permanentes de la acción de la Administración de Consumo en este campo de Control de Mercado.
- Sin embargo la inspección de consumo topa con una serie de condiciones en la práctica, como son:
- La necesidad de mantener la confianza de los ciudadanos mediante un funcionamiento absolutamente transparente de la administración.
- La necesidad de mantener una adecuada coordinación con los diferentes organismos administrativos con intervención concluyente en el control del mercado. Esta necesidad tiene una serie de dificultades que proceden del carácter sumamente heterogéneo del objeto material de la defensa de los consumidores, pues tiene unos contornos sumamente difusos, entrecruzado de ámbitos específicos con distribución de responsabilidades propias.
- En la práctica esta concepción ha provocado que el espacio que debe ser ocupado por la intervención pública para la consecución del interés general de proteger a los consumidores, ha sido cubierto por la suma de actuaciones parciales desde perspectiva específicas (salud, agricultura, comercio) completada con la acción general realizada desde la inspección de consumo que debía rellenar todos los huecos existentes, evitando la superposición de actuaciones.
- Por tanto, la coherencia de este modelo radica en que la defensa del consumidor se mantiene una acción constante dirigida a ese bien jurídico.
- Sin embargo, este modelo lleva a que la inspección de consumo padezca una crónica falta de especialización y profesionalización, al tener que abarcar terrenos

tremendamente dispares, lo que conlleva constantemente a la aparición de zonas grises competenciales, insatisfacción profesional y constantes esfuerzos de adaptación.

- Por ello, se considera fundamental avanza hacia un marco competencial estable, en el que cada órgano que participe en el control de mercado pueda asumir plenamente su responsabilidad.
- En este sentido se decanta la Conferencia Sectorial de Consumo, en su Plan Estratégico 1997-2001, reconociéndose también la necesidad de elaborar un documento que comprometa a otras administraciones en la adopción de sus competencias, asumiendo asimismo la tarea de contactar con otros órganos para realizar un equitativo reparto de competencias.
- 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.
- 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.
- Para una mejor comprensión del resumen o síntesis de las actuaciones realizadas, se presenta la siguiente sistematización:

1. **Actividades inspectoras.**
2. **Control de calidad de productos de consumo.**
3. **Actuaciones en materia de consumo.**

1. Actividades Inspectoras

- La defensa de los intereses de los consumidores, pasa necesariamente, aunque no de modo exclusivo, por la realización de controles e inspecciones de todo tipo de productos y servicios, con el objetivo de verificar su adecuación a la normativa aplicable en cada caso; en una segunda fase, si los derechos de los consumidores y usuarios fuesen lesionados, la Administración puede restablecerlos a través del mecanismo del procedimiento sancionador.
- La tarea de control e inspección se agrupa en tres grandes apartados:
 - A. **Control Sistemático del Mercado.**
 - B. **Campañas de Control de Mercado.**
 - C. **Actuaciones relacionadas con la Red de Alerta Europea de productos peligrosos.**
- A continuación, recogemos las actuaciones realizadas en cada uno de los tres apartados anteriores, indicando expresamente:

A. Control Sistemático del Mercado.

- En este apartado se han realizado durante el año 2009, las siguientes actuaciones por la Inspección de Consumo:

A. Control Sistemático del Mercado.

- En este apartado se han realizado durante el año 2009, las siguientes actuaciones por la Inspección de Consumo:

<u>PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL</u> Productos cárnicos, de la pesca (frescos y congelados), lácteos, huevos, pates.	10
<u>GRASAS E HIDRATOS DE CARBONO</u> Aceites y grasas, harinas y derivados. (Pastas, galletas, pan, cereales en copos, bollería, etc.), productos de aperitivo.	10
<u>ESTIMULANTES, CEREALES Y LEGUMINOSAS</u> Alimentos estimulantes (cacao y derivados, café, te, especias para infusiones), cereales y legumbres, alimentos diversos (frutas y hortalizas, frutos secos, etc.).	10
<u>BEBIDAS</u> Aguas y hielo, bebidas alcohólicas, bebidas no alcohólicas, vinagres.	10
<u>DIETÉTICOS, CONSERVAS Y PREPARADOS</u> Productos dietéticos y especiales, conservas y semiconservas vegetales y de pescado, caldos y sopas deshidratadas, platos preparados.	10
<u>PRODUCTOS DE CONFITERÍA Y CONDIMENTOS</u> Edulcorantes y derivados (azúcares, jarabes, miel, caramelos y chicles, turrone y mazapanes), sal, condimentos y especias, salsas de mesa, aditivos.	10
TOTAL PRODUCTOS ALIMENTICIOS	60

A. Control Sistemático del Mercado.

<u>ELECTRICIDAD</u> Aparrallaje eléctrico, electrodomésticos (gama blanca y marrón) pequeño electrodoméstico, pilas y acumuladores, varios electromecánicos.	10
<u>MATERIALES Y MECANICA</u> Material polimérico, material no polimérico (cerámicos, cuberterías, cristalería, herramientas, etc.)	10
<u>COMBUSTIBLES Y PRODUCTOS QUÍMICOS</u> Colas y pegamentos, combustibles y lubricantes, cosméticos, lejías y detergentes, pinturas, barnices y disolventes, productos químicos y plaguicidas de uso doméstico.	10
<u>JUGUETES Y TEXTILES:</u> Artículos de broma pirotécnicos, calzados y marroquinería, juguetes y material escolar, textiles, artículos de puericultura (chupetes, biberones, ...)	10
TOTAL PRODUCTOS INDUSTRIALES	40

TOTAL PRODUCTOS	100
------------------------	-----

B. Campañas de Control de Mercado.

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

B1. Campañas Regionales de Inspección.

CAMPAÑA DE GAFAS DE SOL: ETIQUETADO Y CALIDAD.

1.- JUSTIFICACIÓN.

- Con la llegada de cada verano, asistimos al inicio de competencia entre las empresas ópticas y las propuestas de diseñadores de ropa, marcas de moda y boutiques y tiendas de complementos, que presentan sus propias líneas de gafas de sol.
- El problema que con ello se plantea es que muchos usuarios optan por el diseño, en detrimento de lo que realmente se pretende proteger y del sentido práctico que tienen unas gafas de sol: la protección de los ojos frente a las radiaciones luminosas, provocándose con ello perjuicios para la salud que van desde un simple mareo o una cefalea, a la aceleración de cataratas por el uso continuado de gafas que no cumplen con los requisitos establecidos.
- La legislación europea considera las gafas de sol como EPI (equipo de protección individual), y las somete a una normativa que establece las exigencias de calidad que han de reunir para obtener la marca CE.
- Se hace necesario por todo ello, hacer entender a los consumidores y usuarios que unas gafas de sol pueden proteger contra las radiaciones dañinas del sol, sin que ello afecte a ir a la última moda.

2.- OBJETIVOS.

Los objetivos que pretenden lograrse con la realización de esta campaña son:

- Comprobar el grado de cumplimiento de la normativa aplicable a este tipo de artículo.
- Comprobar igualmente el grado de incumplimiento en cuanto a la información preceptiva en el etiquetado.
- Adoptar las correspondientes medidas correctoras y sancionadoras cuando ello sea necesario.
- Erradicar del mercado, en la medida de lo posible, aquellas marcas que ofrezcan artículos fraudulentos a los consumidores y usuarios, con el consiguiente riesgo para su salud.

B. Campañas de Control de Mercado.

3.- PROGRMACIÓN.

Inspección.

La Campaña de Inspección se va a realizar por las dos Unidades Periféricas del Instituto de Consumo de Extremadura con un total de 60 controles, de acuerdo con lo que se señala en el protocolo de inspección que se ha preparado para esta actuación. Se solicitarán copia de la declaración de conformidad CE de 10 modelos, teniendo en cuenta el porcentaje aplicado a establecimientos posteriormente, 5 por Unidad Periférica, dando 15 días para su presentación si no se dispone de él, según se describe en el Anexo IV. Al margen de las actividades que habrán de realizarse para poder dar respuesta a las cuestiones contenidas en el mencionado protocolo de inspección, las Unidades Periféricas podrán hacer que su control recaiga sobre otros parámetros no previstos inicialmente en el mismo, conforme a sus intereses y objetivos.

UNIDADES PERIFÉRICAS	Nº CONTROLES
CÁCERES	30
BADAJEZ	30

Nº TOTAL DE PRODUCTOS A CONTROLAR: 60

Control analítico.

La toma de muestras de gafas de sol se llevará a cabo por las Unidades Periféricas. Dichas muestras deberán remitirse al C.I.C.C entre los meses de desarrollo de la campaña, dado que es el momento en que las ópticas cuentan con mayor número de existencias, con el inicio de la temporada estival.

Las muestras serán indicativas y se realizarán en el mes de julio, del 1 al 15 de Julio Badajoz, y del 16 al 31 de julio Cáceres. Una vez tomadas las muestras por Badajoz se pasará las marcas y referencias de estas a Cáceres para que estas no sean repetidas.

Las determinaciones que se realizarán, serán las que procedan con arreglo a las normas aplicables.

UNIDAD PERIFÉRICAS	TOMAS DE MUESTRAS
CÁCERES	10
BADAJEZ	10

Nº TOTAL DE TOMAS DE MUESTRAS: 20

B. Campañas de Control de Mercado.

RESULTADOS DE LA ACTUACIÓN INSPECTORA

CONTROL DE LA INFORMACIÓN OBLIGATORIA DEL ETIQUETADO

	Nº	Porcentaje
1. Nº de establecimientos visitados	57	
2. Nº de productos inspeccionados	57	
3. Nº de productos etiquetados correctamente	21	36,84%
4. Nº de productos con irregularidades en el etiquetado	36	63,16%
5. Nº de productos sin etiqueta	10	17,54%
6. Nº de productos con irregularidades por no figurar la información del etiquetado en el idioma oficial (castellano)	6	10,53%
7. Nº de productos con irregularidades motivada por no estar la etiqueta en lugar visible para el consumidor	4	7,02%
8. Nº de productos con irregularidades por no figurar los datos obligatorios con caracteres claros, indelebles, visibles y fácilmente legibles.	12	21,05%
9. Nº de productos con irregularidades por no constar la identificación del fabricante o suministrador	24	42,11%
10. Nº de productos con irregularidades por no constar el número de categoría del filtro	11	19,30%
11. Nº de productos con irregularidades por no constar el número y año de la norma	11	19,30%
12. Nº de productos con irregularidades por no constar el pictograma convenido o todas las letras, para filtros de categoría 4 o que no superan los requisitos para la conducción de automóviles o usuarios de carretera	3	5,26%
13. Nº de productos con irregularidades por no constar la advertencia "No para la observación directa del sol"	31	54,39%
14. Nº de productos con irregularidades por no constar el marcado CE con una forma y tamaño adecuados a la normativa	11	19,30%

MEDIDAS ADOPTADAS

	Por actuaciones de inspección	Por control analítico
Nº de expedientes propuestos	36	9
Cuantía de la sanción media propuesta	1000 euros	

B. Campañas de Control de Mercado.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

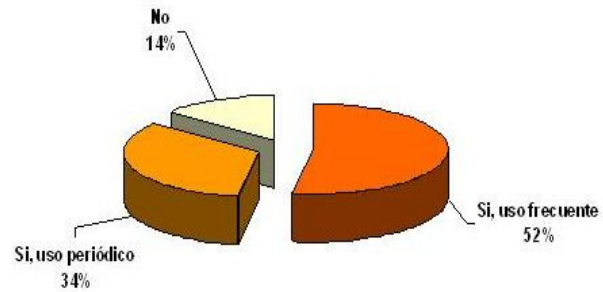
El estudio realizado para determinar los hábitos de compra de gafas de sol de la población extremeña se ha realizado durante los meses de Julio y Agosto en el ámbito geográfico que integran las Mancomunidades pertenecientes Consorcio Extremeño de Información al Consumidor y que se detallan a continuación:

- Mancomunidad de Tentudía.
- Mancomunidad Valle del Alagón.
- Mancomunidad de Gadiana.
- Mancomunidad Sierra Suroeste.
- Mancomunidad Villuercas-Ibores-Jara.
- Mancomunidad de La Vera.
- Mancomunidad Campiña Sur.
- Mancomunidad Lácara Sur.
- Mancomunidad Tajo-Salor.
- Mancomunidad La Serena-Vegas Altas.
- Localidad de Mérida.

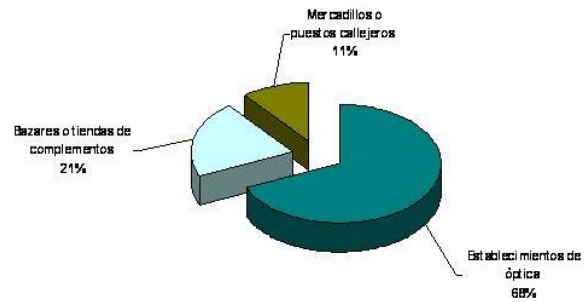
Se han recogido un total de 330 encuestas distribuidas de la siguiente manera: 30 encuestas por Mancomunidad (municipios que las integran); de las cuales, cuatro corresponden a la provincia de Cáceres y seis a la de Badajoz,

B. Campañas de Control de Mercado.

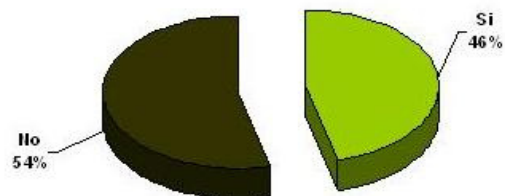
¿HA USADO ALGUNA VEZ GAFAS DE SOL?



¿EN QUE TIPO DE ESTABLECIMIENTO SUELE ADQUIRIR ESTE PRODUCTO?



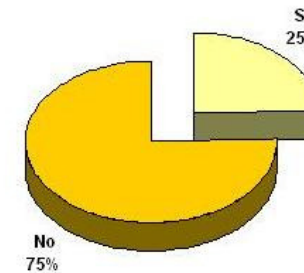
¿SIGUIÓ CONSEJO DE ALGÚN OPTICO-OPTOMETRISTA ESPECIALIZADO?



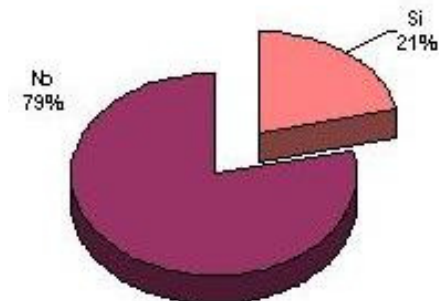
¿QUÉ ASPECTOS TIENE EN CUENTA A LA HORA DE LA COMPRA?



¿SABE QUÉ TIPO DE FILTRO DE PROTECCIÓN TIENEN SUS ACTUALES GAFAS DE SOL?



¿HA TENIDO ALGUNA LESION OCULAR?



B. Campañas de Control de Mercado.

B1. Campañas Regionales de Inspección.

CONTROL DE LOS ASPECTOS RELEVANTES DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS EN LAS TINTORERIAS QUE REPERCUTEN EN LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS.

1.- Aspectos esenciales y básicos de la información al consumidor a controlar

En esta Campaña se controlarán los servicios que las Autoridades de Consumo de la CCAA determinen, en relación a los siguientes aspectos:

Información al consumidor y resguardo de la entrega de la prenda.

2.- Normativa aplicable

La legislación que deberá tenerse en cuenta es la siguiente:

- Real decreto legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la ley para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias.
- Ley 34/88, de 11 de noviembre de 1988, General de Publicidad.
- Real decreto 1453/1987, de 27 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento regulador de los servicios de limpieza, conservación y teñido de productos textiles, cueros, pieles y sintéticos.
- Real Decreto 3423/2000, de 15 de diciembre, por el que se regula la indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores y usuarios.

B. Campañas de Control de Mercado.

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE EXTREMADURA AÑO 2009	
<u>ACTUACIONES INSPECTORAS</u>	Nº
Nº total de establecimientos existentes.	39
Nº total de establecimientos inspeccionados.	39
Nº total de establecimientos sin irregularidades.	30
Nº total de establecimientos con irregularidades.	09
Nº total de irregularidades detectadas. $\sum 1,2,3,4, 5, 6$	22

PROTOCOLO ELEMENTOS DE CONTROL		Nº		
TARIFAS				
Nº total de irregularidades en relación con la tarifa $\sum 1.1, 1.2$		1		
Nº Total de irregularidades por no ajustarse la figura de forma visible al público las tarifas		0		
Nº Total de irregularidades por un tamaño de letra superior a .		0		
Consta en la tarifa las siguientes piezas:				
Abrigo	Gabardina	Chaqueta	Traje Caballero	
Traje Sastre	Vestido Liso	Pantalón	Falda Lisa	
Blusa	Camisa	Jersey	Chaleco	1
Corbatas				
		Alfombras y moquetas		
		(precios/m ²)		
Observaciones o detalles: Falta alguna piezas o incluye nueva				

B. Campañas de Control de Mercado.

HORARIO	Nº
Nº Total de irregularidades en relación con el horario \sum 2.1 , 2.2	0
Nº Total de irregularidades por no ser visible desde el exterior el Horario de prestación de Servicio	0
Nº Total de irregularidades por no presentar un tamaño de letra superior a .m	0
LEYENDAS	Nº
Nº Total de irregularidades en relación a las leyendas \sum 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6, 3.7	9
Nº Total de irregularidades por no presentar las leyendas obligatorias son fácilmente visibles, claramente legible e indelebles, (art. 4.1.3 R.D. 1453/87, de 27 de noviembre)	1
Nº Total de irregularidades por no presentar un tamaño de letra superior a .	1
Nº Total de irregularidades por no presentar la siguiente leyenda: “Si el usuario desea obtener información o efectuar alguna reclamación o denuncia en relación con el servicio podrá dirigirse a las autoridades competentes en materia de consumo o a las asociaciones de consumidores.	1
Detalle: Es completa la leyenda o añade algo?	
Nº Total de irregularidades por no presentar la siguiente leyenda: “Este establecimiento tiene a disposición de los clientes el Reglamento Oficial que regula su funcionamiento; además facilitará a quien lo solicite, de forma gratuita la carta de recomendaciones del usuario del servicio de limpieza, conservación y teñido de productos textiles, cueros, pieles y sintéticos”.	1
Detalle u Observaciones: (Presenta la leyenda de forma literal o falta alguna parte o se sustituye por otra descripción)	
Nº Total de irregularidades por no presentar la siguiente leyenda: “Este establecimiento indemnizará por pérdida o deterioro irreparable de la prenda, con la cantidad que de mutuo acuerdo hay sido consignada en el resguardo”	2
Detalle u Observaciones: (Presenta la leyenda de forma literal o falta alguna parte o se sustituye por otra descripción)	
Nº Total de irregularidades por no presentar la siguiente leyenda: “Este establecimiento dispone de hojas de reclamaciones a disposición del cliente que la solicite”	0
Detalle u Observación: (Presenta la leyenda de forma literal o falta alguna parte o se sustituye por otra descripción)	
Nº Total de irregularidades por no presentar la siguiente leyenda: “Sólo se exigirá el pago anticipado Total o parcial del importe del servicio, cuando exista conformidad expresa por parte del cliente”	3
Detalle u Observación:	

B. Campañas de Control de Mercado.

HORARIO	Nº
Nº Total de irregularidades en el registro Σ 4.1	0
Nº Total de irregularidades por no conservar los resguardos un plazo mínimo de 6 meses desde la entrega de las prendas a que se refieren	0
<hr/>	
5 CARTA DE RECOMENDACIONES AL USUARIO DE SERVICIOS DE LIMPIEZA, CONSERVACIÓN Y TEÑIDO DE PRODUCTOS TEXTILES, CUEROS, PIELES Y SINTÉTICOS	Nº
Nº Total de irregularidades en la carta de recomendaciones Σ 5.1 , 5.2	3
Nº Total de irregularidades por no figurar de forma visible de recomendaciones al usuario	2
Nº Total de irregularidades por no contemplar los puntos establecidos en el Anexo I del R.D. 1453/87, de 27 de noviembre.	1
<hr/>	
Nº TOTAL DE IRREGULARIDADES DETECTADAS. Σ1,2,3,4, 5, 6	Nº
Nº Total de irregularidades en otros requisitos Σ 6.1 , 6.2	9
Nº Total de irregularidades por no figurar el establecimiento en el Registro de Pequeños Productores de Residuos Peligrosos (Decreto 133/1996, por el que se crea el Registro de Pequeños Productores de Residuos Peligrosos)	5
Nº Total de irregularidades por no figurar el establecimiento en el Registro de Instalaciones Generadoras de Emisiones de Compuestos orgánicos Volátiles (COV'S). (Orden de 14 de marzo de 2008 por la que se regula la notificación previa y se crea el Registro de Instalaciones de Emisiones de C.O.V. en de Extremadura)	4

B. Campañas de Control de Mercado.

B1. Campañas Regionales de Inspección.

CAMPAÑA DE COMPROBACIÓN DEL ETIQUETADO Y MARCADO EN JUGUETES

La presente campaña está diseñada para llevarse a cabo en los establecimientos en los que se realice venta de juguetes, y comprobar básicamente la información obligatoria que deben presentar éstos. Esta actuación se completa con los datos obtenidos por la inspección ocular de los productos y embalajes de los juguetes. Se han enumerado en el protocolo una serie de cuestiones referidas a elementos que muchas veces pueden ser comprobados “in situ”, sin necesidad de la concurrencia de un análisis, y que inducen a pensar que podamos estar ante un producto inseguro. Es probable que en ocasiones el funcionario no pueda concretar algún aspecto, en cuyo caso habrá que recurrir al asesoramiento o a solicitar el informe pertinente.

Esta campaña también tiene como objetivo la comprobación de la veracidad del marcado CE.

La Campaña de Inspección se va a realizar por las dos Unidades Periféricas del Instituto de Consumo de Extremadura con un total de 200 controles, de acuerdo con lo que se señala en el protocolo de inspección que se ha preparado para esta actuación, y que se acompaña como Anexo.

UNIDADES PERIFÉRICAS	Nº CONTROLES
CÁCERES	100
BADAJOS	100

CALENDARIO: De 1 de noviembre de 2009 a 31 de enero de 2010, repartido de la siguiente manera:

Mes de Noviembre: 40 juguetes.

Mes de Diciembre: 40 juguetes.

Mes de Enero: 20 juguetes.

B. Campañas de Control de Mercado.

B 2.1. Campañas Nacionales de Inspección: Alimentos

CAMPAÑA NACIONAL GENÉRICA DE ALIMENTOS

AÑO: 2009

OBJETIVO: CONTROL GENERAL

DENOMINACIÓN: CONTROL DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

PARÁMETROS OBJETO DE CONTROL:

Control de la indicación del lugar de origen o procedencia y del lote de fabricación en el etiquetado de los alimentos, conforme a lo dispuesto en la Norma General de Etiquetado, Presentación y Publicidad de los Productos Alimenticios

RESULTADOS:

Se realiza un control sobre 30 productos de los cuales el 96% figura correctamente el país de origen o procedencia, es destacable que en el 23% figura incorrectamente la indicación de lote. De los cuales se han iniciado 8 expedientes sancionadores.

B. Campañas de Control de Mercado.

B 2.1. Campañas Nacionales de Inspección: Alimentos

CAMPAÑA NACIONAL DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE MERCADO DE PRODUCTOS CÁRNICOS TRATADOS POR CALOR: ETIQUETADO, IDENTIFICACIÓN DE INGREDIENTES Y ADECUACIÓN DE LA ESPECIE ANIMAL A LA DECLARADA (PATÉS, JAMÓN COCIDO, MORTADELA, ETC.) Y DE LOS PRODUCTOS IBÉRICOS.

C.A. PROPONENTE: Andalucía.

C. A. ESPECIALISTA: Extremadura.

CC. AA. INTERESADAS: Andalucía.

Castilla La Mancha.

Extremadura.

Galicia.

La Rioja.

Madrid.

Navarra.

1.- DEFINICIÓN Y ASPECTOS GENERALES.

A efectos de esta campaña, y de conformidad con el apartado 3 b) del artículo 2 del Real Decreto 1376/2003, de 7 de noviembre, por el que se establecen las condiciones sanitarias de producción, almacenamiento y comercialización de las carnes frescas y sus derivados en los establecimientos de comercio al por menor, en el que se definen los tipos de productos alimenticios que pueden ser considerados como “*productos cárnicos*”, y con lo indicado textualmente en el punto 4 del Anejo de la Orden de 5 de noviembre de 1981, de Presidencia del Gobierno, entenderemos como “*productos cárnicos tratados por el calor*” a todo producto preparado especialmente con carnes y/o despojos comestibles de una o varias de las especies animales de abasto, aves y caza autorizadas, que se han sometido en su fabricación a la acción del calor, alcanzando en su punto crítico una temperatura suficiente para lograr la coagulación total o parcial de sus proteínas cárnicas y, opcionalmente, a ahumado y/o maduración.

También es necesario considerar lo indicado en otras dos Órdenes de Presidencia del Gobierno, la primera de 5 de noviembre de 1981, por la que se aprueba la *Norma de calidad para el mercado interior de fiambre de lomo de cerdo*, y la segunda de 29 de junio de 1983, por la que se aprueban las *Normas de calidad para jamón cocido y fiambre de jamón, paleta cocida y fiambre de paleta y magro de cerdo cocido y fiambre de magro de cerdo*, pues en ellas se publican las normas de calidad específicas para estos productos.

B. Campañas de Control de Mercado.

Igualmente, se atenderá para esta campaña, a la hora de considerar como productos ibéricos, a lo indicado en el artículo 1 del Real Decreto 1469/2007, de 2 de noviembre, del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, por el que se aprueba la *Norma de calidad para la carne, el jamón, la paleta y la caña de lomo ibéricos*, en el que se dispone que “este Real Decreto tiene por objeto establecer las características de calidad que deben reunir los productos procedentes del despiece de la canal que se comercializan en fresco, así como el jamón, la paleta y la caña de lomo ibéricos comercializados en España, para poder usar las denominaciones de venta establecidas en la presente Norma, sin perjuicio del cumplimiento de la normativa general que le sea de aplicación.”

En la campaña se controlará la posible existencia de alteraciones, adulteraciones y fraudes, teniendo en el establecimiento de venta los objetivos que se indican a continuación:

- Control del etiquetado.
- Control de la temperatura en mostradores y vitrinas expositoras, cuando estos útiles sean obligatorios para mantener una adecuada conservación de los productos.

Por su parte, en el laboratorio se estudiarán las siguientes cuestiones:

- Etiquetado.
- Aditivos (ácido sórbico, ácido benzoico, nitratos y nitritos).
- Identificación de la especie animal (patés).

La comercialización de los productos cárnicos tratados por el calor y de los productos ibéricos está regulada principalmente por las normas indicadas anteriormente, las dos Ordenes de 5 de noviembre de 1981 y la de 29 de junio de 1983, así como el Real Decreto 1469/2007, de 2 de noviembre, aunque para poder llegar a las concreciones que son necesarias considerar en el etiquetado y las condiciones de comercialización que se van a estudiar en esta campaña, es necesario recurrir también a otras normas, como las que se indican a continuación.

B. Campañas de Control de Mercado.

RESULTADOS

CAMPAÑA NACIONAL DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS. AÑO 2009

Epígrafes (*): 15.13.11.1. Embutidos crudos curados.

15.13.11.2. Jamones.

15.11.20.1. Conservas y preparados de carne de porcino.

<u>1. PRODUCTOS TRATADOS POR CALOR QUE SE OFERTAN EN ENVASES DE ORIGEN.</u>	Nº	Porcentaje (%)	% respecto al
1. Nº de productos controlados	20		
1.1. Nº de productos correctos	13	65,00%	1
1.2. Nº de productos sin etiquetado			1
1.3. Nº de productos con irregularidades	7	35,00%	1
INFORMACIÓN OBLIGATORIA DEL ETIQUETADO			
2. Nº de productos con irregularidades por no figurar la denominación de venta del producto			1.3
3. Nº de productos con irregularidades por no figurar la categoría comercial	3	42,86%	1.3
4. Nº de productos con irregularidades por no figurar el nombre, la razón social o la denominación del fabricante, envasador o vendedor dentro de la UE, con su domicilio	2	28,57%	1.3
5. Nº de productos con irregularidades por no figurar la lista de ingredientes y aditivos	1	14,29%	1.3
6. Nº de productos con irregularidades por no estar realizada de manera correcta la lista de ingredientes y aditivos	1	14,29%	1.3
7. Nº de productos con irregularidades por figurar en la lista de ingredientes aditivos no autorizados			1.3
8. Nº de productos con irregularidades por no figurar la cantidad neta del producto	1	14,29%	1.3
9. Nº de productos con irregularidades por no figurar el marcado de fechas y/o figurar de manera incorrecta	1	14,29%	1.3
10. Nº de productos con irregularidades por no figurar el precio de venta	2	28,57%	1.3
11. Nº de productos con irregularidades por no figurar el lote de fabricación	3	42,86%	1.3
12. Nº de productos con irregularidades por no figurar las condiciones especiales de conservación	5	71,43%	1.3
13. Nº de productos con irregularidades por no figurar, en su caso, las recomendaciones de uso			1.3
14. Nº de productos con irregularidades por no figurar la marca sanitaria y/o marcas de identificación			1.3

B. Campañas de Control de Mercado.

PRODUCTOS ELABORADOS Y ENVASADOS POR EL PROPIO ESTABLECIMIENTO MINORISTA	Nº	Porcentaje (%)	% respecto al
15. Nº de productos controlados			1
15.1. Nº de productos correctos			15
15.2. Nº de productos sin etiquetado			15
15.3. Nº de productos con irregularidades			15
16. Nº de productos con irregularidades por no figurar, de forma fácilmente visible y legible por el consumidor, la denominación comercial conforme a las normas de calidad o las consagradas por el uso y las clasificaciones de calidad tipificadas en dichas normas, haciendo especial mención de la especie o especies a partir de las cuales se ha obtenido las carnes			15.3
17. Nº de productos con irregularidades por no figurar la lista de ingredientes así como la “cantidad de determinados ingredientes” en su caso (si se hace referencia al mismo en algún momento)			15.3
18. Nº de productos con irregularidades por no figurar el marcado de fechas y/o no estar realizado de forma correcta			15.3
19. Nº de productos con irregularidades por no figurar la cantidad neta del producto			15.3
20. Nº de productos con irregularidades por no figurar el lote de fabricación			15.3
21. Nº de productos con irregularidades por no figurar, en su caso, las condiciones especiales de conservación			15.3
22. Nº de productos con irregularidades por no figurar el nombre, la razón social o la denominación del responsable del producto, con su domicilio			15.3
23. Nº de productos con irregularidades por no figurar el marcado sanitario establecido en el Real Decreto 1376/2003			15.3
24. Nº de productos con irregularidades por no figurar el marcado sanitario correctamente escrito, dentro de un rectángulo, con el texto “ELABORACIÓN PROPIA”, la autorización de funcionamiento facilitada por la autoridad sanitaria y el texto “VENTA DIRECTA AL CONSUMIDOR”			15.3

B. Campañas de Control de Mercado.

<u>2. PRODUCTOS IBÉRICOS ENVASADOS INFORMACIÓN CONTENIDA EN LAS ETIQUETAS</u>	Nº	Porcentaje (%)	% respecto al
25. Nº de productos controlados			1
25.1. Nº de productos correctos			25
25.2. Nº de productos sin etiquetado			25
25.3. Nº de productos con irregularidades			25
26. Nº de productos con irregularidades en la denominación de venta			25.3
26.1. Nº de productos con irregularidades por no figurar el tipo de producto			26
26.2. Nº de productos con irregularidades por no figura la indicación de la raza			26
26.3. Nº de productos con irregularidades por no figurar el tipo de alimentación			26
27. Nº de productos con irregularidades por no figurar el nombre, la razón social o la denominación del fabricante, envasador o vendedor dentro de la UE, con su domicilio			25.3
28. Nº de productos con irregularidades por no figurar las palabras “CERTIFICADO POR ...” seguido por el nombre de la entidad certificadora			25.3
29. Nº de productos con irregularidades por no figurar la lista de ingredientes			25.3
30. Nº de productos con irregularidades por no figurar la cantidad neta, excepto en los productos sometidos a desecación o vendidos al peso			25.3
31. Nº de productos con irregularidades por no figurar el marcado de fechas y/o no estar realizado de forma correcta			25.3
32. Nº de productos con irregularidades por no figurar la indicación del lote de fabricación			25.3
33. Nº de productos con irregularidades por no figurar, en su caso, las condiciones especiales de conservación			25.3
34. Nº de productos con irregularidades por no figurar el marcado de identificación			25.3
35. Nº de productos con irregularidades por no ser legible la identificación individual de la pieza y, si no lo fuera, por no haber sido sustituida en el etiquetado de forma correcta			25.3
36. Nº de productos con irregularidades porque al comercializarse en porciones o lonchas, no figura en el etiquetado el número de identificación de la pieza			25.3
37. Nº de productos con irregularidades porque el periodo de duración del proceso de elaboración no se corresponde con el tipo de pieza y peso			25.3
38. Nº de productos con irregularidades por utilizar términos como: “Ibérico Puro”, “Ibérico”, “Estirpe del Ibérico”, “Montanera”, “Bellota”, “Pata negra”, y “Dehesa”, en los productos regulados en la norma de calidad aprobada por el Real Decreto 1469/2007			25.3
39. Nº de productos de cerdo ibérico en los que en relación con la trazabilidad se ha controlado si se dispone de registro de entrada			25
39.1. Nº de productos con irregularidades por no disponer de registro de entrada			39
39.2. Nº de productos con irregularidades porque aunque disponen del registro de entrada, este no es completo ni sus anotaciones son correctas			39
40. Nº de productos de cerdo ibérico en los que en relación con la trazabilidad se ha controlado si se dispone de registro de salida			25
40.1. Nº de productos con irregularidades por no disponer de registro de salida			40
40.2. Nº de productos con irregularidades porque aunque disponen del registro de salida, este no es completo ni sus anotaciones son correctas			40
41. Nº de productos con irregularidades por no tener archivada la documentación justificativa de cada pieza desde la entrada en vigor del Real Decreto 1469/2007			25.3

B. Campañas de Control de Mercado.

	Nº	Porcentaje (%)	% respecto al
3. PRODUCTOS VENDIDOS A GRANEL			
42. Nº de productos controlados	5	25,00%	1
42.1. Nº de productos correctos	2	40,00%	42
42.2. Nº de productos sin etiquetado			42
42.3. Nº de productos con irregularidades	3	60,00%	42
43. Nº de productos con irregularidades por no disponer el establecimiento de tablilla o cartel próximo al producto en el expositor	2	66,67%	42.3
44. Nº de productos con irregularidades porque los carteles indicativos o las tablillas no disponen de un sistema o mecanismo que no pinche o produzcan deterioro en los envases o puedan contaminar a las materias primas			42.3
45. Nº de productos con irregularidades porque en los productos suministrados etiquetados al minorista, el etiquetado no permanece en la pieza matriz hasta que finaliza el despacho de ésta	1	33,33%	42.3
46. Nº de productos con irregularidades por no ser legible la identificación individual de la pieza y, si no lo fuera, por no haber sido sustituida en el etiquetado de forma correcta	1	33,33%	42.3
INFORMACIÓN CONTENIDA EN TABLILLAS O CARTELES			
47. Nº de productos en los que se ha controlado la información en tablillas o carteles	5	25,00%	1
47.1. Nº de productos con la información correcta	1	20,00%	47
47.2. Nº de productos sin información	2	40,00%	47
47.3. Nº de productos con irregularidades en la información	3	60,00%	47
48. Nº de productos con irregularidades por no figurar la denominación de venta de forma correcta	2	66,67%	47.3
49. Nº de productos con irregularidades por no figurar las designaciones de calidad tipificadas de acuerdo con las normas de calidad que corresponda	1	33,33%	47.3
50. Nº de productos con irregularidades por no indicar el precio por unidad de medida	2	66,67%	47.3
51. Nº de productos controlados que han sido elaborados por el minorista			47
51.1. Nº de productos con irregularidades porque además de las indicaciones anteriores (ap 46, 47 y 48), no figura la lista de ingredientes			51
51.2. Nº de productos con irregularidades por no figurar el marcado de fechas y/o por estar realizado de forma incorrecta			51
51.3. Nº de productos con irregularidades por no figurar las condiciones especiales de conservación			51
51.4. Nº de productos con irregularidades por no figurar la frase ELABORACIÓN PROPIA			51
OTRA INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA:			
52. Nº de productos con irregularidades por no disponer de registro de entrada y salida de los productos del cerdo ibérico y/o no estar correctamente redactados			42
53. Nº de productos con irregularidades por no tener archivada, en su caso, la documentación justificativa de cada pieza desde la puesta en vigor del Real Decreto 1469/2007			42

B. Campañas de Control de Mercado.

	Nº	Porcentaje (%)	% respecto al
PRESENTACIÓN DEL ETIQUETADO OBLIGATORIO			
54. Nº de productos con irregularidades por no ser las indicaciones obligatorias fácilmente comprensibles	1	14,29%	1.3
55. Nº de productos con irregularidades por no estar las indicaciones obligatorias inscritas en lugar destacado	1	14,29%	1.3
56. Nº de productos con irregularidades por no ser las indicaciones obligatorias claramente legibles, fácilmente visibles e indelebles	2	28,57%	1.3
57. Nº de productos con irregularidades por no figurar en el mismo campo visual las indicaciones relativas a la denominación, cantidad neta y marcado de fechas	2	28,57%	1.3
58. Nº de productos con irregularidades por no expresar las indicaciones obligatorias del etiquetado, al menos, en la lengua española oficial del Estado	1	14,29%	1.3
59. Nº de productos con irregularidades por no cumplir las indicaciones del etiquetado con la obligación de no inducir a error al comprador sobre las características del producto y, en particular, sobre su naturaleza, identidad, cualidades, composición, cantidad, duración, origen o procedencia y modo de fabricación o de obtención	2	28,57%	1.3
60. Nº de productos con irregularidades por no cumplir las indicaciones del etiquetado, con la obligación de no atribuir al producto efectos o propiedades que no posea			1.3
PRESENTACIÓN DEL ETIQUETADO NUTRICIONAL			
61. Nº de productos en los que en vista de la información nutricional que se indica, es obligatorio la presentación del etiquetado nutricional			1
61.1. Nº de productos con irregularidades por no aparecer la información nutricional agrupada en un mismo lugar, estructurada en forma tabular y, si el espacio lo permite con las cifras en columna			61
61.2. Nº de productos con irregularidades por no figura la información en lugar visible y en caracteres claramente legibles e indelebles			61
61.3. Nº de productos con irregularidades por no guardar la información que se facilita el orden establecido: Valor energético Cantidad de proteínas Hidratos de carbono y grasas			61
OTRA INFORMACIÓN			
62. Nº de vitrinas o expositores controlados	8		
62.1. Nº de vitrinas o expositores correctos	6	75,00%	62
62.2. Nº de vitrinas o expositores con irregularidades	2	25,00%	62
63. Nº de vitrinas o expositores con irregularidades por no disponer de termómetro			62.2
64. Nº de vitrinas o expositores con irregularidades por no estar el termómetro situado en un lugar fácilmente visible y ubicado correctamente			62.2
65. Nº de vitrinas o expositores con irregularidades por no ser correcta la temperatura indicada en el termómetro	2	100,00%	62.2
66. Nº de productos con irregularidades por no ser correcta la información facilitada en el etiquetado, complementada con la disponible en el establecimiento	5	71,43%	1.3

B. Campañas de Control de Mercado.

B. - MEDIDAS ADOPTADAS COMO RESULTADO DE LAS ACTUACIONES REALIZADAS

(En el siguiente cuadro incluir las medidas adoptadas como consecuencia de los resultados de las actuaciones de inspección y del control analítico)

	-	-	-
	Por actuaciones de inspección	Por control analítico	Total
Nº de expedientes propuestos	8		8
Cuantía de la sanción media propuesta			
Nº comunicaciones efectuadas a otras CC.AA.			
Nº comunicaciones recibidas			
Nº inhibiciones efectuadas a otras CC.AA.			
Nº inhibiciones recibidas			

(*) Epígrafes nuevos: 15.13.11.1. Embutidos crudos curados, 15.13.11.2. Jamones y 15.11.20.1. Conservas y preparados de carne de porcino, en desarrollo del Reglamento (CE) nº 204/2002 de la Comisión, de 19 de diciembre de 2001, por el que se modifica el Reglamento (CE) nº 3696/93 del Consejo relativo a la Clasificación Estadística de Productos por Actividades (CPA) en la Comunidad Económica Europea.

B. Campañas de Control de Mercado.

B 2.1. Campañas Nacionales de Inspección: Alimentos

CAMPAÑA IDENTIFICACIÓN DE LAS ESPECIES DE PESCADO CONSERVADOS EN ACEITE, SAL, COCIDOS, VINAGRES, DESECADOS, ETC. (NO EN FRÍO)

C.A. PROPONENTE: Andalucía

C.A. ESPECIALISTA: Galicia

COMUNIDADES AUTÓNOMAS PARTICIPANTES: Andalucía
Extremadura
Murcia
Madrid
Ceuta

OBJETIVOS Y JUSTIFICACIÓN

JUSTIFICACIÓN

Durante algunos años anteriores se ha llevado a cabo estudios sobre el etiquetado e las conservas de productos de la pesca. En algunas de ellas, se han detectado altos porcentajes de irregularidades en el contenido del mismo, que en algunos apartados alcanzaba el 100%.

Posteriormente, en el año 2005 se realizó una campaña que pretendía completar las anteriores, detectando el porcentaje de fraude cometido en conservas de pescado susceptibles de ser sustituidos por otras especies similares, pero más baratas y por tanto, objeto de fraude por sustitución en algunas ocasiones.

Con la ejecución de otra campaña en el año 2006 se pretendió realizar un estudio del mercado indicativo de la situación del sector y a la vista de los incumplimientos detectados, alrededor del 30% de los artículos inspeccionados, ha dado lugar a la decisión de programar una nueva campaña al objeto de investigar las correcciones llevadas a cabo por el sector.

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES

Los objetivos generales que se quieren alcanzar con la realización de esta campaña son:

- Conocer el grado de cumplimiento de la normativa vigente en materia de denominación de especies de pescados.
- Comprobar, asimismo, el grado de cumplimiento en cuanto a la información obligatoria en el etiquetado de estos artículos.
- Llegar a una aproximación al conocimiento del mercado de estos productos.
- Adoptar las correspondientes medidas correctoras y sancionadoras con el propósito de corregir un ordenamiento del mercado.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Verificar que las conservas de productos de la pesca susceptibles de ser sustituidas por especies similares en apariencia, pero de menor calidad, se corresponden con la denominación que figura en el envase. Se trata, en definitiva, de conocer el porcentaje de fraude existente.

B. Campañas de Control de Mercado.

RESULTADOS

CAMPAÑA NACIONAL DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS. AÑO 2009

Epígrafes (*): 15.20.10. Conservas de pescado en aceite vegetal
15.20.13.1. Salazones y ahumados
15.20.14. Pescado preparado o conservado de otra manera (cocidos, vinagre)

A. - ACTUACIONES INSPECTORAS

	Nº	Porcentaje (%)	% respecto al
1. Nº de productos controlados	20		
1.1. Nº de productos correctos	8	40,00%	1
1.2. Nº de productos sin etiquetado			1
1.3. Nº de productos con irregularidades en etiquetado	12	60,00%	1
1.- IDENTIFICACION DEL RESPONSABLE DEL PRODUCTO			
2. Nº de productos con irregularidades en la identificación del responsable	1	8,33%	1.3
2.1. Nº de productos con irregularidades por no figurar el nombre, la razón social del fabricante, envasador o importador, establecido en la UE	1	100,00%	2
2.2. Nº de productos con irregularidades por no figurar su domicilio			2
2.- DENOMINACION DE VENTA			
3. Nº de productos con irregularidades en la denominación de venta del producto	9	75,00%	1.3
3.1. Nº de productos con irregularidades por no figurar la denominación de venta			3
3.2. Nº de productos con irregularidades por no figurar el nombre de la especie	7	77,78%	3
3.3. Nº de productos con irregularidades por no figurar la especificación en salazón, desecado, cocido, en conserva, despiezado, troceado,(según el artículo 3)			3
3.4. Nº de productos con irregularidades por no figurar la especificación en filetes, huevas, colas, ventresca, lomos, rodajas, migas, cocochas, (según el artículo 4)	1	11,11%	3
3.5. Nº de productos con irregularidades por no acompañar a la denominación comercial la mención “en aceite de oliva”, o “en aceite vegetal” o “en aceite de...” seguida del nombre correspondiente o “al natural”, “en escabeche”... en función de la cobertura	1	11,11%	3

B. Campañas de Control de Mercado.

3.- LISTA DE INGREDIENTES			
4. N° de productos con irregularidades en la lista de ingredientes			1.3
4.1. N° de productos con irregularidades por no figurar la lista de ingredientes			4
4.2. N° de productos con irregularidades por no expresar los ingredientes en orden decreciente de sus masas			4
4.3. N° de productos con irregularidades por no incluir el tipo de aceite de la denominación en la lista de ingredientes			4
4.4. N° de productos con irregularidades por no incluir los ingredientes de los líquidos de gobierno o de cobertura así como de las salsas o preparaciones culinarias correspondientes			4
4.5. N° de productos con irregularidades porque, en el caso de incluir aditivos, no se designan mediante el grupo genérico al que pertenecen mas el nombre específico o el número asignado por la Subsecretaría de Sanidad y Consumo			4
4.6. N° de productos con irregularidades por no indicar la cantidad de un ingrediente o categoría de ingredientes, (según el art.8 del RD 1334/199, de 31 de agosto)			4
4.- INDICACION DE PESO			
5. N° de productos con irregularidades en la indicación del peso			1.3
5.1. N° de productos con irregularidades por no figurar la cantidad neta en masa utilizando como unidad de medida los gramos o kilogramos			5
5.2. N° de productos con irregularidades por no figurar, en su caso, la masa o peso escurrido			5
5.- MARCADO DE FECHAS Y LOTE			
6. N° de productos con irregularidades en la indicación del marcado de fechas y lote	2	16,67%	1.3
6.1. N° de productos con irregularidades por no figurar, en el caso de conservas, la leyenda “consumir preferentemente antes de fin de”, seguida del año correspondiente o bien “consumir preferentemente antes del fin de año marcado en...”			6
6.2. N° de productos con irregularidades porque en el caso de figurar la leyenda “consumir preferentemente antes del fin de año marcado en”, no se indica de forma inequívoca el lugar del envase donde están marcadas las dos últimas cifras del año			6
6.3. N° de productos con irregularidades porque la marca de las dos últimas cifras del año no aparecen sin ninguna otra marca anterior o posterior			6
6.4. N° de productos con irregularidades por no figurar, en el caso de salados y secos salados, la leyenda “consumir preferentemente antes de...” seguida del mes y el año en dicho orden			6
6.5. N° de productos con irregularidades por no figurar el mes con su nombre o con las tres primeras letras del nombre o con dos dígitos (del 01 al 12), en el caso de venir acompañada del año			6
6.6. N° de productos con irregularidades por no figurar la indicación del lote de forma visible, claramente legible e indeleble	2	100,00%	6

B. Campañas de Control de Mercado.

6.- PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN OBLIGATORIA			
7. N° de productos con irregularidades por no ser las indicaciones obligatorias del etiquetado fácilmente visibles, legibles e indelebles			1.3
8. N° de productos con irregularidades por no figurar en el mismo campo visual las indicaciones relativas a la denominación de venta, cantidad neta y marcado de fechas			1.3
9. N° de productos con irregularidades por no expresar la información del etiquetado, al menos, en la lengua oficial del Estado			1.3
7.- PRINCIPIOS GENERALES DEL ETIQUETADO			
10. N° de productos con irregularidades por inducir a error al consumidor sobre las características del producto			1.3
11. N° de productos con irregularidades por atribuir al producto efectos o propiedades que no posee			1.3
12. N° de productos con irregularidades por sugerir que el producto posee características particulares, cuando todos los similares poseen estas mismas características			1.3
13. N° de productos con irregularidades por mencionar que el producto presenta propiedades preventivas, terapéuticas o curativas de una enfermedad humana			1.3
<u>B.- MEDIDAS ADOPTADAS (En el siguiente cuadro incluir las medidas adoptadas como consecuencia de los resultados de las actuaciones de inspección y del control analítico)</u>			
		-	-
	Por actuaciones de inspección	Por control analítico	Total
N° de expedientes propuestos	8		8
Cuantía de la sanción media propuesta			
N° comunicaciones efectuadas a otras CC.AA.			
N° comunicaciones recibidas			
N° inhibiciones efectuadas a otras CC.AA.			
N° inhibiciones recibidas			

(*) Epígrafes nuevos: 15.20.10. Conservas de pescado en aceite vegetal y 15.20.13.1. Salazones y ahumados y 15.20.14. Pescado preparado o conservado de otra manera (cocidos, vinagre), en desarrollo del Reglamento (CE) n° 204/2002 de la Comisión, de 19 de diciembre de 2001, por el que se modifica el Reglamento (CE) n° 3696/93 del Consejo relativo a la Clasificación Estadística de Productos por Actividades (CPA) en la Comunidad Económica Europea.

B. Campañas de Control de Mercado.

B 2.1. Campañas Nacionales de Inspección: Alimentos

CAMPAÑA NACIONAL DE CONTROL DE MERCADO: 2009
PRODUCTOS ALIMENTICIOS: CONTROL DE LOS ASPECTOS ESENCIALES Y BÁSICOS DE LA INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR
“Indicación del lugar de origen o procedencia y del lote de fabricación”

CC.AA. PARTICIPANTES:

Todas las CC.AA. excepto la C.A. de Asturias, la C.A. de Extremadura y la C.A. de Madrid.

1.- Aspectos esenciales y básicos de la información al consumidor a controlar.

En esta Campaña se controlará en los productos alimenticios que las Autoridades de Consumo de las CCAA determinen, en cada caso, lo siguiente: La indicación del lugar de origen o procedencia y del lote de fabricación.

2.- Normativa aplicable

Con independencia de la normativa específica, la legislación general aplicable a la citada información es la siguiente:

• Real Decreto 1334/1999, de 31 de julio, por el que se aprueba la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios (BOE 24/08/99).

* Real Decreto 1808/1991, de 13 de diciembre, por el que se regulan las menciones o marcas que permiten identificar el lote al que pertenece un producto alimenticio.

B. Campañas de Control de Mercado.

RESULTADOS

CAMPAÑA NACIONAL DE CONTROL GENERAL DE ASPECTOS ESENCIALES Y BÁSICOS DE LA INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR: AÑO 2009 PRODUCTOS ALIMENTICIOS

ORGANISMO
COMUNIDAD AUTONOMA
AÑO DE RESULTADOS

SELECCIONE ORGANISMO
EX: EXTREMADURA
2009

Epígrafes (*): 15 Productos alimenticios y bebidas

A. - ACTUACIONES INSPECTORAS (Solo datos de inspección)

1. N° de establecimientos existentes
2. N° de establecimientos inspeccionados

N°	Porcentaje (%)	% respecto al
30		1

B. - INDICACIÓN DEL LUGAR DE ORIGEN O PROCEDENCIA

3. N° de productos en los que se ha controlado la indicación del país de origen o procedencia en los productos procedentes de los EE.MM. de la UE, en los casos en que su omisión pudiera inducir a error sobre el origen o procedencia real del producto
 - 3.1. N° de productos correctos por figurar, la indicación del país de origen o procedencia en los productos procedentes de los EE.MM. de la UE, en los casos en que su omisión pudiera inducir a error sobre el origen o procedencia real del producto
 - 3.2. N° de productos incorrectos por no figurar la indicación del país de origen o procedencia en los productos procedentes de los EE.MM. de la UE, en los casos en que su omisión pudiera inducir a error sobre el origen o procedencia real del producto
4. N° de productos en los que se ha controlado la indicación del país de origen o procedencia en los productos originarios de países no pertenecientes a la UE, sin perjuicio de lo dispuesto en los Tratados o Convenios internacionales sobre la materia que resulten de aplicación en España
 - 4.1. N° de productos correctos por figurar la indicación del país de origen o procedencia en los productos originarios de países no pertenecientes a la UE, sin perjuicio de lo dispuesto en los Tratados o Convenios internacionales sobre la materia que resulten de aplicación en España
 - 4.2. N° de productos incorrectos por no figurar la indicación del país de origen o procedencia en los productos originarios de países no pertenecientes a la UE, sin perjuicio de lo dispuesto en los Tratados o Convenios internacionales sobre la materia que resulten de aplicación en España

30		
29	96,67%	3
1	3,33%	3
20		
20	100,00%	4
		4

2.31

B. Campañas de Control de Mercado.

<u>C. - INDICACIÓN DEL LOTE DE FABRICACIÓN</u>	Nº	Porcentaje (%)	% respecto al
5. Nº de productos en los que se ha controlado la mención o marca que permita identificar el lote al que pertenece un producto alimenticio	30		
5.1. Nº de productos correctos en la identificación del lote	23	76,67%	5
5.2. Nº de productos incorrectos por no figurar la mención o marca que permita identificar el lote al que pertenece un producto alimenticio			5
5.3. Nº de productos incorrectos por no ir la indicación del lote precedida de la letra L, salvo en los casos en que se distinga claramente de las demás indicaciones del etiquetado. (No incluir en este punto los productos con la irregularidad mencionada en el punto 5.2.)			5
5.4. Nº de productos incorrectos por no ser la indicación del lote fácilmente visible, claramente legible e indeleble. (No incluir en este punto los productos con la irregularidad mencionada en el punto 5.2.)	7	23,33%	5
<u>D. - EXCEPCIÓN A LA INDICACIÓN DEL LOTE DE FABRICACIÓN</u>			
6. Nº de productos en los que se ha controlado, cuando se hace uso de la excepción del lote de fabricación, si figura la fecha de duración mínima o la fecha de caducidad, siempre que contenga, por lo menos, el día y el mes indicados claramente y en orden	15		
6.1. Nº de productos correctos por figurar la fecha de duración mínima o la fecha de caducidad, siempre que contenga, por lo menos, el día y el mes indicados claramente y en orden	15	100,00%	6
6.2. Nº de productos incorrectos por no figurar la fecha de duración mínima o la fecha de caducidad, siempre que contenga, por lo menos, el día y el mes indicados claramente y en orden			6
<u>MEDIDAS ADOPTADAS COMO RESULTADO DE LAS ACTUACIONES DE INSPECCIÓN</u>	-	-	-
		Por actuaciones de inspección	
Nº de expedientes propuestos		8	
Cuantía de la sanción media propuesta			
Nº comunicaciones efectuadas a otras CC.AA.			
Nº comunicaciones recibidas			
Nº inhibiciones efectuadas a otras CC.AA.			
Nº inhibiciones recibidas			

2.32

(* De acuerdo con el Reglamento (CE) n° 204/2002 de la Comisión, de 19 de diciembre de 2001, por el que se modifica el Reglamento (CE) n° 3696/93 del Consejo relativo a la Clasificación Estadística de Productos por Actividades (CPA) en la Comunidad Económica Europea

B. Campañas generales y específicas de inspección.

B 2.1. Campañas Nacionales de Inspección: Industria

CAMPAÑA NACIONAL DE INSPECCIÓN DE VEHÍCULOS DE SEGUNDA MANO: INFORMACIÓN Y GARANTÍA

C.A. PROPONENTE: MADRID

C.A. ESPECIALISTA: ANDALUCÍA y MADRID(seguridad general de productos industriales)

CC.AA. INTERESADAS: CASTILLA Y LEÓN

EXTREMADURA

MADRID

NAVARRA

CANARIAS

1.- Objetivo, definiciones y aspectos generales

El objetivo principal de la campaña es la comprobación, de un lado , que la información facilitada al consumidor es correcta y suficiente en relación a los requisitos que deben cumplir los vehículos y, de otro, que los derechos del consumidor respecto a la garantía que recae sobre los vehículos son reconocidos y respetados.

Serán objeto de inspección toda persona física o jurídica que se dedique profesionalmente a ofertar la venta de vehículos usados, propios o ajenos, a consumidores, ya realice esta actividad económica con carácter exclusivo o no.

A efectos de esta Campaña se entenderá por vehículo de segunda mano, todo vehículo de motor conforme queda definido en el Real Decreto 2822/1998, de 23 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento General de Vehículos, siempre que cuente con una primera matriculación.

B. Campañas generales y específicas de inspección.

RESULTADOS

Epígrafe (*)	Nº	% respecto al
COMUNIDAD AUTÓNOMA EXTREMADURA AÑO 2009		
<u>A. ACTUACIONES INSPECTORAS</u>		
Nº total de establecimientos existentes.....	22	1
Nº total de establecimientos inspeccionados Σ 2.1, 2.2.....	14	2
Nº total de establecimientos sin irregularidades.....	8	2
Nº total de irregularidades detectadas.....	18	
<u>B. DOCUMENTACIÓN QUE ACOMPAÑA AL VEHÍCULO</u>		
Nº total de irregularidades relativas a la documentación del vehículo.....	6	3
Nº total de irregularidades por carecer el vehículo del permiso de circulación.....	2	4
Nº total de irregularidades por carecer el vehículo de la tarjeta de inspección técnica.....	2	4
Nº total de irregularidades por carecer el vehículo del certificado de haber superado la ITV, si tiene más de cuatro años.....	2	4
<u>C. PRECIOS</u>		
5 Nº total de irregularidades RELATIVAS AL PRECIO.....	9	3
5.1 Nº total de irregularidades por no constar el precio del vehículo.....	8	5
5.2 Nº total de irregularidades por no incluir el el IGIC.....	0	5
5.3 Nº total de irregularidades por no incluir los gastos de transporte y entrega, en su caso.....	0	
5.4 Nº total de irregularidades por no incluir los gastos de transferencia.....	1	5
<u>D. GARANTÍA</u>		
Nº total de irregularidades por no constar en la información/publicidad que el plazo de la garantía es mínimo de un año.....	2	3
Nº total de irregularidades, en el supuesto que se ofrezca garantía comercial, por no poner al consumidor, en la información/publicidad, en condiciones más ventajosas que las mínimas reconocidas en el Real Decreto Legislativo 1/2007.....	1	3

B. Campañas generales y específicas de inspección.

<u>E. CONTRATO</u>	Nº	% respecto al
Nº total de irregularidades por no utilizar en sus transacciones un contrato tipo con condiciones generales de la contratación	0	3
<u>F. MEDIDAS ADOPTADAS COMO RESULTADO DE LAS ACTUACIONES DE INSPECCIÓN</u>		
Por actuaciones de inspección		
Nº de expedientes propuestos	8	
Cuantía de la sanción media propuesta	0	
Nº comunicaciones efectuadas a otras CC.AA.	0	
Nº de comunicaciones recibidas	0	
Nº inhibiciones efectuadas a otras CC.AA.	0	
Nº inhibiciones recibidas	0	

* De acuerdo con el Reglamento (CE) nº 204/2002 de la Comisión, de 19 de diciembre de 2001, por el que se modifica el Reglamento (CE) nº 3696/93 del Consejo relativo a la Clasificación Estadística de Productos por Actividades (CPA) en la Comunidad Económica Europea.

B. Campañas generales y específicas de inspección.

B 2.1. Campañas Nacionales de Inspección: Industria

CAMPAÑA DE ETIQUETADO Y PRECIOS DE VIDEOJUEGOS

C. A. PROPONENTE: Andalucía
C. A. ESPECIALISTA: País Vasco

CC. AA. INTERESADAS:
Andalucía
Aragón
Asturias
Balears
Canarias
Extremadura
Galicia
País Vasco
Ceuta

ELEMENTOS ESENCIALES DEL CONTROL: Exigencias de la normativa

1.- Definición y aspectos generales de los productos

Por la Comisión de Cooperación de Consumo, ratificado posteriormente por la Conferencia Sectorial de Consumo, se acordó la realización, en 2009, de una Campaña para verificar el grado de cumplimiento de la normativa sobre los videojuegos y su comercialización en el ámbito minorista.

En el ámbito territorial de las Comunidades Autónomas (CCAA) participantes en esta Campaña, se controlará el grado de cumplimiento de la normativa vigente en la materia, al objeto de comprobar que los videojuegos puestos a disposición de las personas consumidoras cumplen con los requisitos normativos exigidos.

Se entiende por «videojuego», el juego electrónico cuyo desarrollo tiene lugar en un monitor de computadora o de una televisión y en los que el programa va grabado en cartuchos o discos ópticos, discos magnéticos o tarjetas de memoria especiales para juegos. No obstante conviene señalar que este producto no es un juguete.

B. Campañas generales y específicas de inspección.

RESULTADOS

Epígrafe (*)			
36.50.33.5 video juegos			
		<u>A. ACTUACIONES INSPECTORAS</u>	
		Nº	% respecto al
1	Nº total de productos inspeccionados \sum 2.1, 2.2.....	19	
2.1	Nº total de productos sin irregularidades.....	10	1
2.2	Nº total de productos con irregularidades.....	9	1
		<u>B. ETIQUETADO GENÉRICO</u>	
3	Nº total de productos con irregularidades por no presentar etiquetado.....	0	2.2
4	Nº total de productos con irregularidades por no constar la denominación usual del producto	0	2.2
5	Nº total de productos con irregularidades por no figurar la información obligatoria con caracteres claros, indelebles, visibles y fácilmente legibles.....	0	2.2
6	Nº total de productos con irregularidades por no facilitar instrucciones de uso y advertencias	0	2.2
7	Nº total de productos con irregularidades por no informar sobre instalación, mantenimiento y/o manipulación del producto.....	0	2.2
8	Nº total de productos con irregularidades por no indicar el nombre o la razón social del fabricante, importador o vendedor del producto en la UE.....	0	2.2
9	Nº total de productos con irregularidades por no indicar su domicilio.	5	2.2
10	Nº total de productos con irregularidades por no indicar el país de origen (en productos procedentes de países no pertenecientes a la OMC.....	0	2.2
11	Nº total de productos con irregularidades por no constar toda la información en el idioma oficial.....	0	2.2
12	Nº total de productos con irregularidades por no constar el precio venta al público (PVP)....	0	2.2

B. Campañas generales y específicas de inspección.

C. MEDIDAS ADOPTADAS COMO RESULTADO DE LAS ACTUACIONES DE INSPECCIÓN

Por actuaciones de inspección

Nº de expedientes propuestos
Cuantía de la sanción media propuesta
Nº comunicaciones efectuadas a otras CC.AA.
Nº de comunicaciones recibidas
Nº inhibiciones efectuadas a otras CC.AA.
Nº inhibiciones recibidas

*Epígrafe nuevo 36.50.33.5 Video juegos. De acuerdo con el Reglamento (CE) nº 204/2002 de la Comisión de 19 de diciembre de 2001, por el que se modifica el Reglamento (CE) nº 3696/93 del Consejo relativo a la Clasificación Estadística de Productos por Actividades (CPA) en la Comunidad Económica Europea.

B. Campañas generales y específicas de inspección.

B 2.1. Campañas Nacionales de Inspección: Servicios

CAMPAÑA DE CONTROL DE CENTROS DE ENSEÑANZA NO REGLADA

C.A. PROPONENTE: MADRID

C.A. ESPECIALISTA:

CC.AA. INTERESADAS: BALEARES

CASTILLA LA MANCHA

EXTREMADURA

MADRID

NAVARRA

G. VALENCIANA

PAIS VASCO

1.- Definición, objetivos y aspectos generales :

A efectos de esta Campaña se entenderá por ENSEÑANZA NO REGLADA aquellas acciones formativas que versan sobre distintas materias pero que no conducen a la obtención de un título con validez académica oficial.

Está dirigida al control de los centros privados que impartan cursos no dirigidos a la obtención de un título con validez oficial, tanto en el caso de actividades presenciales como a distancia.

El objetivo principal de la Campaña es la protección y defensa de los derechos e intereses económicos de los consumidores y usuarios cuando contraten la realización de uno o varios de estos cursos, para lo cual se comprobará, fundamentalmente, que la información y publicidad que el centro proporciona a los consumidores se ajusta a los principios de veracidad y suficiencia y con el contenido mínimo que la ley establece.

Asimismo, se comprobará que los contratos de enseñanza suscritos se ajustan a la normativa en vigor, en especial al título I del Libro Segundo del Real Decreto legislativo 1/2007 de 16 de noviembre por el que se aprueba el texto refundido de la Ley general para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias y título IV de la Ley 34 / 2002 de 11 de julio , de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, sobre la validez de los contratos celebrados por vía electrónica

B. Campañas generales y específicas de inspección.

RESULTADOS

Epígrafe (*) 80.42.20 Servicios de enseñanza de adultos y otros servicios de enseñanza n.c.o.p.

<u>A. ACTUACIONES INSPECTORAS</u>		Nº	% res- pecto al
1.	Nº total de establecimientos existentes.	_____	
2	Nº total de establecimientos inspeccionados \sum 2.1, 2.2.	20	1
2.1	Nº total de establecimientos sin irregularidades.	4	2
2.2	Nº total de establecimientos con irregularidades.	16	2
3	Nº total de irregularidades detectadas. \sum 4, 5, 6	111	
<u>B. PUBLICIDAD</u>			
4	Nº total de irregularidades en relación con la publicidad \sum 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6	24	3
4.1	Nº total de irregularidades por no ajustarse la publicidad a la naturaleza, finalidad y características de los centros en el caso de emitir publicidad de los cursos	0	4
4.2	Nº total de irregularidades por no ser veraz, y utilizar expresiones que pueden inducir a error o engaño sobre la validez académica de las enseñanzas que se imparte en el caso de emitir publicidad de los cursos	0	4
4.3	Nº total de irregularidades por no constar en los folletos la denominación del curso, duración, programa, nº de horas lectivas, horario y lugar en que se imparte en el caso de que el Centro emita folletos informativos	6	4
4.4	Nº total de irregularidades por no informar en los folletos sobre el precio del curso y modalidades de pago	8	4
4.5	Nº total de irregularidades por no informar en los folletos sobre los títulos o diplomas que se expiden, en su caso	4	4
4.6	Nº total de irregularidades por no informar en los folletos sobre la naturaleza de los cursos y su validez académica	6	4

B. Campañas generales y específicas de inspección.

<u>C. INFORMACIÓN AL PÚBLICO</u>		Nº	% res- pecto al
5	Nº total de irregularidades en relación con la información al público \sum 5.1-5.15	66	3
5.1	Nº total de irregularidades por no informar sobre la identidad del titular o responsable del centro	2	5
5.2	Nº total de irregularidades por no informar sobre la denominación del Centro	0	5
5.3	Nº total de irregularidades por no informar sobre la relación de cursos que se imparten, duración y horario	4	5
5.4	Nº total de irregularidades por no informar sobre el horario de atención al público	9	5
5.5	Nº total de irregularidades por no informar sobre el precio de los Cursos que se anuncian	5	5
5.6	Nº total de irregularidades por no informar sobre las formas y modalidades de pago admitidas	9	5
5.7	Nº total de irregularidades por no informar sobre las modalidades y condiciones de contratación	10	5
5.8	Nº total de irregularidades por no informar sobre las titulaciones precios exigibles	0	5
5.9	Nº total de irregularidades por no informar la forma y plazo de ejercitar el derecho de desistimiento del contrato y los motivos.	9	5
5.10	Nº total de irregularidades por no informar sobre la forma de tramitar las reclamaciones	7	5
5.11	Nº total de irregularidades por no informar de que existen, en su caso, tutorías de los cursos que se imparten, en el caso de enseñanza on line	1	5
5.12	Nº total de irregularidades por no informar, en su caso, de la compañía aseguradora que avale o garantice las cantidades anticipadas en el caso de que exista la posibilidad de pago por anticipado	5	5
5.13	Nº total de irregularidades por no informar sobre la consecuencias derivadas del incumplimiento del contrato por cualquiera de las partes en el caso de que exista la posibilidad de pago por anticipado	3	5
5.14	Nº total de irregularidades por no indicar el importe de las cuotas en que se divide el importe total, en el caso de que exista la fórmula de pago aplazado	1	5
5.15	Nº total de irregularidades por no indicar las fechas de vencimiento y en nº de cuotas en el caso de que exista la fórmula de pago aplazado	1	5

B. Campañas generales y específicas de inspección.

<u>D.INFORMACIÓN PREVIA EN CASO DE FINANCIACIÓN</u>		Nº	% res- pecto al
6	Nº total de irregularidades en relación con la información previa en caso de financiación. \sum 6.1-6.7	16	3
6.1	Nº total de irregularidades por no informar sobre la entidad financiera si se ha previsto una fórmula de financiación mediante crédito al consumo.	1	6
6.2	Nº total de irregularidades por no informar sobre el desembolso inicial, en su caso, la parte aplazada y la financiada, si se ha previsto una fórmula de financiación mediante crédito al consumo	1	6
6.3	Nº total de irregularidades por no informar sobre el importe y la periodicidad de los pagos, si se ha previsto una fórmula de financiación mediante crédito al consumo.	3	6
6.4	Nº total de irregularidades por no informar sobre si el interés del pago aplazado es fijo o variable, si se ha previsto una fórmula de financiación mediante crédito al consumo.	2	6
6.5	Nº total de irregularidades por no informar sobre el tipo de interés nominal y TAE, si se ha previsto una fórmula de financiación mediante crédito al consumo	2	6
6.6	Nº total de irregularidades por no informar sobre la compañía aseguradora que avale o garantice las cantidades anticipadas, si se ha previsto una fórmula de financiación mediante crédito al consumo.	4	6
6.7	Nº total de irregularidades por no informar con claridad de las consecuencias del incumplimiento del contrato por cualquiera de las partes, si se ha previsto una fórmula de financiación mediante crédito al consumo.	3	6
<u>E. CERTIFICADOS Y DIPLOMAS</u>			
7	Nº total de irregularidades en relación con los certificados o diplomas \sum 7.1-7.4	1	3
7.1	Nº total de irregularidades por no aparecer identificado el Centro siempre y cuando el mismo expida diplomas o certificados de rendimiento escolar	0	7
7..2	Nº total de irregularidades por no figurar la denominación, contenido del curso, nº de horas lectivas y prácticas, en su caso, siempre y cuando el mismo expida diplomas o certificados de rendimiento escolar.	1	7
7..3	Nº total de irregularidades por no figurar la identificación del alumno, siempre y cuando el mismo expida diplomas o certificados de rendimiento escolar	0	7
7..4	Nº total de irregularidades por no constar el sello del Centro y la firma del Director, siempre y cuando el mismo expida diplomas o certificados de rendimiento escolar	0	7

B. Campañas generales y específicas de inspección.

<u>F. CONTRATOS</u>	Nº	% respecto al
Nº total de irregularidades en relación con los contratos Σ 8.1-8.6	1	3
Nº total de irregularidades por no suscribir el Centro contratos de enseñanza con los alumnos	1	8
Nº total de irregularidades por no figuraren el contrato la identificación de las partes, en su caso.	0	8
Nº total de irregularidades por no figurarlos derechos y obligaciones	0	8
Nº total de irregularidades por no ajustarse su contenido y estipulaciones a lo establecido en la normativa vigente en materia de contratos.	0	8
Nº total de irregularidades por no entregar copia del contrato de financiación, en su caso.	0	8
Nº total de irregularidades por no entregar copia del contrato de financiación, en su caso.	0	8
<u>G. REGISTRO DE ALUMNOS Y DE DIPLOMAS</u>		
Nº total de irregularidades en relación con el registro de alumnos y diplomas Σ 9.1-9.6	3	3
Nº total de irregularidades por no figurar la fecha de inscripción si el Centro dispone de registro de alumnos matriculados.	1	9
Nº total de irregularidades por no figurar el nombre y apellidos del alumno si el dispone de registro de alumnos matriculados.	0	9
Nº total de irregularidades por no constar la denominación del curso, si el Centro dispone de registro de alumnos matriculados.	0	9
Nº total de irregularidades por no constar la fecha de la firma del contrato, si el Centro dispone de registro de alumnos matriculados.	1	9
Nº total de irregularidades por no constar, en su caso, la fecha de expedición del certificado o diploma, si el Centro dispone de registro de alumnos matriculados.	1	9
Nº total de irregularidades por no ajustarse a los dispuesto en 15/1999, de 13 de diciembre de Protección de datos de Carácter Personal, si el Centro dispone de registro de alumnos matriculados.	0	9

B. Campañas generales y específicas de inspección.

<u>H. FACTURA O JUSTIFICANTE DE PAGO</u>	Nº	% res- pecto al
Nº total de irregularidades en relación con la factura o justificante de pago Σ 10.1,10.2	2	3
Nº total de irregularidades por no expedir facturas o justificantes de cada uno de los pagos efectuados	2	10
Nº total de irregularidades por no contener los datos o requisitos establecidos en la normativa vigente sobre la materia (RD 1496/2003, de 28 noviembre por el que se aprueba el Reglamento sobre el impuesto sobre el valor añadido).....	0	10

I. MEDIDAS ADOPTADAS COMO RESULTADO DE LAS ACTUACIONES DE INSPECCIÓN

	Por actuaciones de inspección
Nº de expedientes propuestos	10
Cuantía de la sanción media propuesta	
Nº comunicaciones efectuadas a otras CC.AA.	
Nº de comunicaciones recibidas	
Nº inhibiciones efectuadas a otras CC.AA.	
Nº inhibiciones recibidas	

* De acuerdo con el Reglamento (CE) nº 204/2002 de la Comisión, de 19 de diciembre de 2001, por el que se modifica el Reglamento (CE) nº 3696/93 del Consejo relativo a la Clasificación Estadística de Productos por Actividades (CPA) en la Comunidad Económica Europea.

B. Campañas generales y específicas de inspección.

B 2.1. Campañas Nacionales de Inspección: Servicios

CAMPAÑA DE INSPECCIÓN Y CONTROL. COMPAÑÍAS DE TRANSPORTE AÉREO: PÁGINAS WEB

Cada Comunidad Autónoma ha elegido controlar aquellas compañías cuya actividad tiene **relevancia en su territorio**.

Para la realización de esta campaña las autoridades nacionales y autonómicas han puesto a punto el **protocolo** que deberán utilizar los servicios de inspección y control que comprobarán el cumplimiento de la normativa de protección al usuario tanto en los establecimientos de las empresas como en sus páginas *web*.

PAGINAS 'WEB'

En las páginas *web* se comprobará si cumplen la normativa en materia de protección al usuario contenida en la Ley de servicios de la sociedad de la información y del comercio electrónico y en el texto refundido de la Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios y los reglamentos comunitarios.

La inspección se cerciorará de que el usuario pueda acceder fácilmente a los **datos del responsable** de la compañía y a las informaciones sobre precios y sobre los códigos de conducta.

En cuanto a la identificación del responsable, en la página deben figurar de forma bien visible su nombre o denominación social, su domicilio o en su defecto el establecimiento permanente en España, la dirección de correo electrónico y cualquier otro dato que permita establecer con él una **comunicación directa y efectiva**, los datos de la inscripción en el Registro Mercantil y el número de identificación fiscal que le corresponda.

B. Campañas generales y específicas de inspección.

Campaña:	Control Compañías Aéreas		
Año:	2009	Código/s CPA:	00
Tipo:	Servicios	Ámbito:	Específico
C.A. responsable:	INC		
CCAA participantes:	PAÍS VASCO, MADRID, ANDALUCÍA, GALICIA, EXTREMADURA, CASTILLA, CASTILLA LEÓN, ASTURIAS, CANTABRIA, ARAGÓN, CANARIAS, COMUNIDAD VALENCIANA, ISLAS BALEARES, , MURCIA, NAVARRA,		
CCAA proponentes:	PAÍS VASCO, MADRID, ANDALUCÍA, GALICIA, EXTREMADURA, CASTILLA, CASTILLA LEÓN, ASTURIAS, CANTABRIA, CATALUÑA, ARAGÓN, CANARIAS, CEUTA, COMUNIDAD VALENCIANA, ISLAS BALEARES, , MELILLA, MURCIA, NAVARRA, INC,		
CCAA especialistas:			

B. Campañas generales y específicas de inspección.

	AIR NOSTRUM			IBERIA			PULLMANT UR			SPANAIR			VUELING AIRLINES		
	S	N	NP	S	N	NP	S	N	NP	S	N	NP	S	N	NP
1. Requisito general relativo a la identificación del responsable															
1.1. El usuario puede acceder de forma permanente, fácil, directa y gratuita a la información de los apartados 2, 3 4 y siguientes:		X		X			X				X		X		
2. Requisitos relativos a la identificación del responsable	S	N	NP	S	N	NP	S	N	NP	S	N	NP	S	N	NP
2.1, Figura el nombre o denominación social	X			X			X			X			X		
2.2. Figura el domicilio o en su defecto el establecimiento permanente en España	X			X			X			X			X		
2.3. Figura la dirección de correo electrónico o cualquier otro dato que permita establecer con él una comunicación directa y efectiva			X	X			X			X			X		
2.4. Figuran los datos en el Registro Mercantil		X		X			X			X			X		
2.5. Figura el número de identificación fiscal que le corresponda		X		X			X			X			X		
3. Requisitos relativos a la información sobre precios	S	N	NP	S	N	NP	S	N	NP	S	N	NP	S	N	NP
3.1, Figura información clara y exacta sobre el precio			X		X				X	X			X		
3.2. El precio publicitario se corresponde con el precio final a pagar por el consumidor (incluidos los impuestos, recargos, suplementos, descuentos, derechos que sean obligatorios, etc)			X		X				X		X		X		
3.3. Existe opción de pago sin recargo			X		X				X		X		X		
3.4. Los suplementos opcionales de precio se comunican de una manera clara, transparente y sin ambigüedades al comienzo de cualquier proceso de reserva (transporte de equipaje adicional, seguros, embarque preferente, pago con determinadas tarjetas, etc...)			X		X				X	X			X		
3.5. La aceptación por el pasajero de los suplementos adicionales se realiza sobre una base de opción de inclusión (no casilla preseleccionada sobre transporte de equipaje adicional, seguros, embarque preferente, pago con determinadas tarjetas, etc.)			X		X				X			X	X		
3.6. Existe igualdad de oportunidades para los consumidores de cualquier nacionalidad o lugar de residencia o establecimientos u operador aéreo o comercializador de título de transporte.			X	X			X			X					X

2.47

NOTA: AIR NOSTRUM, EN EL APARTADO 3 REMITE A LA PAGINA DE IBERIA

B. Campañas generales y específicas de inspección.

	AIR NOSTRUM			IBERIA			PULLMANTUR			SPANAIR			VUELING AIRLINES		
	S	N	NP	S	N	NP	S	N	NP	S	N	NP	S	N	NP
4. Requisitos relativos a la información sobre los códigos de conducta															
4.1. Se facilita la información sobre los códigos de conducta a los que está adherida la compañía y la manera de consultarlos electrónicamente	X			X				X		X			X		
5. Requisitos generales de la contratación.			X				X			X			X		
5.1. El usuario tiene acceso a las condiciones generales de contratación con carácter previo a la celebración del contrato.			X	X			X			X			X		
5.2. Están indicados claramente los aeropuertos de origen y de destino, con la inclusión plena del nombre oficial del aeropuerto y no haciendo solo referencia a la capital o la ciudad conocida más cercana.5.3. Se indica de manera clara si el vuelo es directo o con escalas		X			X				X		X		X		
5.3. Se indica de manera clara si el vuelo es directo o con escalas			X	X					X	X			X		
5.4. Las condiciones generales pueden ser almacenadas		X		X				X		X					
5.5. Las condiciones generales pueden ser reproducidas		X		X				X				X	X		
5.6. Las condiciones generales se encuentran redactadas en idioma oficial	X			X			X			X			X		
6. Requisitos con carácter previo a la contratación	S	N	NP	S	N	NP	S	N	NP	S	N	NP	S	N	NP
6.1. Con carácter previo a la contratación, la compañía aérea informa al usuario de manera clara, comprensible e inequívoca, y antes de iniciar el procedimiento de contratación sobre los siguientes extremos:															
6.1.1. Los trámites para celebrar el contrato			X	X					X			X	X		
6.1.2. Si la compañía archivará el documento electrónico			X		X				X		X		X		
6.1.3. Los medios para identificar y corregir errores			X	X					X	X			X		
6.1.4. El plazo de validez de la oferta y del precio, en su caso			X	X					X		X		X		
7. Requisitos posteriores a la celebración del contrato	S	N	NP	S	N	NP	S	N	NP	S	N	NP	S	N	NP
7.1. Una vez celebrado el contrato, el usuario tiene acceso a la confirmación documental de la contratación realizada			X	X					X	X			X		
7.2. La confirmación contractual puede ser reproducida			X	X					X	X			X		
7.3. La confirmación contractual se encuentra redactada en idioma oficial.			X	X					X	X			X		

B. Campañas generales y específicas de inspección.

	AIR NOSTRUM			IBERIA			PULLMANTUR			SPANAIR			VUELING AIRLINES		
	S	N	NP	S	N	NP	S	N	NP	S	N	NP	S	N	NP
8. Requisitos de los contratos															
8.1. En el contrato tipo se incluyen cláusulas abusivas o se imponen condiciones particulares para el ejercicio de los derechos			X	X				X			X			X	
8.2. Se informa al consumidor de los mecanismos previstos para hacer valer su derecho de desistimiento			X		X		X			X			X		
8.3. Están claros y accesibles al consumidor, en su caso, los procedimientos para hacer cambios y anulaciones			X		X		X			X			X		
8.4. Existen posibilidades de información sobre el contrato o la forma de realizar quejas/reclamaciones sin coste añadido para el consumidor (por ejemplo, número de tarificación adicional)			X	X			X			X				X	
9. Requisitos sobre información en materia de responsabilidad	S	N	NP	S	N	NP	S	N	NP	S	N	NP	S	N	NP
9.1. Se incluye el anexo sin modificaciones del Reglamento (CE) sobre la responsabilidad de las compañías aéreas por los pasajeros y su equipaje.	X				X			X			X			X	

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

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

La Red de Alerta Europea funciona, con el soporte de la reglamentación comunitaria, como un sistema que trata de garantizar la seguridad de los consumidores europeos, de modo que si un país de la Unión detecta un producto peligroso o sospechoso de revestir peligro, lo pone, a través de la Comisión Europea, en conocimiento del resto de los Estados Miembros.

En nuestro país el Instituto Nacional de Consumo actúa de vértice del sistema y las Comunidades Autónomas prestan sus recursos para localización de los productos cuestionados.

Este sistema, con la aprobación del R.D. 1801/2003 sobre seguridad y la incorporación a la Unión Europea de países nuevos, está sufriendo un notable incremento.

Red de alerta en España: 864

Productos no conformes: 60

Productos con riesgo grave: 804

Red de Alerta Europea: 2012

Productos no conforme: 298

Productos con riesgo grave: 1714

2. Control de calidad de productos de consumo.

- Paralelamente al control de la actuación inspectora de empresas y establecimientos comerciales, la Inspección de Consumo realiza, de forma programada y sistemática, el control de calidad sobre todos los productos y bienes de consumo existentes en el mercado, con el fin de detectar la existencia de adulteraciones, fraudes o incumplimiento de la normativa sobre composición y seguridad.
- En el año 2009, se han analizado 100 productos en CONTROL SISTEMÁTICO.
- Complementariamente al CONTROL SISTEMÁTICO, se han efectuado controles analíticos intensivos, a través de las siguientes CAMPAÑAS NACIONALES Y AUTONÓMICAS de TOMA DE MUESTRAS de los productos relacionados anteriormente.

TOMA DE MUESTRA IDENTIFICACIÓN DE ESPECIES EN PRODUCTOS CÁRNICOS:

A lo largo del año 2008 y 2009 se ha realizado 73 tomas de muestras de productos cárnicos con el fin de comprobar el cumplimiento en la normativa vigente sobre composición de los productos cárnicos, en concreto sobre patés y otros productos de aves, estando normalmente ante dos casos a la hora de buscar un ingrediente:

1º Buscar un ingrediente que no figura en el etiquetado (suplantación de especies), para descartar la adición de carne de especies no declaradas en el etiquetado.

2º Comprobar si existe un ingrediente que figura en el etiquetado (ausencia de especies), para la comprobación de si se está empleando una especie que figura en el etiquetado, normalmente buscaremos oca o pato.

Los productos diana de esta campaña han sido:

- Paté de OCA o de PATO,
 - Salchichas y patés de PAVO
 - Cualquier otro producto de oca, pato o pavo en otra presentación.
- Utilizando para ello, técnicas de detección y análisis de ADN (PCR).
Se ha detectado un 7% de incumplimiento.

TOMA DE MUESTRA PAN ENVASADO:

Se realiza un muestreo de 10 muestras para su análisis produciéndose un resultado de 3 muestras positivas referente a irregularidades en el etiquetado.

TOMA DE MUESTRA LICORES SIN ALCOHOL:

Se realiza un muestreo de 10 muestras para su análisis produciéndose un resultado de 7 muestras positivas, 6 referentes a irregularidades en el etiquetado y 1 referente a aditivos no autorizados en bebidas.

TOMA DE MUESTRA GOLOSINAS:

Se realiza un muestreo de 10 muestras para su análisis produciéndose un resultado de 3 muestras positivas referente a irregularidades en el etiquetado y una de ellas también con presentación comercial del producto no adecuada.

3. 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**.
- A continuación, se recoge el estudio efectuado con las denuncias presentadas con infracción, actuaciones inspectoras y estado de las campañas de control de mercado hasta la fecha actual.

○ N° de Actuaciones Realizadas:	3049 actuaciones
○ N° de Actuaciones Positivas:	748 actuaciones
○ N° de Actuaciones Negativas:	2080 actuaciones
○ Actas de Tomas de Muestras	221 actuaciones

3. Actuaciones en materia de consumo.

CLASIFICACION POR PRODUCTOS O SERVICIOS	CLASIFICACION POR INFRACCIONES	ACTAS POSITIVAS							Actas Negativas	Actas de Tomas de Muestras	TOTAL ACTAS
		Adulteración y fraude en la calidad	Fraude en el peso	Transacciones comerciales	Precios	Normalización y condiciones de venta	Otras infracciones	TOTAL			
PRODUCTOS ALIMENTARIOS	ACEITES Y GRASAS							0	10		10
	PRODUCTOS LACTEOS							0	35	12	47
	PRODUCTOS CARNICOS	2			3	13	2	20	48	5	73
	PRODUCTOS DE PESCA	19				6		25	31		56
	PAN Y PANES ESPECIALES	3			7	12		22	54	10	86
	CONSERVAS	4						4	40	10	54
	VINOS Y LICORES				2			2	26	10	38
	HUEVOS					17		17	20		37
	PRODUCTOS CONGELADOS							0	15		15
	FRUTAS Y HORTALIZAS							0	3		3
	PRODUCTOS ALIMENTICIOS VARIOS	103		1	15	4	3	126	222	40	388

3. Actuaciones en materia de consumo.

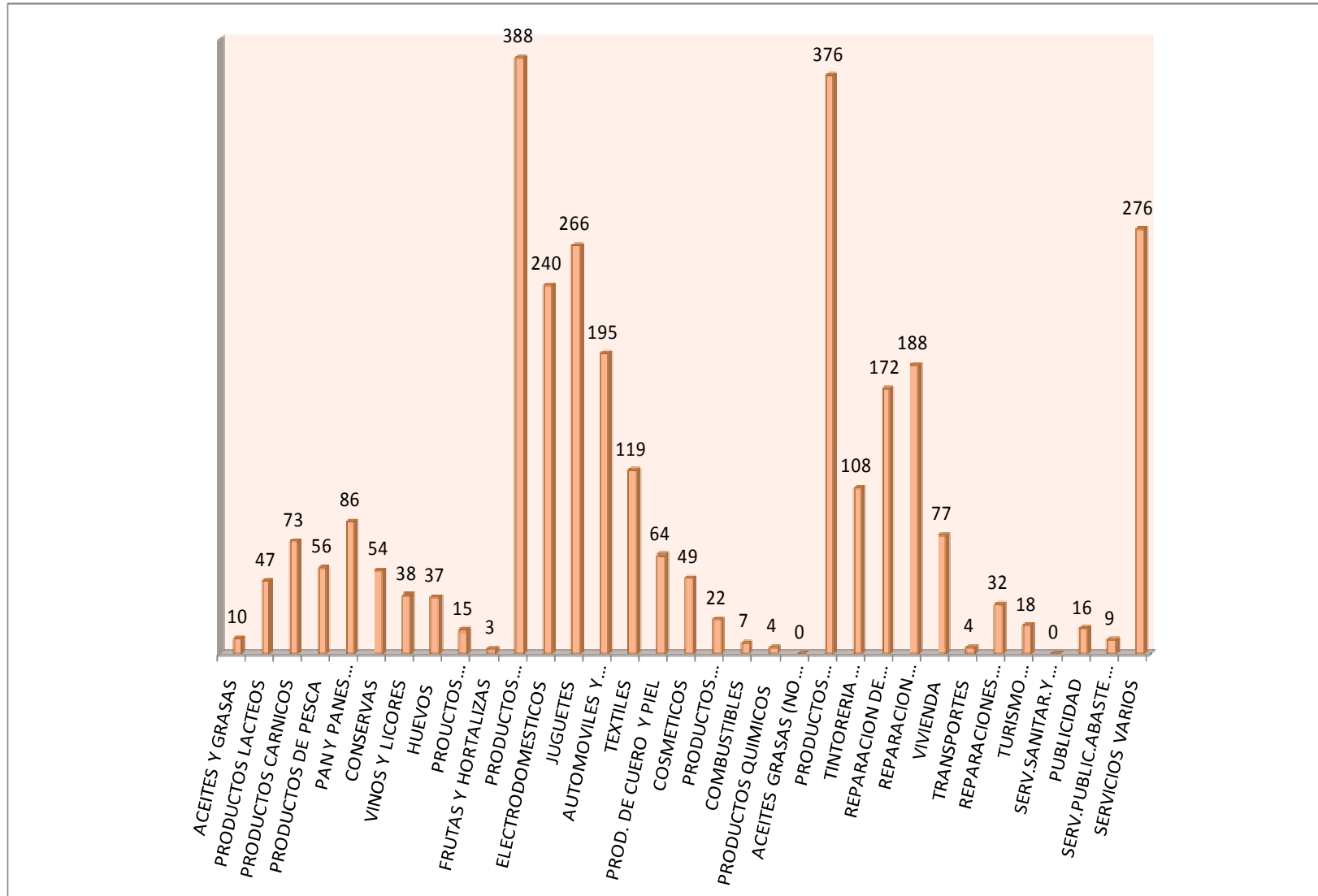
CLASIFICACION POR PRODUCTOS O SERVICIOS	CLASIFICACION POR INFRACCIONES	ACTAS POSITIVAS							Actas Negativas	Actas de Tomas de Muestras	TOTAL ACTAS
		Adulteración y fraude en la calidad	Fraude en el peso	Transacciones comerciales	Precios	Normalización y condiciones de venta	Otras infracciones	TOTAL			
PRODUCTOS INDUSTRIALES NO ALIMENTARIOS	ELECTRODOMESTICOS	22			9	14	12	57	177	6	240
	JUGUETES	7			14	10	4	35	198	33	266
	AUTOMOVILES Y REPUESTOS	3		5	4	25	13	50	145		195
	TEXTILES	4			6	6	8	24	88	7	119
	PROD. DE CUERO Y PIEL	15			7	1		23	28	13	64
	COSMETICOS	1			4		1	6	32	11	49
	PRODUCTOS QUIMICOS USO DOMESTICO							0	22		22
	COMBUSTIBLES					2		2	2	3	7
	PRODUCTOS QUIMICOS	4						4			4
	ACEITES GRASAS (NO C. BOCA)							0			0
	PRODUCTOS INDUSTRIALES VARIOS	40		3	27	4	8	82	238	56	376

3. Actuaciones en materia de consumo.

CLASIFICACION POR PRODUCTOS O SERVICIOS	CLASIFICACION POR INFRACCIONES	ACTAS POSITIVAS							Actas Negativas	Actas de Tomas de Muestras	TOTAL ACTAS
		Adulteración y fraude en la calidad	Fraude en el peso	Transacciones comerciales	Precios	Normalización y condiciones de venta	Otras infracciones	TOTAL			
SERVICIOS	TINTORERIA LAVANDERIA SERV. GENER.	7		2	6	10	3	28	80		108
	REPARACION DE VEHICULOS	10		4	7	14	2	37	135		172
	REPARACION ELECTRODOMESTICOS	21		1	3	7	7	39	149		188
	VIVIENDA				3	10	2	15	62		77
	TRANSPORTES						1	1	3		4
	REPARACIONES VIVIENDAS	2			1		1	4	28		32
	TURISMO (HOTEL, AGEN.VIAJES)				2	3	2	7	11		18
	SERV.SANITAR.Y ASISTENCIAL							0			0
	PUBLICIDAD					10	3	13	3		16
	SERV.PUBLIC.ABASTECIMIENTO					1	3	4	5		9
	SERVICIOS VARIOS	22		5	7	51	16	101	170	5	276
	TOTALES		289	0	21	127	220	91	748	2.080	221

Nota: Esta información reproduce exactamente la facilitada por las Comunidades Autónomas

3. Actuaciones en materia de consumo.





3. JUNTA ARBITRAL DE CONSUMO

MEMORIA 2009

INTRODUCCIÓN

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.
- 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.

Colegios Arbitrales de Consumo de Extremadura

- El colegio arbitral decide sobre el problema planteado y plasma su decisión en el llamado laudo arbitral, que tiene los mismos efectos que una sentencia judicial, es decir su contenido es vinculante para ambas partes. La cuestión decidida no puede volverse a plantear en el arbitraje ni llevarse a la vía judicial, pues ambos sistemas son excluyentes e incompatibles: la vía arbitral excluye la vía judicial. En caso de que el laudo no se cumpla de forma voluntaria, se podrá solicitar su ejecución forzosa ante el Juzgado de Primera Instancia.



Principales interesados del Sistema Arbitral

- Los interesados en el sistema son los consumidores o usuarios y los empresarios o profesionales que comercializan bienes o servicios en el mercado.
- El procedimiento se inicia siempre a instancia del consumidor o usuario que puede presentar directamente la solicitud de arbitraje o hacerlo a través de su Asociación de consumidores y Usuarios u otro representante. A lo largo de él, no obstante, el empresario o profesional puede plantear las pretensiones que tenga frente al consumidor reclamante siempre que estén directamente relacionadas con la reclamación del consumidor al objeto de que sean igualmente resueltas mediante ese arbitraje.
- Hay que tener en cuenta que las reclamaciones entre particulares o aquéllas en las que el reclamante ha adquirido el bien o contratado el servicio en su calidad de empresario o profesional no pueden ser resueltas a través del Sistema Arbitral de Consumo.

Adhesiones al Sistema Arbitral

- La adhesión de una empresa, establecimiento comercial o profesional, es gratuita y se realiza mediante Ofertas públicas de adhesión al Sistema Arbitral de Consumo, mediante la cual aceptan que las reclamaciones de los consumidores que se planteen como consecuencia de su actividad empresarial o profesional se resuelvan a través de este procedimiento extrajudicial y voluntario.
- El uso de este distintivo oficial el empresario o profesional es elemento adicional de calidad, que el empresario o profesional ofrece a los consumidores: la posibilidad de resolver las reclamaciones a través de un procedimiento rápido, eficaz, gratuito y con fuerza ejecutiva.
- Las Juntas Arbitrales, una vez comprobados los datos y realizados los trámites del registro, otorgarán un distintivo oficial de Empresa Adherida para su exhibición en el establecimiento, y que serán incorporadas con el correspondiente número de registro en el Censo Oficial de Empresas Adheridas al Arbitraje de Consumo, debiendo igualmente cumplir el trámite de publicación en el Boletín Oficial que corresponda al ámbito territorial de la Junta Arbitral en cuestión. La oferta pública de adhesión al Sistema arbitral de Consumo es única y deberá dirigirse a la Junta Arbitral que se corresponda con el ámbito territorial en el que la empresa desarrolle principalmente su actividad, comercializando sus bienes o servicios.

- Tanto el alta como la baja del censo de Empresas Adheridas es voluntaria y gratuita, bastando en caso de querer darse de baja, su notificación por escrito a la Junta Arbitral de Consumo a través de la que previamente solicitó su adhesión al Sistema Arbitral de Consumo, con 6 meses de antelación, y la retirada del distintivo del establecimiento comercial.
- En caso de cierre de su negocio, debe comunicarlo a la Junta Arbitral Provincial de Consumo para darlo de baja en el Censo de Empresas Adheridas.

Cómo se tramita el procedimiento arbitral.

SOLICITUD

- Para formalizar una solicitud de arbitraje es necesario cumplimentar y firmar el impreso de solicitud. Esta solicitud se puede formalizar a través de las Asociaciones de Consumidores y Usuarios, de las Oficinas Municipales de Información al Consumidor y las Oficinas Municipales de Información. También se puede presentar, directamente, a la Junta Arbitral de Consumo de Extremadura.
- La Junta Arbitral de Consumo, una vez analizada la solicitud de arbitraje, decidirá si se admite a trámite o, en caso contrario, se explicarán al consumidor las causas por las que no se puede admitir la solicitud.
- Si el empresario o profesional reclamado está adherido al sistema, el presidente de la Junta Arbitral acordará la iniciación del procedimiento arbitral. Si no lo está, se le traslada la solicitud para que en el plazo de 15 días manifieste si acepta resolver el conflicto a través del Sistema Arbitral de Consumo o si rechaza la invitación a utilizar este sistema.

Si el empresario o profesional opta por rechazar la invitación al arbitraje o no contesta en el plazo concedido, se archivará la solicitud sin más trámites, dado el carácter voluntario del Sistema. Si el empresario o profesional opta por aceptar la invitación al arbitraje, desde ese momento se considera iniciado el procedimiento arbitral.

MEDIACIÓN

Una vez admitida la solicitud de arbitraje y salvo que las partes se opongán a la mediación o ésta haya sido intentada antes sin lograr un acuerdo entre ellas, la Junta Arbitral de Consumo a través de los procedimientos que cada una de ellas tenga establecidos intentará que las partes alcancen un acuerdo sin necesidad de contar con la intervención de los árbitros. Los mediadores, al igual que los árbitros, están sujetos en su actuación a los principios de independencia, imparcialidad y confidencialidad. El intento de mediación puede suspender durante un mes el plazo máximo previsto para dictar el laudo (6 meses).

ÓRGANO ARBITRAL

Iniciado el procedimiento arbitral, el Presidente de la Junta por turno de la lista de árbitros acreditados ante la Junta Arbitral de Consumo designará un árbitro o un colegio arbitral para conocer el conflicto.

- Arbitro único.

Se designa:

- o Cuando las partes así lo acuerden
- o Salvo oposición de éstas, cuando lo acuerde el presidente de la Junta Arbitral de Consumo, siempre que la cuantía de la controversia sea inferior a 300 € y que la falta de complejidad del asunto así lo aconseje.

El árbitro único será designado entre los árbitros acreditados propuestos por la Administración pública, salvo que las partes, de común acuerdo, soliciten por razones de especialidad que dicha designación recaiga en otro árbitro acreditado

- Órgano colegiado.

En el resto de los casos, conocerá de los asuntos un colegio arbitral integrado por tres árbitros acreditados elegidos cada uno de ellos entre los propuestos por:

- o la Administración pública,
- o las asociaciones de consumidores y usuarios y
- o las organizaciones empresariales o profesionales.

Los árbitros actuarán de forma colegiada, asumiendo la presidencia el árbitro propuesto por la Administración. No obstante, las partes de común acuerdo podrán solicitar la designación de un presidente del órgano arbitral colegiado distinto del árbitro propuesto por la Administración pública, cuando la especialidad de la reclamación así lo requiera o en el supuesto de que la reclamación se dirija contra una entidad pública vinculada a la Administración a la que esté adscrita la Junta Arbitral de Consumo.

Alegaciones de las partes y audiencia.

A lo largo de todo el procedimiento las partes serán oídas dándoles traslado de todos los documentos, alegaciones o pruebas que se presenten. En particular se les requerirá expresamente para la contestación de la solicitud y para la audiencia, en la que podrán manifestar cuánto estimen conveniente sobre el conflicto existente.

En cualquier momento antes de que finalice la audiencia, las partes podrán modificar o ampliar la solicitud y la contestación, pudiendo plantearse reconvenición frente a la parte reclamante.

El Colegio acordará las pruebas que estime pertinentes bien por propia iniciativa o la de las partes. Cuando las pruebas se acuerden de oficio por el Colegio Arbitral, éstas serán costeadas por la Administración de la que dependa la Junta Arbitral de Consumo. En caso de que se proponga por las partes, el pago de las pruebas será asumido por éstas.

Laudo

- Es la decisión del colegio arbitral designado por el Colegio Arbitral sobre la controversia planteada entre el consumidor y el empresario o profesional. El Procedimiento finaliza con un laudo que como una sentencia judicial resuelve el conflicto y tiene eficacia de cosa juzgada. El Laudo arbitral se decidirá por mayoría de votos, dirimiendo los empates el voto del presidente. El Laudo deberá realizarse por escrito.
- Si las partes llegaran a un acuerdo por sí mismas a lo largo del procedimiento, éste será recogido en un laudo llamado conciliatorio, con el fin de que tenga también la misma eficacia que si de una sentencia judicial se tratase.

Recursos

- Contra el laudo dictado por el Colegio Arbitral sólo cabe el Recurso de Anulación ante la Audiencia Provincial en un plazo de dos meses desde la notificación a los interesados y el Recurso de Revisión, conforme a lo establecido en la legislación procesal para las sentencias judiciales firmes.

Ejecución forzosa

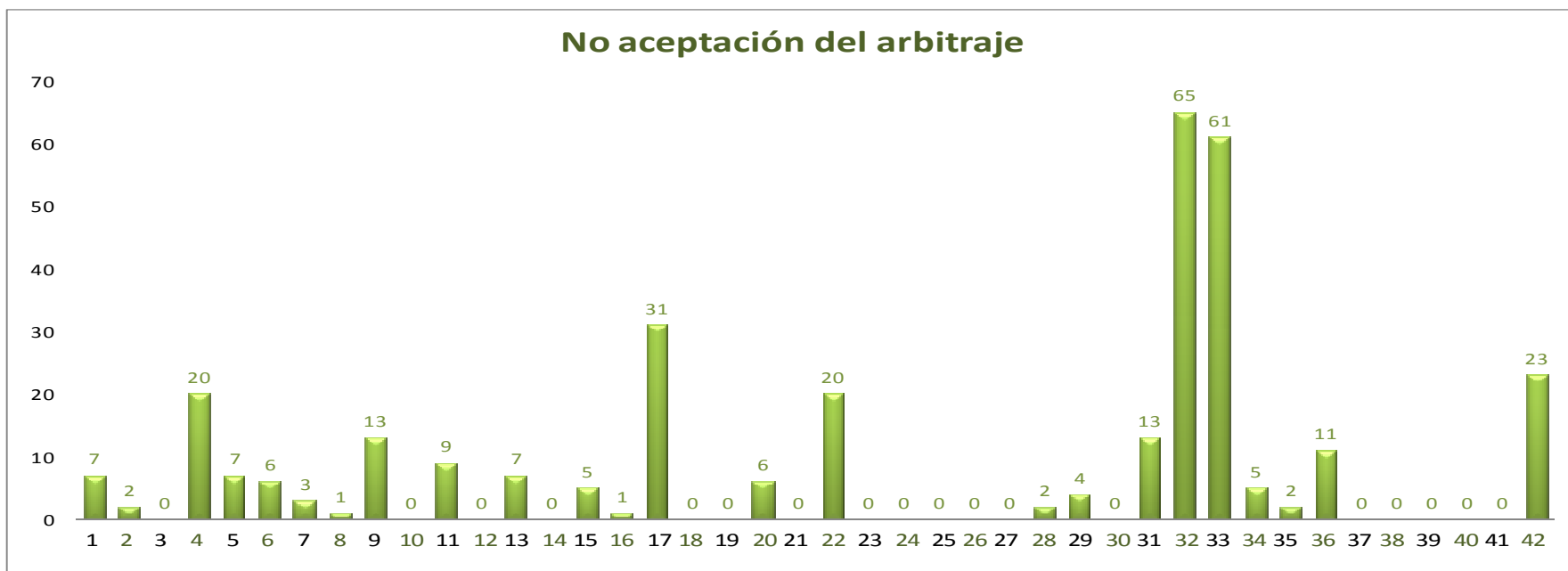
- El Laudo es de obligado cumplimiento por las partes implicadas. Éste debe cumplirse en el plazo señalado en el propio laudo. De no ser así, se puede instar su ejecución forzosa ante el Juez de Primera Instancia del lugar donde se hubiera dictado el Laudo.

Actuación de la JUNTA ARBITRAL DE CONSUMO DE EXTREMADURA en 2009.

- Durante el año 2009, la Junta Arbitral de Consumo de Extremadura ha recibido un total de 1002 solicitudes de arbitraje, procedentes fundamentalmente de las Asociaciones de Consumidores, de los Consumidores y Usuarios (CC y UU) y de Organismos Públicos.

	<u>SOLICITUDES</u>
Solicitudes de arbitraje en trámite:	1219
Pendientes de admisión:	0
Pendientes de designación del Órgano Arbitral:	792
Designado el Órgano Arbitral:	427
Número de solicitudes recibidas:	1332
Presentadas por Asociaciones de Consumidores:	202
Presentadas por CC y UU:	304
Presentadas por Organismos Públicos:	826
Número de solicitudes resueltas:	1012
No admitidas:	45
Admitidas:	967
Trasladadas:	3
Desistimientos:	42
Archivadas (por no aceptación del arbitraje):	324
Archivadas (por otras causas):	32
Resueltas:	566
Por mediación:	127
Por laudo:	439

- o Desglose de solicitudes por sectores, archivadas por no aceptación del arbitraje.



- | | |
|--|---|
| ■ 1 Agencia de viajes | ■ 2 Agua |
| ■ 3 Alimentación/Bebidas | ■ 4 Automóvil reparación |
| ■ 5 Automóviles ventas | ■ 6 Calzado, marroquinería y viaje |
| ■ 7 Compañías de seguros | ■ 8 Correos |
| ■ 9 Electricidad: contratación y suministros | ■ 10 Electricidad: Serv. Asistencia Técnica |
| ■ 11 Electrodomésticos: Serv. Asistencia Técnica | ■ 12 Electrodomésticos: Venta |
| ■ 13 Enseñanza | ■ 14 Farmacia |
| ■ 15 Gas | ■ 16 Hostelería |
| ■ 17 Informática y electrónica: Compra | ■ 18 Informática y electrónica: Reparación |
| ■ 19 Juguetes | ■ 20 Muebles |
| ■ 21 Otros Industriales | ■ 22 Otros Servicios |
| ■ 23 Perfumería | ■ 24 Productos Droguería |
| ■ 25 Reparación hogar | ■ 26 Restauración |
| ■ 27 Ropa, confección y piel | ■ 28 Sanidad Privada |
| ■ 29 Sanidad Pública | ■ 30 Servicios bancarios |
| ■ 31 Servicios Intermediación Financiera | ■ 32 Tele proveedores de Internet |
| ■ 33 Teléfono fijo | ■ 34 Teléfono móvil |
| ■ 35 Televisión de pago | ■ 36 Tintorería |
| ■ 37 Transportes aéreos | ■ 38 Transportes por carretera |
| ■ 39 Transportes por ferrocarril | ■ 40 Venta por correo |
| ■ 41 Vivienda: Arrendamiento | ■ 42 Vivienda: Propiedad |

LAUDOS

Cuantía media de las reclamaciones:	404
Laudos emitidos:	439
En equidad:	430
En derecho:	9
Total:	439
Estimatorios, total o parcialmente:	351
Desestimatorios:	46
Conciliatorios:	42
Total:	439
Conciliación:	42
Unanimidad:	395
Mayoría:	2
Voto Dirimente:	0
Total:	439

Plazo de los laudos desde la designación del Colegio Arbitral a la emisión del Laudo.

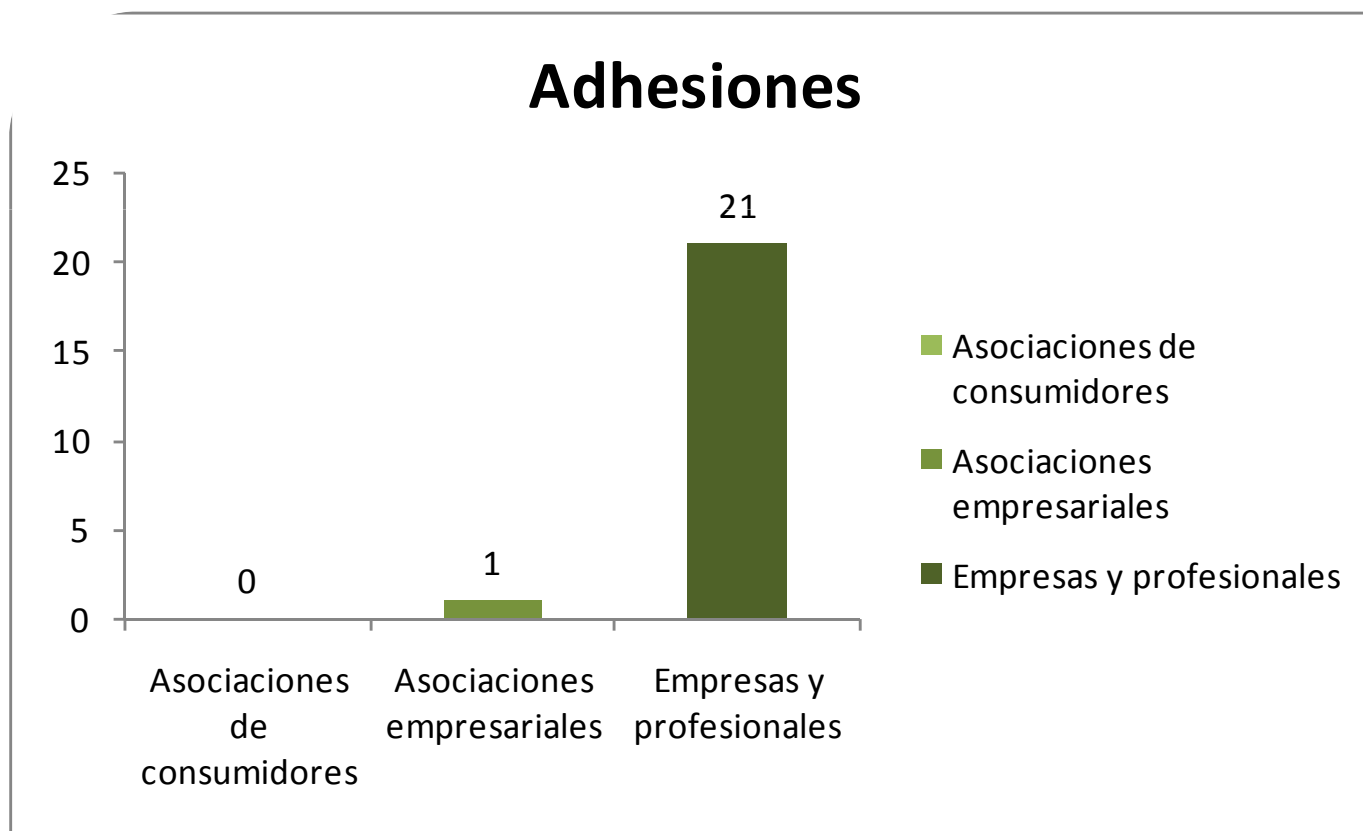
Menos de 1 mes:	0
Mas de 1 Mes:	0
Mas de 2 Meses:	153
Mas de 3 Meses:	213
Mas de 4 Meses:	73
Mas de 5 Meses:	0
Mas de 6 Meses:	0
Total:	439

ADHESIONES

Nuevas adhesiones en el año:

Asociaciones de consumidores:	0
Asociaciones empresariales:	1
Empresas y profesionales:	21
Total:	22

Total de adhesiones a 31 de diciembre de 2009: 2744





4. SECCIÓN DE NORMATIVA

MEMORIA 2009



INTRODUCCIÓN

- El área de normativa del Instituto de Consumo de Extremadura ha llevado a cabo las siguientes tareas durante el periodo laboral de 2009.

1. Normativa Estatal y Europea.

- Como miembro en el grupo de trabajo de normativa de la comisión de cooperación de consumo, ha ocupado las siguientes tareas durante 2009:

Grupo de trabajo de normativa de la comisión de cooperación de consumo:

Análisis e Informe del Anteproyecto de Ley por el que se modifica el régimen legal de la competencia desleal para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios

Revisión y alegaciones al Anteproyecto de Ley por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de consumidores y usuarios

Análisis de la propuesta de Directiva del Parlamento Europeo y el Consejo sobre derechos de los consumidores.

Estudio de la tramitación de Proyecto de Real Decreto por el que se desarrolla la ley 2/2009, de 31 de marzo, por la que se regula la contratación con los consumidores de préstamos o créditos hipotecarios y de servicios de intermediación para la celebración de contratos de préstamo o crédito.

2. Normativa Autonómica.

- Respecto de la normativa autonómica en materia de consumo aprobada en 2009, en cuyos borradores y textos se ha trabajado, resultando las siguientes:

Leyes	<p>Anteproyecto de Ley de los Derechos de los Consumidores y usuarios en materia de telefonía móvil.</p> <p>Alegaciones al Anteproyecto de Ley de Comercio de Extremadura</p>
Órdenes	<p>Orden de 24 de febrero de 2009 por la que se convocan los premios de la fase autonómica del Concurso Escolar sobre Consumo Responsable para el curso escolar 2008-2009.</p> <p>Orden de 18 de diciembre de 2009 por la que se convocan, para el ejercicio 2010, ayudas en materia de consumo para las oficinas municipales y/o comarcales de información al consumidor, en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Extremadura.</p> <p>Orden de 18 de diciembre de 2009 por la que se convocan, para el ejercicio 2010, ayudas en materia de consumo para las Escuelas Municipales Permanentes de Consumo, en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Extremadura.</p>

3. Resoluciones.

- Asimismo, se han publicado las resoluciones que relacionamos a continuación, referidas a la concesión de ayudas y convocados por el Instituto de Consumo de Extremadura.

Ayudas	<p>Resolución de 11 de junio de 2009, del Director General del Instituto de Consumo de Extremadura, por la que se da publicidad a la concesión de ayudas en materia de consumo para las oficinas municipales y/o comarcales de información al consumidor en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Extremadura.</p> <p>Resolución de 15 de octubre de 2009, del Director General del Instituto de Consumo de Extremadura, por la que se da publicidad a la concesión de ayudas en materia de consumo a la Universidad de Extremadura.</p> <p>Resolución de 7 de mayo de 2009, del Director General del Instituto de Consumo de Extremadura, por la que se da publicidad a la concesión de ayudas en materia de consumo para las escuelas municipales permanentes de consumo en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Extremadura.</p>
Licitaciones	<p>Resolución de 29 de diciembre de 2008, de la Dirección General del Instituto de Consumo, por la que se convoca, por procedimiento abierto, la contratación del servicio de asistencia técnica para la "Puesta en marcha de unidad móvil de consumo, Consumo-bus. Campaña 2009". Expte.: ICSE-1/2008.</p> <p>Resolución de 6 de octubre de 2009, de la Dirección General del Instituto de Consumo de Extremadura, por la que se convoca, por procedimiento abierto, la contratación del servicio de "Suministro e instalación para el equipamiento de laboratorio de ensayos físicos-mecánicos en juguetes". Expte.: INCOEX-1/09.</p>

4. Tramitación de procesos de contratación y ayudas.

Prórroga del contrato de servicios “consumo bus” y participación en su comité técnico
Prórroga del convenio con la Universidad de Extremadura sobre ayuda en materia de consumo

5. Consultas jurídicas al Instituto Nacional de Consumo

Se han resuelto las siguientes consultas jurídicas provenientes de oficinas municipales de consumo y administrados.

Contenido	Fecha de entrega
Bolsas ecológicas	10/11/2009
Restricciones técnicas en móviles	12/11/2009

6. Decomisos.

Acuerdos de decomisos, destrucción, retirada del mercado o devolución a origen sobre productos inmovilizados por infringir normativa de consumo:

Empresa	Contenido	Fecha de Acuerdo
Haiguang Wu	Decomiso y destrucción	21/01/2009
FEBEX,S.A.U.	Retirada del mercado	26/02/2009
ESTABLECIMIENTOS DE CALZADOS ZIENTACONES	Destrucción o devolución origen	24/03/2009
CALZADOS ZAMBRANO, S.L.	Destrucción o devolución origen	26/03/2009
Teodoro Hernández Corbacho, ORDIALES, S.A.	Decomiso y destrucción	26/03/2009
ROMERO GUERRERO, S.A.	Retirada del mercado	21/05/2009
XU CHEN	Decomiso y destrucción	17/09/2009
RACHIDA BAHTANI	Decomiso y destrucción	9/11/2009
RACHID, S.L.	Decomiso y destrucción	10/11/2009
Abderrazik Boulouf	Retirada del mercado	12/11/2009
Hermanos Casado Sarti, S.L.	Retirada del mercado	27/11/2009
Hermelinda Portera Gabilán	Retirada del mercado	14/12/2009
M ^a del Mar Gutiérrez Fornelio	Decomiso y destrucción	3/12/2009
	Decomiso y destrucción	3/12/2009

7. Resoluciones de Recursos Administrativos.

Se han resuelto los recursos de alzada que se indican en la siguiente tabla, interpuestos sobre resoluciones sancionadores en materia de consumo.:

Id	Nº Expediente	Órgano firmante	Unidad Periférica	Interesado	Sanción	F Resolución recurso
64	C-187/07	Director General	Cáceres	LIDL SUPERMERCADOS	200,00 €	21/01/09
67	C-021/07	Presidenta	Cáceres	CENPROEX	1.200,00 €	21/01/09
68	C-009/07	Director General	Cáceres	TELYCO S.A.U.	180,00 €	21/01/09
69	C-105/07	Director General	Cáceres	NIZA MÓVILES S.L.	150,00 €	21/01/09
70	C-076/07	Director General	Cáceres	PHONE WAREHOUSE S.L.	200,00 €	26/01/09
71	C-83/07	Director General	Cáceres	NIZA MOVILES S.L.	150,00 €	26/01/09
72	C-75/07	Director General	Cáceres	EURO ELECTRODOMÉSTICOS EXTREMADURA S.L.	200,00 €	26/01/09
73	369/07	Director General	Badajoz	COMUNICACIONES "EL PUERTO" S.L.	100,00 €	26/01/09
74	C-168/07	Director General	Cáceres	MAREXTEL EXTREMADURA S.L.	180,00 €	02/02/09
75	347/07	Director General	Badajoz	María Dolores Mariscal Bueno	300,00 €	02/02/09

7. Resoluciones de Recursos Administrativos.

Id	Nº Expediente	Órgano firmante	Unidad Periférica	Interesado	Sanción	F Resolución recurso
76	C-177/07	Director General	Badajoz	MAREXTEL EXTREMADURA S.L.	240,00 €	26/01/09
78	C-121/07	Director General	Cáceres	ELECTROCASH	150,00 €	02/02/09
79	C-197/07	Director General	Cáceres	LIDL SUPERMERCADOS	180,00 €	29/01/09
80	61/08-C	Director General	Badajoz	MESON EL PORRON	0,00 €	02/02/09
81	10/08-C	Director General	Badajoz	ESTACIÓN DE SERVICIOS NTRA SRA. DE LA PIEDAD	150,00 €	11/02/09
82	314/07	Director General	Badajoz	MODAS EL PARQUECILLO, S.L.	0,00 €	11/02/09
83	C-174/06	Director General	Cáceres	MAXCOLOR	240,00 €	11/02/09
84	C-071/07	Director General	Cáceres	EURO ELECTRODOMÉSTICOS EXTREMADURA, S.L.	300,00 €	11/02/09
85	C-69/07	Director General	Cáceres	JUMP S.L.U. "GAMESTOP"	150,00 €	19/02/09
86	C-049/2008	Director General	Cáceres	FELIPE SALGADO CONEJERO	180,00 €	17/02/09

7. Resoluciones de Recursos Administrativos.

Id	Nº Expediente	Órgano firmante	Unidad Periférica	Interesado	Sanción	F Resolución recurso
87	391-2007-C	Director General	Cáceres	CORONADA FLORES GARCIA	300,00 €	17/02/09
88	C-072/07	Director General	Cáceres	CASTRO SANCHEZ E HIJOS, S.L.	150,00 €	19/02/09
89	C-054/07	Director General	Cáceres	FINCAS LAGO PLASENCIA, S.L.	350,00 €	05/03/09
90	C-281-2007	Director General	Cáceres	HALCON VIAJES S.A	450,00 €	05/03/09
91	C-196-2007	Director General	Cáceres	Idea Plasencia S.L	200,00 €	12/03/09
92	79/2008	Director General	Badajoz	Miguel Angel Baviano Carmona, TEJIDOS BAVIANO	150,00 €	24/03/09
93	92/2008	Director General	Badajoz	CARREFOUR S.A.	300,00 €	31/03/09
94	C-195/07	Director General	Cáceres	CARREFOUR S.A.	300,00 €	06/05/09
95	C-179/07	Director General	Cáceres	MARTINEZ MAURICIO, S.L.	180,00 €	06/05/09
96	C-188-07	Director General	Cáceres	CARREFOUR S.A	400,00 €	5/05/09

7. Resoluciones de Recursos Administrativos.

Id	Nº Expediente	Órgano firmante	Unidad Periférica	Interesado	Sanción	F Resolución recurso
97	54/08-C	Director General	Cáceres	JUN WU WU	600,00 €	05/05/09
98	C-236-2007	Director General	Cáceres	Bonifacio Díaz David	400,00 €	05/05/09
99	C-47-2008	Director General	Cáceres	Maxcolor Extremadura	240,00 €	05/05/09
101	4/2008-C	Presidenta Instituto	Badajoz	Carrefour	600,00 €	05/05/2009
102	101/2008 C	Director General	Badajoz	Francisco Garcia Esperilla	225,00 €	06/06/09
103	C-085/2007	Director General	Cáceres	EUROPA EXCOM, S.L.U.	120,00 €	12/05/09
104	C-191/2007	Director General	Cáceres	TELEFONÍA Y COMUNICACIONES, S.L.	120,00 €	14/05/09
105	C-035/2008	Director General	Cáceres	LIDL SUPERMERCADO SAU	1,20 €	19/05/2009
106	C-1-2008	Director General	Cáceres	Emilio José Pina Agudo	240,00 €	19/05/2009
107	C-233/2007	Director General	Cáceres	Niza Móviles	180,00 €	20/05/2009

7. Resoluciones de Recursos Administrativos.

Id	Nº Expediente	Órgano firmante	Unidad Periférica	Interesado	Sanción	F Resolución recurso
108	C-034-2008	Director General	Cáceres	DIVENE, S.A.	360,00 €	29/10/2009
109	C-071/2008	Director General	Cáceres	PRODUCTO GAMAROSA, S.L.	240,00 €	18/11/2009
110	C-226/2007	Presidenta Instituto	Cáceres	CARREFOUR	2.400,00 €	02/10/2009
111	C-176/2007	Director General	Cáceres	JECONTEL COMUNICACIONES, S.L.		29/10/2009
112	C-221/07	Director General	Cáceres	TELEINFORMÁTICA Y COMUNICACIONES S.A.	180,00 €	10/06/2009
113	66-2008-C	Director General	Badajoz	LIDL SUPERMERCADOS, S.A	500,00 €	15/06/2009
115	C-030/2008	Director General	Cáceres	MAVEN SERVICIOS Y AUTOMOCIÓN, S.L	480,00 €	24/11/2009
116	C-96/2007	Director General	Cáceres	PRODUCTOS GAMAROSA, S.L.	150,00 €	05/03/2009
121	15/2008-C	Director General	Badajoz	RENTING MONTIJO, S.L.	150,00 €	25/11/2009
122	47/2008-C	Director General	Badajoz	Shou Kuang Zheng		01/09/2009

7. Resoluciones de Recursos Administrativos.

Id	Nº Expediente	Órgano firmante	Unidad Periférica	Interesado	Sanción	F Resolución recurso
123	66/2009-C	Director General	Badajoz	TALLERES RAMÓN MUÑOZ E HIJOS, S.L	150,00 €	12/02/2009
124	C-080/2008	Director General	Cáceres	Mª Luisa González Molano	300,00 €	11/05/2009
125	C-102/2008	Director General	Cáceres	Ester Merino Jimenez	150,00 €	25/05/2009
126	C-173/2007	Director General	Cáceres	PHONE WAREHOUSE, S.L	240,00 €	13/02/2009
127	C-080/2008	Director General	Cáceres	María Luisa González Molano	300,00 €	22/01/2009
128	C-172/2007	Director General	Cáceres	LIDL SUPERMERCADOS, S..A.U	180,00 €	03/02/2009
129	005/2008-C	Director General	Badajoz	LIDL SUPERMERCADOS, S.A.	600,00 €	25/08/2009
130	105/2008-C	Director General	Badajoz	CARREFOUR	600,00 €	23/07/2009
131	C-107/2008	Director General	Cáceres	Electrom. Blazq	400,00 €	07/09/2009
132	124/2008-C	Director General	Badajoz	Stradivarius	150,00 €	21/07/2009

7. Resoluciones de Recursos Administrativos.

Id	Nº Expediente	Órgano firmante	Unidad Periférica	Interesado	Sanción	F Resolución recurso
133	131/2008-C	Director General	Badajoz	Digital sur	100,00 €	10/09/2009
134	C-221/2007	Director General	Cáceres		180,00 €	10/06/2009
135	140/2008-C	Director General	Badajoz		450,00 €	03/08/2009
136	189/2008-C	Director General	Badajoz	BSH Electrodomesticos España, SA	300,00 €	15/09/2009
137	050/2009-C	Director General	Badajoz	Modas el parquecillo	150,00 €	05/11/2009
138	066/2009-C	Director General	Badajoz	LIDL SUPERMERCADOS, S.A.	1.100,00 €	10/06/2009
139	C-98/2008	Director General	Cáceres	Peluqueria Saray	250,00 €	30/09/2009
140	11/2009-C	Presidenta	Badajoz	ELECTROCASH	3.005,07 €	10/03/2009

8. Sanciones.

Durante el periodo 2009 se han incoado en las Inspecciones Provinciales de Badajoz y Cáceres los siguientes expedientes sancionadores.

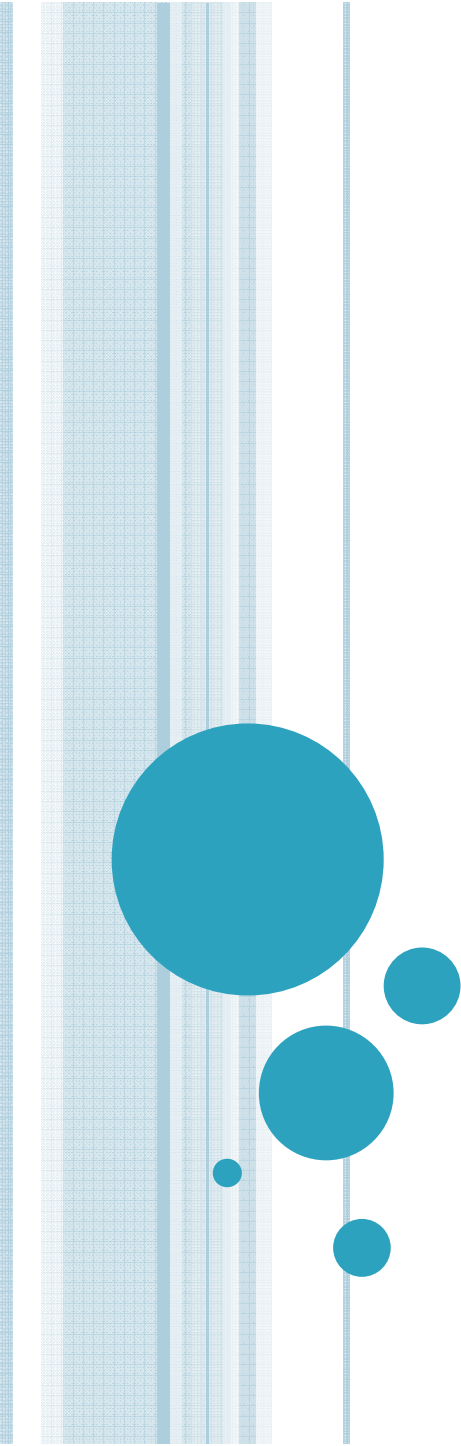
En la Inspección provincial de Badajoz se incoaron 207 expedientes sancionadores derivados de la detección de posibles infracciones en materia de consumo, de los tipos que se detallan a continuación:

Estadística 2009 por Infracciones	
Infracción	Nº Infracciones
Adulteración y fraude en la calidad	80
Fraude en el peso	0
Transacciones comerciales	5
Irregularidad en los precios	21
Normalización y condiciones de venta	31
Otras infracciones	70
Total	207

8. Sanciones.

En la Inspección Provincial de Cáceres se incoaron 204 expedientes sancionadores derivados de la detección de posibles infracciones en consumo, según la siguiente clasificación:

Estadística 2009 por Infracciones	
Infracción	Nº Infracciones
Adulteración y fraude en la calidad	105
Fraude en el peso	2
Transacciones comerciales	0
Irregularidad en los precios	10
Normalización y condiciones de venta	71
Otras infracciones	16
Total	204



5. ACTIVIDADES DE INFORMACIÓN, FORMACIÓN Y EDUCACIÓN

MEMORIA 2009



INTRODUCCIÓN

- La Sección de educación y formación del Instituto de Consumo de Extremadura 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.

1. Jornadas.

- Durante el año 2009 se han celebrado en nuestra Comunidad Autónoma de Extremadura la “Jornada sobre la protección del consumidor en el ámbito financiero y de la inversión”.
- En cuadradas dentro del Plan de Información, Formación y Educación en materia de consumo 2007-2009 interadministrativo entre la Comunidad Autónoma de Extremadura y el Instituto Nacional de Consumo, concretamente en el Plan de Educación Financiera para profesionales.
- La misma se ha destinado a los profesionales de consumo que trabajan en la administración Estatal, Autonómica, local y de las Asociaciones de Consumidores
- La localidad donde se han desarrollado ha sido en Mérida (Badajoz), concretamente el día 27 de mayo de 2009.
- Los ponentes participantes fueron:
 - D^a Begoña Outomuro Pérez de la Dirección General de Seguros y Pensiones, del Ministerio de Economía y Hacienda.
 - D. Julio Gil Dolz letrado Asesor del Banco de España
 - D. Santiago Escudero Ossorio, de la Comisión del Mercado de Valores

El total de participantes ha sido de 47 personas, aunque se inscribieron más de 50 personas.

2. Congresos.

- El pasado día 24 de Noviembre se celebró en Mérida el II Congreso de Consumo de Extremadura, al que asistieron alrededor de 200 personas, entre técnicos, personal de las diferentes organizaciones de consumidores y usuarios.
- Tras la inauguración oficial, a cargo del Excmo. Sr. Presidente de la Junta de Extremadura, se llevó a cabo una ponencia inaugural por parte de D. Francisco Lamonedá Díaz, Presidente de la Junta Arbitral de Extremadura y miembro de la Real Academia de Legislación y Jurisprudencia.
- Seguidamente se pasó a las Mesas de debate integradas por tres profesionales especializados sobre en cada materia a tratar: la contratación financiera, la vivienda, la publicidad e información precontractual y los contratos de servicios turísticos. Dadas las características de las Mesas, el Congreso estuvo orientado tanto a los técnicos de consumo como a los consumidores interesados en conocer los entresijos de tantas cláusulas que hoy en día se firman ó se aceptan sin conocer casi nada del compromiso que conllevan.
- Este II Congreso de Consumo se celebró gracias a la gran acogida de la primera edición del año pasado y a la estrecha colaboración entre el Instituto de Consumo y las diferentes asociaciones de protección de los derechos de los consumidores de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

3. Cursos.

- Realización del curso de “Formador de Formadores 2” para profesionales de consumo de la administración local, autonómica y central. Encuadrado dentro del Plan de Formación Continua Interadministrativo 2009 entre la Comunidad Autónoma de Extremadura y el Instituto Nacional de Consumo

4. Talleres.

- Con motivo de la celebración del 15 de marzo, Día Mundial de los derechos del Consumidor y con el lema “Con más conciencia, más inteligencia y más sentido”, se realizaron en la localidad de Miajadas, el día 13 de marzo actividades encaminadas a dar una información acorde y veraz sobre el consumo responsable.
- El reparto de los talleres fue el siguiente:
 - Durante la mañana de 10:00 a 14:00 h.
 - Talleres para escolares:
 - Consumo, Medioambiente y Salud.
 - Talleres para adultos:
 - Ahorro, Receta electrónica y Dependencia.
- Durante la tarde:
 - Juego de la Oca Saludable para niños:
 - 17:30-18:30 en la Plaza España
 - Talleres Ecológicos de ADENEX
 - 17:30 en la Plaza España
 - Proyección de Película
 - 20:30 en la Casa de la Cultura “Masa Solís”

5. Concursos.

- Nuevamente se ha realizado por parte del Instituto de Consumo de Extremadura el Concurso Escolar 2008/2009, sobre Consumo Responsable CONSUMÓPOLIS 4 “¿Qué hacemos en nuestro tiempo libre?”, para jóvenes escolarizados en el Tercer Ciclo de Primaria y Primer y Segundo Ciclos de Enseñanza Secundaria Obligatoria de centros educativos de la región en sus dos fases de participación la Autonómica y la Nacional
- A nivel Nacional en esta edición tampoco se obtuvo premio por parte de los participantes extremeños.
- El pasado día 11 de junio, se ha realizado en Mérida la entrega de premios del concurso escolar 2008/2009 sobre Consumo Responsable, Consumópolis 4
- Al referido acto asistieron los equipos ganadores junto con sus familiares, profesores coordinadores, directores de los centros educativos y compañeros de cursos.
- La entrega de premios fue realizada por el Director General de Calidad y Equidad Educativa y el Director General del Instituto de Consumo de Extremadura.

5.1. Consumópolis IV.

El resultado del Concurso y premiados ha sido:

GANADORES FASE AUTONÓMICA CONSUMÓPOLIS 4	EQUIPO	PROFESOR COORDINADOR	CENTRO EDUCATIVO
TERCER CICLO ENSEÑANZA PRIMARIA 1º PREMIO	Los Gasparines 2	Pedro Tasmonte Pulido	C.P. Manuel J. Romero (Los Santos de Maimona)
PRIMER CICLO E.S.O 1º PREMIO Desierto			
SEGUNDO CICLO E.S.O. 1º PREMIO	Los Elementines	Mª Coronada Toro Gordillo	IES Puerta de la Serena (Villanueva de la Serena)
2º PREMIO	Los Secundarios	Antonio Calatrava Gutiérrez de Tena	Colegio Claret (Don Benito)
3º PREMIO	Los Acidetes	Antonio Calatrava Gutiérrez de Tena	Colegio Claret (Don Benito)

6. Teléfono del Consumidor.

- HORARIO PRESTACION SERVICIO:
- Lunes a Sábado de 9:00 a 21:00, incluidos festivos locales pero no nacionales y autonómicos.
- Numero Telefónico: 902402777
- Operadores asignados: 1 en turno de 9:00 a 15:00 y otro en turno de 15:00 a 21:00
- Total llamadas recibidas año 2009: 1898
- Tipología de las llamadas:

Consulta no referidas a consumo	18,12%
Consulta sobre Consumo	31,23%
Quejas	0,34%
Denuncia	0,27%
Reclamación	16,82%
Reclamación - Denuncia	3,09%
Otros	26,36%
Informativa	3,64%
Extraprovinciales	0,14%

- Desglose llamadas sobre Consumo

SERVICIOS AFECTADOS POR CONSULTAS O RECLAMACIONES

SERVICIOS	% LLAMADAS
S. Pr. Energía	23.6
S. Telecomunicaciones	37.26
R. Departamento de aguas	1.8
S. Reparaciones de vehículos	12
S. Transporte Aéreo	2.07
S. Int. Monetaria	4.7
Seguros	4.3
S. Inmobiliarios	3.1
S. Comerciales	10.9

LLAMADAS POR ACTIVIDAD

ESTABLECIMIENTOS	%LLAMADAS
Compañías de seguros	2.5
Banco	4.3
Concesionarios de automóviles	3
Distribuidor	14.6
Prestador servicios	7.9
Venta redes eléctricas	1.9
Zapaterías	1.2
Hipermercados	1.1
Minoristas	3.7
Fabricante	1.1
SAT	3.6
Servicios telefónicos	17
Taller de automóviles	5.6
Tiendas de electrodomésticos	2.2

7. Revista de la red de educación del consumidor.

- La RED de Educación del Consumidor es un proyecto estable (con vocación de continuidad en el tiempo) que persigue de forma prioritaria aunar esfuerzos, compartir experiencias y recursos, elaborar materiales didácticos conjuntamente y hacer que fluya la información, adecuadamente, entre las comunidades autónomas miembros y desde éstas a los centros escolares, grupos de profesores/as participantes en la RED, con la colaboración de los ayuntamientos adheridos (especialmente a través de las OMIC) y de las asociaciones de consumidores.
- Publicación de la revista de la red de educación del consumidor año 2009, número 12 revista de divulgación de temas en educación del consumidor, enviada a las diferentes OMICs, Asociaciones, Colegios, E.P.C y Direcciones Generales de Educación.

8. Campaña de Navidad

- Con motivo de poder informar a la población a través de diferentes medios ante la inminente fechas de las fiestas navideñas y su consecuente exceso de publicidad y marketing de las grandes empresas con la finalidad de provocar un desenfrenado estímulo al consumo, el Instituto de Consumo de Extremadura puso en marcha una campaña de publicidad para facilitar información en general sobre distintos temas y recomendaciones generales, bajo el lema “¿Navidad Compulsiva? o ¿Navidad Compartida?” (abarcando compras diversas, fiesta fin de año y juguetes).
- Los medios de comunicación que se utilizaron fueron cuñas de radio (dos tipos diferente), divulgación en prensa de la región, sobre los temas principales compras, fiesta fin de año y juguetes.
- Edición una serie de postales con motivos navideños y una breve explicación con consejos de consumo responsable sobre los temas mencionados en el punto anterior.
- Los centros donde se realizó el reparto de carteles y dípticos así como la guía del juguete fueron:
 - Direcciones Generales o Servicios de las distintas Comunidades Autónomas que se ocupan de los temas de Consumo
 - Direcciones Generales de las distintas Consejerías
 - OMICs registrada de Extremadura
 - Asociaciones de Consumidores y Usuarios de Extremadura
 - Escuelas Permanentes de Consumo de Extremadura
 - Centros Mancomunados del Consorcio Extremeño de Información al Consumidor
 - Órganos Periféricos del instituto de Consumo de Extremadura
 - Buzoneo por las todas las poblaciones extremeñas .

8. Campaña de Navidad




A la hora de comprar juguetes, ¡mucho ojo!

Antes de elegir un juguete, recuerda que todos deben contener la marca CE, nombre, marca y razón social del producto, así como tener las instrucciones y advertencias de uso en castellano.

Presta especial atención a la edad y madurez del niño y al posible uso que se le pueda dar, para no poner en peligro su seguridad o la de terceras personas.

Valora los contenidos de los juegos y sus aspectos educativos.

¡felices fiestas!
enviala..., sigue la cadena

 JUNTA DE EXTREMADURA



Estas Navidades, ¡haz números!


Compra con antelación: conseguirás mejores precios.

Adecua tu nivel de gasto a tus posibilidades económicas reales.

Recuerda: los derechos y las garantías de los consumidores son los mismos en cualquier época del año.

Comprueba la calidad y la fecha de caducidad del producto antes de adquirirlo.

¡felices fiestas!
enviala..., sigue la cadena

 JUNTA DE EXTREMADURA

¡Elige un videojuego seguro!

Selecciona el que más se adapte a la edad y personalidad del usuario al que va destinado, especialmente si es menor.

Exige que cumpla con el Código PEGI:


fíjate en los indicadores de edad:

3 7 12 16 18

y en los indicadores de contenido:


discriminación lenguaje ofensivo
 drogas sexo
 miedo juego
 juegos online violencia

¡felices fiestas!
enviala..., sigue la cadena

 JUNTA DE EXTREMADURA

Queridos Reyes Magos de Oriente:

¡Felices Navidades!
Cuando escribas nuestra carta, tened en los dedos...
Por una Navidad responsable y responsable.



9. Plan estratégico para 2010.

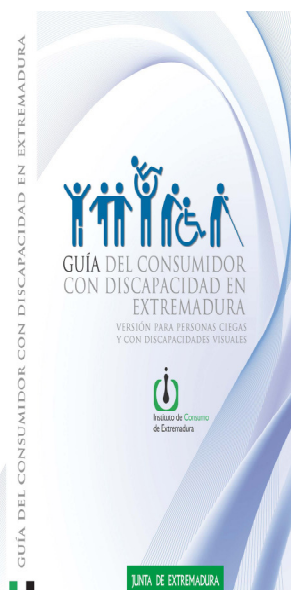
- Presentación el día 11 de junio de la edición del próximo Concurso Escolar 2009/2010 sobre Consumo Responsable Consumópolis5, Y tú, ¿de qué vas? A mi me va el consumo responsable.
- Subvenciones OMICs, Asociaciones de consumidores y Escuelas Permanentes de Consumo.
- Realización de cursos para los profesionales de consumo de la administración, central, local y autonómica, sobre diferentes temas de consumo, estas acciones formativas están encuadradas dentro del Plan de Formación continua interadministrativo 2010 organizadas y realizadas entre Comunidad Autónoma de Extremadura y el Instituto Nacional de Consumo.
- Celebración día Mundial de la Persona Consumidora en Navalmoral de la Mata.

10. Normativa específica.

- Decreto 44/2008, de 28 de marzo, por el que se establecen las bases reguladoras de las subvenciones a otorgar por la Vicepresidencia Primera y Portavocía de la Junta de Extremadura en materia de consumo.
- Orden de 15 de enero de 2008 por la que se convocan para el año 2008 ayudas en materia de consumo para las oficinas municipales y/o comarcales de información al consumidor en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- Resolución de 10 de noviembre de 2008, de la Dirección General del Instituto de Consumo de Extremadura, por la que se da publicidad a la concesión de ayudas en materia de consumo para las oficinas municipales y/o comarcales de información al consumidor, en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- Orden de 14 de julio de 2008 por la que se crea el Registro de Escuelas Municipales Permanentes de Consumo.
- Orden 3 de septiembre de 2008 por la que se convocan ayudas en materia de consumo para las Escuelas Permanentes de Consumo en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- Resolución de 25 de noviembre de 2008, de la Dirección General del Instituto de Consumo de Extremadura, por la que se da publicidad a la concesión de ayudas en materia de consumo para las Escuelas Permanentes de Consumo, en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- Resolución de 30 de mayo de 2008, de la Dirección General de Consumo, por la que se hace público el fallo del Jurado de los premios del concurso “Consumópolis 3”
- Orden de septiembre de 2008 por la que se convocan premios relacionados con la protección defensa e información del consumidor y usuario en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- Resolución de 14 de noviembre de 2008, del Director General del Instituto de Consumo de Extremadura, sobre concesión de premios relacionados con la protección, defensa e información del consumidor y usuario en el ámbito de la C
- Orden de 29 de diciembre de 2008 por la que se convocan para el año 2009 ayudas en materia de consumo para las oficinas municipales y/o comarcales de información al consumidor en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- Orden 29 de diciembre de 2009 por la que se convocan ayudas en materia de consumo para las Escuelas Permanentes de Consumo en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

11. Guía del Consumidor con Discapacidad en Extremadura.

- Las personas con discapacidad constituyen un sector de población heterogéneo, pero todas tienen en común que, en mayor o menor medida, precisan de garantías suplementarias para vivir con plenitud de derechos o para participar en igualdad de condiciones que el resto de ciudadanos en la vida económica, social y cultural del país.
- La Constitución Española, en su artículo 14, reconoce la igualdad ante la ley, sin que pueda prevalecer discriminación alguna. A su vez, el artículo 9.2 de la Ley Fundamental establece que corresponde a los poderes públicos promover las condiciones para que la libertad y la igualdad de las personas sean reales y efectivas, removiendo los obstáculos que impidan o dificulten su plenitud, así como el artículo 10 de la Constitución, de los derechos y deberes fundamentales, que establece la dignidad de la persona como fundamento del orden político y de la paz social; facultando a las Comunidades Autónomas en el artículo 148.1.20 para que asuman competencias en materia de asistencia social. Respecto a las personas con discapacidad el artículo 49 de la Constitución Española establece que los poderes públicos realizarán una política de previsión, tratamiento, rehabilitación e integración de las personas con discapacidad física, sensorial y psíquica, a los que prestarán la atención especializada que requieran y los ampararán especialmente para el disfrute de los derechos que la propia norma suprema otorga a todos los ciudadanos de forma que permita su completa realización personal y su total integración social.



11. Guía del Consumidor con Discapacidad en Extremadura.

- Una de las dificultades con las que dichas personas tienen que enfrentarse en la vida cotidiana está constituida por las barreras u obstáculos que se encuentran en las vías públicas, edificios públicos y privados, medios de transporte, medios de comunicación social y que impiden su total integración en la sociedad, con los consiguientes perjuicios de toda índole que se les ocasionan.
- La Asamblea de Extremadura aprobó el *23 de abril de 1987 la Ley de Servicios Sociales de la Comunidad Autónoma de Extremadura*, en cuyo Artículo 12 dispone que el Servicio Social especializado promoverá toda una serie de medidas encaminadas a eliminar obstáculos en las vidas de las personas con discapacidad, haciéndose necesario crear un marco unitario que regule todas las medidas tendentes a eliminar progresivamente y de manera definitiva las barreras que impiden a las personas que padecen alguna limitación, el pleno disfrute de sus derechos de ciudadanos constitucionalmente reconocidos.
- En la *LEY 6/2001, de 24 de mayo, del Estatuto de los Consumidores de Extremadura*, en su Artículo 5 contempla a los ciudadanos discapacitados como un colectivo de especial protección, y por ello, serán objeto de actuaciones específicas en el marco de lo dispuesto en la presente Ley.
- El Consejo de Gobierno Extraordinario de 2008 instó al Instituto de Consumo de Extremadura a elaborar y difundir herramientas que hicieran posible la efectiva incorporación de las personas con alguna discapacidad al consumo normalizado de cualquier aspecto de su vida cotidiana. Por ello, en colaboración con CERMI Extremadura, el Observatorio Estatal de la Discapacidad, ASCAPAS (Asociación Cacereña de Padres y Amigos de los Sordos), FEXAS (Federación Extremeña de Asociaciones de Personas Sordas) FEAFES (Federación Extremeña de Asociaciones de Familiares y Personas con Enfermedad mental), se ha realizado la presente Guía.
- Con la publicación de esta guía impresa que se complementa con un DVD (versión para PC) confeccionado en dos formatos; uno con audio específico para personas ciegas y con discapacidad visual, y otro con una versión de contenidos para otras discapacidades, ambos inclusive en el mismo DVD, y cuyo contenido engloba y desarrolla nueve grandes bloques que se especifican a continuación:
 - 1. LA ACCESIBILIDAD EN EL MEDIO URBANO.
 - 2. LA ACCESIBILIDAD EN LA EDIFICACIÓN.
 - 3. LA VIVIENDA ACCESIBLE.
 - 4. ACCESIBILIDAD EN EL TRANSPORTE.
 - 5. AYUDAS TÉCNICAS.
 - 6. EL TURISMO ACCESIBLE Y EL OCIO.
 - 7. MEDIDAS FISCALES DE APOYO A LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD Y SUS FAMILIAS.
 - 8. ORGANIZACIONES DE CONSULTAS Y RECLAMACIONES, PROCEDIMIENTOS Y DIRECCIONES DE INTERÉS.
 - 9. BIBLIOGRAFÍA-FUENTES DOCUMENTALES, LEGISLACIÓN Y PÁGINAS DE INTERÉS.
- La distribución de la misma se va a realizar en un total de 80 puntos de nuestra Comunidad Autónoma entre los que se encuentran múltiples asociaciones, organismos e instituciones de la Administración Pública y privada, con el fin de que ellos a su vez lleven a cabo una distribución entre las diferentes sedes que las componen en algunos casos, esperando que llegue al mayor número de personas interesadas. Además de una distribución específica para la ONCE.

11. Guía del Consumidor con Discapacidad en Extremadura.

- A groso modo comentar que en ella se recogen LAS NORMAS Y LOS CRITERIOS DE ACCESIBILIDAD en el medio urbano, en la vivienda, en los transportes y las instalaciones de ocio y turismo, con lo que creemos que se está ofreciendo a este sector de población una importante ayuda que sin duda ha de servir para profundizar en el ejercicio de una tutela de sus derechos como consumidores marcando una tendencia para el futuro que no ha de acabar con esta publicación.
- Entre las múltiples situaciones tratadas, consideramos esencial, potenciar la accesibilidad universal y eliminación de barreras que garanticen desde el diseño, el acceso a todos los bienes de consumo y a la prestación de servicios. Es importante considerar, el acceso a la Sociedad de Información y a las Nuevas Tecnologías, fomentando y exigiendo al amparo de la Ley, la accesibilidad de las páginas web. Pero siendo importante el acceso, no lo es menos la seguridad que han de incorporar los productos para consumidores con discapacidad.



- Con su edición tratamos de tomarle el pulso a la realidad del consumidor con discapacidad, repasando las demandas más frecuentes que como ciudadanos de pleno derecho demandan al resto de la sociedad. Pretendiendo hacer más extensible el cumplimiento de la legalidad vigente en nuestra Comunidad Autónoma, dotándole de la información necesaria para que puedan sentirse sujetos activos de pleno derecho.
- Esperamos que esta guía contribuya a difundir esos derechos “invisibles” y sobre todo a difundir e impregnar en la sociedad normalizada el cambio necesario que nos permita sentir irritación colectiva ante la discapacidad socialmente ignorada y calladamente sufrida.

12. Plataforma de Formación MOODLE.

"MOODLE" es una plataforma virtual interactiva, adaptada a la formación y empleada como complemento o apoyo a la tarea docente en multitud de centros de enseñanza en todo el mundo.

Según la RESOLUCIÓN de 1 de diciembre de 2008, de la Presidenta del Instituto de Consumo de Extremadura, por la que se aprueba el Plan de Formación del Instituto de Consumo de Extremadura para el periodo 2008-2009, en 2009 los cursos que se han impartido a través de esta plataforma han sido:

- Curso de Moodle
- Inspección Básica de Consumo
- Introducción a la Resolución de Conflictos en Materia de Consumo
- Organización de Sistemas de Información de Consumo. Archivo y Documentación
- Procedimiento General de Toma de Muestras en la Inspección de Consumo
- Curso de SIGLO

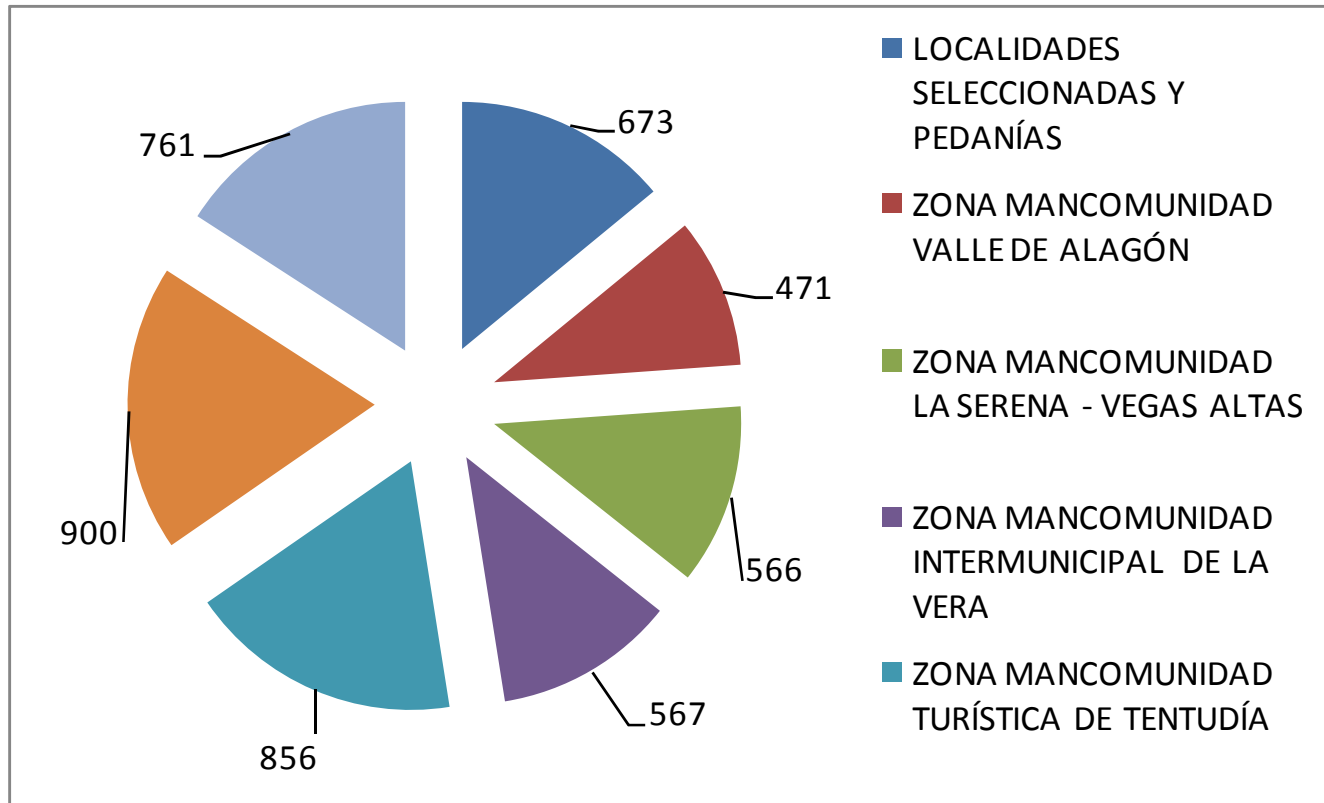
13. ConsumoBUS.

- **TOTAL VISITAS AL CONSUMOBÚS – 2009.**

Se han realizado un total de 4794 visitas de un conjunto de localidades., divididas en las siguientes zonas:

TOTAL VISITAS AL CONSUMOBÚS	
LOCALIDADES SELECCIONADAS Y PEDANÍAS	673
ZONA MANCOMUNIDAD VALLE DE ALAGÓN	471
ZONA MANCOMUNIDAD LA SERENA - VEGAS ALTAS	566
ZONA MANCOMUNIDAD INTERMUNICIPAL DE LA VERA	567
ZONA MANCOMUNIDAD TURÍSTICA DE TENTUDÍA	856
ZONA MANCOMUNIDAD SIERRA SUROESTE	900
OTRAS LOCALIDADES	761
TOTAL VISITAS	4794

13. ConsumoBUS.



13. ConsumoBUS.

Un total de 33 localidades se han visitado con el ConsumoBUS en 2009.

Población
Mérida
Coria
Puebla de Argeme
Rincón del Obispo
Casar de Cáceres
Miajadas
Alonso de Ojeda
Casar de Miajadas
Jerez de los Caballeros
Castuera
Calzadilla
Huélaga
Montehermoso
El batán
Valrío
Villar de Rena
Valdivia
Navalvillar de Pela
Orellana la Vieja
Campanario
La Haba
Tejada de Tiétar
Jarandilla

Población
Losar de la Vera
Villanueva de la Vera
Madrigal de la Vera
Jaraíz de la Vera
Fuente de Cantos
Fuentes de León
Bienvenida
Monesterio
Calera de León
Segura de León
Bodonal de la Sierra
Fregenal de la Sierra
Higuera la Real
La Bazana
Valle de Santa Ana
Valle Matamoros
Zahínos
Barcarrota
Alconchel
Olivenza
Pueblonuevo del Guadiana
Badajoz



CONSORCIO EXTREMEÑO DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

MEMORIA 2009

INTRODUCCIÓN

El Consorcio Extremeño de Información al Consumidor es una entidad de Derecho Público con personalidad jurídica propia, creada mediante firma de un convenio de colaboración entre la Consejería de Sanidad y Consumo de la Junta de Extremadura y la Mancomunidad de Municipios Tajo-Salor y las Mancomunidades de Sierra de Jerez, Montijo y Comarca, La vega, Villuercas Jara-Ibores, Campiña Sur, San Marcos y la Vera.

Objetivos:

- Facilitar el acceso de los sectores de población más desfavorecidos a los recursos existentes en materia de consumo.
- Poner en marcha líneas de actuación especializada dentro de la problemática existente en su campo de actuación.
- Fomentar el consumo racional y saludable.
- Facilitar el intercambio de información entre los sectores implicados.
- Crear y poner en marcha Centros Mancomunados de Consumo en cada una de las Áreas de Consumo que se definen en el Anexo I del Convenio, como mecanismo de mediación que facilite solucionar de manera rápida, clara y eficaz las reclamaciones de los consumidores.
- Fomentar los recursos existentes en materia de defensa de los consumidores.
- Declaramos como línea general de actuación del Consorcio Extremeño de Información al Consumidor la gestión de una intervención global dirigida a facilitar el acceso de los sectores de población más desfavorecida a los recursos que las administraciones intervinientes en el mismo desarrollan en materia de consumo, así como la de fomentar un consumo responsable, racional y saludable a través de dos áreas principales:
 - 1. Formación – Información.
 - 2. Atención Directa al consumidor.

1. Formación – Información.

Información

DIFUSION DE LOS SERVICIOS del Consorcio Extremeño de Información al Consumidor.

CALENDARIO DE RUTAS

- Se establece un *calendario de rutas y horarios de atención al público* en todos los municipios que conforman las mancomunidades y fijados de antemano con la colaboración de sus respectivos alcaldes y según las necesidades de cada localidad.
- Así mismo, los calendarios predeterminados hasta ahora, sufrirán la reestructuración oportuna en base a la adhesión de las nuevas mancomunidades y, por tanto, la ampliación de municipios a los que prestar nuestro servicio.

CONSOLIDACIÓN DE LA PAGINA WEB DEL CONSORCIO www.masamano.com

ADHESIÓN DE NUEVAS MANCOMUNIDADES

- Tras la puesta en funcionamiento del Consorcio Extremeño de Información al Consumidor, en el año 2007, actualmente se mantiene la misma estructura por áreas, viéndose ampliadas algunas de estas áreas por nuevas Mancomunidades según addenda de adhesión de 27 de octubre de 2008:
 - Mancomunidad de Municipios Zona Centro.
 - Mancomunidad de Municipios Gadiana.
 - Mancomunidad de Municipios Tentudia.
 - Mancomunidad de Municipios La Serena-Vegas Altas.
- Según la citada adhesión, se ha procedido durante el primer trimestre del presente año a prestar los servicios del Consorcio Extremeño de Información al Consumidor en dos de las citadas mancomunidades:
 - Área 1, Mancomunidad Zona Centro, con sede en Miajadas.
 - Área 6, Mancomunidad Sierra de Tentudía, con sede en Monasterio.

1. Formación – Información.

Información

SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL RENDIMIENTO DE LOS CMC

- Trimestralmente, los CMC remiten a la Gerencia una **memoria de actuaciones** realizadas durante ese período tanto de formación como de información y **un registro de expedientes** de atención, para llevar a cabo un seguimiento continuo y funcional de los mismos.

CONSOLIDACIÓN DEL PROGRAMA INFORMÁTICO DE GESTIÓN INTEGRAL EN MATERIA DE CONSUMO.

- **APLICACION “SIGLO”**
- El objetivo fundamental de dicha aplicación es automatizar los procesos de gestión, estadísticas y análisis de datos en materia de consumo.
- Se trata de un Sistema Integral de Gestión que nos permite conocer en tiempo real toda la información relativa a los expedientes que se están tramitando, teniendo acceso desde cualquier punto de la Comunidad Autónoma al estado actual de tramitación de dichos expedientes, así como conocer toda la documentación aportada gracias a la digitalización de la misma.
- Dicho programa también nos permite la unificación de criterios de gestión y de actuación que repercute en una mayor calidad del servicio prestado.

DISEÑO DEL PROGRAMA INFORMÁTICO DE GESTIÓN INTEGRAL EN MATERIA DE CONSUMO.

- **APLICACION “SIGLO”. FORMACIÓN/INFORMACIÓN.**
- *Se está desarrollando en la aplicación un apartado que nos permita conocer toda la información relativa a las actuaciones de formación e información llevadas a cabo por el Consorcio Extremeño de Información al Consumidor así como el registro de las mismas, Campañas de difusión en materia de consumo, estudios realizados a través del Observatorio de consumo y registro de la formación continua de los trabajadores.*
- *Seguimos trabajando en el diseño de este apartado, a la espera de una maqueta de prueba por parte de la empresa que se encarga de la gestión y mantenimiento de la aplicación.*
- *Respecto al apartado de reclamación/demanda, mencionar que todas las reclamaciones se encuentran registradas en esta aplicación y se trabaja online con la misma.*

1. Formación – Información.

Información

DIFUSIÓN DE LAS ACTUACIONES REALIZADAS POR LOS CMC EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

CMC LA VERA

1º trimestre

- **Charlas informativas sobre temas de consumo, semanalmente en Punto Radio Jaraiz:** Rebajas de Enero, Electricidad, Tintorerías, Aeropuertos, Sistema Arbitral de Consumo, Vivienda, Conmemoración del Día Mundial de los Derechos de los Consumidores, Reunificación de Créditos, Información comercial...

2º trimestre

- **Charlas informativas sobre temas de consumo, semanalmente en Punto Radio Jaraiz:**
 - 15/04/09 TDT.
 - 21/04/09 Productos Light.
 - 28/04/09 Red de alertas.
 - 06/05/09 Técnicas de decoración corporal.
 - 12/05/09 y 19/05/09 Compra de vehículos nuevos y usados.
 - 27/05/09 Canal Extremadura: Centros de Estética.
 - 01/06/09 Centros de bronceado.
 - 03/06/09 Centros de bronceado.
 - 09/06/09 Electricidad.
 - 17/06/09 Gafas de sol.

- 30/06/09 Acciones preferentes.
- **Aparición en prensa:** información sobre la Televisión Digital Terrestre (periódico Extremadura y Hoy); información sobre los posibles fraudes del gas y advertencias a la hora de su revisión y contratación (periódico Hoy).

3º trimestre

- **Entrevista en Radio Moraleja** sobre el encendido digital (31 de Agosto).
- **Charlas informativas sobre temas de consumo, en Canal Extremadura Radio:**
 - 8 de Julio: Acciones Preferentes.
 - 14 de Julio: Bono social de electricidad.
 - 15 de septiembre: La vuelta al cole.
 - 23 de septiembre: Derechos y Deberes del consumidor.
 - 29 de septiembre: Plan Renove.
- **Aparición en prensa:** información sobre el período de Rebajas (31 de Agosto), encendido digital (7 de julio), la vuelta al cole (28 de Agosto), (periódico Hoy). 31 de Agosto.

1. Formación – Información.

Información

DIFUSIÓN DE LAS ACTUACIONES REALIZADAS POR LOS CMC EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

CMC LA VERA

4º trimestre

- **Charlas informativas sobre temas de consumo, semanalmente en Punto Radio Jaraiz:** Carta de derechos del usuario de telecomunicaciones (6 y 14 de octubre), SAT (27 de octubre), Consumo Bus (4 de noviembre), Seguros (10 de noviembre), Loterías (24 de noviembre), Compra de Juguetes (2 de diciembre), Consumo Responsable en Navidad (9 de diciembre), Trucos de la publicidad (16 de diciembre) ...
- **Aparición en prensa sobre temas de interés o actualidad en materia de consumo:** Nota de prensa en el periódico HOY sobre la campaña navideña “*Compra con Criterio*”.
- **Programa de radio Canal Extremadura:** Compras navideñas (2 y 9 de diciembre).

CMC SIERRA DE JEREZ

1º trimestre

- **Entrevistas puntuales en Radio Jerez sobre temas de actualidad:** Electricidad Sevillana Endesa, Telefonía Móvil...
- **Canal Extremadura Radio:** Electricidad Sevillana Endesa, Conmemoración del Día Mundial de los Derechos de los Consumidores...

- **Difusión en el Gabinete de prensa de la Mancomunidad:** Rebajas de Enero, Información sobre la nueva facturación eléctrica, Conmemoración del Día Mundial de los Derechos de los Consumidores...
- **TV Localia Jerez:** Electricidad Sevillana Endesa.
- **TV España directo:** Electricidad Sevillana Endesa.
- **TV Esta Mañana:** Electricidad Sevillana Endesa.
- **Entrevista en Radio Oliva y Radio Higuera:** Electricidad Sevillana Endesa.

2º trimestre

- **Entrevistas puntuales en Radio Jerez sobre temas de actualidad:** Consejos para el verano, mantener en orden la nevera, prevención de la ola de calor, etc. (realizado el 24 de junio).
- **Canal Extremadura Radio:** “Campaña de información sobre Televisión Digital Terrestre” (realizado el 26 junio).
- Desde el **gabinete de prensa de la Mancomunidad**, se envió a todos los medios de comunicación una nota de prensa sobre el Encuentro que se realizó en Jerez, “**FORO POR LA PAZ**”, realizado el 29 de Abril de 2009, así como una nota de prensa sobre la campaña informativa sobre la TDT.
- **Entrevista en Radio Higuera:** sobre nueva tarificación de electricidad a partir del 1 de Julio. (24 junio)

1. Formación – Información.

Información

DIFUSIÓN DE LAS ACTUACIONES REALIZADAS POR LOS CMC EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

CMC SIERRA DE JEREZ

3º trimestre

- **Entrevistas puntuales en Radio Jerez sobre temas de actualidad:** Bono social (8 de julio), ahorro de energía y agua (26 de agosto), compras por impulso (16 de septiembre) y revisiones de gas (24 de septiembre).
- **Radio Oliva:** revisiones de gas (25 de septiembre).
- **Radio Higuera de la Real:** saluda de fiestas (9 de septiembre).
- **Aparición en prensa:** desde el gabinete de prensa de la Mancomunidad se facilita información sobre el **Plan Renove de Extremadura 2009**. (agosto). Esta noticia ha sido recogida en “regiondigital.com” y en “extremaduraaldia”.
- También se envía una noticia sobre las revisiones seguras de las instalaciones de gas que se publica en “regiondigital.com” el día 24 de septiembre.
- Aparición en la **Revista de Fiestas de Higuera la Real** con motivo de las fiestas. (agosto).

4º trimestre

- **Entrevistas puntuales en Radio Jerez sobre temas de actualidad:** Alimentación sana y saludable (6 de octubre), Cómo y donde reclamar (27 de octubre), Recomendaciones en la compra de juguetes (17 de noviembre), Compras navideñas (22 de diciembre).
- **Difusión en el Gabinete de prensa de la Mancomunidad:** Recomendaciones para las navidades.
- **Entrevista en Radio Oliva:** Recomendaciones para las navidades (23 de noviembre).
- **Aparición en prensa:** noticia informativa sobre recomendaciones para la navidad de la revista FEMPEX.

1. Formación – Información.

Información

DIFUSIÓN DE LAS ACTUACIONES REALIZADAS POR LOS CMC EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

CMC VALLE DEL ALAGON

1º trimestre

- **Charlas informativas sobre temas de consumo, semanalmente en Radio Montehermoso:** Rebajas, Alimentación, Electricidad, Seguridad infantil, Información sobre las Hojas de reclamaciones, noticias de interés o actualidad de consumo...

2º trimestre

- **Charlas informativas sobre temas de consumo, semanalmente en Radio Montehermoso:**
 - El Agua (15 de Abril).
 - Seguridad y Salud en el trabajo, con motivo del Día Mundial el 28 de abril (29 de Abril).
 - Noticias de Consumo (6 de mayo).
 - Telecomunicaciones, con motivo del Día Mundial el 17 de mayo. (13 de mayo).
 - Protección Solar (20 de mayo).
 - Tabaco, con motivo del Día Mundial el 31 de mayo (27 de mayo).
 - Electricidad (3 de junio).
 - Medio Ambiente con motivo del Día Mundial el 5 de junio (10 de junio).

○ **Canal Extremadura TV:**

- Entidades financieras y sobreendeudamiento de las familias (20 de abril).
- Rebajas (24 de junio).

3º trimestre

- **Charlas informativas sobre temas de consumo, semanalmente en Radio Montehermoso:**
 - Televisión Digital Terrestre (1 de julio).
 - Viajes Combinados (8 de julio).
 - Liberalización del Sector Eléctrico (15 de julio).
 - Videojuegos con motivo del Día Mundial de la Juventud el 12 de Agosto (29 de agosto).

1. Formación – Información.

Información

DIFUSIÓN DE LAS ACTUACIONES REALIZADAS POR LOS CMC EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

CMC VALLE DEL ALAGON

4º trimestre

- **Charlas informativas sobre temas de consumo, semanalmente en Radio Montehermoso:** Consumo bus (7 de octubre), Día mundial de la Alimentación (14 de octubre), ahorro energético en calefacciones (28 de octubre), seguridad en las calefacciones (4 de noviembre), qué hacer en caso de pérdida o robo de teléfonos móviles (11 de noviembre), actualidad de consumo (18 de noviembre), apagón de la televisión analógica (2 de diciembre), juegos y juguetes (9 de diciembre), compras navideñas (16 de diciembre).
- **Canal Extremadura Radio:** Temporada de rebajas, Derechos y obligaciones. (23 de diciembre).

CMC LA SERENA-VEGAS ALTAS

1º trimestre

- **Charlas informativas sobre temas de consumo en la Emisora Municipal de Navalvillar de Pela (Programa “El Doblao”):** Presentación de la nueva sede en Villanueva de la Serena, Presentación del Estudio de Hábitos de Consumo, Información sobre las nuevas tarifas eléctricas, Tintorerías, Viajes Combinados...
- **Canal Extremadura TV:** Difusión de los servicios que presta el Consorcio Extremeño de Información al Consumidor.

2º trimestre

- **Charlas informativas sobre temas de consumo en la Emisora Municipal de Navalvillar de Pela (Programa “El Doblao”):**
 - 15 de abril: Tarifas Eléctricas.
 - 6 de Mayo: Residuos Urbanos.
 - 20 de Mayo: Revisiones de gas.
 - 25 de Junio: TDT.
 - 30 de Junio: Rebajas.
- **Canal TV Santa Amalia:** Difusión consorcio y el CMC de la Mancomunidad de Gadiana.

3º trimestre

- **Charlas informativas sobre temas de consumo en la Emisora Municipal de Navalvillar de Pela (1 de julio).**

4º trimestre

- **Punto Radio:** Alimentación saludable.
- **Canal Extremadura Radio:** Gas, Hipotecas.

1. Formación – Información.

Información

DIFUSIÓN DE LAS ACTUACIONES REALIZADAS POR LOS CMC EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

CMC TAJO SALOR

3º trimestre

- **Aparición en prensa sobre temas de interés o actualidad en materia de consumo:** Nota de prensa a todas las localidades de la mancomunidad sobre rebajas de invierno, Difusión de una Campaña de Consumo Responsable en Navidad...
- **Bando municipal en los ayuntamientos sobre las revisiones de Gas.**
- **Web:** www.navasdelmadrono.es y www.piedrasalbas.es.

4º trimestre

- **Canal Extremadura Radio:** Venta ambulante (14 de octubre).

GERENCIA

1º trimestre

- Seguimiento y actualización de noticias de actualidad e interés en materia de consumo, así como de las acciones y/o servicios que se prestan en nuestra página **web:** www.masamano.com.

2º trimestre

- Seguimiento y actualización de noticias de actualidad e interés en materia de consumo, así como de las acciones y/o servicios que se prestan en nuestra página **web:** www.masamano.com.
- **Canal Extremadura Radio:** Garantías (13/06/2009).

3º trimestre

- Seguimiento y actualización de noticias de actualidad e interés en materia de consumo, así como de las acciones y/o servicios que se prestan en nuestra página **web:** www.masamano.com.
- **Canal Extremadura Radio:** Seguros y Fondos de pensiones (04/07/2009) y Banca (25/07/2009).

1. Formación – Información.

Información

DIFUSIÓN DE LAS ACTUACIONES REALIZADAS POR LOS CMC EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

GERENCIA

4º trimestre

- Seguimiento y actualización de noticias de actualidad e interés en materia de consumo, así como de las acciones y/o servicios que se prestan en nuestra página web: www.masamano.com.

CAMPIÑA SUR

1º trimestre

- **Charlas informativas sobre temas de consumo, semanalmente en Radio Azuaga FM:** Información a tener en cuenta en la Cuesta de Enero, Dietas y Productos milagro, Piercings y Tatuajes, Electricidad y Gas, Comercio electrónico, Consejos para la celebración del Carnaval, Conmemoración del Día Mundial de los Derechos de los Consumidores, Garantías en la venta de bienes de consumo, Derechos de los consumidores y usuarios, Ahorro de agua...
- **Aparición en prensa puntualmente: Azuaga Información:** Campaña de rebajas, Celebración del segundo aniversario de la puesta en marcha del CMC.

CAMPIÑA SUR

2º trimestre

- **Aparición en prensa puntualmente: Azuaga Información:**
 - Campaña de Protección solar (01/05/2009).
 - “Atención a las Hipotecas” (1 de abril).
 - “Los servicios financieros, dónde reclamar” (1 de junio).
- **Canal Extremadura Radio:** “Talleres de reparación de vehículos” 12/05/2009.
- **Radio Azuaga FM:** revisiones de gas (12/05/2009).

3º trimestre

- **Radio Azuaga FM:**
 - 09/07/2009; Rebajas.
 - 02/09/2009; Plan Renove.
 - 03/09/2009; Vuelta al Cole.

1. Formación – Información.

Información

DIFUSIÓN DE LAS ACTUACIONES REALIZADAS POR LOS CMC EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

CMC CAMPIÑA SUR

- **Onda Cero Fregenal:**
 - 30/06/2009 I Fase del plan nacional de transición a la TDT.
 - 02/07/2009: Eléctricas.
 - 03/07/2009: Rebajas.
 - 25/08/2009; Plan Renove.
 - 14/09/2009; La Vuelta al Cole (Onda Cero Fregenal).
- **Canal Extremadura Radio y Cadena Cien – Radio Hornachos:** vuelta al cole (2 de septiembre).
- **Radio Interior-La Moraleja:** vuelta al cole (4 de septiembre).
- **Aparición en prensa:**
- **“Azuaga- Información” y periódico HOY** de un artículo sobre la I Fase del plan nacional de transición a la TDT (1 de julio), la vuelta al cole (1 de septiembre).
- **Periódico Extremadura:** vuelta al cole (7 de septiembre).
- **Libro de Ferias y Fiestas** de Agosto de 2009 de Azuaga y La Cardenchoa, editado por el Ayuntamiento de Azuaga.
- **Aparición web con información sobre la vuelta al cole:**
 - Publicación digital en Extremadura al Día (1 de septiembre).
 - Publicación digital en Europa Press (6 de septiembre).
 - Publicación digital en Yahoo Noticias (6 de septiembre).
 - Publicación digital en el periódico Extremadura (7 de septiembre).
 - Publicación digital en región- digital.com (7 de septiembre).

4º trimestre

- **Charlas informativas sobre temas de consumo, semanalmente en Radio Azuaga FM:** “Anticípate a la Navidad” (1 de Diciembre).
- **Aparición en prensa puntualmente: Azuaga Información:** Adelántate a la Navidad (noviembre), Derecho de desistimiento respecto a las empresas de educación a distancia (diciembre). * También se envía informe a todos los ayuntamientos.
- **Canal Extremadura Radio:** Localidades que conforman la Mancomunidad (1 de octubre), Servicios de Asistencia Técnica (28 de octubre), TDT (16 de diciembre).

1. Formación – Información.

Información

DIFUSIÓN DE LAS ACTUACIONES REALIZADAS POR LOS CMC EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

CMC TENTUDÍA

1º trimestre

- **Charlas informativas sobre temas de consumo, semanalmente en *Radio Monesterio FM*:** Difusión de los servicios que presta el Consorcio y la presentación del nuevo CMC, Información sobre las nuevas tarifas eléctricas...
- **Aparición en prensa puntualmente: *Monesterio Información*.**
- **Web: Región digital, hoy digital, CEDECO digital.**

2º trimestre

- **Charlas informativas sobre temas de consumo, semanalmente en *Radio Monesterio FM* y *Onda cero Fregenal*:**
 - 11/05/2009; Presentación del Centro Mancomunado de Consumo y sus técnicos.
 - 12/05/2009; Canal Extremadura Radio.
 - 12/05/2009; Alerta de Gas.
 - 02/06/2009; Revisiones de Gas.
 - 30/06/2009; I Fase del Plan Nacional de Transición a la TDT.

•23/06/2009; I Fase del Plan Nacional de Transición a la TDT.

Aparición en prensa puntualmente: *Monesterio Información*: “Presentan más de un centenar de reclamaciones por el recibo de la luz”. (junio)

HOY: “I Fase del Plan Nacional de Transición a la TDT” (junio)

Web: Región digital, hoy digital, CEDECO digital.

3º trimestre

- **Charlas informativas sobre temas de consumo, semanalmente en *Radio Monesterio FM*:**
 - 02/07/2009; Rebajas.
 - Onda cero Fregenal*:**
 - 14/09/2009; La Vuelta al Cole.
 - 03/07/2009; Rebajas.
 - 25/08/2009; Plan Renove.
 - 02/07/2009; Eléctricas.
- **Canal Extremadura Radio y Cadena Cien-Radio Hornachos:** vuelta al cole (02/09/2009).

1. Formación – Información.

Información

DIFUSIÓN DE LAS ACTUACIONES REALIZADAS POR LOS CMC EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

CMC TENTUDÍA

- **Radio Interior-La Moraleja:** vuelta al cole (04/09/2009).
- **Aparición en prensa:**
- **Periódico Extremadura:** Vuelta al cole (Septiembre).
- **Revista Juvenil “Sebarrunta”,** editada desde el Programa de Infancia y Familias de la Mancomunidad de Tentudía: artículo de presentación de los servicios del Consorcio.
- **Aparición web con información sobre la vuelta al cole:**
 - 01/09/2009; publicación digital en Extremadura al Día
 - 03/09/2009; publicación digital en Radio Fuentes de León
 - 06/09/2009; publicación digital en Europa Press
 - 06/09/2009; publicación digital en Yahoo Noticias
 - 07/09/2009; publicación digital
 - 07/09/2009; publicación digital región- digita.com

4º trimestre

- **Charlas informativas sobre temas de consumo, semanalmente en Radio Monesterio FM:** Anticípate a la Navidad (2 de diciembre), Ley de protección de datos (9 de diciembre).
- **Onda Cero Fregenal:** Derecho de desistimiento (13 de noviembre) y anticipáte a la Navidad (23 de noviembre).
- **Canal Extremadura Radio:** Localidades que conforman la mancomunidad (1 de octubre), Servicios de Asistencia Técnica (28 de octubre), TDT (16 de diciembre).
- **Aparición en prensa puntualmente: Monesterio Información:** publicaciones periódicas en la revista juvenil **SEBARRUNTA:** consejos antes de decorarte el cuerpo, piercing y tatuajes (octubre y noviembre), Plan Renove y Anticípate a la navidad (diciembre).
- **Web:** Derecho de desistimiento (11 y 20 de noviembre).

1. Formación – Información.

Información

DIFUSIÓN DE LAS ACTUACIONES REALIZADAS POR LOS CMC EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

CMC VILLUERCAS-IBORES-JARA

2º trimestre

- Programa de radio en **Canal Extremadura Radio**: “Etiquetado de Productos” (20 mayo).

CMC GUADIANA

2º trimestre

- Entrevista en directo en la **COPE**. Don Benito, 30 de Abril.

CMC LACARA SUR

3º trimestre

- **Aparición en prensa** con artículos en materia de consumo: TDT, Liberalización del sector ibérico, carta de derechos del usuario de telecomunicaciones.

4º trimestre

- **Navalvillar de Pela Radio**: Obesidad infantil (7 de octubre), Etiquetado de alimentos (28 de octubre), Comercio electrónico (11 de noviembre), Banca (25 de noviembre), Talleres de reparación de automóviles (2 de diciembre).

1. Formación – Información.

Formación

ELABORACIÓN Y DISEÑO DE LA MALETA DIDÁCTICA

- “Talleres de Educación del Consumidor II”

Desde el Consorcio Extremeño de Información al Consumidor nos encontramos trabajando en la elaboración de nuevos talleres para la publicación de la segunda edición de la **maleta didáctica** denominada “*Talleres de Educación del Consumidor II*” como herramienta de trabajo de formación en consumo para el curso escolar 09/10.

CONMEMORACIÓN DE LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS. 15 DE MARZO.

- Con motivo de la Conmemoración de los Derechos de las personas consumidoras se celebró el pasado día 13 de Marzo, en la localidad de Miajadas, una jornada lúdica sobre temas de consumo con el desarrollo de actividades bajo el lema “Consumir con más consciencia, inteligencia y, por supuesto, sentido común”.
- Por la mañana se realizaron talleres didáctico-prácticos en materia de consumo destinados tanto a escolares (consumo, medio ambiente y salud) como a personas adultas (formas de ahorro, receta electrónica y dependencia) a cargo de los técnicos de las Escuelas Permanentes de Consumo, Consorcio Extremeño de Información al Consumidor, Ciudades Saludables, Asociaciones Locales, OMICs y distintas Asociaciones de Consumidores.
- Por la tarde, también se realizaron talleres a cargo de ADENEX y un divertido Juego de la Oca para todos los niños presentes.
- Para finalizar, tuvo lugar una representación teatral a cargo de la compañía “TAPTC Teatro”.

1. Formación – Información.

Formación

CONSUMOBUS

- El Instituto de Consumo de Extremadura tiene, entre otros fines, el de promover la protección y defensa de los consumidores y usuarios y fomentar la formación e información de los mismos dentro del ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- En base a todo ello, el Instituto de Consumo de Extremadura considera necesario y conveniente la realización de una acción formativa-informativa por distintos municipios de la Comunidad Autónoma, que sirva de apoyo a los recursos ya disponibles y existentes en nuestra Comunidad Autónoma, con el fin de que el consumidor conozca sus derechos así como las distintas instituciones que trabajan a favor de los mismos.
- Al tratarse de una acción formativo-informativa se hace necesario que la misma presente un contacto directo con el consumidor en sus distintos puntos de residencia, permitiéndole al mismo la posibilidad de aprender e informarse in situ. Por ello, se plantea la necesidad de que se revista bajo la forma de una **UNIDAD MOVIL (CONSUMOBUS)** en el que los distintos elementos utilizados sirvan de reclamo para el consumidor.
- Desde el Consorcio Extremeño de Información al Consumidor, hemos colaborado estrechamente con el Instituto de Consumo en este proyecto, en la elaboración y diseño del material educativo e informativo, seguimiento y evaluación del mismo, así como otras cuestiones técnicas del mismo a través de la creación de una Comisión de Seguimiento.
- Para más información, visitar la web: <http://consumobus.ddtel.info>.

1. Formación – Información.

Formación

ELABORACIÓN DE TRÍPTICOS INFORMATIVOS Y DIFUSIÓN DE LOS MISMOS.

- Liberalización del Mercado eléctrico (TUR y Bono Social).
- Campaña informativa sobre Televisión Digital Terrestre.

IV PLAN JUVENTUD

- Apoyo y colaboración en la evaluación del IV Plan de Juventud a través de la realización de cuestionarios para jóvenes participantes en las actividades, así como para los técnicos responsables de las mismas. Mencionar que las acciones o medidas de consumo se encuadran dentro del tercer eje de responsabilidad cívica.

EVALUACION PIOMEX

- Apoyo y colaboración en la evaluación del III PIOMEX, de la Consejería de Igualdad y Empleo del Instituto de la mujer a través de la realización de cuestionarios que reflejen las acciones que desde el Consorcio se dirigen a colectivos de mujeres.

ESTUDIO SOBRE HÁBITOS DE COMPRA DE GAFAS DE SOL

- En colaboración con el INCOEX se desarrolla esta campaña basada en encuestas sobre hábitos de compra de gafas de sol.
- El estudio se ha realizado a través de los CMC que conforman el Consorcio Extremeño de Información al Consumidor para determinar los hábitos de compra de gafas de sol de la población extremeña. Se llevó a cabo durante los meses de Julio y Agosto en el ámbito geográfico de actuación del Consorcio Extremeño de Información al Consumidor.
- Se recogieron un total de 330 encuestas.

1. Formación – Información.

Formación

PROTOCOLO DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE COMPAÑÍAS DE TRANSPORTE AEREO: PAGINAS WEB.

- En colaboración con el INCOEX se desarrolla esta campaña de inspección y control de compañías aéreas que operan en nuestra comunidad autónoma través de la información que éstas facilitan a través de su página web.
- Las compañías observadas para tal efecto fueron: Pullmantur, Spanair, Iberia, Air Nostrum y Vueling Airlines.

PROGRAMA DE RADIO: CONSUMIR ES VIVIR.

- *Para conocer nuestros derechos como consumidores de una forma divertida.*
- *Radio-teatro, entrevistas y actualidad, todo mezclado con humor e información.*
- CONSUMIR ES VIVIR, es un programa de divulgación sobre consumo responsable, patrocinado por el Instituto de Consumo de Extremadura, escrito por Javier Llanos y realizado por TAPTC? TEATRO.
- Ante la necesidad de acercar a los consumidores la información necesaria sobre sus derechos, y también sus deberes, de una forma amena y distendida pero no por ello carente de rigor, **TAPTC? TEATRO** crea un programa de radio donde las dramatizaciones se convierten en ejemplos prácticos, en casos concretos que reflejan situaciones comprometidas para ser analizadas en cada emisión.
- Esta experiencia se inició en el mes de abril con un programa de 30 minutos de duración, y desde sus inicios, desde el Consorcio Extremeño Información al Consumidor colaboramos en la participación de las entrevistas y programas de radio.
- Sus características principales son el uso del humor y la aparición de distintos personajes, miembros de una familia extremeña, que plantean a los técnicos del Instituto de Consumo de Extremadura sus problemas cotidianos relacionados con el consumo.
- CONSUMIR ES VIVIR se emite los sábados de 9 a 10h, en Canal Extremadura Radio, la radio pública extremeña.
- Dispone de un contestador telefónico gratuito, **900 38 2000** y de un correo electrónico:
consumiresvivir@canalextramadura.es
- De igual forma, los programas se pueden volver a escuchar en **<http://radio.canalextramadura.es>** ó en **www.incoex.org**

1. Formación – Información.

Formación

Programas emitidos durante este período:

- 25/04/2009 Presentación del Instituto de Consumo.
- 02/04/2009 Sobreendeudamiento, compras a plazos...
- 09/05/2009 Compras fuera del establecimiento habitual.
- 16/05/2009 Talleres de Reparación de automóviles.
- 23/05/2009 Etiquetado.
- 30/05/2009 Centros de estética.
- 06/06/2009 Electricidad.
- 13/06/2009 Garantías.
- 20/06/2009 Viajes combinados.
- 27/06(2009 Rebajas.
- 04/07/2009 Seguros y fondos de pensiones.
- 11/07//2009 Daños producidos por productos y bienes defectuosos.
- 18/07/2009 SES
- 25/07/2009 Banca.
- 01/08/2009 Venta ambulante.
- 08/08/2009 Servicios de asistencia técnica.
- 07/10/2009 Plan Renove de Extremadura.
- 14/10/2009 Venta Ambulante.
- 14/10/2009 Venta Ambulante.
- 21/10/2009 Plan de Ahorro energético.
- 28/10/2009 Servicios de Asistencia Técnica.
- 11/11/2009 Bolsas de plástico.
- 18/11/2009 Servicios de Gas.
- 25/11/2009 Comercio electrónico.
- 02/12/2009 Campaña de Navida.
- 09/12/2009 TDT-



1. Formación – Información.

Formación

FORMACION CONTINUA DE LOS TRABAJADORES

- *Gestión de Servicios Informáticos. SIGLO. INCOEX (plataforma online).*
- *Toma de muestras de productos alimenticios y productos industriales. INCOEX (plataforma online).*
- *Suministro de Energía para técnicos de instituciones involucradas en la defensa y atención del consumidor. CNE y DG de Ordenación Industrial, Energética y Minera (Mérida. Abril).*
- *Jornadas sobre la protección del consumidor en el ámbito financiero y de la inversión. INC (Mérida. Mayo).*
- *Jornadas sobre el mercado eléctrico en España. COEBA (Mérida. Junio).*
- *Foro Hipotecario de Extremadura. ADICAE (Mérida. Junio).*
- *Jornadas Informativas: Descubre las claves de la nueva situación ante la entrada en vigor del Suministro de Último Recurso de Electricidad. IBERDROLA (Cáceres. Junio).*
- *Jornadas sobre Tarifa de Último Recurso y bono Social del suministro eléctrico. Conserjería de Industria, Energía y Medio Ambiente (Mérida. Junio).*
- *Curso-Taller de Consumo Responsable para Educadores. GREENPEACE (Donostia. Julio).*
- *Curso Formador de Formadores. INC (Mérida. Septiembre).*
- *Curso La protección de datos personales como derecho fundamental de los consumidores y usuarios. INC (Logroño. Noviembre).*
- *Curso Actualización normativa en materia de consumo. INC (Valencia. Octubre).*
- *Curso Actualización normativa en materia de consumo. INC (Madrid. Octubre).*
- *Curso Condiciones generales de la contratación. Cláusulas y prácticas abusivas. INC (Bilbao. Octubre).*
- *Curso La protección del consumidor en el mercado inmobiliario. INC (Salamanca. Octubre).*
- *Curso Publicidad, Ofertas, Promociones y Garantías. INC (Palma de Mallorca. Octubre).*
- *I Congreso Nacional “Educación y Sociedad Extremeñas”. Sindicato PIDE (Cáceres. Noviembre).*
- *Seminario Técnico V Foro Tercer Sector “Transparencia y rendición de cuentas en el Tercer Sector”. Fondo Social Europeo (Mérida. Noviembre).*
- *II Foro Hipotecario de Extremadura. ADICAE (Cáceres. Noviembre).*
- *II Congreso de Consumo de Extremadura. INCOEX (Mérida. Noviembre).*

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

CMC VILLUERCAS-IBORES-JARA

1º trimestre

- **Charla informativa “Lo que debes saber sobre las Rebajas”**, con el fin de informar sobre los derechos que asisten a los consumidores durante el período de rebajas, así como algunas precauciones a tener en cuenta y cómo actuar en caso de presentar una reclamación. Las charlas se llevaron a cabo en las localidades de Berzocana, Valdelacasa y Logrosán durante los meses de enero y febrero y estaban dirigidas a la población adulta en general, convirtiéndose en sesiones interactivas y prácticas, atendiendo en todo momento a las dudas y preguntas de los asistentes.
- **Taller “Desayunos saludables desde la igualdad y el consumo responsable”** es una propuesta realizada en todos los centros educativos de la mancomunidad, partiendo de la base de que alimentarse de una forma correcta es sin duda, fundamental para llevar una vida sana. Realizado durante los meses de febrero y marzo con la realización de las siguientes actividades:
- **Desayunos saludables (para alumnos de educación infantil y primaria)**: fomentar la adquisición de hábitos alimenticios saludables en los niños, cada alumno elabora su propio desayuno, posteriormente se realiza una charla informativa y reparto de cuestionarios para llevar a casa.
- **Alimentación (2º ciclo de educación primaria)**: educar en una alimentación equilibrada y saludable que les ayude a adquirir y asentar buenos hábitos de nutrición. Se realiza una exposición de contenidos y posterior realización de actividades prácticas como es el análisis de distintos alimentos o la elaboración de un menú semanal.
- **Taller “Consumo Responsable”**. Destinado a alumnos de educación primaria y secundaria y realizada en las localidades de Logrosán, Villar del Pedroso y Castañar de Ibor durante el mes de marzo con el fin de reflexionar sobre nuestros hábitos diarios de consumo y sus repercusiones en el mundo que nos rodea.
- **Taller “Ahorro de agua”**, destinado a los alumnos del CRA de Garvín de la Jara durante el mes de marzo (4 de marzo) con el fin de descubrir la importancia de un consumo responsable de agua, así como su importancia. Taller eminentemente práctico basado en un recorrido de pruebas con el agua como protagonista a modo de circuito de pistas a modo de gymkhana.
- **Charla informativa “Igualdad de oportunidades”** Con el fin de educar para enseñar alternativas y vivenciar las relaciones igualitarias. Destinado a alumnos de educación secundaria de Guadalupe trabajando distintas situaciones de la vida cotidiana así como trabajo en grupo.
- Esta actividad se llevó a cabo durante el mes de Julio con varias salidas.

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

CMC VILLUERCAS-IBORES-JARA

- **Taller “Crea con tus manos”:** con el fin de aprender a elaborar sus propios juguetes y manualidades como una forma más de entretenimiento, así como concienciar sobre las posibilidades que nos ofrecen los diferentes residuos y materiales de desecho. Realizado para los alumnos del CRA de Garvín de la Jara.
- **Celebración del Día Mundial de los Derechos de los Consumidores,** celebrado en Miiajadas, el 13 de Marzo, con la participación del taller educativo sobre publicidad para alumnos de educación primaria. Así mismo hubo distintos talleres y actividades por las que los alumnos rotaban.
- Total aproximado de destinatarios: **1.183**

2º trimestre

- **Actividad “Cuidate Naturalmente”,** con el fin de aprender y recordar consejos naturales para llevar una vida sana, así como intercambiar conocimientos y experiencias basadas en la tradición popular, se realizaron varias acciones: primero, una charla informativa en la que se desarrollan los contenidos planteados como hábitos saludables, remedios tradicionales (plantas medicinales), frutoterapia (el poder curativo de la fruta), técnicas y masajes..., además de realizar actividades prácticas para afianzar los conocimientos adquiridos.
- También aprovechamos para realizar una exposición-mesa de experiencias donde se mostraban algunas plantas medicinales de la zona con sus usos, aplicaciones, secretos y efectos beneficiosos para la salud. Realizado en Logrosán el día 7 de Abril y destinado a toda la población en general.
- **Actividad: Rutas naturales “La Madrila Alta de Cañamero”.** Uno de los objetivos fundamentales de la actividad es estimular, a través de la convivencia en espacios ajenos a la experiencia cotidiana del alumnado, la curiosidad del niño /a ante todo lo que le rodea, el paisaje natural, animales y plantas, en definitiva, el mundo y sus gentes, asegurando así un aprendizaje continuo a lo largo de la vida y una participación crítica en la sociedad.
- Encuadrado en esta actividad, realizamos diversas acciones, como la visita al Vivero Público situado en Cañamero, y una ruta de senderismo así como actividades de educación ambiental. Realizado el 12 de mayo, con alumnos del C.P. Fuente del Maestre de Badajoz.
- **Taller “Consumo Responsable”,** con el fin de conocer el origen y mantenimiento de las desigualdades en el reparte de la riqueza y los recursos y reflexionar sobre nuestros hábitos de consumo y sus repercusiones sociales y ambientales, se realiza el taller partiendo de una visión global hasta nuestros hábitos cotidianos a través de contenidos teóricos, sugerencia de imágenes que nos hagan reflexionar sobre el tema y dinámicas prácticas. Realizado con alumnos de educación secundaria en Guadalupe.

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

- **Taller “El agua”,** con el fin de dar a conocer las características del agua y sensibilizar de la importancia que tiene en nuestras vidas, así como de tener un consumo responsable, el taller se basa en la exposición breve de conceptos y realización práctica de un circuito de pistas a modo de gymkhana con distintas pruebas sobre el conocimiento del agua, propiciando en todo momento la participación e implicación de los alumnos. Realizado en Guadalupe para alumnos de educación primaria.
- **Taller “Crea con tus manos”,** la realización de carteras con cómic permite la posibilidad de proyectar los gustos personales de los alumnos en elementos que podrán lucir en la calle, así como aprender a elaborar y valorar las manualidades como una forma más de entretenimiento y las posibilidades de los diferentes residuos de nuestra bolsa de basura. Realizado con alumnos de educación secundaria en Guadalupe.
- **Taller de Publicidad,** con el fin de descifrar la publicidad y sus tipos, así como algunos trucos y técnicas utilizados, realizamos un pequeño debate basándonos en la propia memoria y experiencia de los alumnos, de manera que se vayan identificando todos aquellos aspectos relacionados con la publicidad, exponiendo situaciones de la vida cotidiana en la que la publicidad nos ha afectado mas directamente y analizando y reflexionando sobre sus efectos.
- También se realiza un trabajo de grupo en el que realizarán una campaña publicitaria sobre un objeto concreto, aplicando todos los conceptos que hemos aprendido. Realizado con alumnos de educación secundaria en Guadalupe.
- **II Feria: “Mujer, Desarrollo y Medio Ambiente”,** celebrada en la localidad de Logrosán los días 12, 13 y 14 de junio y destinada para toda la población en general y las asociaciones de mujeres de la mancomunidad en particular, se realizaron las siguientes actividades por parte del Centro Mancomunado de Consumo en colaboración con la oficina de ciudades saludables y la oficina de igualdad de la Mancomunidad:
 - *Campaña Crema Solar.*
 - *Exposición Cambio Climático.*
 - *Campaña Sensibilización, Igualdad y Género.*

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

3º trimestre

- **Campaña de información sobre la Televisión Digital Terrestre:** difusión de trípticos informativos en todos los ayuntamientos de la Mancomunidad para toda la población en general. Septiembre.
- **Campaña de información sobre la TUR:** difusión de trípticos informativos en todos los ayuntamientos de la Mancomunidad para toda la población en general. Septiembre.
- **Campaña de información sobre Rebajas:** difusión de trípticos informativos en todos los ayuntamientos de la Mancomunidad para toda la población en general. Septiembre.
- **Campaña de protección solar:** a través de una charla informal, se proporciona información básica sobre la protección solar para despertar interés por el tema. Reparto de cremas solares y trípticos informativos. Realizado en Lusiberia (10 de julio) y en la Residencia de mayores FEMAR de Logrosán.
- **Charlas informativas sobre la liberalización de las eléctricas, bono social y protección solar:** exposición power point de la información propiciando un pequeño debate entre los asistentes y atendiendo a ruegos y preguntas. Reparto de cremas solares y trípticos informativos.
- Realizado en las siguientes localidades: Aldeacentenera (13 de julio), Villar del Pedroso (14 de julio), Fresnedoso de Ibor (16 de julio), Deleitosa (27 de

julio), Garvín (28 de julio), Valdelacasa de Tajo (28 de julio) y Navatrasierra (30 de julio). Difusión del **consumo bus** en la mancomunidad.

- **Estudio sobre Hábitos de compra de gafas de sol.**
- Total aproximado de destinatarios: **694**

4º trimestre

- **Estudio sobre hábitos de consumo energético en los hogares del ámbito rural extremeño,** basado en encuestas que se han realizado en los municipios que conforman la mancomunidad.
- Difusión de las bases del concurso escolar **“Consumopolis”** en los centros educativos de los pueblos que conforman la Mancomunidad. Organizado por el INC y dirigido a escolares de educación primaria y secundaria bajo el lema **“¿Y tu de que vas? A mi me va el consumo responsable”**.
- Difusión de la **Campaña de juguetes seguros.** Reparto de guías de juegos y juguetes editada por AIJU.
- **Encuentro de Asociaciones de mujeres.**
- **Talleres de educación del consumidor.** Realizado en Navezuelas el día 16 de diciembre.
- **Carrera popular contra la droga.** Realizado en Guadalupe el día 19 de diciembre.

Total aproximado de destinatarios: **1.183**

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

CMC VALLE DE L ALAGÓN

1º trimestre

- **Taller “El proceso de la Compra”**, formar e informar a los alumnos para la realización de una compra segura, responsable y ajustada a las necesidades reales. Realizado en El Batán y Montehermoso para alumnos de educación primaria, realizando una exposición de contenidos y realización de distintas actividades.
- **Taller “Consumo Responsable”**, sensibilizar a los alumnos sobre la importancia de un consumo racional y responsable a partir de un cambio de hábitos y actitudes. Visualización de videos didácticos. Realizado en Aceituna el 20 de marzo para alumnos de educación primaria.
- **Taller “Crea con tus manos”**, fomentar la capacidad creadora a través de actividades lúdicas que los conduzcan a la creación y fabricación de juegos, juguetes y manualidades realizados con material de desecho. Realizado en El Batán, Aceituna y Valrío durante los meses de febrero y marzo con alumnos de educación infantil y primaria.
- **Taller “Descubre la publicidad”**, exposición de contenidos y análisis práctico de diferentes anuncios publicitarios, también visionado de videos. Realizado en Montehermoso para alumnos de educación primaria.
- **Celebración del Día Mundial de los Derechos de los Consumidores**, celebrado en Miiajadas, el 13 de Marzo, con la participación del taller educativo sobre seguridad alimentaria haciendo un recorrido por paneles explicativos sobre el recorrido que sufre un alimento desde el campo hasta nuestra mesa para alumnos de educación primaria. Así mismo hubo distintos talleres y actividades por las que los alumnos rotaban.
- **Taller de higiene buco dental**, con el fin de promover la adquisición de hábitos de higiene buco dental adecuados se realiza este taller para alumnos de educación infantil y primaria en la localidad de Morcillo el 16 de marzo presentando un vídeo explicativo así como los diferentes productos que podemos encontrar en el mercado para tener una correcta higiene bucal.
- **Taller “Ahorro de agua”** generar una actitud responsable ante el consumo de agua. Exposición de contenidos y realización de fichas didácticas, realizado en Calzadilla el 19 de marzo para alumnos de educación primaria.
- **Taller de prevención de la obesidad infantil** mejorar los hábitos alimenticios correctos, realizado en Mérida los días 30 y 31 de marzo para alumnos de educación primaria a través de una serie de actividades y recorrido de pruebas.

Total aproximado de destinatarios: 558

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

2º trimestre

- **Taller “Consumo Responsable”**, con el fin de sensibilizar a los alumnos sobre la importancia de un consumo racional y responsable, a partir de un cambio de hábitos y actitudes, la actividad se basa en la importancia de un consumo responsable acompañada de cuatro vídeos didácticos sobre el ahorro de energía, explicación sobre consumo responsable a través de power point y realización de dinámicas de grupo. Realizado en Morcillo el 30 de Abril para alumnos de educación infantil y primaria.
- **Taller “Crea con tus manos”**, con el fin de fomentar la capacidad creadora a través de actividades lúdicas que los conduzcan a la creación, producción y fabricación de juegos, juguetes y manualidades realizados con material de desecho, realizamos diversos juguetes dependiendo del grado de dificultad y la edad de cada uno de los participantes. Realizado en las localidades de Montehermoso (20 de mayo), Valrío (28 de mayo) y Valdeobispo (2 de junio), para alumnos de educación de infantil y primaria.
- **Taller “Descubre la Publicidad”**, comenzamos la actividad con el análisis de diferentes anuncios de televisión, explicación power point a modo de introducción en el tema y visionado de vídeos didácticos que nos muestran la transformación que sufren los anuncios. Realizado en las localidades de Aceituna (28 de abril), Morcillo (25 de mayo) y Calzadilla (29 de mayo) para alumnos de educación infantil y primaria.
- **Taller “Higiene Buco dental”**, con el fin de promover la adquisición de hábitos de higiene bucodental adecuados desde pequeños, les explicamos la importancia de una correcta higiene bucal, ayudados de vídeos didácticos como “Dr. Rabbit y la Leyenda del Reino de los Dientes”, y prueba práctica de la técnica del cepillado, así como muestra de los diferentes productos que podemos encontrar en el mercado. Realizado en las localidades de Montehermoso (2 de abril), El Batán (14 de mayo) y Calzadilla (27 de mayo), para alumnos de educación primaria. También se realizó este taller con los usuarios del Hogar de Mayores, adaptando los contenidos, de Montehermoso el día 23 de junio.
- **Taller “El agua”**, con el fin de propiciar una actitud responsable ante el consumo del agua, basamos el taller en la importancia del agua en nuestras vidas y su consumo responsable a través de PowerPoint y fichas didácticas. Realizado en Galisteo los días 13 y 15 de mayo, y en Morcillo el día 1 de junio para alumnos de educación infantil y primaria.
- **Taller “Obesidad infantil”**, con el fin de propiciar la adquisición de buenos hábitos alimentarios, comenzamos la actividad con una introducción al concepto de obesidad infantil y continuamos con el juego de los obstáculos de la alimentación en el que tenían que ir superando por equipo unas pruebas para conseguir alimentos saludables. Realizado en Galisteo los días 3 y 4 de junio.

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

- **Taller de Protección Solar**, como medida preventiva y de protección frente a los efectos del sol, el taller se basa en la difusión de consejos y recomendaciones básicas frente a la protección solar y la entrega de muestras de cremas solares. El taller se destina a alumnos de educación infantil y primaria de las siguientes localidades: Galisteo (13 y 15 de mayo), Montehermoso (20 de mayo, 10, 11 y 18 de junio), Morcillo (25 de mayo), Valrío (28 de mayo), Calzadilla (29 de mayo), Valdeobispo (2 de junio).
 - Así mismo, se realizó la actividad con los usuarios del Hogar de Mayores de Montehermoso el día 23 de junio.
 - **Taller “Seguridad infantil. Prevención de accidentes”**, con el fin de informar de las lesiones infantiles más frecuentes en el hogar y entorno más próximo a los niños, se trata este tema a través de un power point y realización de fichas didácticas al respecto. Realizado en Montehermoso los días 10, 11 y 18 de junio para alumnos de educación infantil.
 - **Campaña “Revisiones de gas”**. Consiste en la distribución de un documento informativo sobre la revisión de las instalaciones de gas en los ayuntamientos de los pueblos que conforman la mancomunidad, durante la semana del 18 al 22 de mayo.
- 3º trimestre*
- **Campaña de información sobre la Televisión Digital Terrestre**: difusión de trípticos informativos en todos los ayuntamientos de la Mancomunidad para toda la población en general. Julio.
 - **Campaña de protección solar**: difusión de trípticos informativos en todos los ayuntamientos de la Mancomunidad para toda la población en general. Julio.
 - **Campaña de información sobre el Plan Renove**: difusión de trípticos informativos en todos los ayuntamientos y tiendas de la Mancomunidad para toda la población en general. Agosto.
 - Difusión del **consumo bus** en la mancomunidad.
 - **Taller “Crea con tus manos”**, con el fin de fomentar la capacidad creadora a través de actividades lúdicas que los conduzcan a la creación, producción y fabricación de juegos, juguetes y manualidades realizados con material de desecho, realizamos un servilletero con pinzas de madera con los usuarios del Hogar de Mayores de Montehermoso (22 de septiembre).
 - **Estudio sobre Hábitos de compra de gafas de sol**.

Total aproximado de destinatarios: 1056

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

4º trimestre

- **Taller “Obesidad infantil”**, con el fin de mejorar los hábitos alimentarios de los alumnos para una vida saludable, la actividad se basa en la exposición de conceptos sobre obesidad infantil y alimentación, continuando con un juego de obstáculos. Realizado en Valdeobispo con alumnos de educación primaria el 15 de octubre.
- **Charla informativa sobre el fin de la televisión analógica**, sobre los requisitos necesarios para ver la tv, ayudas de la administración...Realizado en todas las localidades que conforman la mancomunidad durante el mes de diciembre.
- Difusión del concurso escolar “**Consumopolis**” en los centros educativos de los pueblos que conforman la Mancomunidad.
- **Visita del consumo bus** en las siguientes localidades: Calzadilla (5 de octubre), Húelaga (7 de octubre), Montehermoso (9 de octubre), El Batán (14 octubre) y Valrío (16 de octubre).
- **Estudio sobre hábitos de consumo energético en los hogares del ámbito rural extremeño**, basado en encuestas que se han realizado en los municipios que conforman la mancomunidad.
- **Taller “el agua”**, basado en el fomento de un uso racional en el consumo de agua a través de exposiciones teóricas y juegos didácticos. Realizado en Montehermoso el 22 de octubre con los usuarios del Hogar de mayores.

- Difusión de la **Campaña de juguetes seguros**. Reparto de guías de juegos y juguetes editada por AIJU.
- Difusión de las bases del concurso escolar “**Consumopolis**” en los centros educativos de los pueblos que conforman la Mancomunidad. Organizado por el INC y dirigido a escolares de educación primaria y secundaria bajo el lema “**¿Y tu de que vas? A mi me va el consumo responsable**”.

CMC LA SERENA-VEGAS ALTAS

1º trimestre

- **Charla informativa sobre las nuevas tarifas eléctricas**, consiste en charlas informativas durante el mes de febrero y marzo para toda la población adulta en general por los distintos pueblos que conforman la mancomunidad, en la que se informa sobre el cambio de tarifas eléctricas, cómo leer nuestra factura, todo ello de forma interactiva y participativa generando debate atendiendo a los ruegos y preguntas.
- **Campaña de Rebajas**, consiste en charlas informativas para toda la población adulta en general en Villar de Rena y Orellana la Vieja, en la que se exponen conceptos y consejos en época de rebajas, así como mecanismos de defensa para el consumidor durante este período. La campaña se llevó a cabo a partir del mes de Enero.

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

- **Taller “Ahorro energético en el hogar”**, consiste en charlas expositivas para personas adultas en general, realizado en Orellana la Vieja, el 11 de febrero, en las que se exponen recomendaciones sobre el ahorro energético de nuestro hogar, así como información sobre nuevo Plan Renove de electrodomésticos en Extremadura, generando de esta manera un clima de debate entre los asistentes.
- **Celebración del Día Mundial de los Derechos de los Consumidores**, realizando un desayuno saludable y una ruta al castillo de Magacela. Se realizó en colaboración con la Asociación de mujeres de Magacela y la participación del Excmo. Ayuntamiento.
- **Taller “Ahorro de Agua**, con el fin de sensibilizar acerca de la importancia del agua en la vida, así como generar una actitud responsable hacia el consumo del agua. El taller ha consistido en la exposición de contenidos y posterior realización práctica de actividades mediante preguntas y comentarios, propiciando la participación activa y la implicación de los alumnos. Realizado en Puebla de Alcollarín, Palazuelo, Villar de Rena y Rena para alumnos de educación primaria.
- **Taller de higiene buco dental**, con el fin de promover la adquisición de hábitos de higiene bucodental saludables, garantizar el uso correcto de utensilios de higiene.

El taller ha consistido en la explicación de los contenidos dando paso a la realización práctica de actividades mediante un kit de cepillado dental, y fichas didácticas y vídeo propiciando en todo momento la participación activa y la implicación de los alumnos.

- **Taller de ahorro energético en el hogar**. Destinado a alumnos de educación secundaria con el fin de proporcionar información y consejos prácticos sobre la utilización y mantenimiento de los principales electrodomésticos que conforman nuestro hogar. Realizado en Castuela el 12 de febrero.

Total aproximado de destinatarios: **352**

2º trimestre

- **Charla informativa sobre las nuevas tarifas eléctricas**, consiste en proporcionar información útil sobre el cambio de tarifa eléctrica a partir de enero de 2009, según orden ITC/1857/2008 de 26 de junio, así como los trámites y requisitos de la tarifa social. La charla estaba destinada a toda la población adulta en general de la localidad de Entrerriós, el día 9 de junio, en la que de forma interactiva y participativa se genera un pequeño debate atendiendo a los ruegos y preguntas de los participantes.

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

- **Charla informativa sobre Rebajas**, consiste en proporcionar información, consejos prácticos y recomendaciones básicas sobre los derechos que nos asisten en temporada de rebajas, así como sensibilizar a los participantes de la importancia del consumo racional y responsable, a partir de un cambio de hábitos y actitudes para evitar así la compra compulsiva. Realizado en la Haba, el 26 de junio.
- **Taller “Ahorro energético en el hogar”**, con el fin de fomentar un uso racional de la energía en nuestros hogares, a través de una correcta utilización y sabiendo descifrar la etiqueta de los electrodomésticos que conforman nuestro hogar, se exponen conceptos básicos y consejos sobre el ahorro energético. Realizado en Navalvillar de Pela el día 20 de mayo.
- **Foro de participación ciudadana: “Hábitos de compra en la población rural”**. El foro ha consistido en una exposición del tema “Hábitos de compra en la población rural” a fin de que los participantes aportaran sus opiniones y experiencias, en base a un estudio realizado. Destinado a los empresarios de la comarca y resto de población que quisiera asistir, y celebrado en la localidad de Los Guadalperales, el día 3 de Junio.
- **Taller “Prevención de alcohol y tabaco”**, con el fin de ofrecer información útil, precisa y adaptada a los escolares sobre aspectos relacionados con el uso del alcohol y el tabaco, el taller se basa, sobretudoo, en la participación activa y participativa de los alumnos.
- Realizado en Palazuelo el día 17 de abril con alumnos de educación primaria.
- **Taller “Higiene Buco dental”**, con el fin de promover la adquisición de hábitos de higiene bucodental saludables desde pequeños, así como garantizar el uso correcto de los utensilios de higiene buco dental, el taller se basa en la explicación de los contenidos con la ayuda de presentaciones power point, dando paso a la realización práctica de actividades mediante un kit de cepillado dental, adivinanzas, preguntas y comentarios, propiciando en todo momento la participación activa y la implicación de los alumnos. Realizado en Palazuelo el 12 de junio con alumnos de educación primaria.
- **Campaña de Protección Solar**, como medida preventiva y de protección frente a los efectos del sol, el taller se basa en la difusión de consejos y recomendaciones básicas frente a la protección solar, visualización de DVD y la entrega de muestras de cremas solares. La campaña se destina a toda la población en general de las localidades de Palazuelo (29 de mayo), Navalvillar de Pela (17 de junio), Magacela (19 de junio) y Villar de Rena (22 de junio).
- **Juego de la oca del reciclaje**, consiste en el recorrido por las casillas de la oca del reciclaje, en las que los alumnos deben responder a preguntas o pruebas relacionadas con el medio ambiente. Realizado en Magacela, el día 19 de junio, con alumnos de educación primaria.

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

3º trimestre

- ***Campaña de información sobre las nuevas tarifas eléctricas:*** charla informativa y difusión de trípticos informativos en la localidad de Orellana la Vieja, el 16 de septiembre y destinado para toda la población en general.
- ***Campaña de información sobre Rebajas:*** charla informativa y participativa a través de una presentación power point y entrega de trípticos informativos. Realizado en Zurbarán el 8 de julio.
- ***Charla informativa sobre la ITV en los tractores agrícolas,*** con el fin de informar a los agricultores afectados por la obligación de pasar la ITV en los tractores y maquinaria agrícola, así como la homologación de cabinas y otros elementos estructurales en aplicación de la normativa vigente. Realizado en Los Guadalperales (4 de agosto).
- ***Campaña de protección solar,*** consiste en una charla informativa, visualización de dvd y entrega de muestras de protección solar. Realizado en Villar de Rena (6 de julio y 10 de Agosto) y Rena (10 de agosto) y destinada para escolares.
- ***Juego de la oca del reciclaje,*** consiste en un recorrido por las casillas del juego mediante preguntas y pruebas relacionadas con el medio ambiente. Realizado en Villar de Rena (31 de julio) y destinado a niños de entre 10 y 14 años.
- Difusión del ***consumo bus*** en la mancomunidad.
- ***Estudio sobre Hábitos de compra de gafas de sol.***

- Total aproximado de destinatarios: **419**

4º trimestre

- ***Taller de “obesidad infantil”,*** consiste en la explicación de los contenidos teóricos con la ayuda de presentaciones power point, dando paso a la realización de un debate mediante preguntas y comentarios, propiciando en todo momento la participación activa y la implicación de los padres y madres de los alumnos. Realizado en Rena y Villar de Rena (30 de octubre) y Puebla de Alcollarin (3 de noviembre) para padres y madres pertenecientes a las AMPAS locales.
- ***Charla informativa sobre Rebajas,*** para toda la población adulta en general de Valdivia y Navalvillar de Pela, en la que se exponen conceptos y consejos en época de rebajas, así como mecanismos de defensa para el consumidor durante este período. La campaña se llevó a cabo durante el mes de noviembre.
- ***Juego de la oca del reciclaje,*** con el fin de transmitir la importancia del reciclaje de residuos a los alumnos de manera activa y dinámica. Realizado en Palazuelo el 15 de octubre.
- ***Taller de prevención de tabaco y alcohol,*** consiste en la explicación de los contenidos con la ayuda de presentaciones power point, dando paso a la realización práctica de actividades mediante preguntas y comentarios, propiciando en todo momento la participación activa y la implicación de los alumnos. Realizado en Rena el 14 de diciembre.

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

4º trimestre

- Difusión de la ***Campaña de juguetes seguros***. Reparto de guías de juegos y juguetes editada por AIJU.
- Difusión de las bases del concurso escolar ***“Consumopolis”*** en los centros educativos de los pueblos que conforman la Mancomunidad. Organizado por el INC y dirigido a escolares de educación primaria y secundaria bajo el lema ***“¿Y tu de que vas? A mi me va el consumo responsable”***.
- ***Taller de Publicidad:*** realizado en Cheles para alumnos de educación primaria el 17 de marzo con el fin de descubrir algunos trucos y técnicas utilizados en publicidad mediante la exposición de los contenidos y visionado de videos didácticos.
- Colaboración con la oficina de juventud de la Mancomunidad en la organización de la ***“I Muestra. Participación Juvenil de la Mancomunidad Sierra Suroeste”*** que se realizará en Salvatierra de los Barros durante el mes de Abril.
- ***Celebración del Día Mundial de los Derechos de los Consumidores,*** celebrado en Miiajadas, el 13 de Marzo, con la participación del taller educativo sobre seguridad alimentaria haciendo un recorrido por paneles explicativos sobre el recorrido que sufre un alimento desde el campo hasta nuestra mesa para alumnos de educación primaria. Así mismo hubo distintos talleres y actividades por las que los alumnos rotaban.

CMC SIERRA SUROESTE

1º trimestre

- ***“Taller de telefonía móvil”***, con el fin de ayudar a los jóvenes a formar criterios sólidos así como fomentar la adquisición de hábitos correctos en la utilización del móvil. Realizado en Cheles para alumnos de educación primaria el 3 de marzo. Explicación de la importancia de hábitos correctos del uso del móvil, así como la realización de encuestas sobre nuestros hábitos de consumo del teléfono móvil, así como su reciclado y otras recomendaciones a tener en cuenta.
- ***Taller crea con tus manos***, realizado en la localidad de Cheles para alumnos de educación infantil y primaria los días 3 y 17 de marzo con el fin de concienciar a los alumnos sobre la reutilización de residuos y material de desecho elaborando nuestro propios juegos, juguetes y manualidades como una forma más de entretenimiento.

Total aproximado de destinatarios: 183

2º trimestre

- ***“Campaña informativa sobre Protección Solar,*** realizada en Jerez de los Caballeros el día 12 de Junio, mediante la difusión de trípticos informativos y muestras de cremas solares.

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

- **Gymkhana de la Salud**, realizada el día 7 de mayo, en el CRA N^a S^a de la Paz de Brovales, con motivo de la celebración del Día del Centro. La gymkhana consistió en la realización de distintas actividades: juego de la oca, circuito de actividades, etc.
 - El día 7 de Abril, **“Programa Pueblo, I Encuentro de Jóvenes”**, en el cual realizamos desde la oficina de consumo un stand de “COMERCIO JUSTO”, realizado en Salvatierra de los Barros.
 - **“Foro por la Paz”**, realizado el día 29 de Abril en Jerez de los Caballeros, y en colaboración con la Asociación de Mujeres Felisa Tanco y de técnicos de la Mancomunidad se elaboró un desayuno saludable con productos de comercio justo.
 - Celebración de la **SEMANA CULTURAL DE LA RESIDENCIA DE ANCIANOS**, en Jerez de los Caballeros el día 2 de junio, desde la oficina de consumo se realizó un taller de estimulación táctil.
 - Celebración de **“CUERPO SANO CON DEPORTE”** en Jerez de los Caballeros el día 12 de junio, y en colaboración con la oficina de igualdad de la Mancomunidad se llevo a cabo un stand de “COMERCIO JUSTO”. Este mismo día también se realizo la campaña de protección solar.
- 3º trimestre*
- **“Gymkhana de la salud”**, realizada en Jerez de los Caballeros a modo de campamento urbano con motivo de la celebración del Día de la Juventud. 12 de Agosto.
 - Difusión del **consumo bus** en la mancomunidad.
 - **Estudio sobre Hábitos de compra de gafas de sol.**
- 4º trimestre*
- Colaboración con un Stand informativo en la **Feria Gastronómica** denominada “El Miajón”.
 - Colaboración en la **V Feria Joven de la Campiña Sur y II Jornadas de Formación, Empleo y Ocio** con la ejecución de talleres formativos. Realizado en Azuaga el 19 de noviembre.
 - Colaboración con la Oficina de igualdad de la mancomunidad en la celebración del **Día Internacional contra la violencia de las mujeres**, el 25 de noviembre en Jerez de los caballeros.
 - Difusión de boletín informativo **“Descubre la Publicidad”** en la escuela de padres de la mancomunidad.
 - **Taller de “Educación en valores”**, realizado en Valle de Santa Ana y Zahínos el 20 de noviembre.
 - **Visita del consumo bus** en las siguientes localidades: Higuera la Real y La Bazana (4 de diciembre), Valle de Santa Ana y Valle Matamoros (9 de diciembre).

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

- Difusión de la *Campaña de juguetes seguros*. Reparto de guías de juegos y juguetes editada por AIJU.
- *Estudio sobre hábitos de consumo energético en los hogares del ámbito rural extremeño*, basado en encuestas que se han realizado en los municipios que conforman la mancomunidad.
- Difusión de las bases del concurso escolar “*Consumopolis*” en los centros educativos de los pueblos que conforman la Mancomunidad. Organizado por el INC y dirigido a escolares de educación primaria y secundaria bajo el lema “*¿Y tu de que vas? A mí me va el consumo responsable*”.
- “*Campaña informativa y formativa sobre electricidad*”, con el fin de informar sobre los distintos aspectos relacionados con la factura de electricidad y el procedimiento para presentar una reclamación. Realizado en Aliseda y Monroy en el mes de febrero.
- *Campaña de recogida de pilas*, facilitar la recogida de pilas para su posterior reciclaje se colocan contenedores para las pilas normales y de botón. En colaboración con la oficina de ciudades saludables y sostenibles.
- *Taller de alimentación saludable*, concienciar de la importancia de llevar a cabo una dieta saludable y equilibrada, haciendo especial hincapié en el desayuno. Realizado en colaboración con el programa de ciudades saludables y sostenibles y el taller de empleo de hostelería de Arroyo de la Luz. Realizado para alumnos de educación primaria se realizó una explicación teórica y posterior degustación del desayuno.

CMC TAJO-SALOR

1º trimestre

- *Actividad: Campaña de Rebajas*: campaña informativa desarrollada en dos fases, una informativa a través de los medios de comunicación y otra formativa dirigida principalmente al ámbito asociativo y población adulta en general. Concienciar sobre el consumo responsable y el ahorro en rebajas. Durante el mes de enero por todas las localidades que conforman la mancomunidad.
- *Actividad: Campaña de prevención de fraudes en las revisiones de gas*, con esta campaña se sacó un bando en los ayuntamientos alertando e informando sobre posibles fraudes en las revisiones de gas. Se realizó durante el mes de enero.
- *Celebración del Día Mundial de los Derechos de los Consumidores*, celebrado en Miajadas, el 13 de Marzo, con la participación del taller educativo sobre publicidad para alumnos de educación primaria y secundaria. Así mismo hubo distintos talleres y actividades por las que los alumnos rotaban.
- *Taller de derechos del consumidor en la compra*, por la conmemoración del 15 de marzo. Realizado con alumnos de educación secundaria el 18 de marzo en Arroyo de la Luz. Partimos de un test, explicación teórica.

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

- **Taller “Crea con tus manos”:** con el fin de aprender **Taller cómo ahorrar en tiempos de crisis**, charla informativa a cargo de ADICAE, para conmemorar el 15 de marzo. Realizada en Malpartida de Cáceres el 19 de marzo para la población adulta en general.

Total aproximado de destinatarios: 944

2º trimestre

- **Taller de prevención de enfermedades cardiovasculares**, con motivo de la celebración del Día Mundial de la Salud, 7 de Abril, se transmite información a través de una charla formativa a todos los grupos que hay en la Universidad Popular y posteriormente y con la colaboración de la ATS se toma la tensión de las asistentes. Realizado en el Centro de día de Arroyo de la Luz.
- **Taller “El agua. Tu bien más preciado”**, con el fin de concienciar sobre la importancia de un consumo responsable de este elemento, desarrollamos esta actividad junto con la AEDL de la localidad, con motivo de la celebración Día Mundial del Agua, ya que el tema suscita interés en la dirección del Centro Educativo. Realizado en Navas del Madroño, el día 1 de Abril.
- **Visita del ecobús**, con el fin de formar en educación ambiental de una manera lúdica, programamos esta actividad encuadrada en la celebración de la Semana del Medio Ambiente, organizada conjuntamente con el programa de Ciudades Saludables y Sostenibles que opera en Arroyo de la Luz. Realizado los días 11 y 12 de mayo en Arroyo de la Luz.

- **Taller de Alimentación**, con el fin de concienciar sobre la importancia de una alimentación sana y equilibrada, sobretodo en etapas de desarrollo y en la juventud, desarrollamos el taller en colaboración de las animadoras socioculturales de la localidad. Realizado en Monroy el 16 de Abril con alumnos de educación primaria.
- **Campaña de Protección solar.** La campaña se lleva a cabo en dos fases: una de información y otro de entrega de los protectores solares. En la mayoría de los casos la campaña se desarrolla con grupos de niños/as ya formados siendo esta campaña una actividad más dentro de las que llevan a cabo a lo largo del verano con los animadores socioculturales o monitores. Se realiza en la piscina municipal de Malpartida de Cáceres el 29 de Junio.
- **Taller de ahorro energético en el hogar**, encuadrado en la Semana del Medio Ambiente que se celebra en Arroyo de la Luz en colaboración con el Técnico de Ciudades Saludables y Sostenibles, nos basamos en la exposición audiovisual de los aspectos a tener en cuenta para hacer efectivo el ahorro energético en el hogar y explicación del Plan Renove de Electrodomésticos. Realizado en el Centro de Día de Arroyo de la Luz el día 12 de mayo.

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

3º trimestre

- **Charla informativa sobre las nuevas tarifas eléctricas**, la actividad se desarrolla en dos partes: una teórica a través de una explicación audiovisual y otra práctica con el análisis de algunas facturas. También se facilitó información sobre el bono social. Realizado en Arroyo de la Luz y Aliseda, los días 15 y 20 de Julio respectivamente.
- **Campaña de Protección solar**. La campaña se lleva a cabo en dos fases una de información y otro de entrega de los protectores solares. En la mayoría de los casos la campaña se desarrolla con grupos de niños/as ya formados siendo esta campaña una actividad más dentro de las que llevan a cabo a lo largo del verano con los animadores socioculturales o monitores. Realizada en Arroyo de la Luz y Monroy los días 10 y 24 de Julio, respectivamente.
- **Estudio sobre Hábitos de compra de gafas de sol.**

Total aproximado de destinatarios: 1485

4º trimestre

- Difusión de la **Campaña de juguetes seguros**. Reparto de guías de juegos y juguetes editada por AIJU.
- Difusión de las bases del concurso escolar **“Consumopolis”** en los centros educativos de los pueblos que conforman la Mancomunidad. Organizado por el INC y dirigido a escolares de educación primaria y secundaria bajo el lema **“¿Y tu de que vas? A mi me va el consumo responsable”**.

○ CMC LA VERA

1º trimestre

- **Taller “Ahorro de agua”**, con el fin de informar sobre la importancia de ahorrar agua y dotar a los alumnos de los conocimientos necesarios sobre el proceso cíclico del agua. La actividad se desarrolla dando una pequeña exposición de los contenidos y posterior realización de murales de los aprendidos. Realizado en Garandilla de la Vera y Garganta la Olla, Guijo de Santa Bárbara y Torremenga durante los meses de febrero y marzo para alumnos de educación infantil y primaria.
- **Taller Crea con tus manos**, informar a los alumnos de la importancia del reciclado y la importancia de reutilizar distintos residuos. Realizado en Garganta la Olla, Valdeañigos, Psarón de la Vera, Losar de la Vera, y Arroyomolinos de la Vera para alumnos de educación infantil y primaria durante los meses de febrero y marzo.
- **Taller de higiene buco dental**: crear hábitos saludables de higiene buco dental, informales sobre los diferentes productos de limpieza bucal. Exposición de los contenidos, videos, realización de fichas, construiremos nuestra propia dentadura. Realizado en Guijo de Santa Bárbara el día 12 de marzo para alumnos de infantil y primaria.

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

- **Taller de Consumo Responsable**, concienciar a los alumnos de un consumo responsable así como dotarles de los conocimientos necesarios para contribuir a un buen reciclado. Exposición de contenidos, visionado de videos animados sobre ahorro energético y pequeño debate para tratar los temas expuestos. Realizado en Pasarón de la Vera, Torremenga y Arroyomolinos de la Vera durante el mes de marzo para alumnos de educación infantil y primaria.
- **Charla informativa sobre las funciones del CMC y los derechos y deberes de los consumidores**. Dar a conocer el centro y las funciones y actividades que en él se llevan a cabo. Realizada el 4 de marzo en Tejeda de Tiétar para toda la población en general a través de la Asociación Cultural de Mujeres.
- **Celebración del Día Mundial de los Derechos de los Consumidores**, celebrado en Miiajadas, el 13 de Marzo, con la participación de un stand de venta de productos de comercio justo de equimercado para toda la población en general. Así mismo hubo distintos talleres y actividades destinado a los centros educativos y asociaciones locales.

Total aproximado de destinatarios: 584

2º trimestre

- **Taller “Crea con tus manos”**, consiste en crear un juguete a partir de cosas desechables, explicando a los niños la importancia de reutilizar para crear algo que a su vez nos va a divertir y nos va a servir. Realizado en Tejeda de Tiétar el 30 de Abril con alumnos de educación primaria.
- **Taller Consumo Responsable**, con el fin de potenciar entre el alumnado un consumo responsable, se proyecta un power point explicativo sobre consumo responsable y las 4 erres y posterior realización de fichas didácticas. Realizado en Tejeda de Tiétar el 30 de Abril con alumnos de educación primaria.
- **Taller “El agua. Tu bien máspreciado”**, con el fin de potenciar entre el alumnado el ahorro del agua como un bienpreciado y escaso, expondremos contenidos teóricos y elaboración práctica de murales sobre cómo ahorrar agua. Realizado en Jarandilla de la Vera los días 15 y 19 de mayo con alumnos de educación primaria.
- **Taller “Higiene Buco dental”**, con el fin de promover la adquisición de hábitos de higiene bucodental saludables desde pequeños, así como garantizar el uso correcto de los utensilios de higiene buco dental, el taller se basa en la explicación de los contenidos con la ayuda de presentaciones power point, visionado de vídeos didácticos y realización práctica de actividades. Realizado en Jarandilla de la Vera el día 15 de mayo con alumnos de educación primaria.

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

- **Taller de etiquetado de productos: alimentos y juguetes**, consiste en informar a los alumnos sobre los aspectos que debemos tener en cuenta a la hora de la compra de alimentos y juguetes para que ésta sea segura, aprendiendo a descifrar los datos que debe contener la etiqueta de estos productos. Realizado en Jarandilla de la Vera, los días 15 y 19 de mayo con alumnos de educación primaria.
- **Taller de Alimentación**, con el fin de concienciar sobre la importancia de una alimentación sana y equilibrada, la actividad se basa en la realización de un desayuno saludable compuesto por leche, cereales y fruta. Realizado en Cuacos de Yuste el día 22 de Junio.
- **Campaña de Protección solar**. La campaña se desarrolla en primer lugar dando una pequeña introducción sobre la protección solar y las consecuencias de la exposición al sol, pasos a seguir para una buena protección solar, recomendaciones y consejos. En segundo lugar, se realiza un mural con todo lo que hemos aprendido. También se reparten fichas educativas y trípticos informativos, así como muestras de cremas solares. Realizado en centros escolares de Cuacos de Yuste (22 de junio) y piscina municipal de Aldeanueva (29 de junio).
- Así mismo, la campaña se difunde por todos los pueblos que conforman la mancomunidad a través de trípticos informativos.
- **Charla informativa sobre las nuevas tarifas eléctricas**, consiste en proporcionar información útil sobre el cambio de tarifa eléctrica a partir de enero de 2009. Se reparten trípticos informativos y se atienden a las dudas o preguntas más frecuentes que pueden plantearse. Realizado en Valverde de la Vera, el 25 de junio, según la demanda de reclamaciones de Iberdrola recibidas.
- **Charla informativa sobre los Derechos y Deberes de los consumidores**, difusión de trípticos informativos para dar a conocer la oficina y los puntos de atención, así como los derechos y deberes básicos que todos tenemos como consumidores. Realizado en Valverde de la Vera el 25 de junio.
- **Semana Cultural de la Mancomunidad Intermunicipal de la Vera**, participación a través de actividades de consumo en la semana cultural de la Mancomunidad por las diferentes localidades de la comarca.

3º trimestre

- **Campaña de Protección solar**. La campaña se desarrolla en primer lugar dando una pequeña introducción sobre la protección solar y las consecuencias de la exposición al sol, pasos a seguir para una buena protección solar, recomendaciones y consejos. En segundo lugar, se realiza un mural con todo lo que hemos aprendido. También se reparten fichas educativas y trípticos informativos, así como muestras de cremas solares.

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

Realizado en las siguientes localidades:

- 1 de Julio de 2009 Campamento Urbano de Aldeanueva de la Vera
 - 9 de Julio de 2009 Campamento Urbano de Jaraíz de la Vera
 - 15 de Julio de 2009 campamento urbano de Torremenga
 - 16 de Julio de 2009 2º campamento urbano de Jaraíz de la vera
 - 29 de Julio de 2009 Campamento Urbano de Garganta la Olla
 - 30 de Julio de 2009 3º Campamento Urbano de Jaraíz de la Vera
 - 29 de Julio de 2009 Campamento local de Pasarón de la vera
 - 4 de Agosto de 2009 Campamento Urbano de Madrigal de la Vera
 - 11 de Agosto de 2009 Campamento Urbano de Valverde de ,la Vera y Madrigal de la Vera.
 - 13 de Agosto de 2009 Campamento Urbano de Robledillo de la vera
 - Dentro de la campaña, también se distribuyeron trípticos informtivos por los centros de salud de la mancomunidad.
- **Taller “Higiene Buco dental”**, con el fin de promover la adquisición de hábitos de higiene bucodental saludables desde pequeños, así como garantizar el uso correcto de los utensilios de higiene buco dental, el taller se basa en la explicación de los contenidos con la ayuda de presentaciones power point, visionado de vídeos didácticos y realización práctica de actividades. Realizado en las siguientes localidades:
 - Campamento Urbano de Torremenga: el día 15 de Julio de 2009
 - Campamento Urbano de garganta la Olla: 31 de Julio de 2009
 - Campamento Urbano de Pasaron; 29 de Julio de 2009
 - Campamento Urbano de Valverde: 25 de agosto de 2009
 - **Jornadas sobre salud: alimentación saludable**, colaboración con los técnicos de la mancomunidad en la celebración de las jornadas, en la que se realizan charlas informativas, entrega de trípticos, debates y degustación de alimentos saludables de la zona. Realizado en Losar de la Vera el 6 de agosto.
 - **Charla informativa sobre las nuevas tarifas eléctricas**, realizada en las siguientes
 - 14 de Julio de 2009 en Talaveruela de la Vera
 - 17 de Julio de 2009 en Torremenga de la Vera
 - 28 de Julio de 2009 en Viandar de la Vera
 - 13 de Agosto de 2009 en Robledillo de la vera.

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

- **Estudio sobre Hábitos de compra de gafas de sol.**

Total aproximado de destinatarios: 961

4º trimestre

- **Difusión de la campaña navideña “Compra con criterio”,** reparto de carteles y trípticos informativos por los pueblos que conforman la mancomunidad, con el fin de informar sobre la compra con criterio y fomentar un consumo responsable frente a las fiestas de navidad. También se realizó una charla informativa durante el mes de diciembre en las localidades de Torremenga de la Vera y Gargüera.
- **Campaña TDT,** con el fin de informar a la población sobre la llegada del apagón analógico. Reparto de trípticos informativos por todos los municipios que conforman la mancomunidad.
- **Taller de “Consumo Responsable”,** con el fin de informar a los alumnos sobre un consumo responsable se proyecta un power point con información sobre consumo responsable, reciclaje y contenedores. Realizado durante el mes de noviembre con alumnos de educación primaria en Aldeanueva de la Vera.
- **Charla informativa: Proceso de la compra “Sabes comprar?”,** con el fin de fomentar entre los alumnos una compra responsable así como los métodos para realizar una compra útil y responsable, trabajando el etiquetado de alimentos y juguetes debido a la proximidad de las fiestas navideñas. Debate final. Realizado durante el mes de noviembre.
- **Charla informativa sobre la seguridad de los juguetes,** realizado con las AMPAS, charla informativa y puesta en común debate sobre la seguridad de los juegos y juguetes y reparto de guías informativas de juguetes editadas por AIJU. Realizado con el AMPA de Valverde de la Vera, Madrigal de la Vera y Torremenga de la Vera.
- **Visita del consumo bus** en las siguientes localidades: Tejeda de Tiétar (4 de noviembre), Jarandilla (6 de noviembre), Losar de la Vera (9 de noviembre), Villanueva y Madrigal de la Vera (11 de noviembre), Jaraíz de la Vera (13 de noviembre).
- **Estudio sobre hábitos de consumo energético en los hogares del ámbito rural extremeño,** basado en encuestas que se han realizado en los municipios que conforman la mancomunidad.
- Difusión de las bases del concurso escolar **“Consumopolis”** en los centros educativos de los pueblos que conforman la Mancomunidad. Organizado por el INC y dirigido a escolares de educación primaria y secundaria bajo el lema **“¿Y tu de que vas? A mi me va el consumo responsable”.**

Total aproximado de destinatarios: 200

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

- **Taller “Higiene Buco dental”**, con el fin de promover la adquisición de hábitos de higiene bucodental saludables desde pequeños, así como garantizar el uso correcto de los utensilios de higiene buco dental, el taller se basa en la explicación de los contenidos con la ayuda de presentaciones power point, visionado de vídeos didácticos y realización práctica de actividades. Realizado en Calera de León el 13 de mayo.
- **Taller de consumo responsable**, consiste en la presentación power-point donde se expone toda la materia a tratar: fuentes de energía renovable y no renovable, derroche de recursos, reciclado, cómo aumentar la vida del planeta, situación actual de recursos naturales como el agua...También se realizan actividades prácticas a modo de juego con los distintos contenedores, realización de murales, etc. Realizado en Calera de León el 13 de mayo con alumnos de educación primaria.
- **Taller “El agua. Tu bien máspreciado”**, con el fin de generar una actitud responsable ante el consumo de agua, se realizan exposiciones teóricas a través de power-point y realización de fichas didácticas. Realizado en Segura de León el 27 de mayo con alumnos de educación infantil.
- **Charla informativa sobre comercio electrónico, con el fin de** Informar a la población en general de las nuevas garantías y derechos que ofrece la Ley 34/2002 y en la que se expone el ámbito de aplicación de la ley, las obligaciones que tienen los prestadores de dicho servicio, así como la regulación de la publicidad y la resolución de conflictos que se puedan plantear a la hora de la utilización de estos medios informáticos.
- Realizada en Monesterio el 25 de mayo para toda la población en general y alumn@s del Nuevo Centro de Conocimiento de Monesterio.
- **Taller de Alimentación**, con el fin de concienciar sobre la importancia de llevar una dieta variada y saludable, así como enseñar los distintos trastornos alimentarios, se realizan actividades como dinámicas de desinhibición, análisis de alimentos, etc. Realizado en Monesterio el 15 de junio con las Alumnas del curso de Inicio a la Informática de la población del NCC Monesterio.
- **Celebración del XXXIII Día de la Mancomunidad y de la Comarca de Tentudía** en colaboración con tod@s los trabajador@s de la Mancomunidad, con la realización de las siguientes actividades:
 - Visita del ecobús.
 - Exposiciones del águila imperial y lince ibérico.
 - Taller crea con tus manos.
 - Campaña de protección solar.
- Las actividades se desarrollaron los días 26 y 27 de junio en Monesterio y estaban destinadas a toda la Población en general de las localidades que componen la Mancomunidad de Tentudía, en especial niñ@s de 6 a 16 años y Tercera Edad.
- **Campaña de reciclaje de móviles**, consiste en la distribución por Ayuntamientos y Sede de la Mancomunidad de Tentudía trípticos de información sobre la Campaña y bolsas de reciclaje. Realizado durante los meses de abril y mayo.

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

- ***Campaña informativa sobre la I Fase del plan nacional de transición a la televisión digital terrestre.*** Distribución por localidades afectadas de trípticos y dossier informativos.
 - ***Campaña de Protección solar.*** La campaña se desarrolla informando sobre la protección solar y las consecuencias de la exposición al sol, pasos a seguir para una buena protección solar, recomendaciones y consejos. Realizado en Monesterio el 27 de junio para todos los escolares que asistieron a la celebración del Día de la Mancomunidad y los Habitantes de la Tercera Edad que asistieron a la celebración del Día de la Mancomunidad.
- 3º trimestre*
- ***Campaña informativa sobre la I Fase del plan nacional de transición a la televisión digital terrestre.*** Distribución por las localidades afectadas por el cambio de trípticos y dossier informativos.
 - ***Estudio sobre Hábitos de compra de gafas de sol.***
Total aproximado de destinatarios: **5949**
- 4º trimestre*
- Colaboración en la ***“V Feria Joven de la Campiña Sur y II Jornadas de formación, ocio y empleo”*** con la ejecución de tres talleres formativos (publicidad, crea con tus manos y alimentación equilibrada y saludable). Realizado el 19 de noviembre en Azuaga.
 - ***Taller “Crea con tus manos”***, con el fin de sensibilizar a los pequeños acerca de la importancia del reciclado, se trata de una actividad bastante atractiva para los alumnos por la utilización del material de desecho. Realizado con alumnos de educación infantil en Campillo de Llerena el 10 de diciembre.
 - ***Charla informativa sobre la televisión digital terrestre.*** Realizado en el Centro de Día de Azuaga el 29 de octubre.
 - Difusión de la ***Campaña de navidad “Anticípate a la navidad”***, reparto de trípticos y carteles por los ayuntamientos (15 de diciembre).
 - ***Campaña de Recogida de juguetes***, acción solidaria que realizamos por tercer año consecutivo debido a la gran cantidad de juguetes sin apenas uso que se acumulan en nuestros hogares. En colaboración con el programa de infancia y familias de la mancomunidad. Los juguetes se recogen en los pueblos de la mancomunidad de la Campiña Sur para destinarlos en los pueblos de la mancomunidad de Tentudia. Realizado durante el mes de diciembre.
 - ***Difusión de la Campaña de juguetes seguros***, con el fin de acercar la información al consumidor de las zonas rurales. Distribución de guías de juguetes editadas por AIJU. Realizado durante el mes de diciembre por todos los pueblos.
 - ***Estudio sobre hábitos de consumo energético en los hogares del ámbito rural extremeño***, basado en encuestas que se han realizado en los municipios que conforman la mancomunidad.

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

- Difusión de las bases del concurso escolar “**Consumopolis**” en los centros educativos de los pueblos que conforman la Mancomunidad. Organizado por el INC y dirigido a escolares de educación primaria y secundaria bajo el lema “**¿Y tu de que vas? A mi me va el consumo responsable**”.

Total aproximado de destinatarios: **282**

CMC LACARA SUR

1º trimestre

- **Campaña de promoción de adhesión al Sistema Arbitral de Consumo**, realizado por distintos establecimientos de la mancomunidad con el fin de perseguir la adhesión de los autónomos y empresarios de la comarca. Realizado durante el mes de Enero.
- **Taller de Publicidad**, con el fin de analizar la publicidad con la que nos bombardean los mass media y despertar en el alumnado una actitud crítica ante este hecho. Realizado en La Garrovilla, La Zarza y Puebla de la Calzada para alumnos de educación primaria y secundaria durante los meses de febrero y marzo.
- **Taller de ahorro energético en el hogar**, fomentar el consumo responsable y sostenible en los alumnos y dotar de técnicas y recursos para la práctica de un ahorro energético eficiente, así como estudiar las energías renovables alternativas a las existentes. Realizado en Castuela, La Zarza y Puebla de la Calzada. Con alumnos de educación primaria y secundaria.
- **Taller de alimentación saludable**, fomentar hábitos alimenticios saludables y dar a conocer la rueda de la alimentación a través de dinámicas y juegos. Para alumnos de primaria en La Garrovilla, La Zarza y Puebla de la Calzada.
- **Taller de seguridad en Internet**, con el fin de fomentar un uso racional, pedagógico y saludable y seguro en Internet, así como mejorar los hábitos y usos de la red de los escolares, mediante la exposición de contenidos y juegos y dinámicas. En Puebla de la Calzada y La Garrovilla para alumnos de educación secundaria.
- **Taller de etiquetado y seguridad alimentaria**, descubrir qué es y en qué consiste una alimentación saludable, aprender la procedencia de los alimentos según la cadena alimentaria y conocer los contenidos del etiquetado de los alimentos. Exposición de los contenidos a través de nuestro personaje “etiquetín” nos irá explicando los distintos contenidos, terminando con reflexiones sobre la actividad. Realizado en la Zarza para alumnos de educación primaria.
- **Taller de alcohol y tabaco**, ofrecer información útil y precisa sobre aspectos relacionados con el consumo de alcohol y tabaco, así como promocionar estilos de vida saludables en el alumnado a través de dinámicas de autoestima. Realizado en Puebla de la Calzada con alumnos de educación secundaria.
- **Celebración del Día Mundial de los Derechos de los Consumidores**, celebrado en Miiajadas, el 13 de Marzo, con la participación de un stand de venta de productos de comercio justo de equimercado para toda la población en general. Así mismo hubo distintos talleres y actividades destinado a los centros educativos y asociaciones locales.

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

- También celebramos este día con una exposición “la mujer en publicidad”, en Puebla de la Calzada y Torremayor.
- Concurso de carteles, realizado del 9 al 17 de marzo en la mancomunidad lácara sur y destinado a los usuarios de los centros de día de la comarca.

Total aproximado de destinatarios: 1365

2º trimestre

- **Desayunos saludables, con el fin de** fomentar en el alumnado un estilo de alimentación saludable, informando de los valores nutricionales del desayuno y la importancia que tienen los buenos hábitos alimenticios en nuestro cuerpo, Servimos un desayuno saludable a todos los [alumn@s](#) de la mancomunidad compuesto por una tostada con aceite, un vaso de leche y una pieza de fruta. Realizado durante el mes de abril para los distintos centros de la Mancomunidad, en colaboración con la oficina de Ciudades Saludables y la Asociación Española contra el Cáncer.
- **Taller de publicidad,** con el fin de analizar la publicidad con la que nos bombardean los Mass Media y despertar en el alumnado una actitud crítica ante este hecho realizamos esta exposición explicando los efectos de la publicidad y la relación con el consumo. Realizado en Montijo el 21 de Abril con alumnos de educación secundaria.
- **Taller de ahorro energético,** con el fin de fomentar el consumo responsable y sostenible en los alumnos y dotar de técnicas y recursos para la práctica de un ahorro energético eficiente, así como estudiar las energías renovables alternativas a las existentes, realizamos el taller con alumnos de educación secundaria y del taller de empleo de Talavera la Real, los días 17 de abril y 11 de junio.
- **Taller de alimentación saludable,** con el fin de fomentar hábitos alimenticios saludables y dar a conocer la rueda y la pirámide de la alimentación, el taller se basa en la explicación de la rueda y la pirámide de la alimentación y el juego “hundirás el barco si sabes alimentarte”. Realizado con alumnos de educación secundaria de Talavera el 27 de abril.
- **Taller sobre seguridad en Internet, con el fin de** fomentar un uso racional, pedagógico, saludable y seguro de Internet, así como ofrecer herramientas necesarias al alumnado y sus padres para crear hábitos seguros y racionales en el uso de Internet, realizamos el taller con alumnos de educación secundaria de Talavera el 16 de Abril.
- **Taller de protección solar,** con el fin de concienciar a la población de los efectos nocivos de la exposición prolongada al sol, se informa sobre los efectos nocivos de la exposición prolongada al sol. Realizado con alumnos del colegio de La Garrovilla y padres del AMPA (25 de mayo) y alumnos del colegio de Barbaño (29 de mayo).

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

- **Taller de prevención de alcohol y tabaco**, con el fin de ofrecer información útil, precisa y adaptada a los adolescentes sobre aspectos relacionados con el consumo de alcohol y tabaco, así como dotarles de las capacidades, habilidades y recursos necesarios para enfrentarse de forma adecuada a las situaciones de toma de contacto con el alcohol y el tabaco. Realizado con alumnos de educación secundaria de Montijo (23 de abril), padres del AMPA de Barbaño (18 de mayo) y alumnos de educación primaria de Barbaño (22 de mayo).
 - **Taller Hábitos de compra**, con el fin de Fomentar hábitos de compra racionales y Saludables y Crear una conciencia crítica ante el consumo irracional e insostenible realizamos una exposición power-point sobre técnicas de hábitos de compra saludable y explicación de las técnicas utilizadas por las grandes superficies para fomentar el consumo. Realizado para los usuarios del Centro de Día de Puebla de la Calzada (11 de mayo) y para los alumnos del Taller de empleo de Talavera la Real (11 de junio).
 - **Charla informativa de consumo responsable y Ley de Garantías**, basado en la explicación de los derechos de los consumidores y acercarlos a la ley de garantías. Realizado para los padres del AMPA de Badajoz (12 de mayo) y los alumnos del taller de empleo de talavera la real (16 de junio).
 - **Charla informativa sobre la Liberalización de las eléctricas, tratando los siguientes temas:** Mercado Libre Mercado Regulado y Bono Social.
 - **Conmemoración del Día Mundial sin Tabaco**, con la Instalación de stand en el mercadillo de Montijo, se intercambiaron folletos informativos y piruletas por cigarrillos a todas las personas que iban al mercado. Realizado en Montijo el 28 de mayo.
- 3º trimestre*
- **Charla informativa sobre la liberalización del mercado eléctrico y bono social**, con el fin de informar a los usuarios sobre la liberalización del sector eléctrico, de los derechos que les asisten y del bono social, se destina a toda la población en general, durante el mes de julio, en las siguientes localidades: Barbaño (2 de julio), Talavera la Real (8 de julio), Puebla de la Calzada (8 de julio), Gadiana del Caudillo (9 de julio), La Garrovilla (9 de julio) y Torremayor (10 de julio).
 - **Campaña de protección solar**, con el fin de concienciar a la población infantil y juvenil de los efectos nocivos de la exposición prolongada al sol, realizamos actividades de verano con niños en las piscinas municipales de las siguientes localidades: Talavera la Real (23 de julio), Montijo (3 de agosto), y Puebla de la Calzada (4 de agosto).
 - **Celebración del Día Mundial del Alzheimer** mediante una charla sobre el tema. (21 de septiembre).
 - **Estudio sobre Hábitos de compra de gafas de sol.**

Total aproximado de destinatarios: 2300

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

4º trimestre

- **Difusión de la campaña de juguetes y juegos**, con el fin de informar a la población y la seguridad y calidad del juguete. Reparto de guías de juegos y juguetes seguros editada por AIJU, en los pueblos que conforman la mancomunidad, durante el mes de diciembre.
- **Difusión de la campaña de ahorro en navidad**, con el fin de informar sobre prácticas saludables y responsables respecto al consumo durante estas fechas. Reparto de trípticos informativos. Realizado durante el mes de diciembre.
- **Charla informativa sobre los Hábitos de compra en navidad**, con el fin de informar sobre los derechos como consumidores y dinamizar a las personas mayores. Realizado en el Centro de Día de Puebla de la Calzada el 4 de diciembre.
- **Taller de “Alimentación”**, con el fin de formar sobre hábitos alimenticios saludables., así como dinamizar al colectivo estudiantil. Realizado en La Garrovilla (16 de octubre), Guadiana (19 de octubre), Montijo (26 y 28 de octubre), y destinado a alumnos de educación primaria y secundaria.
- **Taller de “Seguridad alimentaria”**, con el fin de informar sobre el etiquetado de los productos alimenticios. Destinado a la asociación FAMUCOL y realizado en Arroyo de San Serván (23 de noviembre), y La Roca de la Sierra (24 de noviembre).
- **Taller “Seguridad en Internet”**, trata de informar sobre las redes sociales así como promocionar un uso pedagógico de Internet. Realizado el 4 de noviembre con alumnos de educación secundaria.
- **Taller “Descubre la publicidad”**, con el fin de analizar la publicidad con la que nos bombardean durante las fechas navideñas y despertar en el alumnado una actitud crítica ante este hecho. Realizado en la Garrovilla el 5 de noviembre con alumnos de educación secundaria.
- **Charlas informativas** en las localidades de Esparragalejo y la Garrovilla para explicar el decreto por el que se regula la **liberalización del sector eléctrico**.

Total aproximado de destinatarios: 975

CMC GUADIANA

2º trimestre

- **Foro-Debate sobre la población rural y consumo**, organizado por ADEVAG (Asociación para el Desarrollo de las Vegas Altas del Guadiana) con el objetivo primordial de aproximar los recursos de la administración en materia de consumo a las poblaciones más desfavorecidas, informando sobre la tramitación de una reclamación por conflicto en un acto de consumo. Realizado en Gargáligas el 10 de junio y destinado para toda la población en general.

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

3º trimestre

- **Charla sobre Consumo Responsable**, destinado a los alumnos del taller de empleo de Torviscal el 5 de noviembre, en Mengabril el 1 de diciembre (población general) y en Valdehornillos el 3 de diciembre (hogar del pensionista).
- **Charla informativa sobre Rebajas**. Informar sobre un consumo responsable en época de rebajas. Las charlas se destinaron a los alumnos del taller de empleo de Torviscal el 19 de noviembre, en Mengabril el 1 de diciembre (población en general) y en Valdehornillos el 15 de diciembre (hogar del pensionista).
- **Taller sobre el reciclado**, con el fin de concienciar a los niños y jóvenes sobre la importancia del reciclaje de residuos, realizado en Hernán Cortés el 23 de noviembre.

4º trimestre

- **Taller de prevención solar “Consejos prácticos frente al sol”**, con el fin de concienciar a los niños sobre los efectos nocivos del sol, la importancia de la protección solar y la adquisición de buenos hábitos preventivos. Realizado en la piscina municipal de Valdehornillos, el día 3 de julio en Mengabril (7 de julio), C.P. de Rucas (13 de julio) y en la casa de la Juventud de Manchita y Cristina, el 15 de julio.
- **Estudio sobre Hábitos de compra de gafas de sol**.

○ **GERENCIA**

1º trimestre

- **Taller de publicidad**, realizado en las localidades de Zarza de Alange y Castuera para alumnos de educación primaria y secundaria, respectivamente, durante el mes de Febrero.
- Colaboración con el Instituto de Consumo de Extremadura en la organización previa y posterior desarrollo de la celebración del **Día Mundial de los Derechos de los Consumidores**, que tuvo lugar en Miiajadas el día 13 de Marzo.
- Elaboración de **informes de las actuaciones trimestrales** del Consorcio para las reuniones de la Comisión Ejecutiva y el Consejo de Administración en cuanto a formación/información y atención y gestión directa al consumidor.
- Elaboración de un Borrador de **Reglamento de régimen interno** para los trabajadores del Consorcio Extremeño de Información al Consumidor.
- Gestión y actualización de nuestra página web www.masamano.com a través de reuniones periódicas con la empresa gestora para la ejecución y puesta al día de la misma.
 - **Taller “Etiquetado de alimentos y seguridad alimentaria”** destinado a alumnos de educación primaria en la localidad de Zarza de Alange durante el mes de Marzo.

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

- Gestión del posible **Curso de formación** para los profesionales docentes a través de los CPR de Extremadura, en colaboración con la Consejería de Educación, durante los meses de Febrero y Marzo a través de reuniones periódicas y diseño del material del Curso.
 - Colaboración en el **Proyecto de Salud** subvencionado por el AMPA Dion Casio, en Mérida, a través de una charla informativa sobre *Etiquetado de productos: alimentarios y videojuegos*.
 - Colaboración en el **Proyecto de Salud** subvencionado por el AMPA Felix Rodríguez, en Mérida. Durante el mes de marzo. Se han programado las siguientes actividades:
 - Taller “Etiquetado de alimentos”, destinado a alumnos de educación primaria.
 - Taller “Higiene buco dental”, destinado a alumnos de educación infantil y primaria.
 - Charla informativa sobre la seguridad de productos: etiquetado de juegos y juguetes, alimentos y videojuegos; destinado a los padres y madres del AMPA.
- 2º trimestre*
- Elaboración de **informes de las actuaciones trimestrales** del Consorcio para las reuniones de la Comisión Ejecutiva y el Consejo de Administración en cuanto a formación/información y atención y gestión directa al consumidor.
 - Gestión y actualización de nuestra página web www.masamano.com a través de reuniones periódicas con la empresa gestora para la ejecución y puesta al día de la misma.
 - Gestión del posible **Curso de formación** para los profesionales docentes a través de los CPR de Extremadura, en colaboración con la Consejería de Educación, durante los meses de Febrero y Marzo a través de reuniones periódicas y diseño del material del Curso.
 - Colaboración en el **Proyecto de Salud** subvencionado por el AMPA Felix Rodríguez, en Mérida. Durante el mes de abril con la realización del taller de Higiene Buco dental, destinado a padres y madres del AMPA.
 - Colaboración con el CMC Sierra Suroeste **“Foro por la Paz”**, realizado el día 29 de Abril en Jerez de los Caballeros.

Total aproximado de destinatarios: 515

1. Formación – Información.

Formación

RELACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN LOS CMC

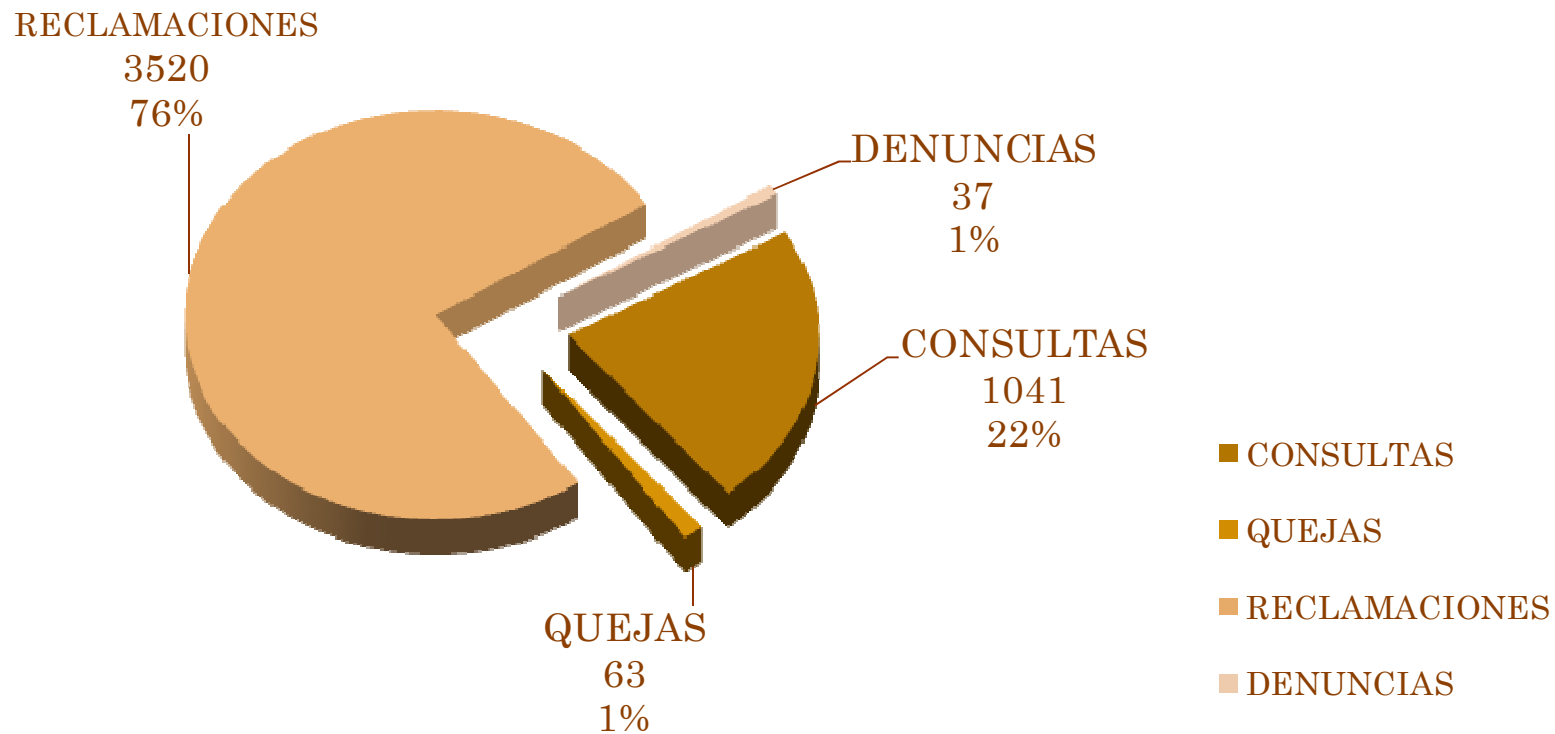
3º trimestre

- Elaboración de **informes de las actuaciones trimestrales** del Consorcio para las reuniones de la Comisión Ejecutiva y el Consejo de Administración en cuanto a formación/información y atención y gestión directa al consumidor.
- Gestión y actualización de nuestra página web www.masamano.com a través de reuniones periódicas con la empresa gestora para la ejecución y puesta al día de la misma.
 - Gestión del posible **Curso de formación** para los profesionales docentes a través de los CPR de Extremadura, en colaboración con la Consejería de Educación, durante los meses de Febrero y Marzo a través de reuniones periódicas y diseño del material del Curso.
 - Elaboración de **trípticos informativos** y difusión de los mismos: Liberalización del Mercado Eléctrico y Campaña informativa sobre la Televisión Digital Terrestre.
 - **IV Plan de Juventud.** Realización de cuestionarios para jóvenes participantes en las medidas de consumo del IV Plan de Juventud.
 - Apoyo y colaboración en la evaluación del **III PIOMEX**, de la Consejería de Igualdad y Empleo del Instituto de la mujer a través de la realización de cuestionarios que reflejen las acciones que desde el Consorcio se dirigen a colectivos de mujeres.
- Seguimiento en el diseño del programa informático de gestión integral en materia de consumo **“Siglo”** en el apartado de Formación/Información.
- **Estudio sobre hábitos de compra de gafas de sol:** recepción de encuestas e interpretación de las mismas (conclusiones y gráfico representativo).
- **Protocolo de inspección y control de compañías de transporte aéreo:** revisión de la información que algunas compañías aéreas que operan en nuestra comunidad ofrecen a través de su página web.

Total aproximado de destinatarios: **280**

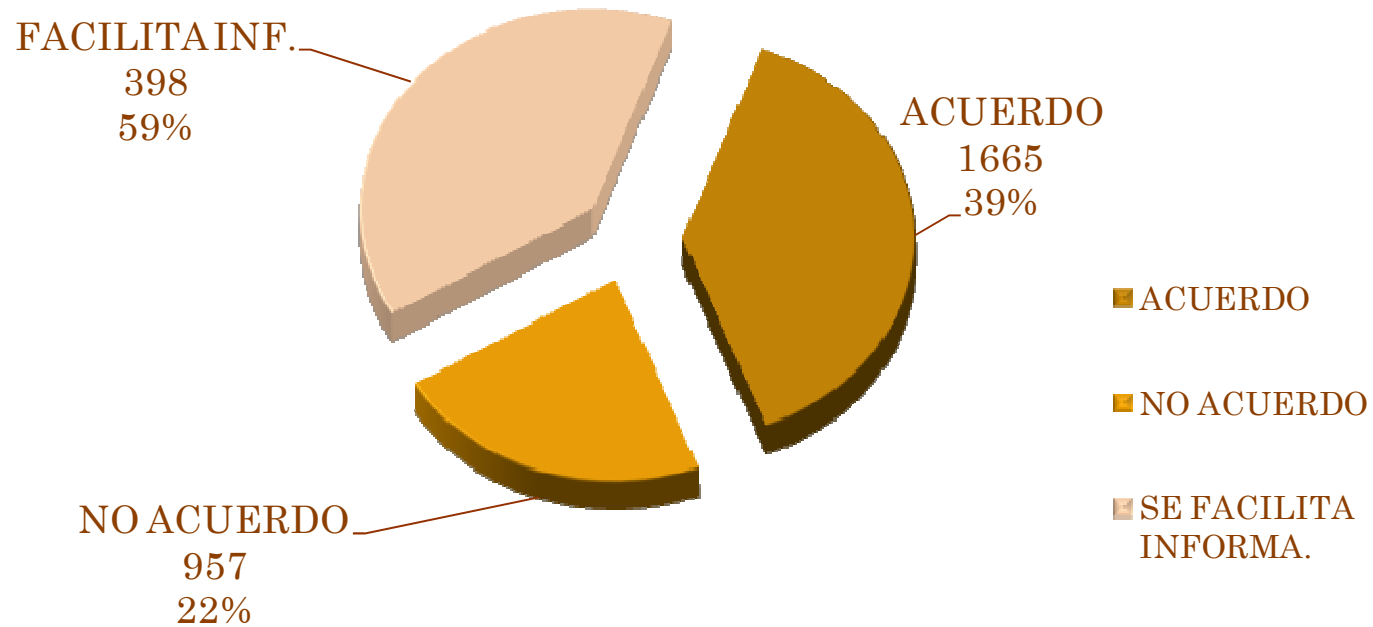
DATOS GENERALES DE TRAMITACIÓN DE EXPEDIENTES - 2009

Registro de Expedientes



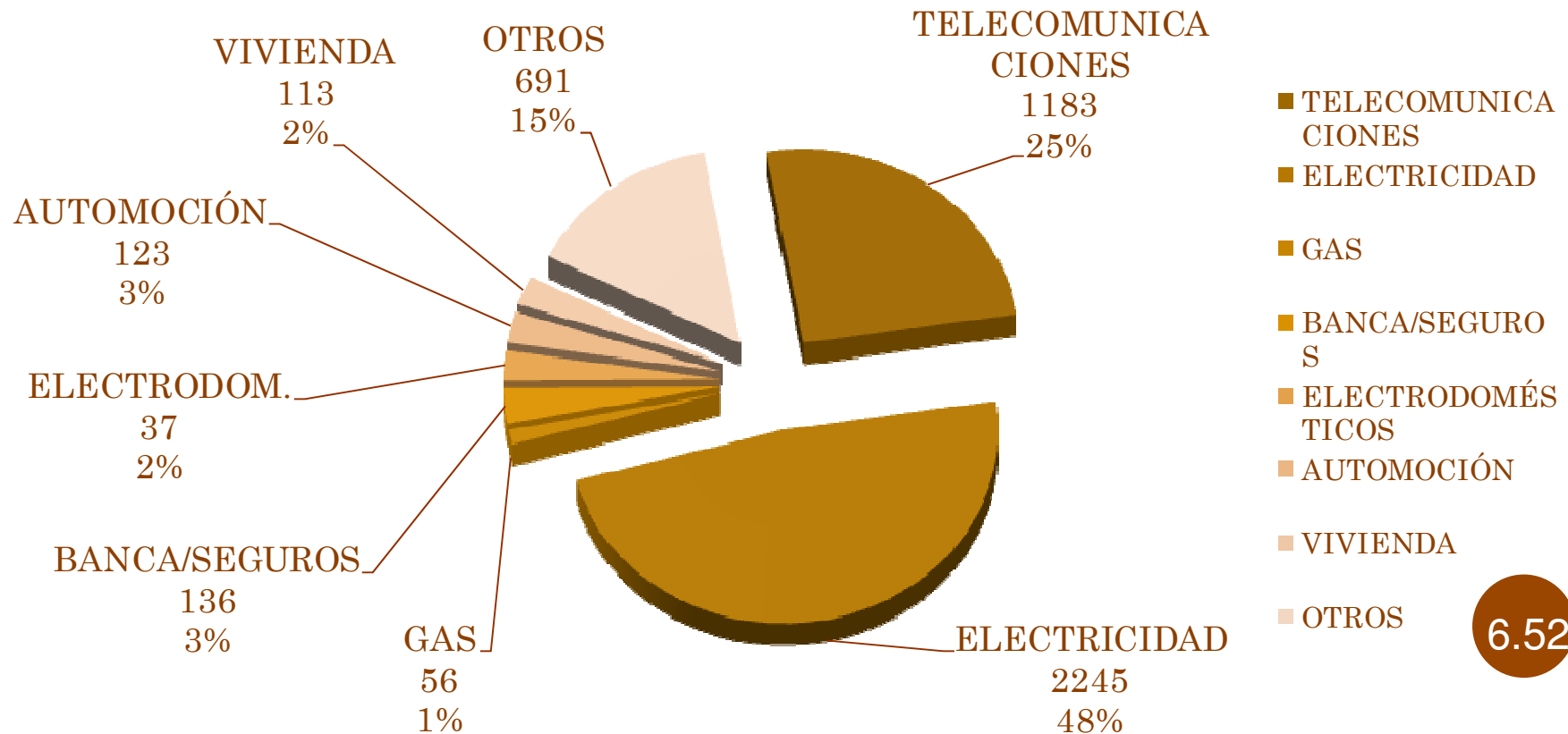
DATOS GENERALES DE TRAMITACIÓN DE EXPEDIENTES - 2009

Tramitación Expedientes



DATOS GENERALES DE TRAMITACIÓN DE EXPEDIENTES - 2009

Registro de expedientes por materia

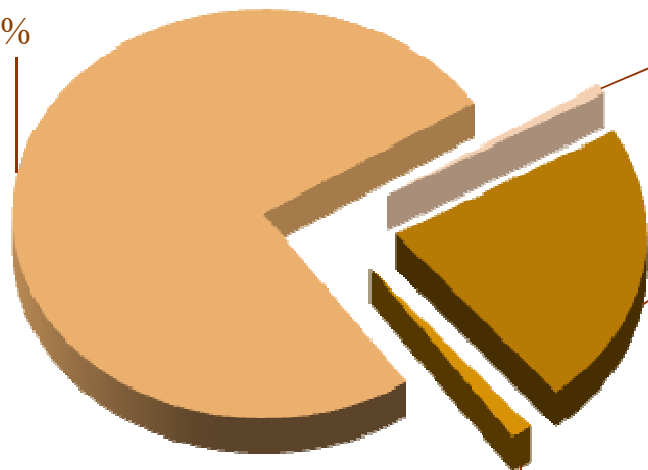


DATOS GENERALES DE TRAMITACIÓN DE EXPEDIENTES - 2009

Gráfico Registro de Expedientes

RECLAMACIONES

3520
76%



DENUNCIAS
37
1%

CONSULTAS
1041
22%

QUEJAS
63
1%

- CONSULTAS
- QUEJAS
- RECLAMACIONES
- DENUNCIAS

DATOS GENERALES DE TRAMITACIÓN DE EXPEDIENTES - 2009

REGISTRO DE EXPEDIENTES

Mancomunidad Valle del Alagón

VALLE DEL ALAGÓN	
Consultas	167
Quejas	0
Reclamaciones	97
Denuncias	0
TOTAL	264

Mancomunidad Sierra Suroeste

SIERRA SUROESTE	
Consultas	121
Quejas	3
Reclamaciones	412
Denuncias	0
TOTAL	536

DATOS GENERALES DE TRAMITACIÓN DE EXPEDIENTES - 2009

REGISTRO DE EXPEDIENTES

Mancomunidad La Serena-Vegas Altas

LA SERENA-VEGAS ALTAS	
Consultas	1
Quejas	3
Reclamaciones	353
Denuncias	0
TOTAL	357

Mancomunidad Lácara Sur

LÁCARA SUR	
Consultas	104
Quejas	12
Reclamaciones	363
Denuncias	2
TOTAL	481

DATOS GENERALES DE TRAMITACIÓN DE EXPEDIENTES - 2009

REGISTRO DE EXPEDIENTES

Mancomunidad Gerencia

GERENCIA	
Consultas	226
Quejas	12
Reclamaciones	412
Denuncias	17
TOTAL	667

Mancomunidad Guadiana

GUADIANA	
Consultas	0
Quejas	0
Reclamaciones	68
Denuncias	4
TOTAL	72

DATOS GENERALES DE TRAMITACIÓN DE EXPEDIENTES - 2009

REGISTRO DE EXPEDIENTES

Mancomunidad Villuercas, Ibores, Jara

VILLUERCAS, IBORES, JARA	
Consultas	96
Quejas	0
Reclamaciones	399
Denuncias	0
TOTAL	495

Mancomunidad Campiña Sur

CAMPIÑA SUR	
Consultas	25
Quejas	2
Reclamaciones	339
Denuncias	0
TOTAL	366

DATOS GENERALES DE TRAMITACIÓN DE EXPEDIENTES - 2009

REGISTRO DE EXPEDIENTES

Mancomunidad Tajo Salor

TAJO SALOR	
Consultas	231
Quejas	28
Reclamaciones	276
Denuncias	10
TOTAL	545

Mancomunidad La Vera

LA VERA	
Consultas	52
Quejas	1
Reclamaciones	546
Denuncias	4
TOTAL	603

DATOS GENERALES DE TRAMITACIÓN DE EXPEDIENTES - 2009

REGISTRO DE EXPEDIENTES

Mancomunidad Tentudía

TENTUDÍA

Consultas	18
Quejas	2
Reclamaciones	255
Denuncias	0
TOTAL	275

DATOS GENERALES DE TRAMITACIÓN DE EXPEDIENTES - 2009

TRAMITACIÓN DE EXPEDIENTES

Mancomunidad Valle del Alagón

VALLE DEL ALAGÓN	
Acuerdo	83
No Acuerdo	15
Facilita Información	166
TOTAL	264
PENDIENTES	0

Mancomunidad Sierra Suroeste

SIERRA SUROESTE	
Acuerdo	199
No Acuerdo	52
Facilita Información	262
TOTAL	513
PENDIENTES	23

DATOS GENERALES DE TRAMITACIÓN DE EXPEDIENTES - 2009

TRAMITACIÓN DE EXPEDIENTES

Mancomunidad La Serena-Vegas Altas

LA SERENA-VEGAS ALTAS	
Acuerdo	304
No Acuerdo	28
Facilita Información	15
TOTAL	347
PENDIENTES	10

Mancomunidad Lácara Sur

LÁCARA SUR	
Acuerdo	239
No Acuerdo	19
Facilita Información	217
TOTAL	475
PENDIENTES	6

DATOS GENERALES DE TRAMITACIÓN DE EXPEDIENTES - 2009

TRAMITACIÓN DE EXPEDIENTES

Mancomunidad Gerencia

GERENCIA	
Acuerdo	220
No Acuerdo	94
Facilita Información	305
TOTAL	619
PENDIENTES	48

Mancomunidad Guadiana

GUADIANA	
Acuerdo	9
No Acuerdo	5
Facilita Información	23
TOTAL	37
PENDIENTES	35

DATOS GENERALES DE TRAMITACIÓN DE EXPEDIENTES - 2009

REGISTRO DE EXPEDIENTES

Mancomunidad Villuercas, Ibores, Jara

VILLUERCAS, IBORES, JARA	
Acuerdo	83
No Acuerdo	8
Facilita Información	379
TOTAL	470
PENDIENTES	25

Mancomunidad Campiña Sur

CAMPIÑA SUR	
Acuerdo	268
No Acuerdo	59
Facilita Información	29
TOTAL	356
PENDIENTES	10

DATOS GENERALES DE TRAMITACIÓN DE EXPEDIENTES - 2009

REGISTRO DE EXPEDIENTES

Mancomunidad Tajo Salor

TAJO SALOR	
Acuerdo	123
No Acuerdo	47
Facilita Información	221
TOTAL	391
PENDIENTES	154

Mancomunidad La Vera

LA VERA	
Acuerdo	87
No Acuerdo	437
Facilita Información	52
TOTAL	576
PENDIENTES	27

DATOS GENERALES DE TRAMITACIÓN DE EXPEDIENTES - 2009

REGISTRO DE EXPEDIENTES

Mancomunidad Tentudía

TENTUDÍA

Acuerdo	50
No Acuerdo	193
Facilita Información	20
TOTAL	263
PENDIENTES	12

DATOS GENERALES DE TRAMITACIÓN DE EXPEDIENTES - 2009

REGISTRO DE EXPEDIENTES

<u>REGISTRO EXPEDIENTES</u>	
CONSULTAS	1041
QUEJAS	63
RECLAMACIONES	3520
DENUNCIAS	37

TRAMITACIÓN DE EXPEDIENTES

<u>TRAMITACIÓN EXPEDIENTES</u>	
ACUERDO	1665
NO ACUERDO	957
SE FACILITA INFORMACIÓN	1689



**DEFENSOR DEL USUARIO DEL
SISTEMA SANITARIO PÚBLICO
DE EXTREMADURA**

MEMORIA 2009

INTRODUCCIÓN.

- El Defensor de los Usuarios del Sistema Sanitario Público de Extremadura es una Institución extremeña que tiene por misión la defensa de los derechos y libertades de los usuarios de la Sanidad Pública de Extremadura.

○ El Defensor de los Usuarios es elegido por el Consejo de Gobierno de la Junta de Extremadura a propuesta del Consejo Extremeño de Consumidores para un período de cinco años.

○ El Defensor de los Usuarios es políticamente independiente, no recibe instrucciones de ninguna autoridad y desempeña sus funciones con absoluta autonomía.

○ Cada año rinde cuentas de su gestión en una memoria que presenta a la Comisión de Sanidad y Consumo de la Asamblea de Extremadura, Consejo Extremeño de Salud y Consejo Extremeño de Consumidores. En este Informe Anual se recogen las reclamaciones y sugerencias que le han dirigido los ciudadanos y las propuestas y recomendaciones que ha tomado para resolverlas, las investigaciones que ha llevado a cabo y los resultados obtenidos.

○ En su investigación, podrá solicitar de las Administraciones competentes la información detallada que considere necesaria, quedando garantizada la más absoluta reserva y confidencialidad en su actuación.

○ Si el Defensor de los Usuarios deduce que han existido irregularidades podrá formular advertencias a la Administración, así como recomendaciones, sugerencias o recordatorios, para que se corrijan las anomalías, debiendo informar a los interesados del resultado de sus actuaciones.

○ Las resoluciones del Defensor de los Usuarios del Sistema Sanitario Público de Extremadura no son ejecutivas. No puede imponer sus decisiones a la Administración. Su autoridad moral deviene de su elección por los representantes de los consumidores y de su relación con la Junta de Extremadura.

FUNCIONES

- Son funciones del Defensor de los Usuarios del Sistema Sanitario Público de Extremadura:
- 1.- Atender y tramitar las reclamaciones y sugerencias que, presentadas ante el Servicio de Atención al Usuario:
 - No hayan sido resueltas en el plazo de dos meses desde su presentación.
 - Hayan sido atendidas y resueltas por los Servicios de Atención al Usuario si la respuesta no se estima satisfactoria.
 - Las que se presenten de manera reiterada sobre un mismo centro, servicio, unidad o personal.
- 2.- Atender y tramitar, en su caso, las reclamaciones y sugerencias presentadas directamente ante el Defensor de los Usuarios por los usuarios sanitarios. El Defensor de los Usuarios conocerá en primera instancia de las reclamaciones y sugerencias que afecten a más de un Área de Salud y las que sean solicitadas directamente por las asociaciones de consumidores. Puede actuar de oficio.
- 3.- Instar el eficaz cumplimiento del deber de información y asesoramiento a los usuarios sanitarios y beneficiarios del Sistema Sanitario Público, de sus derechos y deberes sanitarios, de los servicios y prestaciones sanitarias a las que pueden acceder, así como de los requisitos necesarios para su ejercicio.
- 4.- Gestionar y custodiar un Registro de reclamaciones y sugerencias de los usuarios sanitarios en coordinación con los Registros que al efecto se constituyan en los Servicios de Atención al Usuario.
- 5.- Elaborar la Memoria Anual y, como consecuencia de sus conclusiones, formular propuestas de mejora del funcionamiento de los servicios de atención al usuario.
- 6.- Velar por el desarrollo efectivo de los mecanismos previstos de participación de los ciudadanos en la mejora atención sanitaria.

¿CÓMO DIRIGIRSE AL DEFENSOR?

TELÉFONO: 924 00 47 21

FAX: 924 00 47 30

CORREO ELECTRÓNICO:

defensor.usuarios.sspe@prs.juntaex.es

- OFICINA EN MÉRIDA (CITA PREVIA)
C/ ATARAZANAS, 8 1ª PLANTA 06800

RECLAMACIONES

¿Quién puede presentar una reclamación o sugerencia?

- Las actuaciones del Defensor de los Usuarios pueden iniciarse de oficio o a petición de persona interesada.
- Podrá dirigirse al Defensor de los Usuarios del Sistema Sanitario Público de Extremadura, toda persona natural o jurídica que reciba atención sanitaria en los centros y servicios del mismo.
- El Consejo Extremeño de los Consumidores o cada una de las Asociaciones de Consumidores presentes en el mismo, podrán solicitar mediante escrito motivado la intervención del Defensor de los Usuarios para la investigación o esclarecimiento de actos, resoluciones y conductas concretas producidas en el Sistema Sanitario Público de Extremadura, que afecten a un grupo de ciudadanos, en el ámbito de sus competencias.
- No podrá presentar reclamación o sugerencia ante el Defensor de los Usuarios del Servicio Público de Salud de Extremadura ninguna autoridad administrativa en asuntos de su competencia.

¿Cómo presentar su reclamación o sugerencia?

- Los usuarios sanitarios podrán dirigir sus reclamaciones y sugerencias sobre aspectos relativos a la atención y asistencia sanitaria recibidas en centros del Sistema Sanitario Público de Extremadura, bien al Servicio de Atención al Usuario, o al Defensor de los Usuarios.
- En el caso de que se dirijan a este último, se presentarán en los lugares que con carácter general establezca en cada momento la legislación reguladora del Procedimiento Administrativo Común y en la sede del Defensor de los Usuarios.
- Los usuarios formularán sus reclamaciones indicando su nombre, apellidos, documento nacional de identidad, pasaporte o similar, domicilio, a efectos de notificaciones, y teléfono (facilita su localización en caso de urgencia) firmando al final del correspondiente escrito.
- Las reclamaciones y sugerencias se recogerán por escrito en el impreso de hojas normalizadas. Se incorporarán al modelo normalizado de reclamaciones las cursadas sin sujeción a impreso alguno, así como las aportadas personalmente, por correo, por fax o por correo electrónico.
- La interposición de la reclamación no tiene la consideración de recurso administrativo y, por tanto, no interrumpe los plazos establecidos por la legislación vigente. Las reclamaciones no condicionan el ejercicio de las restantes acciones o derechos que puedan ejercitar los interesados.
- El Defensor de los Usuarios suspenderá sus actuaciones cuando exista un proceso judicial en curso.

RECLAMACIONES

Solicitudes de atención al amparo de la Ley de tiempos de Respuesta

La Ley 1/2005, de 24 de junio, de tiempos de respuesta en la atención sanitaria especializada del Sistema Sanitario Público de Extremadura, entró en vigor el día 7 de octubre de 2005.

Los tiempos máximos de respuesta recogidos en la Ley son los siguientes:

180 días naturales en el caso de intervenciones quirúrgicas.

60 días naturales para acceso a primeras consultas externas.

30 días naturales para la realización de pruebas diagnósticas/terapéuticas.

- Debe Ud. saber que el ejercicio del derecho que recoge la Ley respecto a tiempos de respuesta no se realiza a través de una reclamación. Una reclamación y la solicitud de asistencia al amparo de la Ley 1/2005 son dos cosas distintas, con tramitación y efectos diferentes, aunque puede hacer uso de ambos procedimientos.

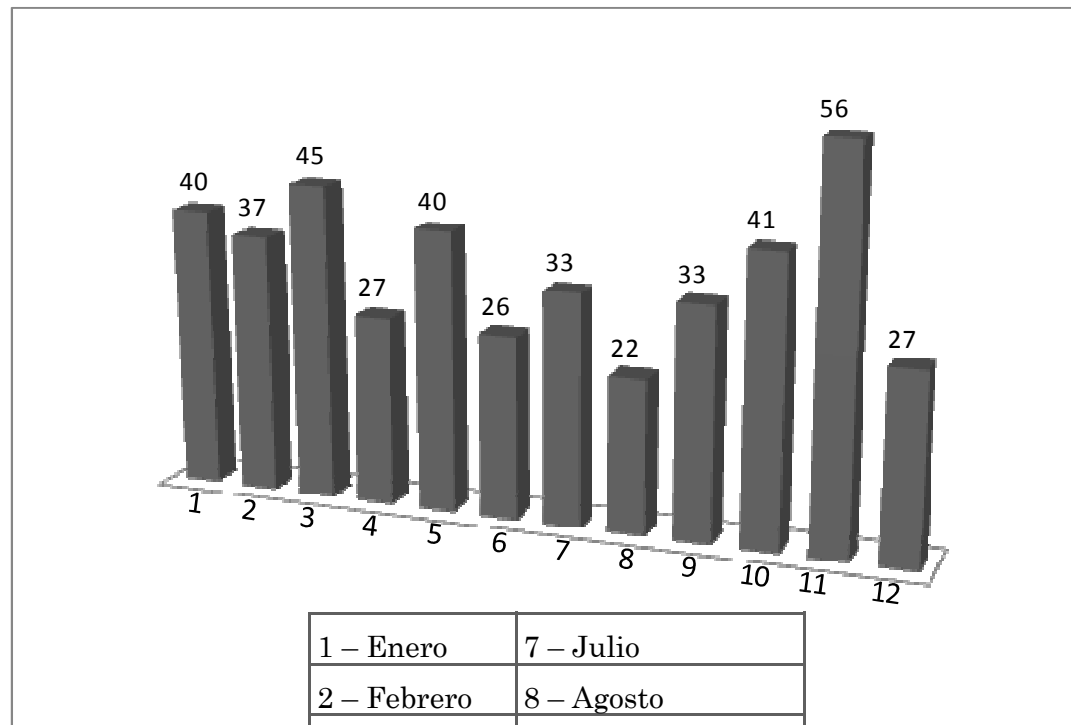
En el caso de que el plazo haya sido superado, podrá acogerse al derecho que reconoce la Ley dirigiéndose mediante escrito:

- 1. Dirigido al Defensor de los Usuarios del Sistema Sanitario Público de Extremadura.
- 2. Recogiendo toda la información referida a su situación de espera, datos personales, actividad sanitaria de la que está pendiente, etc.
- 3. Haciendo constar que solicita atención sanitaria al amparo de la Ley 1/2005 de tiempos de respuesta.

ACTUACIÓN EN 2009

Expedientes incoados

- Durante el ejercicio 2009, se incoaron expedientes referidos a reclamaciones y sugerencias, presentando una distribución paralela a la actividad asistencial.



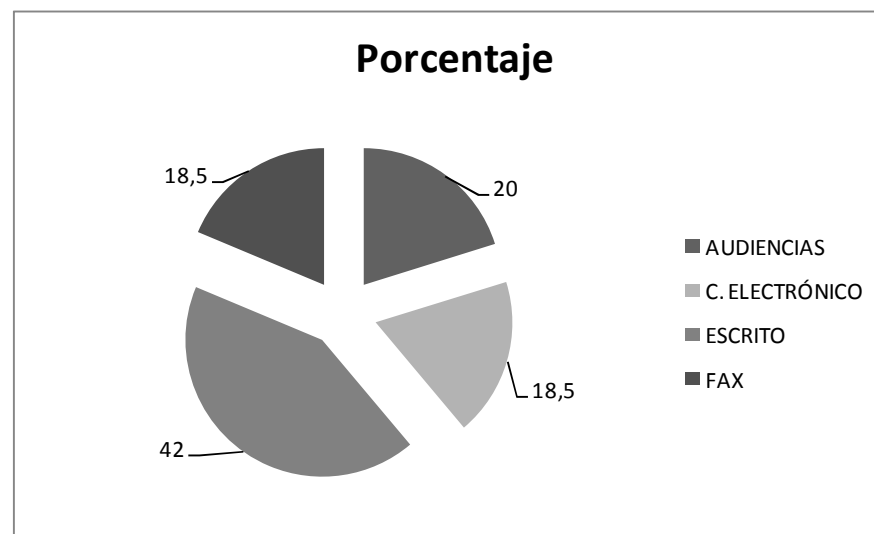
1 – Enero	7 – Julio
2 – Febrero	8 – Agosto
3 – Marzo	9 – Septiembre
4 – Abril	10 – Octubre
5 – Mayo	11 – Noviembre
6 - Junio	12 – Diciembre

ACTUACIÓN EN 2009

Formas de presentación

- La forma más frecuente de presentación de las reclamaciones y sugerencias fue la escrita, a través de las unidades de registro de la Administración Autónoma o de Ayuntamientos u Organismos Oficiales y desde la Consejería de Presidencia. En ocasiones, como en los ejercicios anteriores, canalizadas por Oficinas Municipales de Consumidores. De los 427 Expedientes incoados en el año 2009, se presentaron por escrito 181 reclamaciones lo que representa un 42% del total.
- La segunda forma de presentación más utilizada fue la audiencia personal, con posterior incorporación a modelo normalizado por escrito, que ocasionó la apertura de 88 procedimientos (20%). Destacamos fórmula de presentación por sus bondades por la proximidad y por la facilidad de comunicación y comprensión de la dimensión de las peticiones que se formulan.
- Las vías de comunicación más rápidas y directas como son los correos electrónicos y el teléfono FAX, se están imponiendo cada vez más, alcanzando en su conjunto un 37%. El correo electrónico, es un medio que está siendo utilizado cada vez con más frecuencia por los usuarios, por su comodidad, rapidez e inmediatez y que supone además que la información queda impresa. En 79 ocasiones (un 18,5%) ha sido la forma de contacto inicial con esta Institución. Coincide la misma cifra el número de reclamaciones que se han presentado por vía FAX.

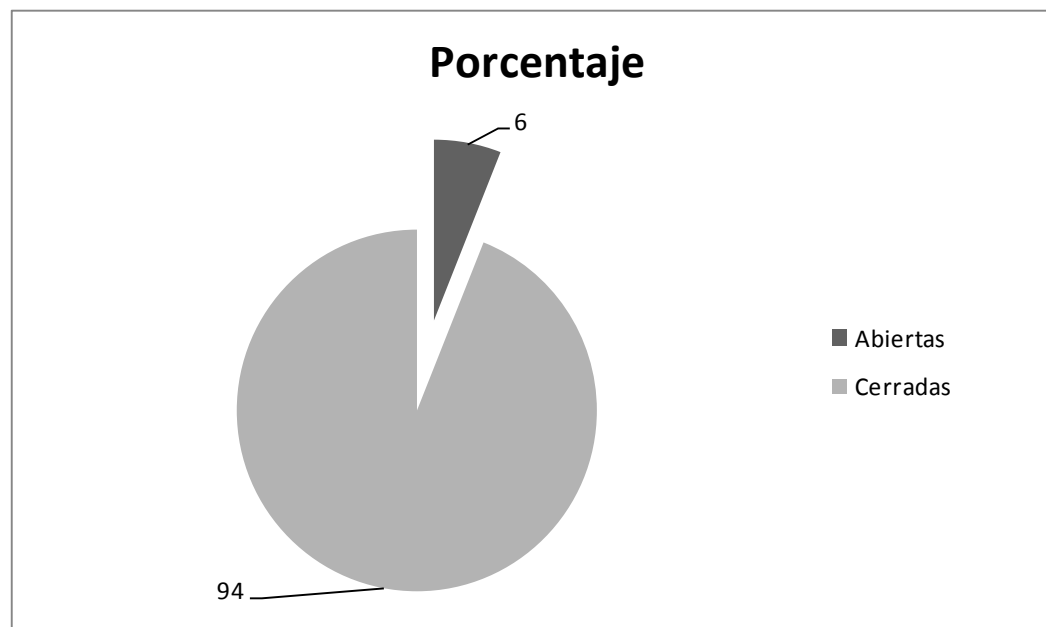
	AUDIENCIAS	C. ELECTRÓNICO	ESCRITO	FAX
TOTAL	88	79	181	79
%	20	18,5	42	18,5



RECLAMACIONES

Estado del procedimiento

- El estado en que se encontraban los 427 expedientes incoados durante el año 2009, el día 31 de diciembre de este año, era de 401 finalizados y 26 en instrucción. Hay que tener en cuenta, que los procedimientos donde no consideramos competentes, por obviar la primera instancia, se cerraban tras remitir la documentación a la Instancia competente e informado al usuario.



RECLAMACIONES

Solicitudes de aplicación de la ley de Tiempos de respuesta de Atención Sanitaria Especializada.

La Ley 1/2005, de 24 de junio, de tiempos de respuesta en la atención sanitaria especializada del sistema sanitario público de Extremadura, establece en su título II, artículo 4, que los plazos máximos de respuesta en tiempos, en el ámbito del Sistema Sanitario Público de Extremadura, serán atendidos dentro de los plazos que se expresan a continuación:

- · 180 días naturales en el caso de intervenciones quirúrgicas.
 - · 60 días naturales para acceso a primeras consultas externas.
 - · 30 días naturales para la realización de pruebas diagnósticas/terapéuticas.
-
- Asimismo establece que los citados plazos se contarán en días naturales a partir de la inclusión del paciente en el Registro de Pacientes en Lista de Espera del Sistema Sanitario Público de Extremadura. En su artículo 5, establece unos sistemas de garantías, para que los usuarios que deseen hacer uso de este derecho puedan requerir de la Dirección General competente en materia de asistencia sanitaria del Servicio Extremeño de Salud, a través del Defensor de los Usuarios del Sistema Sanitario Público de Extremadura, la atención sanitaria.
 - En su título III, contempla el Sistema de información sobre lista de espera y en su artículo 10 establece que el Defensor de los Usuarios del Sistema Sanitario Público de Extremadura comparecerá, anualmente, ante la Comisión de Sanidad de la Asamblea de Extremadura para informar sobre la lista de espera en el ámbito de dicho Sistema.
 - El día 27 de septiembre de 2005, se publica el Decreto 228/2005, por el que se regula el contenido, organización y funcionamiento del Registro de Pacientes en Lista de Espera del Sistema Sanitario Público de Extremadura y se crea el fichero de datos de carácter personal del citado registro. Tiene por objeto la regulación del contenido, organización y funcionamiento del Registro de Pacientes en Lista de Espera del Sistema Sanitario Público de Extremadura. En el mismo se desarrolla el contenido del Registro, la forma de Inscripción en el mismo. Asimismo, se desarrolla la forma de notificación al ciudadano, estableciendo que dispondrá de un justificante de su inclusión en el Registro, con el fin de acreditar su permanencia en la lista de espera. En la notificación se incluirá información suficiente sobre los procedimientos regulados en la Ley de tiempos de respuesta, incluyéndose la fecha límite para recibir cada acto médico prescrito, sea éste de consulta, prueba diagnóstico-terapéutica o intervención quirúrgica.

RECLAMACIONES

Solicitudes de aplicación de la ley de Tiempos de respuesta de Atención Sanitaria Especializada.

Con posterioridad, se publica el Decreto 132/2006, de 11 de julio, por el que se reducen los tiempos de espera en determinadas especialidades en la atención sanitaria especializada.

- Este Decreto tiene por objeto establecer plazos máximos de respuesta de duración inferior a los regulados en la citada Ley. En la misma se establece plazos menores a los previstos para intervenciones quirúrgicas para los procesos especiales, como son los siguientes:
 - Aneurismas de indicación no urgente.
 - Patología arterial periférica isquémica aguda.
 - Fístulas arteria-venosas para diálisis.
 - Cirugía cardiaca valvular.
 - Cirugía coronaria.
 - Desprendimiento de retina.
 - Vitrectomía.
 - Cirugía de exéresis de procesos tumorales malignos.
- En su artículo 3, regula plazos menores para primeras Consultas Externas, para aquellos pacientes que requieran atención sanitaria especializada a través de primeras consultas externas programadas y no urgentes, con sospecha fundamentada en criterios clínicos de enfermedad oncológica, estableciendo un plazo máximo de 30 días naturales.
- Por último, en el artículo 4, regula plazos menores para determinadas pruebas diagnósticas/terapéuticas, para aquellos casos de sospecha fundamentada en criterios clínicos de enfermedad oncológica, serán atendidos dentro de un plazo máximo de 15 días naturales.

RECLAMACIONES

Solicitudes de atención al amparo de la Ley de tiempos de Respuesta

La Ley 1/2005, de 24 de junio, de tiempos de respuesta en la atención sanitaria especializada del Sistema Sanitario Público de Extremadura, entró en vigor el día 7 de octubre de 2005.

Los tiempos máximos de respuesta recogidos en la Ley son los siguientes:

180 días naturales en el caso de intervenciones quirúrgicas.

60 días naturales para acceso a primeras consultas externas.

30 días naturales para la realización de pruebas diagnósticas/terapéuticas.

- Debe Ud. saber que el ejercicio del derecho que recoge la Ley respecto a tiempos de respuesta no se realiza a través de una reclamación. Una reclamación y la solicitud de asistencia al amparo de la Ley 1/2005 son dos cosas distintas, con tramitación y efectos diferentes, aunque puede hacer uso de ambos procedimientos.

En el caso de que el plazo haya sido superado, podrá acogerse al derecho que reconoce la Ley dirigiéndose mediante escrito:

- 1. Dirigido al Defensor de los Usuarios del Sistema Sanitario Público de Extremadura.
- 2. Recogiendo toda la información referida a su situación de espera, datos personales, actividad sanitaria de la que está pendiente, etc.
- 3. Haciendo constar que solicita atención sanitaria al amparo de la Ley 1/2005 de tiempos de respuesta.

RECLAMACIONES

Datos globales sobre solicitudes de Aplicación de la ley de Tiempos De Respuesta De Atención Sanitaria Especializada.

En el ejercicio 2009, se han recibido en nuestra Institución, 594 solicitudes de aplicación de la Ley de Tiempos de respuesta en la atención sanitaria especializada del sistema sanitario público de Extremadura, lo que supone un incremento del 70 % respecto al ejercicio anterior. A fecha 31 de diciembre se encontraban 556 cerradas, encontrándose 38 Expedientes abiertos, a la espera de contestación, un 6,5%.

- En doce ocasiones, un 2% del total, la Oficina del Defensor de los Usuarios, comunicó al solicitante que la solicitud presentada claramente no entraba en los supuestos de la mencionada Ley, renunciando el solicitante, tras la información, a continuar por esta vía. Se trataron de los Expedientes: 86/09; 93/09; 108/09; 133/09; 172/09; 193/09; 224/09; 252/09; 332/09; 385/09; 452/09 y 473/09.
- De las 556 solicitudes finalizadas, excluidas las solicitudes rechazadas por nuestra Institución, quedaron 544. En 144 ocasiones, un 26%, fueron denegadas, En 372 casos aprobadas, un 68% y, en 19 ocasiones, se resolvió durante la tramitación, un 3,5%. El resto, 21 Expedientes, se trata de recomendaciones, que a fecha 31 de diciembre de 2009, se encontraban pendientes de conocer la aceptación o rechazo de la Administración a nuestra recomendación.
- Conviene aclarar que la tramitación de las solicitudes por parte de la Dirección General de Asistencia Sanitaria, fue más allá de lo contemplado por la Ley, no solo se dedicaba a resolver y autorizar, sino que le gestionaba la citación, de tal manera que contactaba con los distintos Centros Sanitarios para informar de las distintas posibilidades de atención. Tanto es así que al ciudadano se le ofertaba no solo los Centro Privados, los contemplados en derecho.
- De las 158 peticiones aprobadas, el Servicio Extremeño de Salud, ha llegado a un acuerdo con el reclamante de recibir la atención en un Centro Público en 140 ocasiones y solo en 18 en Centro Privado. Toda esta gestión añadida, pensamos que supuso que los plazos de contestación se dilataran.

RECLAMACIONES

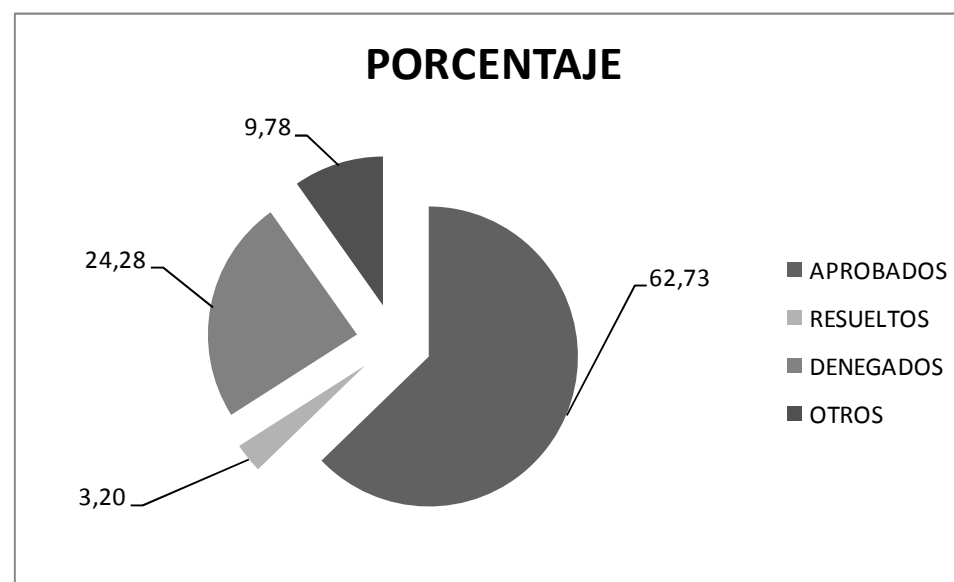
Datos globales sobre solicitudes de Aplicación de la ley de Tiempos De Respuesta De Atención Sanitaria Especializada.

- Las 144 peticiones rechazadas fueron justificadas por la Dirección General de Asistencia Sanitaria no recibándose alegaciones por parte de los reclamantes. Las causas:
- Por tratarse de revisiones y no primeras consultas o tratarse de una prueba de screening o prueba preventiva y no de una indicación de finalidad diagnóstica, en 7 casos.
- Por incumplimiento de uno de los requisitos para su solicitud, principalmente el haberse solicitado antes de haberse cumplido el plazo en 118 casos.
- Por otras cuestiones en 14 ocasiones. En todos estos casos, se remitieron a las Áreas competentes la disconformidad del reclamante, no procediéndose a la apertura de Expediente de reclamación, a fin de evitar una excesiva e inútil burocracia y duplicidad de datos.
- Como ya hemos comentado, sobre los plazos de contestación, han sido, en general, aceptables. A fecha 31 de diciembre de 2009, se encontraban 556 Expediente cerrados y 38 en tramitación. Daremos cuenta de ellas en la memoria del 2.010.

RECLAMACIONES

Datos globales sobre solicitudes de Aplicación de la ley de Tiempos De Respuesta De Atención Sanitaria Especializada.

	APROBADOS	RESUELTOS	DENEGADOS	OTROS
TOTAL	372	19	144	58
PORCENTAJE	62,73	3,20	24,28	9,78



RECLAMACIONES

Distribución de las solicitudes por Áreas de Salud.

Sobre la procedencia de las Áreas de Salud, el Área de Cáceres es el Área donde más solicitudes se han realizado, seguida de Badajoz. Es lógico que las Áreas de mayor población y que tienen Hospitales de referencias, sean las que mayor número de peticiones reciben.

ÁREA DE PROCEDENCIA	Nº EXP. INCOADOS POR SOLICITUD	Nº EXP. INCOADOS POR SOLICITUD LTR 2009
BADAJEZ	92 (26%)	150 (25%)
CÁCERES	140 (39%)	245 (41%)
CORIA	3 (1%)	0 (0%)
DON BENITO	8 (2%)	15 (2,5%)
LLERENA ZAFRA	10 (3%)	23 (4%)
MÉRIDA	59 (17%)	121 (20%)
NAVALMORAL	0 (0%)	3 (0,5%)
PLASENCIA	37 (11%)	37 (6%)
TOTAL 349	349 (100%)	594 (100%)

NORMATIVA

Derechos y deberes de los ciudadanos respecto al Sistema Sanitario

- LEY 10/2.002, DE 28 DE JUNIO, DE SALUD DE EXTREMADURA.
- Decreto de regulación de segunda opinión especialista en Extremadura
- Ley de tiempos de respuesta de atención especializada Extremadura
- Modelo Testamento Vital
- Modelo para orientarse como se redacta un testamento vital en Extremadura.
- Decreto que regula libre elección de médico en Atención Primaria Extremadura
- Decreto que regula al Defensor de los usuarios de Extremadura
- DECRETO 132/2006, regulador plazos: Nuevo DECRETO 132/2006, de 11 de julio, por el que se reducen los tiempos de espera en determinadas especialidades en la atención sanitaria especializada, ampliando derechos de la ley de Tiempos de Respuesta

Normativa sobre reintegro de gastos

- DECRETO 6/2006, de 10 de enero, por el que se regula el procedimiento y los requisitos del reintegro de gastos de productos farmacéuticos, ortoprótesis y asistencia sanitaria así como las ayudas por desplazamiento y estancia.
- LEY 3/2005, de 8 de julio, de información sanitaria sobre Derecho de información sanitaria, Derechos relativos a la intimidad y la confidencialidad, Derecho a la autonomía del paciente, Expresión anticipada de voluntades, Consentimiento informado, Derechos relativos a la documentación sanitaria y Consejo Asesor de Bioética, Comités de Bioética Asistencial y Comité Ético de Investigación Clínica Autónomo.

NORMATIVA

Otras materias de legislación.

- Regulación fármacos gratuitos discapacitados enfermos pediátricos crónicos y familias numerosas
- ORDEN de 26 de noviembre de 2003, por la que se regula la tramitación de las reclamaciones y
- Sugerencias, relativas a la actividad sanitaria, dirigidas por los usuarios del sistema sanitario Público de Extremadura al servicio extremeño de salud
- DECRETO 311/2007, de 15 de octubre, por el que se regula el contenido, organización y Funcionamiento del registro de expresión anticipada de voluntades de la comunidad autónoma
- De Extremadura y se crea el fichero automatizado de datos de carácter personal del citado Registro.
- Folleto informativo sobre solicitud testamento vital
- Folleto informativo sobre solicitud testamento vital en Extremadura
- Decreto 93/2009, de 24 de abril, por el que se regula la implantación de la receta electrónica en el ámbito del sistema sanitario público de Extremadura (DOE de 30 de abril de 2009).



ANEXO I

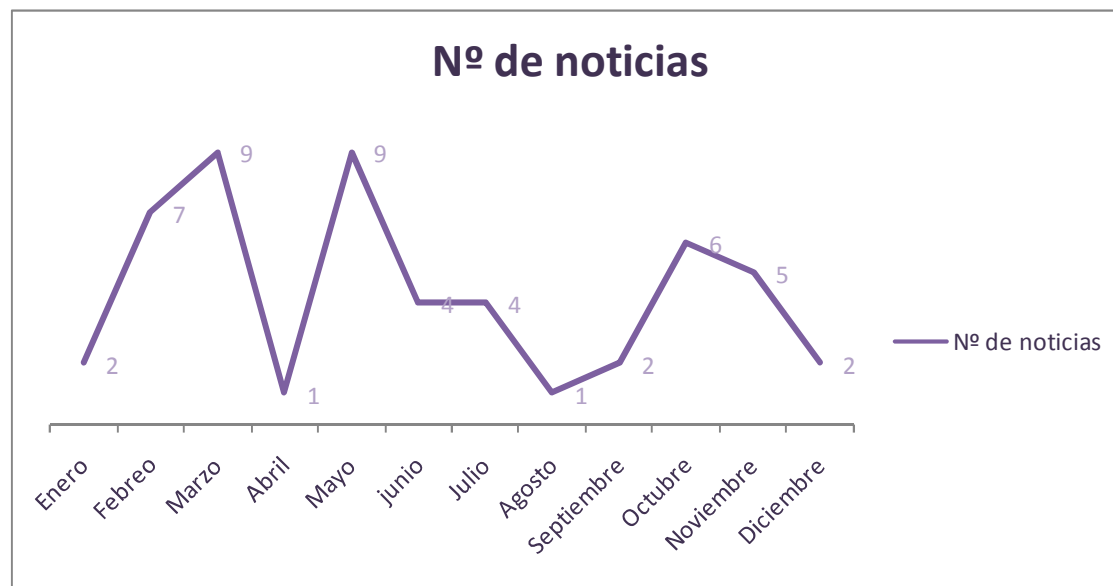
DIFUSIÓN DEL INCOEX

MEMORIA 2009



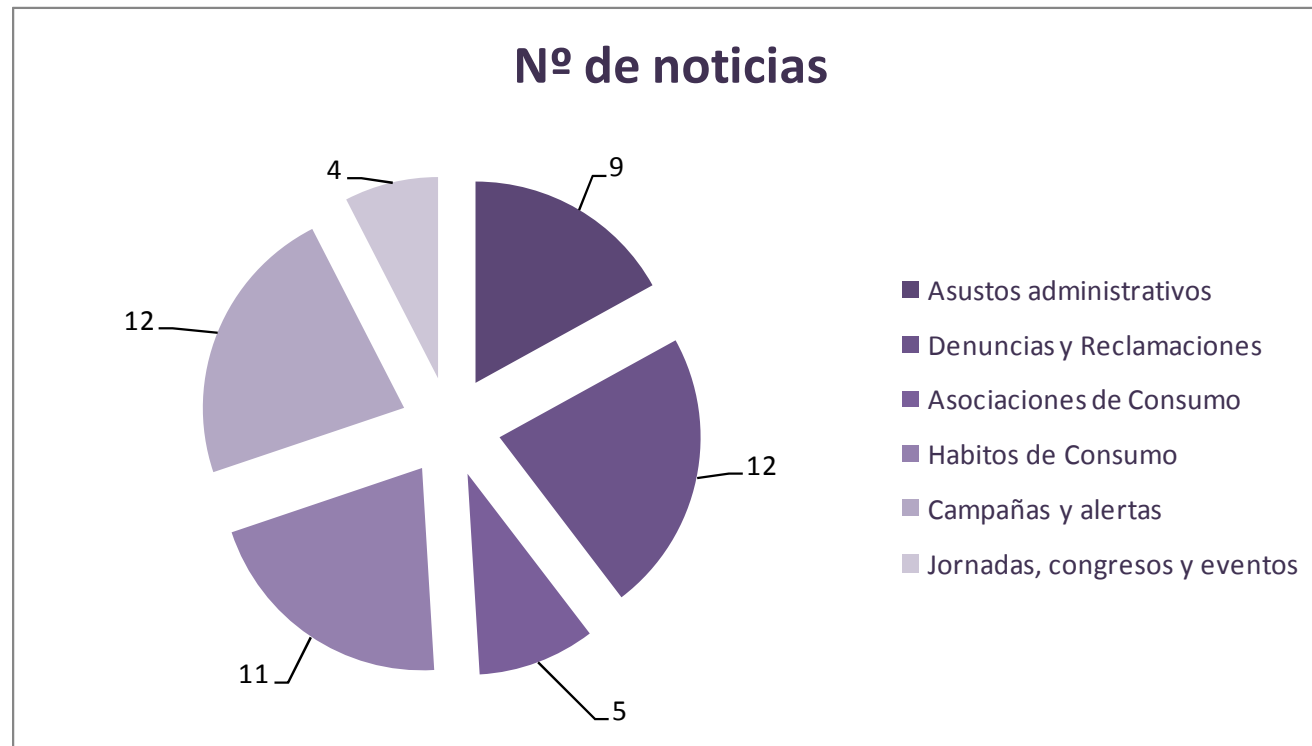
Aparición de INCOEX en la prensa en la red.

- Se puede observar en el gráfico el número de las publicaciones en prensa que aparecen en la red.
- Las noticias recogidas en este apartado son aquellas que aparecen en la prensa digital, que se presupone igual a la escrita. Se ha llevado a cabo una búsqueda retrospectiva con el fin de agrupar aquellas noticias de relevancia del Instituto de Consumo de Extremadura, bien sea por actuaciones de éste o por agentes externos que mencionan a dicha institución.
- El mayor número de publicaciones de da en el primer semestre del año.
- El segundo semestre, incluye el periodo estival, que es el tiempo en que se generó un menor número de noticias.
- Como punto positivo, hay que mencionar que el Instituto de Consumo de Extremadura ha generado al menos una noticia en cada mes del año.



Aparición de INCOEX en la prensa en la red.

- En el siguiente gráfico se refleja la tipología de las noticias encontradas, siendo el mayor número de ellas referidas a las Denuncias y Reclamaciones junto con las que se refieren a las Campañas y las Alertas, seguidos de los Hábitos de Consumo.
- Hay que destacar que en el grupo de las denuncias y reclamaciones, estas son referidas a las compañías eléctricas y el nuevo modo de facturación, lo que llevó consigo las reclamaciones sobre la facturación que se hacia a los usuarios consumidores.



Aparición de INCOEX en la prensa en la red.

A continuación se muestran los titulares de las noticias recogidas en 2009 sobre el Instituto de Consumo de Extremadura (INCOEX).

ENERO

- 15 Ene 2009 - Multitud de zapaterías de toda Extremadura ya han recibido la visita de los inspectores del Instituto de Consumo, que además de indicarles la ... En Extremadura, el Instituto de Consumo de Extremadura tiene constancia de cuatro personas que han resultado afectadas por la utilización de ...

De: Consumo sigue buscando botas contaminadas por el...
- Páginas web relacionadas

www.hoy.es/20090115/regional/consumo-sigue-buscando-botas-20090115.html

- 19 Ene 2009 - La creación del Instituto de Consumo de Extremadura fue un compromiso electoral del PSOE en las últimas elecciones autonómicas. ... El Consejo de Dirección del Instituto de Consumo de Extremadura se ha de reunir, al menos, una vez al año; se ha creado, además, un Consejo Permanente que ...

De: ... el Consejo de dirección del Instituto de Consum...
- Páginas web relacionadas

www.extremaduraaldia.com/extremadura/constituido-el-consejo-de-direccion-del-instituto-de-consumo-de-extremadura/71820.html

- 31 Ene 2009 - El presidente de la Junta de Extremadura, Guillermo Fernández Vara, advirtió hoy a las compañías eléctricas de que va a mirar "con lupa de cien ... Fernández Vara explicó que así lo ha ordenado al Instituto Regional de Consumo, tras conocer las quejas de los usuarios debido al ...

De: Vara advierte a las compañías eléctricas de que... -
Páginas web relacionadas

www.extremaduraaldia.com/extremadura/vara-advierte-a-las-companias-electricas-de-que-se-van-a-mirar-con-lupa-las-reclamaciones-sobre-la-ultima-facturacion/72618.html

FEBRERO

- 2 Feb 2009 - La Asociación de Usuarios de Bancos Cajas y SegurosADICAE en Extremadura denunciará mañana ante el Instituto Extremeño de Consumo los problemas que se están detectando en la factura del gas en diversas localidades de la región con motivo del cambio en el suministro del gas ...

De: ADICAE Extremadura denuncia problemas con la... -
Páginas web relacionadas

www.hoy.es/20090202/local/adicae-extremadura-denuncia-problemas-200902021716.html

Aparición de INCOEX en la prensa en la red.

- 5 Feb 2009 - Los padres no ven relación entre el consumo de sus hijos y el endeudamiento familiar y definen a los chicos como personas que consumen de manera responsable , según un estudio elaborado por el Consejo de la Juventud de Extremadura (CJEx) y el Instituto Regional de Consumo. ...
De: Los padres no ven relación entre el consumo de... - Páginas web relacionadas
www.soitu.es/soitu/2009/02/05/info/1233847193_824400.html
- 5 Feb 2009 - Así lo ha adelantado hoy el director del Instituto de Consumo de Extremadura, Pedro García Ramos, que asistirá a la reunión, junto a un responsable de la Consejería de Industria, Energía y Medio Ambiente. García Ramos ha especificado que hasta el día de ayer se habían recibido en el ...
De: Responsables de la Junta se reúnen mañana con... - Páginas web relacionadas
www.hoy.es/20090205/local/responsables-junta-reunen-manana-200902051425.html
- 5 Feb 2009 - La retirada del cobro de los 40 euros por revisión de los contadores es una de las cuestiones que el Instituto de Consumo de Extremadura va a solicitar a Endesa en la reunión que mantendrá próximamente con las compañías eléctricas que operan en la comunidad, según ha anunciado el ...
De: La Mancomunidad Sierra Suroeste ayuda a reclamar... - Páginas web relacionadas
www.extremaduraaldia.com/provincia-badajoz/la-mancomunidad-sierra-suroeste-ayuda-a-reclamar-por-la-subida-de-la-luz/72937.html
- 6 Feb 2009 - En los pueblos pequeños, que no cuentan con recursos para abrir este tipo de oficinas, los vecinos pueden acudir al Consorcio Extremeño de Consumidores, gestionado por la Junta. Instituto de Consumo: Los afectados pueden dirigirse al Teléfono de Información al Consumidor (902 402 777), ...
De La consejería de Industria no detecta irregularida... - Páginas web relacionadas
www.hoy.es/20090206/local/navarro-cosas-volver-sitio-200902061358.html
- 17 Feb 2009 - El sindicato resalta que este colectivo está "muy ruralizado" dado que el 66% vive en poblaciones de menos de 20.000 habitantes, a lo que suma su "bajo nivel" de estudios y la dificultad que tienen para llegar a fin de mes. Por su parte, el director general del Instituto de Consumo de ...
De Un estudio del Instituto de Consumo de Extremadura... - Páginas web relacionadas
www.regiondigital.com/periodico/extremadura/estudio_de_l_instituto_consumo_extremadura_ugt_revela_que_los_mayores_extremenos-93545.html

Aparición de INCOEX en la prensa en la red.

- 20 Feb 2009 - Si Aqualia no lo hace, la Unión de Consumidores se plantea denunciar a esta empresa ante el Instituto de Consumo de Extremadura, "por aplicar indebidamente una tarifa más alta", según adelantó ayer Roberto Serrano, responsable de la UCE en Badajoz. ...

De: La UCE denunciará a Aqualia ante la Junta por... - Páginas web relacionadas

www.elperiodicoextremadura.com/noticias/noticia.asp?pkid=427990

MARZO

- 7 Mar 2009 - Todas estas actuaciones del Ejecutivo regional, que han sido notificadas a las distribuidoras eléctricas, no impiden las decisiones que pueda tomar por otro lado el Instituto de Consumo de Extremadura si aprecia irregularidades. Andrade cree sin embargo que si se han producido errores ...

De: Las eléctricas tendrán que recalcular las... - Páginas web relacionadas

www.hoy.es/20090307/regional/electricas-volveran-facturar-desde-20090307.html

- 10 Mar 2009 - El Instituto de Consumo de Extremadura (ICEX) ha instruido un expediente sancionador a las compañías eléctricas que operan en la región como consecuencia de los problemas surgidos por el nuevo modelo de facturación y por la dificultad para los usuarios de obtener información adecuada ...

De: El Instituto de Consumo de Extremadura abre un... - Páginas web relacionadas

www.hoy.es/20090310/local/instituto-consumo-extremadura-abre-200903101240.html

- 11 Mar 2009 - Un jubilado extremeño muestra una elevada factura de la luz, fruto del nuevo sistema estimativo. / HOY. El Instituto de Consumo de Extremadura (ICEX) ha instruido un expediente sancionador a las compañías eléctricas que operan en la región por los «problemas surgidos a partir de su ...

De: El Instituto de Consumo de Extremadura expedienta... - Páginas web relacionadas

www.hoy.es/20090311/sociedad/instituto-consumo-extremadura-expedienta-20090311.html

- 12 Mar 2009 - La diputada del Grupo Parlamentario Popular en la Asamblea de Extremadura, Felisa Cepeda, culpó hoy al PSOE, tanto nacional como regional, ... así como la protección y defensa de los consumidores, que en este caso corresponde al Instituto de Consumo de Extremadura (ICEX). ...

De: El PP culpa al PSOE de la "chapuza y el caos" en... - Páginas web relacionadas

www.extremaduraaldia.com/asamblea/el-pp-culpa-al-psoe-de-la-chapuza-y-el-caos-en-los-recibos-de-la-luz/75277.html

Aparición de INCOEX en la prensa en la red.

- 25 Mar 2009 - Según ha explicado Pallero, a partir de la aprobación del decreto se regulará la composición del Consejo de Consumidores para adaptarlo a la nueva estructura del Instituto de Consumo de Extremadura, por eso, pasará a estar formado específicamente por representantes de los consumidores ...
De: El Consejo de Consumidores de Extremadura estrenar... - Páginas web relacionadas
www.extremaduraaldia.com/extremadura/el-consejo-de-consumidores-de-extremadura-estrenara-nuevas-tareas-composicion-y-funcionamiento/76255.html
- 27 Mar 2009 - El grupo socialista en el Ayuntamiento de Badajoz ha denunciado ante el Instituto de Consumo de Extremadura (ICEX) a la empresa concesionaria del ... Ante ello, se han visto obligados a denunciar esta situación, que consideran " ilegal" ante el Instituto de Consumo de Extremadura, ...
De ... PSOE denuncia a Aqualia ante el Insituto de... - Páginas web relacionadas
www.hoy.es/20090327/local/badajoz/psoe-denuncia-aqualia-ante-200903271719.html
- 29 Mar 2009 - El Grupo Municipal Socialista Regionalistas en el Ayuntamiento de Badajoz ha afirmado que el silencio cómplice del alcalde Miguel Celdrán le obliga a denunciar a Aqualia ante el Instituto de Consumo de Extremadura por cobrar agua de 2008 a precios de 2009 lo que pone de manifiesto que el ...
De: ... a Aqualia ante el Instituto de Consumo de... - Páginas web relacionadas
www.regiondigital.com/periodico/badajoz_ciudad/psoe_badajoz_denuncia_aqualia_ante_instituto_consumo_extremadura_por_cobrar_agua-96013.html
- 30 Mar 2009 - Que la sociedad española es permisiva con el consumo de alcohol, ya se sabe; que también lo son las instituciones no le cabe duda a nadie, y para demostrarlo basta reparar en que el Instituto de Consumo de Extremadura informó a este periódico que en el 2007 (último año del que facilitó ...
De: Alcohol y menores - Páginas web relacionadas
www.elperiodicoextremadura.com/noticias/noticia.asp?pkid=435545
- 31 Mar 2009 - En Extremadura el Instituto de Consumo ha localizado y retirado del mercado 4.200 pares de calzado peligroso y la situación parece controlada. ... usado poco aún pueden sufrir reacciones alérgicas, advirtió ayer el director del Instituto de Consumo de Extremadura, Pedro García Ramos. ...
De: Consumo retira 4.200 botas tóxicas y dice que... - Páginas web relacionadas
www.hoy.es/20090331/local/consumo-retira-botas-toxicas-200903310858.html

Aparición de INCOEX en la prensa en la red.

ABRIL

- 2 Abr 2009 - RESOLUCIóN de 2 de abril de 2009, del Director General del Instituto de Consumo de Extremadura, por la que... | United States of America, Plaintiff-Appellee v. Thomas P. Shackelford, Defendant-Appellant. No. 82-2405. Summary Calendar., 709 F ...
Mostrar más
De: Orden de 25 de noviembre de 1999, por la que se... - Páginas web relacionadas
vlex.com/vid/colaboradoras-citada-emprendedores-15838755

MAYO

- 2 May 2009 - La Mancomunidad Integral de Municipios "Guadiana" ofrece un nuevo servicio a sus ciudadanos a través del Consorcio Extremeño de Información al Consumidor, entidad dependiente del INSTITUTO DE CONSUMO DE EXTREMADURA, que tiene como objetivo informar, formar y atender al consumidor de ...
De: La Mancomunidad Integral de Municipios "Guadiana"... - Páginas web relacionadas
www.extremaduraaldia.com/provincia-badajoz/la-mancomunidad-integral-de-municipios-guadiana-pone-en-marcha-el-servicio-de-informacion-al-consumidor/78480.html

- 2 May 2009 - Un estudio sobre el Consumo de la Juventud de Extremadura realizado por el Consejo de la Juventud de la regióncjex en colaboración con el Instituto de Consumo del Ejecutivo autonómico ha puesto de manifiesto que los jóvenes extremeños gastan la mayor parte de sus ingresos en ...
De: Un estudio del CJEx y el Instituto de Consumo de... - Páginas web relacionadas
www.regiondigital.com/periodico/juventud/estudio_del_cjex_instituto_consumo_junta_revela_que_los_jovenes_extremenos-92910.html

- 6 May 2009 - El director general del Instituto de Consumo de Extremadura, Pedro García Ramos, presentó hoy un estudio sobre los hábitos de consumo de los extremeños, para el cual se realizaron 963 entrevistas a ciudadanos con edades comprendidas entre los 18 y los 65 años, siendo necesario ...
De: El Instituto de Consumo publica un estudio sobre... - Páginas web relacionadas
www.extremaduraaldia.com/extremadura/el-instituto-de-consumo-publica-un-estudio-sobre-los-habitos-de-extremenos/78762.html

Aparición de INCOEX en la prensa en la red.

- 7 May 2009 - Subvenciones.- Resolución de 7 de mayo de 2009, del Director General del Instituto de Consumo de Extremadura, por la que se da publicidad a la concesión de ayudas en materia de consumo para las escuelas municipales permanentes de consumo en el ámbito de la Comunidad ...
De Diario Oficial de Extremadura - Páginas web relacionadas
doe.juntaex.es/ultimosdoe/mostrardoe.php?fecha=20090522
- 18 May 2009 - El presidente de la Junta de Extremadura, Guillermo Fernández Vara, inaugurará este martes, 19 de mayo, el III Ciclo 'Horarios Racionales', que tendrá lugar en ... Ignacio Buqueras y Bach; el director del Instituto de Consumo de Extremadura , Pedro García Ramos, y autoridades invitadas. ...
De: Fernández Vara inaugura este martes en Mérida el... - Páginas web relacionadas
www.regiondigital.com/periodico/M%C3%A9rida/fernandez_vara_inaugura_este_martes_merida_iii_ciclo_horarios_racionales-100009.html
- 19 May 2009 - El director del Instituto de Consumo de Extremadura, Pedro García Ramos, ha dicho hoy que el consumo de alcohol por los jóvenes es "un problema de salud pública" y que la Junta trabaja en temas como concienciar a la sociedad y controlar la venta, mientras que el PP ha subrayado "el ...
De: El consumo de alcohol de los jóvenes extremeños... - Páginas web relacionadas
www.hoy.es/20090519/local/consumo-alcohol-jovenes-extremenos-200905191739.html
- 24 May 2009 - Un día antes el director del Instituto de Consumo de Extremadura, Pedro García Ramos, dijo en una reunión de la Comisión de Cooperación Internacional, Comunicación y Consumo que el consumo juvenil de alcohol es "un problema de salud pública" y se trabaja para concienciar a la sociedad ...
De La Asamblea extremeña recibe la propuesta de... - Páginas web relacionadas
www.soitu.es/soitu/2009/05/24/info/1243163540_378133.html
- 27 May 2009 - El Instituto de Consumo de Extremadura celebra hoy en Mérida unas Jornadas sobre Educación Financiera para Profesionales de consumo bajo el título La Protección de los Consumidores en el Ámbito Financiero y de la Inversión El objetivo de las Jornadas es profundizar en los temas ...
De La Junta de Extremadura forma a profesionales de... - Páginas web relacionadas
www.extremaduraaldia.com/extremadura/la-junta-de-extremadura-forma-a-profesionales-de-consumo-en-educacion-financiera/80184.html

Aparición de INCOEX en la prensa en la red.

De: La Asamblea insta a la Junta a controlar y frenar... - Páginas web relacionadas

www.elperiodicoextremadura.com/noticias/noticia.asp?pkid=451349

- 31 May 2009 - Además la empresa también tiene su lugar en este espacio virtual pudiendo acceder entre otros a los resultados de las últimas campañas de control efectuadas por el Instituto además de información útil sobre la adhesión al sistema arbitral de consumo como garantía añadida a sus ...

De: El Instituto de Consumo de Extremadura ha abierto... - Páginas web relacionadas

www.regiondigital.com/periodico/Nuevas%20Tecnolog%C3%ADas/instituto_consumo_extremadura_abierto_pagina_web_institucional_wwwincoexorg-101210.html

JUNIO

- 2 Jun 2009 - GOBIERNO CA EXTREMADURA- En una reunión celebrada hoy en la sede de la Consejería en la que han participado el director general de Ordenación Industrial, Energética y Minera, José Luis Andrade, el director general del Instituto de Consumo, Pedro García Ramos, así como representantes de ...

De: Extremadura supervisa la actuación de las eléctric... Páginas web relacionadas

www.agroinformacion.com/noticias/20/ingenieria-rural/14462/extremadura-supervisa-la-actuacion-de-las-electricas-y-les-exige-agilizar-las-respuestas-a-las-reclamaciones.aspx

- 3 Jun 2009 - La Junta de Extremadura estaría "encantada" de que volviese a aplicarse en el país la facturación eléctrica de carácter bimensual o, ... mensual - "se produjo una avalancha de consultas y reclamaciones" tanto a las distribuidoras, como al Instituto de Consumo ya su propio departamento. ...

De: Extremadura defiende la vuelta a la facturación... - Páginas web relacionadas

www.gentedigital.es/badajoz/noticia/30005/extremadura-defiende-la-vuelta-a-la-facturacion-electrica-bimensual-que-continue-la-actual-pero-con-lectura-real

- 21 Jun 2009 - La oposición defenderá, además, un propuesta de impuso en la que se pide al Ejecutivo extremeño que controle y frene la venta de gafas de sol sin homologar en establecimientos no autorizados o por medio de la venta ambulante, ya poner en marcha, desde el Instituto de Consumo, ...

De: La Junta informará mañana sobre el control de la... Páginas web relacionadas

www.soitu.es/soitu/2009/06/21/info/1245581581_953813.html

Aparición de INCOEX en la prensa en la red.

- 30 Jun 2009 - En nota de prensa, el Instituto de Consumo de Extremadura recuerda a los consumidores que las fechas de rebajas elegidas deben mostrarse visibles al público, incluso cuando ... Apostilla el instituto que hay que pedir siempre la factura o ticket de compra para posibles reclamaciones. ...

De: ... aprovechar las rebajas "de forma inteligente"... - Páginas web relacionadas

ecodiario.economista.es/espana/noticias/1370098/06/09/La-Junta-recomienda-aprovechar-las-rebajas-de-forma-inteligente-mediante-un-consumo-responsable.html

JULIO

- 27 Jul 2009 - La estafa realizada en nombre del Ministerio de Economía y Hacienda hacia alusión a un reembolso de impuestos inexistentes. Para ello, pedían al receptor de la estafa sus datos personales y bancarios, incluyendo el número de verificación de las tarjetas. El Instituto de Consumo de ...

De: El Instituto de Consumo de Extremadura ha... - Páginas web relacionadas

www.regiondigital.com/periodico/Extremadura/instituto_consumo_extremadura_denunciado_intento_fraude_realizado_traves-104342.html

www.agroinformacion.com/noticias/20/ingenieria-2009 - El Instituto de Consumo de Extremadura ha alertado hoy de una supuesta estafa realizada a través de correos electrónicos enviados en nombre del Ministerio de Economía y Hacienda que certifican una supuesta devolución de impuestos y solicitan los datos personales bancarios para ingresar ...

De: Noticias más importantes tran - Páginas web relacionadas

www.abc.es/agencias/noticia.asp?noticia=62864

- 28 Jul 2009 - La Universidad de Extremadura y el Ejecutivo Autonómico trabajarán juntos en un trabajo de investigación cuyo propósito será la planificación organización y puesta en marcha de un Sistema de Información en el Instituto de Consumo de la región. Este trabajo permitirá la implantación de ...

De: ... un Sistema de Información en el Instituto de... - Páginas web relacionadas

www.universia.es/html_estatico/portada/actualidad/noticia_actualidad_param/noticia/babhda.html

- 29 Jul 2009 - El Director del Instituto de Consumo de Extremadura, Pedro García Ramos, ha explicado que su objetivo es recorrer toda la región, especialmente aquellos municipios y mancomunidades que por su situación geográfica tienen más dificultades para acceder a este tipo de recursos, ...

Aparición de INCOEX en la prensa en la red.

De: El "Consumo-Bus" recorrerá Extremadura para... - Páginas web relacionadas

www.regiondigital.com/periodico/Extremadura/consumobus_recorrera_extremadura_para_informar_los_ciudadanos_sobre_consumo-104465.html

AGOSTO

- 10 Ago 2009 - El director del Instituto de Consumo de Extremadura Incoex Pedro García Ramos ha presentado la nueva Guía del Consumidor con Discapacidad en ... El Consejo de Gobierno extremeño instó en su día al Instituto de Consumo de Extremadura a elaborar y difundir herramientas que hicieran posible ...

De Extremadura elabora una guía de consumo para... - Páginas web relacionadas

solidaridaddigital.discapnet.es/SolidaridadDigital/Noticias/Accesibilidad/DetalleNoticia.aspx?id=6604

SEPTIEMBRE

- 11 Sep 2009 - Los nuevos entes públicos que se han creado son el Servicio Extremeño de Protección y Atención a la Dependencia (Sepad), el Instituto de Consumo, la Agencia de Cooperación al Desarrollo, la Agencia Extremeña de Valoración Educativa y la Agencia Extremeña de Calidad en la Educación, ...

De Monago critica que la Junta haya subido un 22% el... - Páginas web relacionadas

www.hoy.es/20090911/local/monago-critica-junta-haya-200909111348.html

- 12 Sep 2009 - Comprobar que el juguete lleve la marca CE obligatoria que las instrucciones estén en castellano y que esté identificado perfectamente su fabricante o responsable de su comercialización. Atender a los intereses de los menores y asegurarse de que el juguete es adecuado a su ...

De El Instituto de Consumo de Extremadura inicia la... - Páginas web relacionadas

www.regiondigital.com/periodico/Extremadura/instituto_consumo_extremadura_esta_llevando_cabo_campana_controles_juguetes-111222.html

OCTUBRE

- 13 Oct 2009 - La presidenta del Consejo de la Juventud de Extremadura Cjex Laura Garrido Sánchez y el director general del Instituto de Consumo de la Junta de Extremadura Pedro García Ramos presentarán este miércoles 14 de octubre una guía de consumo responsable destinada al colectivo juvenil ...

De ... CJEx y el Instituto de Consumo presentan en... - Páginas web relacionadas

www.regiondigital.com/periodico/Juventud/cjex_instituto_consumo_presentan_merida_guia_consumo_responsable-107969.html

Aparición de INCOEX en la prensa en la red.

- 14 Oct 2009 - Se va a distribuir en las oficinas de consumo y en las entidades que pertenecen al CJEx, aunque se pretende que al menos llegue un ejemplar a cada centro de educación secundaria de la región para el área de Educación Social. Cabe destacar que la guía se distribuirá en las oficinas de ...
De: El Instituto de Consumo de Extremadura y el CJEx... - Páginas web relacionadas
www.regiondigital.com/periodico/Juventud/instituto_consumo_extremadura_cjex_crean_una_guia_para_fomentar_consumo-108059.html
- 20 Oct 2009 - Resolución de 20 de octubre de 2009, de la Presidenta del Instituto de Consumo de Extremadura, por la que se dispone el nombramiento como Secretario de la Junta Arbitral de Consumo, de D. José Manuel Sastre Silos. UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA.
De: Diario Oficial de Extremadura - Páginas web relacionadas
doe.juntaex.es/ultimosdoe/mostrardoe.php?fecha=20091109
- 26 Oct 2009 - El director del Instituto de Consumo ha expuesto su preocupación por el daño que esta práctica puede causar en un sector clave de la economía extremeña y en ese sentido ha expuesto las distintas acciones llevadas a cabo por la Junta para garantizar la autenticidad y trazabilidad de ...
De: Instituto Consumo insistirá e - Páginas web relacionadas
www.abc.es/agencias/noticia.asp?noticia=152601
www.oinformacion.com/noticias/20/ingenieria-rural/14462/extremadura-supervisa-la-actuacion-de-las-electricas-y-les-exige-agilizar-las-respuestas-a-las-reclamaciones.aspx
- 28 Oct 2009 - Esta situación se debe explicó el Instituto de Consumo de Extremadura en una nota de prensa a que para solicitar dicha subvención además del ... El Instituto de Consumo de Extremadura aconsejó al consumidor la lectura del contrato y no aceptar cláusulas del tipoSubvención Gobierno ...
De: El Instituto de Consumo de Extremadura informa de... - Páginas web relacionadas
www.extremaduraaldia.com/extremadura/el-instituto-de-consumo-de-extremadura-informa-de-los-requisitos-para-renovar-los-vehiculos-mediante-las-ayudas-del-plan-2000e/89036.html
- 31 Oct 2009 - El encargado en responder fue el director del Instituto de Consumo de Extremadura, Pedro García Ramos, quien informó de que en 2007 se llevó a cabo a cabo una campaña de inspección basada exclusivamente en el sector ibérico, la cual se incardinó a su vez en una campaña del Instituto ...
- De La Asamblea, una apuesta por el arte extremeño - Páginas web relacionadas

Aparición de INCOEX en la prensa en la red.

www.extremaduraaldia.com/cronicas-parlamentarias/la-asamblea-una-apuesta-por-el-arte-extremeno/89264.html

NOVIEMBRE

- 4 Nov 2009 - Lo mismo ocurrió, explicó la diputada del PP, con la creación del Instituto de Consumo de Extremadura, en el que también existió una "total falta de previsión", ya que los gastos que requirió su puesta en marcha "lo detraen de la partida de apoyo a ayuntamientos y mancomunidades en ...
De: El PP de Extremadura lamenta la "improvisación"... - Páginas web relacionadas
www.que.es/badajoz/200911041622-extremadura-lamenta-improvisacion-junta-pgex.html
- 4 Nov 2009 - El sistema de facturación del consumo eléctrico se cambió a principios de este año y al Instituto de Consumo de Extremadura le llovieron las reclamaciones. Ahora, a punto de expirar 2009, Consumo da la razón a las personas que se sintieron desinformadas por cómo se hizo esta ...
De: Consumo multa a Iberdrola por no informar a los... - Páginas web relacionadas
www.hoy.es/20091104/regional/consumo-multa-iberdrola-informar-20091104.html
- 20 Nov 2009 - La segunda edición del Congreso de Consumo de Extremadura que organiza el Instituto de Consumo de Extremadura se celebrará el día 24 de noviembre en el Hotel Las Lomas de Mérida y presentará como eje temático central la relación entre el consumidor y los contratos ...
De: ... edición del Congreso de Consumo de Extremadura... - Páginas web relacionadas
www.extremaduraaldia.com/extremadura/la-ii-edicion-del-congreso-de-consumo-de-extremadura-abordara-la-relacion-entre-el-consumidor-y-los-contratos/90658.html
- 23 Nov 2009 - 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 ... Según detalla la Junta de Extremadura en nota de prensa el perfil del Instituto como usuario de Facebook incluirá todos los aspectos de esta ...
De: El Instituto de Consumo de Extremadura se une a... - Páginas web relacionadas
www.regiondigital.com/periodico/Nuevas%20Tecnolog%C3%ADas/instituto_consumo_extremadura_une_facebook_para_usar_potencial_las_redes-110318.html
- 24 Nov 2009 - El Presidente de la Junta de Extremadura, Guillermo Fernández Vara, ha sido el encargado de inaugurar este martes en Mérida el II Congreso de Consumo de Extremadura, organizado por el Instituto de Consumo de Extremadura, y en el que se debate sobre consumidores y contratos. ..

Aparición de INCOEX en la prensa en la red.

De: Fernández Vara afirma que la salida de la crisis... - Páginas web relacionadas

www.regiondigital.com/periodico/Portada/fernandez_vara_afirma_que_salida_crisis_economica_actual_esta_exportar_mas-110421.html

www.extremaduraaldia.com/asamblea/el-pleno-da-luz-verde-a-dos-enmiendas-populares-de-las-242-debatidas/92404.html

○ DICIEMBRE

- 14 Dic 2009 - Una campaña informativa, puesta en marcha por el Instituto de Consumo de Extremadura (Incoex) y que lleva como slogan 'Para disfrutar de una Navidad compartida y no de una Navidad compulsiva', pretende proteger al consumidor de cara a las compras navideñas y fomentar un consumo ...

De: ... el consumo responsable, seguro y solidario en... - Páginas web relacionadas

www.que.es/badajoz/200912141420-campana-informativa-fomentara-consumo-responsable.html

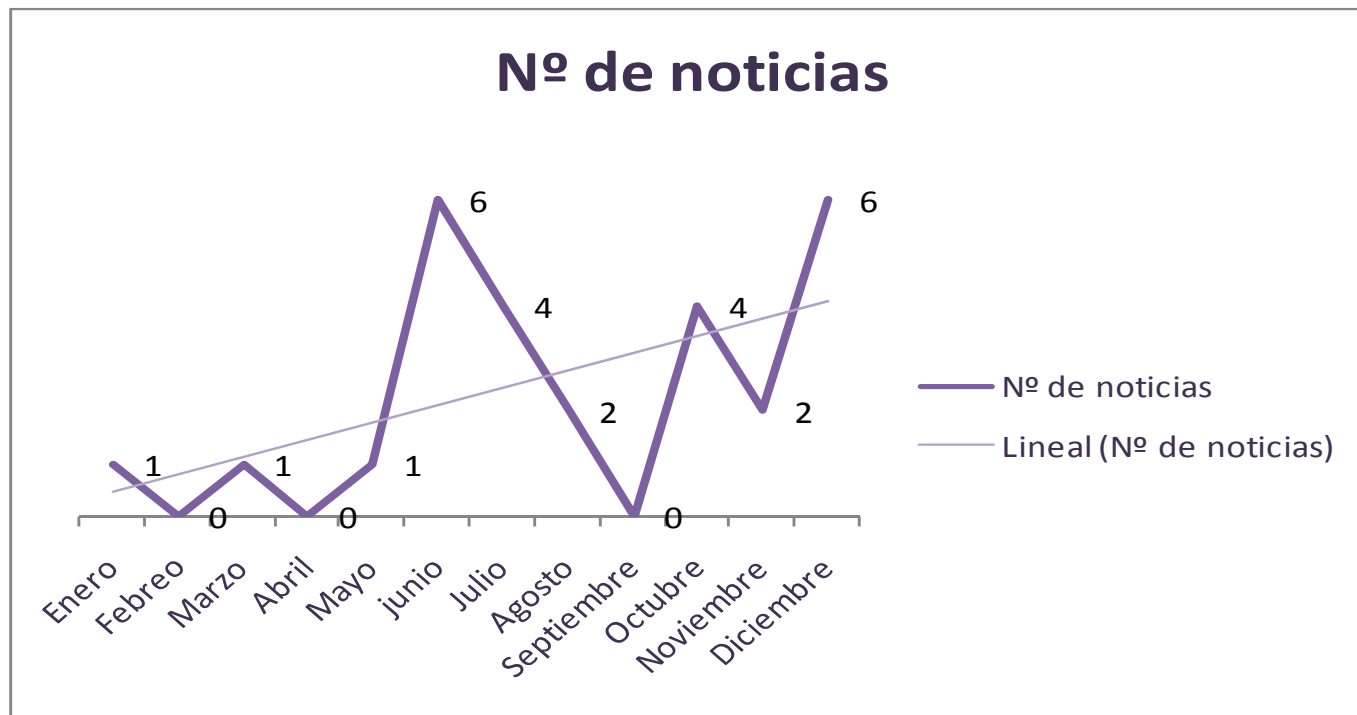
- 17 Dic 2009 - En este sentido, añadió que las necesidades de los extremeños en el exterior ya están cubiertas con ayudas del Gobierno central; y que desde el Instituto de Consumo de Extremadura ya se fomenta el consumo responsable y se llevan a cabo acciones de investigación. ...
- De El Pleno da luz verde a dos enmiendas populares... - Páginas web relacionadas

Noticias publicadas en la web de INCOEX.

En la web del Instituto de Consumo de Extremadura se han publicado un total de 27 noticias durante el periodo de 2009.

En el siguiente gráfico podemos observar cual es su distribución a lo largo del periodo indicado.

Se puede observar que los meses en los que mas se publica son junio y diciembre, unidos a las campañas de rebajas en el caso del primero y a las campañas de navidad en el caso del segundo.

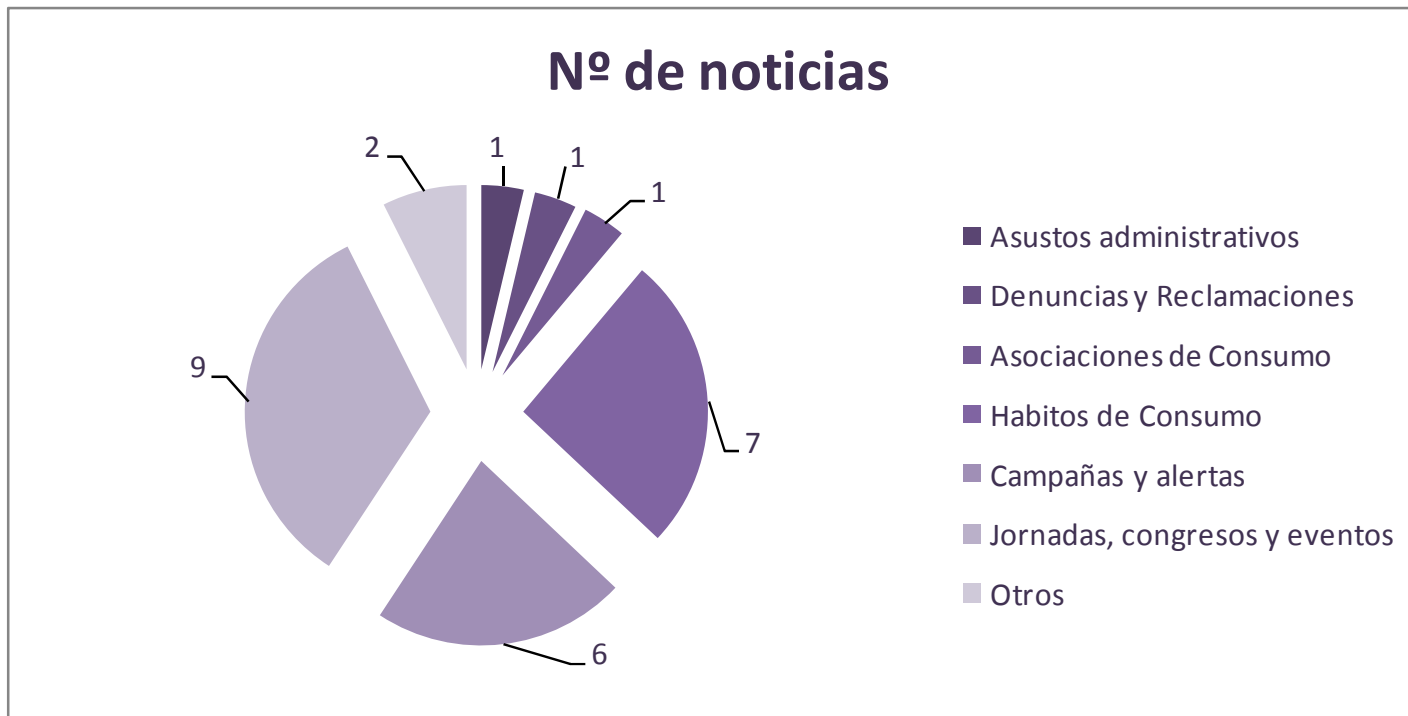


Noticias publicadas en la web de INCOEX.

En la web del Instituto de Consumo de Extremadura se han publicado un total de 27 noticias durante el periodo de 2009.

En el siguiente gráfico podemos observar cual es su distribución a lo largo del periodo indicado.

Se puede observar que los meses en los que mas se publica son junio y diciembre, unidos a las campañas de rebajas y el anuncio del cambio a la Televisión Digital Terrestre en el caso de junio y a las campañas de navidad en el caso de diciembre.



Noticias publicadas en la web de INCOEX.

- martes, 22 de diciembre de 2009 . RACIONALIZACIÓN HORARIA: “Navidades racionales”.
- viernes, 18 de diciembre de 2009. 18 de diciembre - Día nacional de la Esclerosis Múltiple (EM).
- martes, 15 de diciembre de 2009. La Junta de Extremadura pone en marcha una campaña para fomentar el consumo responsable de cara a las navidades.
- miércoles, 9 de diciembre de 2009. El presidente de la Junta afirma que para salir de la crisis hay que consumir más, importar menos y aumentar las exportaciones.
- miércoles, 2 de diciembre de 2009. Se celebra con éxito el II Congreso de Consumo de Extremadura.
- martes, 1 de diciembre de 2009. El plazo de inscripción para el concurso escolar CONSUMÓPOLIS 5, dirigida a los Centros Escolares, acabó el 30 de noviembre de 2009.
- jueves, 26 de noviembre de 2009. El Instituto de Consumo de Extremadura se une a las redes sociales.
- jueves, 19 de noviembre de 2009. Celebración del II Congreso de Consumo de Extremadura en Mérida.
- jueves, 29 de octubre de 2009. El Instituto de Consumo de Extremadura informa sobre los requisitos para renovar los vehículos mediante las ayudas del Plan 2000E.
- viernes, 23 de octubre de 2009. Se abre el plazo de inscripción para participar en el concurso escolar CONSUMÓPOLIS 5.
- jueves, 8 de octubre de 2009. El Instituto de Consumo de Extremadura publica una Guía de Consumo para Discapacitados.
- lunes, 5 de octubre de 2009. España lleva notificados casi 700 productos peligrosos en la red de alerta RAPEX.
- jueves, 27 de agosto de 2009. Desarrollo de la Campaña sobre Gafas de Sol: Protección frente a los rayos UV pero falta de información al consumidor.
- martes, 18 de agosto de 2009. El “Consumo-Bus” llega a Casar de Cáceres.
- miércoles, 29 de julio de 2009. El “Consumo-Bus” recorrerá la región para informar a los ciudadanos sobre el consumo responsable y seguro.
- martes, 28 de julio de 2009. Información sobre un silbato alertado por riesgo de asfixia
- lunes, 6 de julio de 2009. Información sobre gafas premontadas graduadas
- miércoles, 1 de julio de 2009. Consejos para aprovechar de forma inteligente la temporada veraniega de rebajas.
- martes, 30 de junio de 2009. Se produce el “apagón” de la televisión analógica en 29 localidades de la provincia de Badajoz.
- viernes, 26 de junio de 2009. Celebración del Consejo de Administración del Consorcio Extremeño de Información al Consumidor.
- martes, 23 de junio de 2009. La Junta de Extremadura recomienda informarse bien antes de adaptarnos a la Televisión Digital Terrestre.

Noticias publicadas en la web de INCOEX.

- martes, 23 de junio de 2009. El Instituto de Consumo de Extremadura lleva a cabo una campaña de gafas de sol no graduadas.
- lunes, 15 de junio de 2009. Liberalización del Sector Eléctrico y Suministro de Último Recurso.
- jueves, 11 de junio de 2009. El Instituto de Consumo de Extremadura entrega los premios a los ganadores del concurso escolar sobre buenos hábitos de consumo "Consumópolis 4".
- martes, 19 de mayo de 2009. III Ciclo sobre Racionalización de los Horarios Españoles.
- martes, 10 de marzo de 2009. El Instituto de Consumo de Extremadura abre un expediente sancionador a las eléctricas.
- lunes, 19 de enero de 2009. Constituido el Consejo de Dirección del Instituto de Consumo de Extremadura.

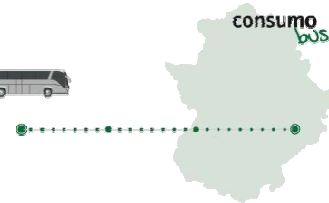


ANEXO II
FOTOGRAFÍAS DE ACTOS
REALIZADOS

MEMORIA 2009



Presentación del CONSUMOBUS



Día del Consumidor 2009



DÍA MUNDIAL DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

13 de Marzo de 2009

MIAJADAS



• Durante la mañana de 10:00 a 14:00 h.
Talleres para escolares:
Consumo, Medioambiente y Salud.
Talleres para adultos:
Ahorro, Receta electrónica y Dependencia.

• Durante la tarde:
Juicio de la Oca Salvadore para niños:
17:30 a 18:30 en la Plaza España
Talleres Ecológicos de ADENEX
17:30 en la Plaza España
Proyección de Película
20:30 en la Casa de la Cultura "Masa Solís"

En la mañana se celebró el Día Mundial de los Derechos del Consumidor. La actividad se desarrolló en el aula de la Compañía Católica y más tarde en el aula de informática y actividades, ello tras haber leído una lista de los derechos del consumidor de los que se habló a lo largo del primer trimestre en el aula de informática, así como de los derechos de los consumidores en el aula de informática.

LA ACTIVIDAD sobre Consumidores tiene como fin: hacer conscientes a los alumnos de sus derechos, el modo de ejercerlos, los riesgos que existen al comprar productos y servicios, así como el papel del consumidor en la sociedad, para poder tomar decisiones de compra responsables y conscientes.

Acércate el Viernes, 13 de Marzo, a la Plaza de España de Miajadas
...y ya verás!!!!!!

Instituto de
Consumo de Extremadura

JUNTA DE EXTREMADURA



II Congreso Consumo Extremadura 2009



Concurso escolar “Consumópolis 4”

¿Y tú de qué vas? A mí me va el consumo responsable



CONSUMÓPOLIS 4





ANEXO III NORMATIVA

MEMORIA 2009



Normativa

Normativa General

- Constitución Española
- Estatuto de Autonomía de Extremadura

Traspaso de Funciones y Servicios

- Real Decreto 2912/1979, de 21 de diciembre
- Transferencia de competencias de la Administración del estado en materia de actividades molestas, insalubres, nocivas y peligrosas, urbanismo, agricultura, ferias interiores, turismo, transporte, Administración local, cultura y sanidad.

Estructura Orgánica y Asignación de Funciones

- Decreto 18/2007, de 30 de junio por el que se dispone el nombramiento de D^a. M^a. Dolores Pallero Espadero como Vicepresidenta Primera y Portavoz de la Junta de Extremadura y se le asignan funciones.
- Decreto 213/2008, de 24 de octubre por el que se establece la estructura orgánica de la Presidencia de la Junta de Extremadura.
- Decreto 214/2008, de 24 de octubre por el que se aprueban los Estatutos del Instituto de Consumo de Extremadura.
- Decreto 219/2008, de 24 de octubre por el que se dispone el nombramiento como Director General del Instituto de Consumo de Extremadura de D. Pedro García Ramos.
- Resolución de 28 de octubre de 2008 por la que se delegan determinadas competencias en el Director general del Instituto.

Normas en Materia de Consumo

- A – Comunitaria
- Tratado de Lisboa
- Directiva 93/13/CEE, del Consejo, de 5 de abril de 1993 sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores.
- Directiva 2005/29/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, que modifica la Directiva 84/450/CEE del Consejo, las Directivas 97/7/CE, 98/27/CE y 2002/65/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo y el Reglamento (CE) n^o 2006/2004, del Parlamento Europeo y del Consejo (Directiva sobre las prácticas comerciales desleales).
- Directiva 2006/123/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006 relativa a los servicios en el mercado interior.
- Directiva 2008/48/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de abril de 2008 relativa a los contratos de crédito al consumo y por la que se deroga la Directiva 87/102/CEE del Consejo.
- Directiva 2008/52/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2008 sobre ciertos aspectos de la mediación en asuntos civiles y mercantiles.
- Directiva 2009/22/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de abril de 2009 relativa a las acciones de cesación en materia de protección de los intereses de los consumidores.

Normativa

- Directiva 2009/48/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de junio de 2009 sobre seguridad de los juguetes.
- Libro verde sobre revisión del acervo en materia de consumo
- Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo a los pagos transfronterizos en la Comunidad.
- Propuesta de Directiva del parlamento Europeo y del Consejo sobre derechos de los consumidores.
- B – Estatal
- Ley 7/1995, de 23 de marzo, Crédito al Consumo.
- Ley 7/1998, de 13 de abril, Condiciones Generales de la Contratación.
- Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones.
- Ley 35/2003, de 4 noviembre, Instituciones de Inversión Colectiva
- Ley 60/2003, de 23 diciembre. Arbitraje.
- Ley 22/2007, de 11 julio. Comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores.
- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.
- Real Decreto 825/1990, de 22 junio. Derecho de representación, consulta y participación de los consumidores y usuarios a través de sus Asociaciones.
- Real Decreto 880/1990, de 29 junio. Aprueba las normas de seguridad de los juguetes.
- Real Decreto 3423/2000, de 15 diciembre. Regula la indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores y usuarios.
- Real Decreto 1801/2003, de 26 diciembre. Seguridad general de los productos.
- Real Decreto 424/2005, de 15 abril. Aprueba el Reglamento sobre las condiciones para la prestación de servicios de comunicaciones electrónicas, el servicio universal y la protección de los usuarios.
- Real Decreto 894/2005, de 22 julio. Regula el Consejo de Consumidores y Usuarios.
- Real Decreto 640/2006, de 26 mayo. Regula determinadas condiciones de aplicación de las disposiciones comunitarias en materia de higiene, de la producción y comercialización de los productos alimenticios.
- Real Decreto 1417/2006, de 1 diciembre. Establece el sistema arbitral para la resolución de quejas y reclamaciones en materia de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad por razón de discapacidad.
- Real Decreto 1634/2006, de 29 diciembre. Establece la tarifa eléctrica a partir de 1 de enero de 2007.
- Real Decreto 47/2007, de 19 enero. Aprueba el procedimiento básico para la certificación de eficiencia energética de edificios de nueva construcción.

Normativa

- Real Decreto 231/2008, de 15 febrero. Regula el Sistema Arbitral de Consumo.
- Real Decreto 1801/2008, de 3 noviembre. Establece normas relativas a las cantidades nominales para productos envasados y al control de su contenido efectivo.
- C – Autonómica
- Ley 6/2001, de 24 de mayo. Estatuto de los Consumidores de Extremadura.
- Ley 3/2002, de 9 de mayo. Comercio de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- Ley 2/2003, de 13 de marzo. Convivencia y Ocio de Extremadura.
- Ley 2/2005, de 24 de junio. Creación del Jurado de Defensa de la Competencia de Extremadura.
- Ley 7/2006, de 9 de noviembre. Extiende el régimen de la licencia comercial específica a la implantación de establecimientos comerciales de descuento duro.
- Ley 1/2008. Creación de Entidades Públicas de Extremadura.
- Decreto 44/1995, de 18 de abril. Aprueba el Estatuto de los Consumidores y Usuarios de Extremadura.
- Decreto 79/2002, de 11 de junio. Regula la composición y funcionamiento del Consejo extremeño de consumidores.
- Decreto 4/2003, de 14 de enero. Regula el régimen jurídico, estructura y funcionamiento del Defensor de los Usuarios del Sistema Sanitario Público de Extremadura.
- Decreto 44/2008, de 28 de marzo. Establece las bases reguladoras de las subvenciones a otorgar por la Vicepresidencia Primera y Portavocía de la Junta de Extremadura en materia de consumo.
- Orden 14 de julio 2008. Registro de escuelas municipales permanentes de consumo.