

Memoria de actividades 2015



Memoria de las actividades realizadas por el Instituto de Consumo de Extremadura a lo largo del año 2015. Documento de referencia del conjunto de las actuaciones realizadas en el ámbito de consumo.

**INSTITUTO DE CONSUMO
DE EXTREMADURA**
06800 Mérida (Badajoz)
Telf. 924 004700
Fax. 924 004702

Índice

Introducción

Presupuestos de INCOEX

Control de Mercado

Sección de Normativa

Sección de Información, Formación y Educación

Consortio Extremeño de Información al Consumidor

Web Institucional.

Laboratorio de Control de Calidad de Consumo

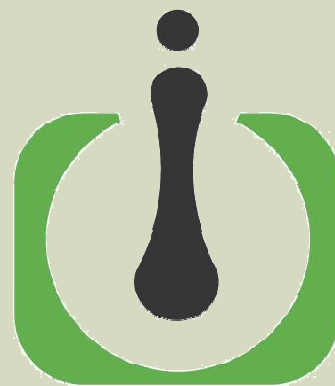
Introducción

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

Este organismo da al ciudadano el protagonismo que se merece en la defensa de sus derechos. Las de quejas presentadas por los ciudadanos durante los años de actividad de este organismo, enfocadas a sectores más complicados que los tradicionales, nos muestra la necesidad que tenemos de adaptarnos y cambiar para enfrentarnos a los retos que la sociedad actual nos plantea. Por este motivo, nos proponemos articular, a través de este instrumento, medidas acordes a las necesidades y demandas sociales vigentes, haciendo especial hincapié en las de carácter educativo, formativo e informativo, encaminadas sobre todo a la promoción y sensibilización entre la ciudadanía hacia unos hábitos de consumo saludables y responsables.

Cada vez que compramos o consumimos un producto o servicio determinado estamos incidiendo sobre el mercado. Esto nos concede, como consumidores, un gran poder sobre la oferta y la demanda pues nos permite elegir entre todo un abanico de alternativas u opciones. En muchos casos la diferencia entre una elección u otra radica en la información disponible. Sin ella no se puede tener un criterio consistente a la hora de realizar nuestras opciones de compra.

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



Presupuestos del INCOEX 2015

Presupuestos

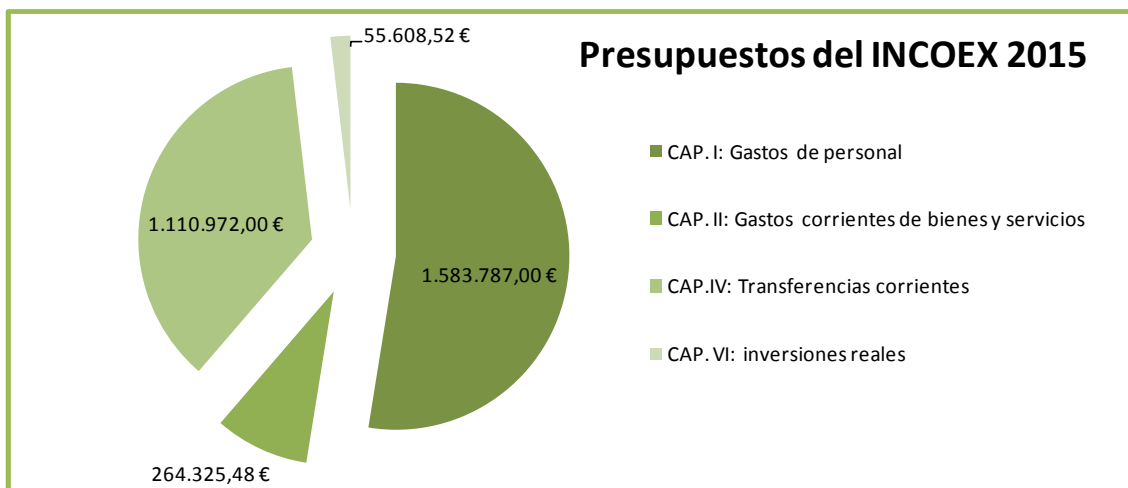
En este apartado se describen los fines de la entidad y la actividad o actividades a que se dedique, realizando una descripción específica de la actividad o actividades fundacionales o propias de la entidad, informando, entre otros aspectos, sobre los usuarios o beneficiarios de las mismas.

Proyectos como:

- Oficinas Municipales de Información al Consumidor Escuelas de Consumo
- Plan de Acción Estratégico de Protección de los Consumidores
- Ayudas a la Investigación
- 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:
 - Limpieza
 - Estudio de Consumo alimentario
 - Laboratorio
 - Obras

Desglose por capítulos presupuestarios:

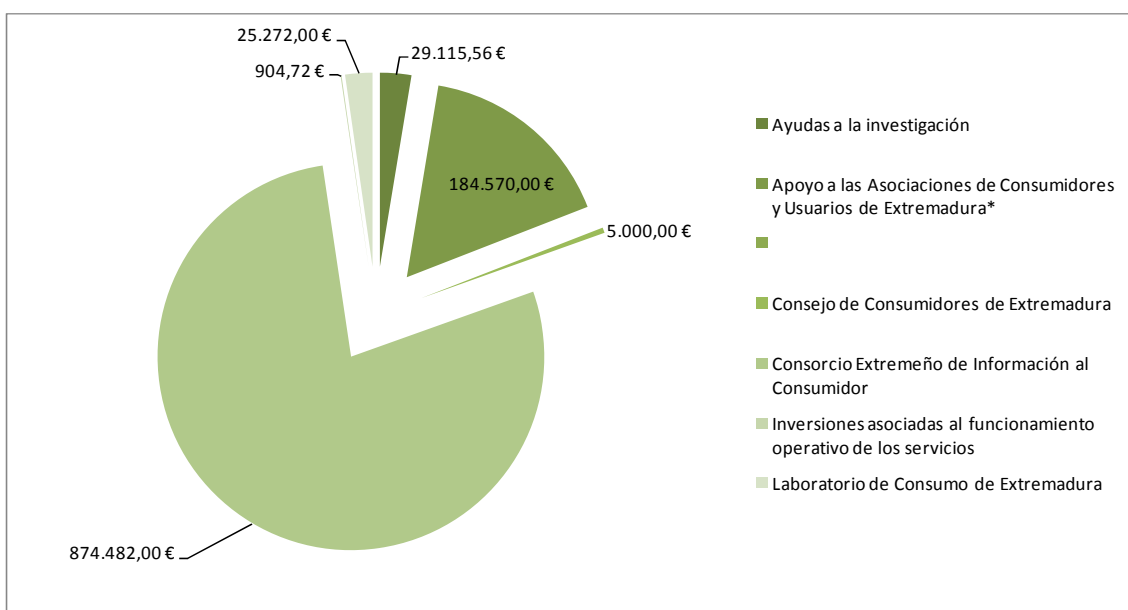
CAPITULOS	PTO. INICIAL	MODIFICACIONES	PTO. DEFINITIVO
CAP. I: Gastos de personal	1.745.787,00 €	-162.000,00 €	1.583.787,00 €
CAP. II: Gastos corrientes de bienes y servicios	279.993,00 €	-15667,52 €	264.325,48 €
CAP.IV: Transferencias corrientes	1.110.972,00 €	-----	1.110.972,00 €
CAP. VI: inversiones reales	39.941,00 €	15.667,52 €	55.608,52 €
TOTAL PRESUPUESTO INCOEX	3.176.693,00 €	162.000,00 €	3.014.693,00 €

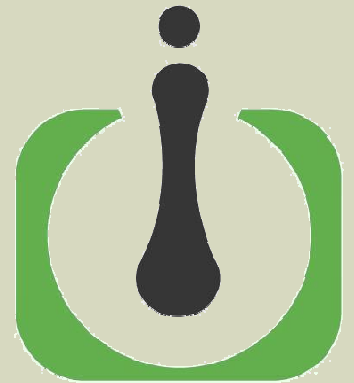


Desglose por proyectos:

PROYECTOS	IMPORTE
Ayudas a la investigación	29.115,56 €
Apoyo a las Asociaciones de Consumidores y Usuarios de Extremadura*	184.570,00 €
Consejo de Consumidores de Extremadura	5.000,00 €
Consortio Extremeño de Información al Consumidor	874.482,00 €
Inversiones asociadas al funcionamiento operativo de los servicios	904,72 €
Laboratorio de Consumo de Extremadura	25.272,00 €
TOTAL	1.119.344,28 €

*(Pertenece a la Orden de 2014. Consultar en Sección de Normativa)





Control de Mercado

Control de Mercado

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

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

1. Actividades inspectoras.

a. *Control sistemático del Mercado.*

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

b. *Campañas generales y específicas de Control de Mercado.*

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

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.

2. Control de calidad de productos de consumo.

Complementariamente al CONTROL SISTEMÁTICO, se están efectuando controles analíticos intensivos, a través de las siguientes CAMPAÑAS de TOMA DE MUESTRAS de los productos.

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.

Durante el año 2015 se han llevado a cabo las siguientes:

Campaña General

- Productos Alimenticios: Inspección y control de la disponibilidad, colocación y presentación de la información alimentaria obligatoria en productos alimenticios no envasados cubiertos por el artículo 44 del Reglamento (UE) nº 1169/2011.

ALIMENTOS ENVASADOS POR LOS TITULARES DEL COMERCIO AL POR MENOR PARA SU VENTA INMEDIATA

Total de productos/servicios controlados	31
Total de productos/servicios correctos	31
Total de productos/servicios incorrectos	0

ALIMENTOS SIN ENVASAR Y ENVASADOS EN EL LUGAR DE VENTA A PETICION DEL COMPRADOR

Total de productos/servicios controlados	73
Total de productos/servicios correctos	72
Total de productos/servicios incorrectos	1

- Productos Industriales: Control de la declaración de conformidad del fabricante en productos en que está regulada. (Directiva que implican mercado CE).

Total de productos/servicios controlados	62
Total de productos/servicios correctos	56
Total de productos/servicios incorrectos	6

- Servicios: Control del IVA en el precio de los servicios.

Total de productos/servicios controlados	17
Total de productos/servicios correctos	15
Total de productos/servicios incorrectos	2

- Contratos a distancia: información precontractual y requisitos formales

Total de productos/servicios controlados	10
Total de productos/servicios correctos	4
Total de productos/servicios incorrectos	6

Campaña Específica

- Productos de bollería y pastelería envasados: etiquetado y composición y, en su caso, alegaciones al contenido en grasa.

Total de productos/servicios controlados	23
Total de productos/servicios correctos	21
Total de productos/servicios incorrectos	2

- Productos ibéricos: etiquetado.

Total de productos/servicios controlados	20
Total de productos/servicios correctos	10
Total de productos/servicios incorrectos	10

- Vinos: etiquetado, características y composición.

Total de productos/servicios controlados	20
Total de productos/servicios correctos	15
Total de productos/servicios incorrectos	5

- Film transparente de uso alimentario.

Total de productos/servicios controlados	18
Total de productos/servicios correctos	3
Total de productos/servicios incorrectos	15

- Aparallaje eléctrico: bases de toma de corriente, prolongadores, clavijas.

Total de productos/servicios controlados	21
Total de productos/servicios correctos	1
Total de productos/servicios incorrectos	20

- Servicios de Aparcamientos de vehículos.

Total de productos/servicios controlados	17
Total de productos/servicios correctos	9
Total de productos/servicios incorrectos	8

- Servicios de Empresas de instalación, revisión y mantenimiento de gas.

Total de productos/servicios controlados	19
Total de productos/servicios correctos	14
Total de productos/servicios incorrectos	5

- Servicios Establecimientos de desguaces.

Total de productos/servicios controlados	21
Total de productos/servicios correctos	16
Total de productos/servicios incorrectos	5

Toma de Muestras

- Campaña de Toma de Muestras de Leche sin lactosa
- Campaña de Toma de Muestras de Yogures con Edulcorantes
- Campaña de Toma de Muestras de Café en capsulas para cafeteras automáticas
- Campaña de Toma de Muestras de Té descafeinado
- Campaña de Toma de Muestras de Frutas Desecadas
- Campaña de Toma de Muestras de Legumbres Secas
- Campaña de Toma de Muestras de Ajo Polvo/ Molido
- Campaña Toma de Muestras de Turrónes Diversos (yema, coco y nieve o mazapán)
- Campaña de Toma de Muestras de Conservas de Pescado de Envases de Formato Grandes
- Campaña de Toma de Muestras de Conservas de Almejas
- Campaña de Toma de Muestras de Conservas de Aceitunas Verdes Rellenas
- Campaña de Toma de Muestras de Bebidas Vegetales Sin Lactosa
- Campaña de Toma de Muestras de Aceite de Oliva Virgen y Virgen Extra
- Campaña de Toma de Muestras de Patatas Fritas y Productos de Aperitivo
- Campaña de Toma de Muestras de Sosa para uso Doméstico
- Campaña de Toma de Muestras de Pijamas de adulto
- Campaña de Toma de Muestras de Camisetas con plastificaciones para menores de 36 meses
- Campaña de Toma de muestras de Productos Higiénicas a Base de Celulosa (Pañales para niños, compresas, tampones..)
- Campaña de Toma de muestras de Cubertería de Mesa de Acero Inoxidable (Cucharas y Tenedores)
- Campaña de Toma de muestras de Destornilladores Manuales
- Campaña de Toma de muestras de Pinturas de Dedo

Control sistemático

- Alimentos
- Productos industriales

Campañas Regionales

- Campaña Regional de Disfraces
- Campaña Regional de Seguridad de Juguetes

Campañas Periódicas

- Campaña de inspección y control de rebajas de invierno
- Campaña de inspección y control de rebajas de verano
- Campaña de inspección y control de ofertas publicitarias y promociones en centros comerciales y grandes superficies.
- Campaña de inspección y control general de establecimientos (incluyendo bazares y tiendas de bajo precio)
- Campaña de inspección y control de venta por Internet
- Campaña de inspección y control de material escolar
- Campaña de inspección y control de Navidad

PLANIFICACIÓN DE LA INSPECCIÓN DE CONSUMO PARA EL AÑO 2016

Para el año 2016 se han planificado las siguientes actuaciones de inspección en materia de consumo:

Campaña General

- Campaña General: Declaración de la cantidad neta e información sobre el precio en alimentos envasados vendidos por unidades, e información sobre cantidad neta y peso neto escurrido en productos alimenticios sólidos que se presentan en un líquido de cobertura
- Campaña General productos Industriales: Cápsulas de lavado de ropa: presentación al público.
- Campaña General productos Industriales: Comprobación de la trazabilidad de los productos. Productos: todo tipo de productos no alimenticios.
- Campaña General Servicios: Tintorerías: comprobación de que se entrega resguardo con observaciones y proceso a seguir, y comprobación de atención de reclamaciones.

Campaña Específica:

- Productos alimenticios envasados: inspección y control de la información alimentaria obligatoria
- Campaña Específica
- Caramelos, chicles, confites y golosinas: condiciones de comercialización y etiquetado.
- Campaña Específica

- Leche y productos lácteos (quesos, yogures, mantequilla, etc.): etiquetado y composición. En el caso de los quesos, control de la identificación de la especie y porcentaje
- Campaña Específica Ópticas: etiquetado de gafas de sol y de cristales graduados con protección solar. No ópticas: etiquetado y toma de muestras de gafas de sol.
- Campaña Específica Guirnaldas luminosas
- Campaña Específica de Servicios de Compraventa de vehículos de 2º mano: publicidad, información, contratación y garantía
- Campaña Específica de Servicios de Créditos al consumo en empresas: clínicas dentales, clínicas y centros de estética y agencias de viaje.

Toma de Muestras

- Campaña de Toma de Muestras de Café
- Campaña de Toma de Muestras de pimentón de la vera (do)
- Campaña de Toma de Muestras de mazapanes y turrónes diversos (yema chocolate)
- Campaña de Toma de Muestras de aceites de oliva virgen y virgen extra
- Campaña de Toma de Muestras de judías verdes en conserva
- Campaña de toma de kétchup
- Campaña de toma de productos cosméticos para bebe
- Campaña de toma de muestras de bolsos y carteras de piel
- Campaña de toma de muestras de ropa de bazares
- Campaña de toma de muestras de cerámica en contacto con alimentos
- Campaña de toma de muestras de termos con dewar de vidrio
- Campaña de toma de muestras de taburetes de peldaños
- Campaña de toma de muestras de gasóleo a
- Campaña de toma de muestras de tejidos en piezas de fibras naturales (lana, seda, algodón, lino...)

Control Sistemático

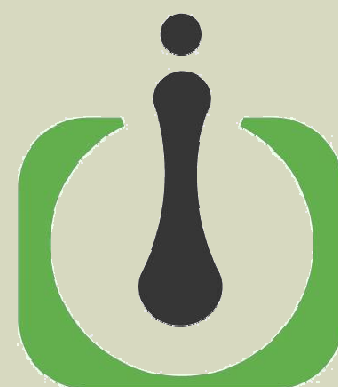
- Control sistemático Alimentos
- Control sistemático Productos industriales

Campaña Regional

- Campaña Regional de Disfraces
- Campaña Regional de Seguridad de Juguetes
- Campaña Regional de Aceite de oliva Virgen extra
- Campaña Regional de Etiquetado y Contenido efectivo
- Campaña Regional de Identificación de especies en conservas de pescado
- Campaña Regional de Identificación de especies en conservas cárnicas

Campañas Periódicas

- Campaña de inspección y control de rebajas de invierno
- Campaña de inspección y control de rebajas de verano
- Campaña de inspección y control de ofertas publicitarias y promociones en centros comerciales y grandes superficies.
- Campaña de inspección y control general de establecimientos (incluyendo bazares y tiendas de bajo precio)
- Campaña de inspección y control de venta por Internet
- Campaña de inspección y control de material escolar
- Campaña de inspección y control de Navidad



Sección de Normativa

Sección de Normativa

Desde esta sección, se desempeña, entre otros cometidos, el de asesoramiento jurídico en la elaboración de la normativa legal en materia de consumo, tanto en el propio INCOEX como en sus Servicios Territoriales situados en Badajoz y Cáceres.

Asimismo, participa en la coordinación, revisión y/o elaboración de encargos, convenios, contratos o de cualquier otra publicación de carácter o con contenido normativo (informes...), así como la incoación de procedimientos administrativos, recursos, convocatorias de subvenciones... Además, gestiona las consultas jurídico-normativas que se formulan al INCOEX en materia de consumo, e informa de los contenidos del apartado de normativa del portal web del Instituto de Consumo de Extremadura.

Durante el año 2015, en esta sección se han llevado a cabo las siguientes actuaciones:

- Resolución premio Consumópolis.
- Investigación. Becas:

Prórroga anual de beca.

ORDEN de 29 de enero de 2013 por la que se convoca una beca de especialización, formación y perfeccionamiento de personal de investigación en diversos ámbitos de la protección de los consumidores en Extremadura, para el año 2013. [\(D.O.E. Nº 31 de 14/02/2013\)](#)

Procedimiento de concesión de beca 2015.

ORDEN de 1 de diciembre de 2014 por la que se aprueba la convocatoria de una beca de especialización, formación y perfeccionamiento de personal de investigación en diversos ámbitos de la protección de los consumidores en Extremadura, para el año 2015. [\(D.O.E. Nº 241 de 16/12/2014\)](#)

- Procedimiento de concesión de subvención a las Asociaciones de consumidores y usuarios.

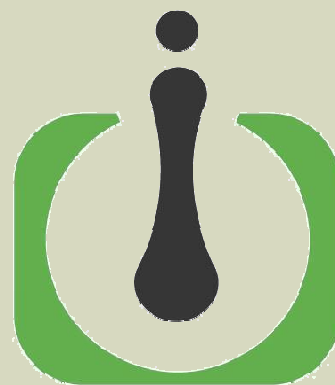
Orden de 15 de mayo de 2014 por la que se convocan subvenciones a las Asociaciones de Consumidores y Usuarios y a las Sociedades Cooperativas de Consumidores y Usuarios para el ejercicio 2014. [\(D.O.E. Nº 105 de 03/06/2014\)](#)

- Prórroga Convenio Fundesalud.
- Subvención nominativa:

Procedimiento de concesión de subvención nominativa al Consejo Extremeño de Consumidores.

- Tramitación de encomiendas.

- Memoria económica de futura ley de emergencia social.
- Consulta sobre infracciones: 60
- Asesoramiento a Territoriales: 40.
- Concurso de acreedores: 50.
- Apoyo a Gestión Económica en la tramitación económica y administrativa de expedientes: 40.
- Publicación de Sentencias: 4.
- Recursos de Alzada: 40.
- Recursos de Reposición: 2.
- Informes: 20.
- Proyecto de modificación del Estatuto de consumidores.
- Asesoramiento e información reservada sobre expedientes disciplinarios.



Sección de Información, Formación y Educación

Sección de Información, Formación y Educación

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, propuestos 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.

A) Apoyo a las OFICINAS MUNICIPALES DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR OMIC.

Se destina para el año 2015, en los presupuestos de la Junta de Extremadura un total de 42.586 euros.

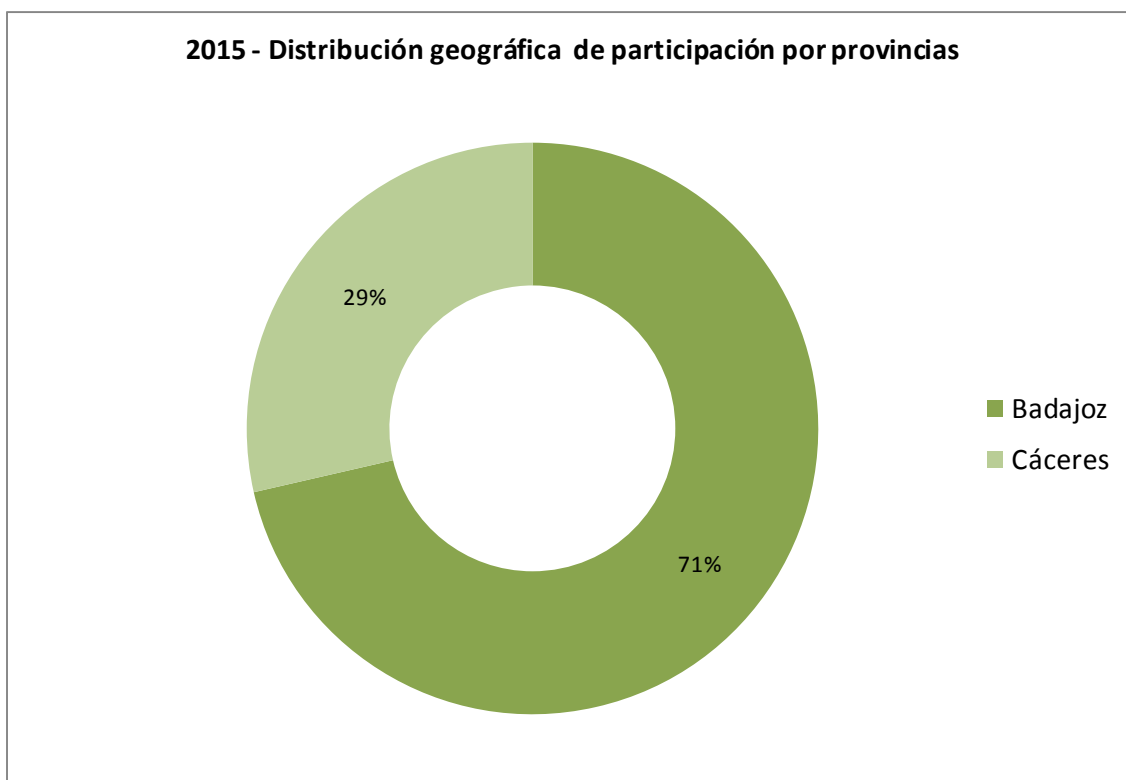
*Sin ejecutar el presupuesto económico.

En cuanto a los resultados de los estadillos trimestrales que algunas Oficinas Municipales de información al Consumidor (OMIC) han enviado al INCOEX, tales como: Almendralejo, Casar de Cáceres, Guareña, Navalmoral de la Mata, Mérida, Mancomunidad de la Serena (Castuera) y Jerez de los Caballeros, los resultados obtenidos son los siguientes:

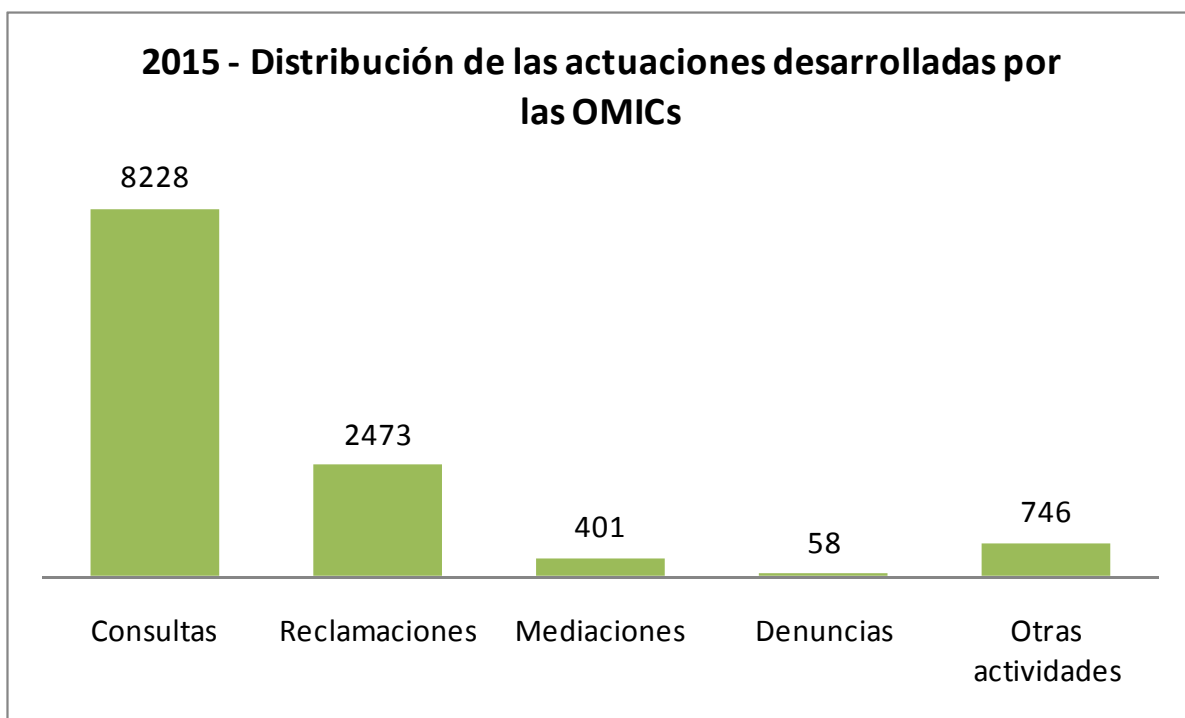
Datos totales de las OMICs de la región del año 2015					
Consultas	Reclamaciones	Mediaciones	Denuncias	Otras actividades	TOTALES
8.228	2.473	401	58	746	11.906
TOTAL de las distintas actuaciones					11.906

Hay que tener en cuenta que algunas OMICs, han seguido mandando datos trimestrales, a pesar de no ser subvencionadas, en total han sido siete, de las cuales una de ellas, solo ha enviado la información relativa al primer trimestre.

Según la distribución geográfica de las diferentes OMICs participantes, 5 son de la provincia de Badajoz y 2 de Cáceres.



En el cuadro siguiente se observa la distribución de las actuaciones desarrolladas por las OMICs que han enviado los estadillos trimestrales.



B) Apoyo a las ESCUELAS MUNICIPALES PERMANENTES DE CONSUMO

Se destina para el año 2015, en los presupuestos de la Junta de Extremadura un total de 42.586 euros.

*Sin ejecutar el presupuesto económico.

C) Apoyo a las ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

Se destina para el año 2015, en los presupuestos de la Junta de Extremadura para las Asociaciones de Consumidores de la región como son: U.C.E, ACUEX, FEACCU y ADICAE, una cantidad total de 184.570 euros. Sin ejecución de la cantidad asignada.

D) CONSEJO EXTREMEÑO DE LOS CONSUMIDORES

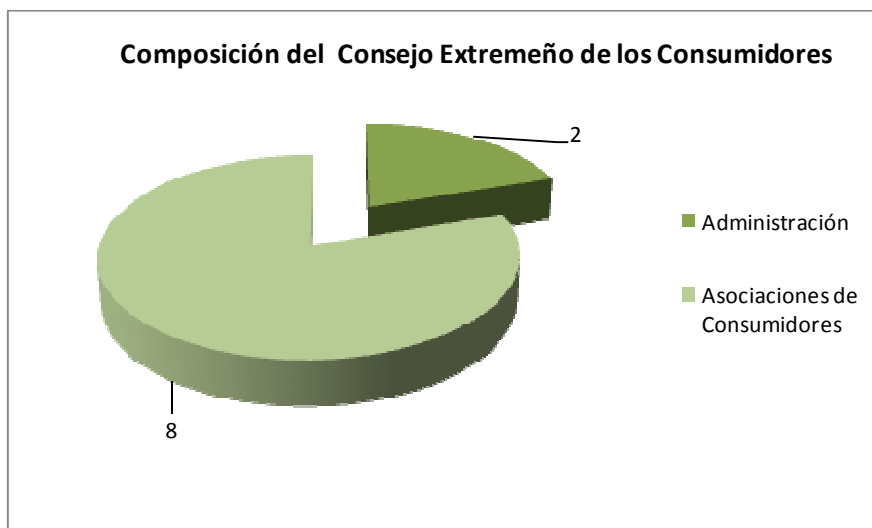
Se destina para el año 2015, en los presupuestos de la Junta de Extremadura un total de 5.000 euros

Desde la Secretaría del Consejo Extremeño de los Consumidores se describe el CEC en cuanto, a sus integrantes y realización de diferentes actuaciones que se representarán a través de las imágenes gráficas que siguen a continuación y que corresponden al año 2015.

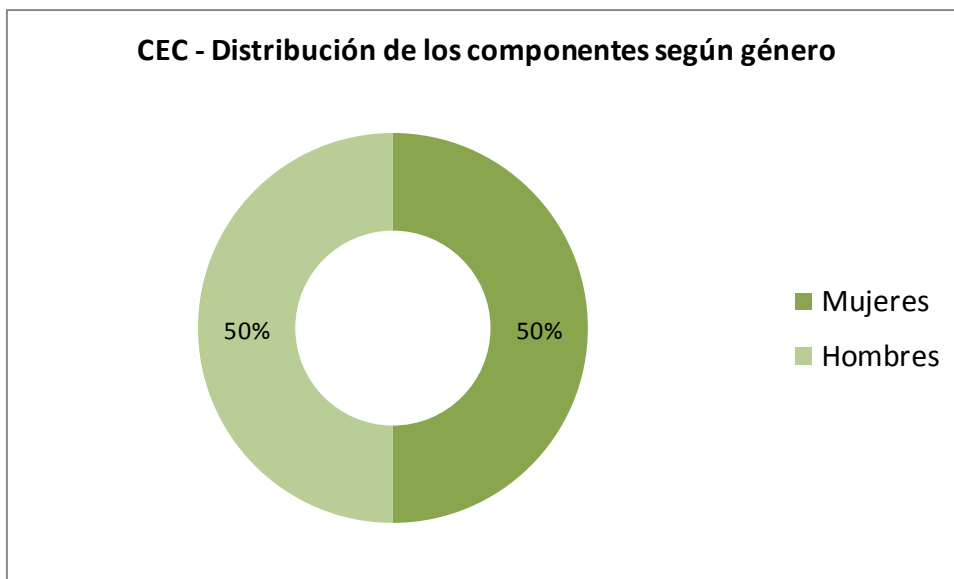
El número total de componentes del CEC son 10 personas:

- Una Presidenta.
- Ocho Vocales.
- Una Secretaria.

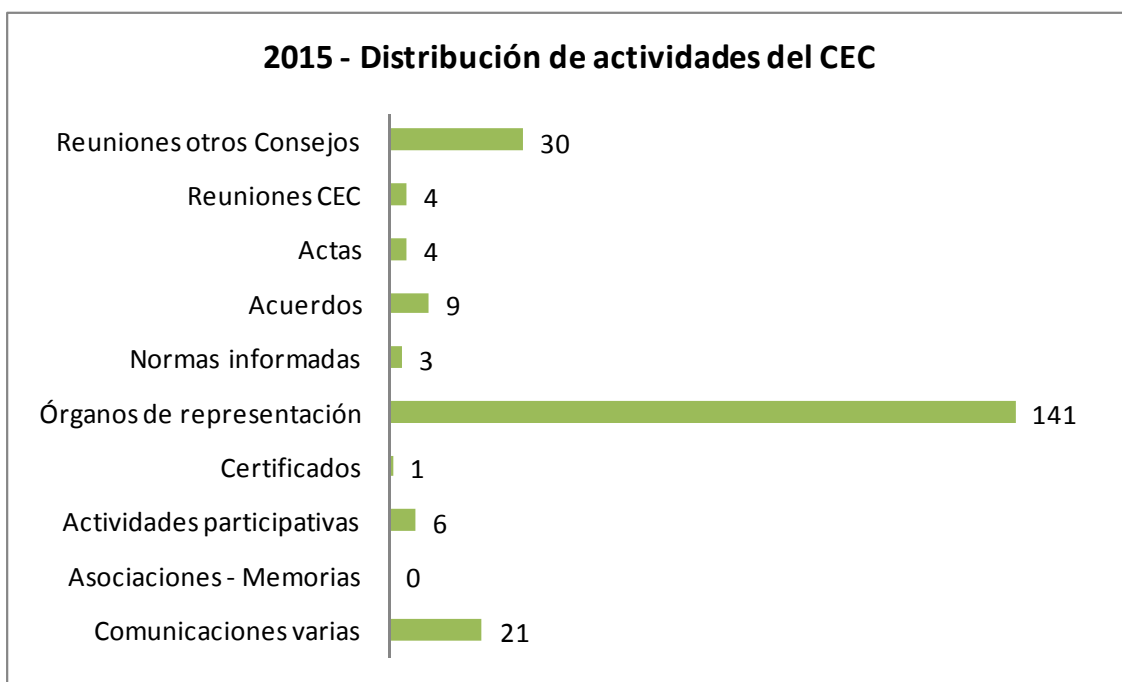
En el siguiente cuadro se refleja la procedencia de los integrantes del Consejo Extremeño de los Consumidores.



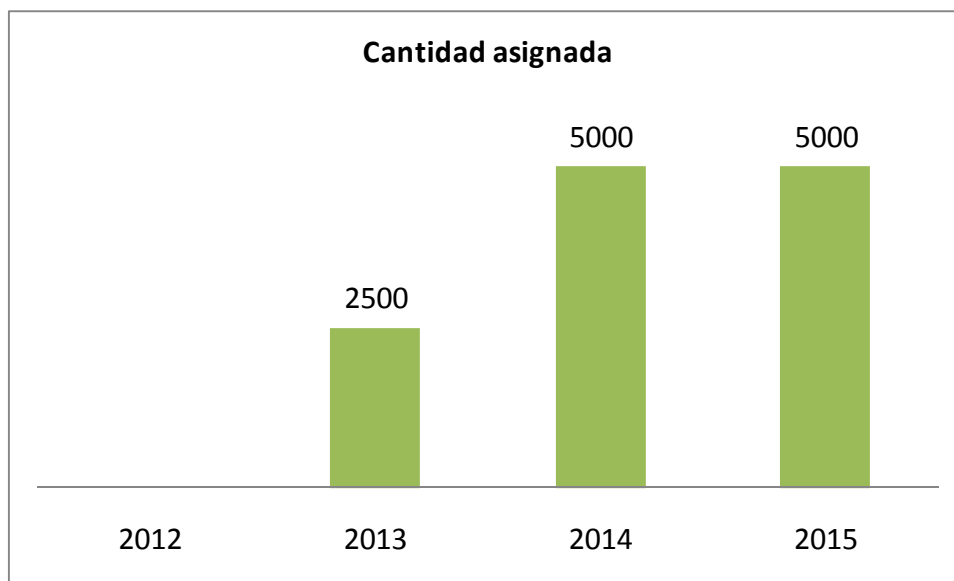
A continuación en el siguiente cuadro, se refleja la distribución de los componentes según género masculino y femenino



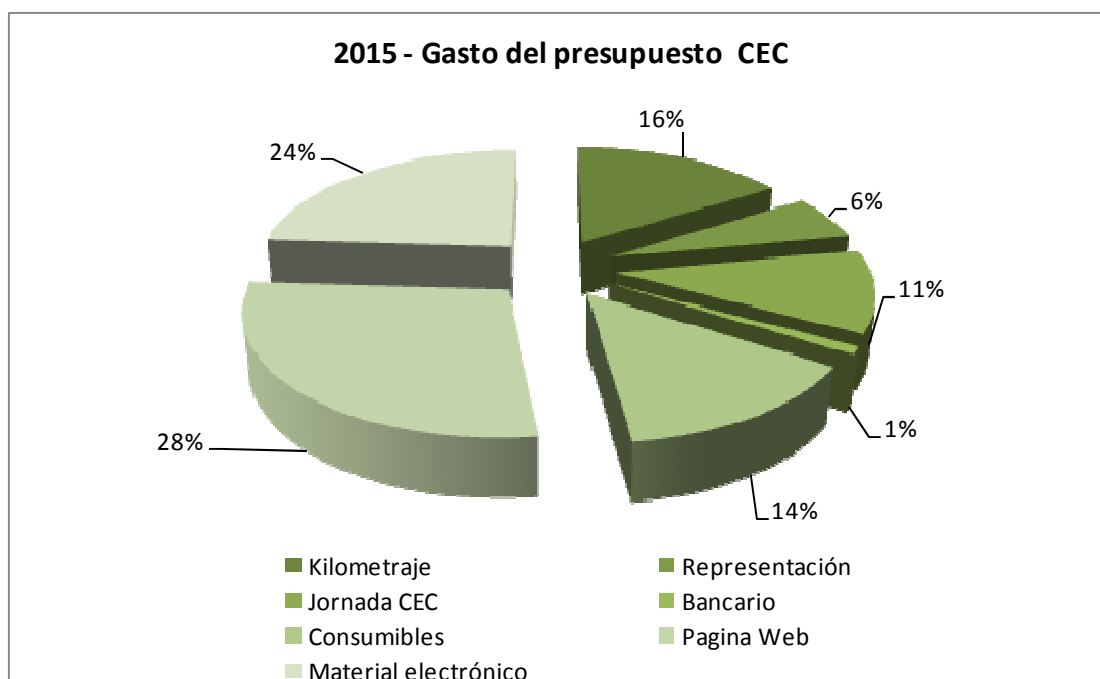
El siguiente cuadro hace referencia al número de órganos de representación, actuaciones realizadas y funciones del CEC durante el año 2015



El siguiente gráfico refleja las cantidades asignadas y su evolución, por parte de la Consejería de Sanidad y Políticas Sociales para el funcionamiento del CEC.



Y por último, en el cuadro siguiente observaremos el reparto del gasto de la subvención nominativa concedida en el año 2015, gasto que asciende a un total de **5.011,81€**



E) ACTIVIDADES DE INFORMACIÓN.

Durante el año 2015 en nuestra Comunidad Autónoma se han realizado las campañas informativas y formativas conjuntamente con la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN).

CAMPAÑA DE NAVIDAD 2014 - 2015

Abarca la temporalidad desde finales de diciembre de 2014 a principios de 2015
Con el lema y consejos siguientes:

**Consumidor tu mejor garantía es
elegir**



**productos navideños
seguros y de calidad**

**Consumidor tu mejor garantía es
elegir**



**productos navideños
seguros y de calidad**

En Navidad, especialmente:

-Antes de realizar sus compras elabore un presupuesto en el que fije la cantidad que Ud. tiene disponible para gastar. Vigile no rebasar el límite que ha fijado.

-Compre con antelación y adquiera los productos a menor precio. Así, dispondrá de mayor tiempo y comodidad para realizar sus compras.

-Haga un uso responsable de las tarjetas de crédito y ajuste el gasto a su disponibilidad económica.

-Exija y conserve el ticket o factura cuando compre, ya que le será requerido para realizar cualquier gestión con posterioridad a la compra.

-Atienda de forma reflexiva y crítica la información publicitaria que reciba.

-Preste atención a la información que figura en el etiquetado de los productos, especialmente la que se refiere a fechas de consumo, conservación e instrucciones de uso.

-En sus compras por Internet, elija formas de pago seguras, ya sea por transferencia, tarjeta o a través de plataformas especializadas. En cualquier caso, compruebe si al inicio de la barra de direcciones aparece "https", lo que indica que la página está utilizando una conexión segura.

-Elija juguetes de carácter educativo que fomenten la creatividad y la participación activa de los niños y las niñas. Garantice que sean adecuados para su edad.

-Antes de comprar un juguete, observe atentamente si figura en su etiquetado la indicación CE, ya que ello implica que el responsable de su comercialización asegura que cumple con las normas de fabricación correspondientes.

-Recuerde también ser respetuoso con el medio ambiente. Separe la basura para que pueda ser reciclada, reutilice y recupere. No se exceda en envolver o empaquetar sus regalos.

-Procure la máxima eficiencia energética en el uso de la iluminación navideña.

-Priorice aquellos establecimientos que exhiben el distintivo de estar adheridos al Sistema Arbitral de Consumo, pues en caso de tener que reclamar podrá resolver su conflicto de forma amistosa, rápida y gratuita.

-Y no olvide que estas fechas navideñas también son una buena ocasión para pensar en los demás y ser solidarios. Para ello, los productos de comercio justo ofrecen una alternativa sensible y de calidad.

CAMPAÑA DIVULGATIVA DEL DÍA 15 DE MARZO: DÍA MUNDIAL DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

Con el lema y consejos siguientes:

¿Conoces tus derechos?



La etiqueta es parte del contrato

Día Mundial de los Derechos del Consumidor

¿CONOCES TUS DERECHOS?

INFÓRMATE. LA ETIQUETA ES PARTE DEL CONTRATO

Como consumidor, ¿sabías que tienes derecho...?

- A la protección contra los riesgos que puedan afectar a tu salud o tu seguridad.
- A la protección de tus legítimos intereses económicos y sociales, en particular, frente a la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos.
- A la indemnización de los daños y la reparación de los perjuicios sufridos.
- A la información correcta sobre los diferentes bienes o servicios y la educación y divulgación para facilitar el conocimiento sobre su adecuado uso, consumo o disfrute.
- A la audiencia en consulta, la participación en el procedimiento de elaboración de las disposiciones generales que te afectan directamente y a la representación de tus intereses, a través de las asociaciones, agrupaciones, federaciones o confederaciones de consumidores y usuarios legalmente constituidas.
- A la protección de tus derechos mediante procedimientos eficaces, en especial ante situaciones de inferioridad, subordinación e indefensión.

CAMPAÑA INFORMATIVA PARA LA ÉPOCA ESTIVAL

Con el lema y consejos siguientes:



INFÓRMATE... Y DISFRUTA DE TUS VACACIONES

Si viaja...

- Solicite en la agencia de viajes el programa del viaje y toda la información del contrato detallada y por escrito.
- Asegúrese de que le informan si se produce algún cambio y de que le piden su aprobación.
- Conserve siempre toda la documentación: contrato, factura, publicidad, etc.
- Si viaja al extranjero, siga estas recomendaciones antes de viajar.

Si va de compras...

- Conserve siempre el ticket de compra. También en rebajas.
- Apueste por un consumo responsable y planifique los gastos.
- Recuerde que comprando por Internet tiene los mismos derechos que en cualquier venta a distancia y que tiene 14 días para desistir de la compra realizada.
- Verifique la política de devoluciones del establecimiento

Si va a la playa o a la piscina...

- Las gafas de sol y los juguetes de playa o piscina tienen que llevar el marcado CE.
- Compruebe que la piscina cuente con personal experto en salvamento y socorrismo.
- Extreme las precauciones en toboganes y trampolines.
- Evite la exposición al sol entre las 12 y las 16 horas y no abuse de la exposición directa.
- Aplíquese cremas con el factor de protección solar adecuado para tu piel contra los rayos ultravioletas adecuados a su piel.

Si no está conforme con el producto o servicio no dude en hacer valer sus derechos...

- Utilice las hojas de reclamaciones. Todos los establecimientos están obligados a tenerlas a disposición de los consumidores y usuarios.
- Recuerde que la reclamación se puede presentar en los Servicios de Consumo de las comunidades autónomas y en las Oficinas Municipales de Información al Consumidor de su ayuntamiento

CAMPAÑA DE NAVIDAD 2015 - 2016

Abarca la temporalidad desde finales de diciembre de 2015 a principios de 2016. Con el lema y consejos siguientes:



ESTAS NAVIDADES, CONSUMA CON RESPONSABILIDAD

- ★ Planifique los gastos:
 - Sea realista. Haga un presupuesto y ajústese a él.
 - Haga una lista de las compras más necesarias.
 - Busque los establecimientos con mejores ofertas.
 - Compre con tiempo los alimentos que se puedan congelar o almacenar.

- ★ Sea prudente con el uso de la tarjeta de crédito:
 - Intente pagar en efectivo y vigilar los gastos que haya pagado con tarjeta.
 - Compare los precios y la calidad de los productos y servicios.
 - Tenga en cuenta que el precio de algunos productos se incrementa con la llegada de la Navidad.

- ★ Conserve el ticket o la factura de compra ya que es la garantía del producto.

- ★ Preste atención a la información que figura en el etiquetado de los productos, especialmente la que se refiere a fechas de consumo, conservación e instrucciones de uso.



A la hora de comprar un juguete, la seguridad es lo primero:

- La marca CE significa que el juguete cumple las exigencias de las normas comunitarias.
- Tienen que servir para divertir a los niños teniendo en cuenta su madurez y edad.



En sus compras por Internet, elija formas de pago seguras, ya sea por transferencia, tarjeta o a través de plataformas especializadas. En cualquier caso, compruebe si al inicio de la barra de direcciones aparece “https”, lo que indica que la página está utilizando una conexión segura.



Priorice aquellos establecimientos que exhiban el distintivo de estar adheridos al SISTEMA ARBITRAL DE CONSUMO, pues en caso de tener que reclamar podrá resolver su conflicto de forma amistosa, rápida y gratuita.

Y no olvide que...

... todos los establecimientos comerciales tienen que disponer de hojas de reclamaciones.

F) ACTIVIDADES DE FORMACIÓN.

En relación con las **acciones formativas** realizadas durante este año 2015, diferenciando según los distintos niveles administrativos en que se han realizado, organizado y coordinado:

1. Por la Escuela de Administración Pública de Extremadura (Autonómica)
2. A través de la AECOSAN (Nacional)
3. Y a través del Consejo Extremeño de los Consumidores (INCOEX)

1) Escuela de Administración Pública de Extremadura (EAPEX)

Dentro del Plan de Formación para el año 2015, concretamente, en abril de este año se desarrolló la Jornada sobre “LIBERALIZACIÓN DEL MERCADO ENERGÉTICO”, destinada a empleados públicos de la Junta de Extremadura, con criterios específicos de preferencia de los profesionales en materia de consumo.

Nombre de la Jornada: “Liberalización del mercado energético”

Código: 2015.00.B.G3

Lugar y fecha de celebración: En Mérida en la EAPEX, el día 22 de abril de 2015

Horas lectivas: 5 horas

El número total de participantes como alumnos ha sido de 142 personas. Las personas que se han beneficiado de esta acción formativa se pueden clasificar según sexo, con un total de 83 mujeres y 59 hombres.

En relación a los participantes como ponentes y coordinación ha sido de 5 personas más, pudiendo clasificarse según sexo como, 1 mujer y cuatro hombres.

2) Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN)

Este año 2015, se ha realizado la acción formativa del Curso sobre “EDUCACIÓN DEL CONSUMIDOR EN EL AULA.” Esta acción formativa está enmarcada dentro del Plan de Formación Continua Interadministrativo 2015, y realizada conjuntamente entre la Comunidad Autónoma de Extremadura y la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN).

Este curso estaba destinado a los profesionales de consumo y educación de la Administración Central, Autonómica y Local.

Nombre del curso: “Educación del consumidor en el aula”

Clave: 17-EXT/15

Lugar y fecha de celebración: En Mérida en el Centro Cultural Alcazaba, los días 22 y 23 de octubre de 2015

Horas lectivas: 10 horas

El número total de participantes como alumnos ha sido de 22 personas. Las personas que se han beneficiado de estas acciones formativas podemos clasificarlas según sexo, con un total de 16 mujeres y 6 hombres.

En relación a los participantes como presentación, ponentes y coordinación ha sido de 6 personas más, pudiendo clasificarse según sexo como, 3 mujeres y 3 hombres.

3) Consejo Extremeño de los Consumidores (INCOEX)

Este año el Consejo Extremeño de los Consumidores, con ocasión de la celebración del día 15 de marzo, día mundial de los derechos del consumidor. El día 16 de marzo celebró una Jornada, sobre CONSUMIDORES Y USUARIOS ANTE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS, acción formativa destinada a todos los profesionales de consumo de nuestra Comunidad Autónoma y alumnos de la Facultad de Derecho de Cáceres.

Nombre de la Jornada: “Consumidores y usuarios ante las nuevas tecnologías”

Lugar y fecha de celebración: En Cáceres en el Aula Magna de la Facultad de Derecho, el día 16 de marzo de 2015.

Horas lectivas: 4 horas

En relación al número de participantes receptivos o destinatarios de la Jornada, repleta el Aula Magna (Aforo para más de 300 personas). En relación al número de participantes en la presentación del programa, ponentes y clausura, ha sido de 16 personas, pudiendo clasificarse según sexo como, 7 mujeres y 9 hombres. Sin datos de referencia de los asistentes participantes.

G) ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN. CONCURSO ESCOLAR CONSUMÓPOLIS.

Se destina para el año 2015, en los presupuestos de la Junta de Extremadura un total de 4.334 euros.

*Sin ejecución de la cantidad asignada.



Nuevamente se ha realizado por parte del Instituto de Consumo de Extremadura el Concurso Escolar 2014/2015, sobre Consumo Responsable CONSUMÓPOLIS10 *“Tu consumo tiene historia: 10 años de Consumópolis, 30 años de Consumo”* “. Esta sería la 10ª edición del concurso.

Se incluye en estas memorias puesto que el concurso comienza una vez iniciado el curso escolar en el año 2014 y finaliza en el 2015, año en el que se hacen las oportunas valoraciones de los equipos y la entrega correspondiente de los premios.

Este concurso escolar está organizado por la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN) y las Comunidades Autónomas de España que han decidido realizarlo. Extremadura ha sido una de las 17 Comunidades Autónomas implicadas.

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

El concurso consta de dos fases de participación la Autonómica y la Nacional. Podrán optar a los premios Nacionales del Concurso, los equipos ganadores con el primer premio, en cada nivel de participación de las Comunidades Autónomas que organizan el concurso.

En esta edición se han registrado 54 equipos en la Comunidad Autónoma de Extremadura. Los participantes que se han clasificado para la segunda fase del concurso, ascienden a un total de 28 equipos. Tan solo, 24 equipos han enviado el trabajo y han sido descalificados 4 equipos por no ajustarse a las bases y a las características del cartel.

El número de equipos participantes según las provincias el reparto ha resultado de la siguiente forma:

- Provincia de Badajoz 47
- Provincia de Cáceres 7

Los ganadores en esta 10ª edición han sido:

NIVEL 1: 5º y 6º CURSO DE ENSEÑANZA PRIMARIA

-Coritos1, del CEIP “Virgen de la Consolación” de Feria

NIVEL 2: 1º y 2º CURSO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA OBLIGATORIA

-Los Peleños, del IES “Lacimurga Constantia Iulia” de Navalvillar de Pela.

NIVEL 3: 3º y 4º CURSO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA OBLIGATORIA

-Armada 18, del Colegio “Sagrado Corazón” de Don Benito.

El presupuesto de dotación económica era de 4.334 euros, los cuales, no se han dispuesto para tal fin, por decisión de la estructura jerárquica. Razón por la que se obvió realizar entrega de premios. A cada uno de los componentes de los equipos ganadores, al profesor coordinador de los equipos y al centro educativo de referencia de los equipos, se les hizo llegar un libro donado para tal fin, por la Editora Regional Extremeña, junto con los diplomas acreditativos correspondientes.



Un año más la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN), junto con las Direcciones Generales de las Comunidades Autónomas competentes en consumo, organizan el Concurso Escolar 2015-2016 sobre consumo responsable, Consumópolis11, dirigido a escolares matriculados en el Tercer Ciclo de Educación Primaria y en Educación Secundaria Obligatoria.

Su objetivo es sensibilizar a los escolares de la importancia que tiene realizar un consumo consciente, crítico, responsable y solidario. Así mismo, pretende fomentar la participación de los centros educativos a través del profesorado y del alumnado, en actividades relacionadas con la Educación del Consumidor.

En nuestra Comunidad Autónoma será la Consejería de Sanidad y Políticas Sociales, la responsable de su desarrollo, a través del Instituto de Consumo de Extremadura.

El tema elegido para esta edición ha sido: “TÚ CONSUMES: ¿LO HACEN IGUAL EN TODAS PARTES?”. Esta sería la 11ª edición del concurso.

No se dispone del resultado del Concurso y los equipos ganadores a nivel autonómico, a fecha de la realización de estas memorias y de todas maneras corresponderían a las memorias del año que viene. Está pendiente la valoración de aquellos equipos que han pasado a la segunda fase del concurso y han enviado la correspondiente ficha virtual.

Si se puede determinar el número de equipos extremeños inscritos y aquellos que han pasado a la segunda fase para su valoración.

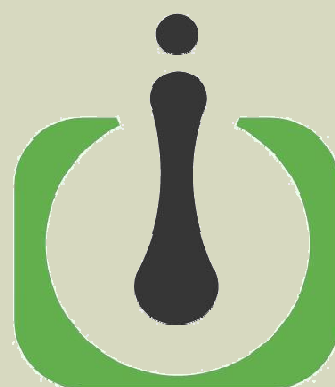
Total de equipos registrados 42, lo que equivaldría a la participación de 210 alumnos. Correspondiendo a los siguientes niveles de participación:

- Nivel 1: 5 equipos
- Nivel 2: 29 equipos
- Nivel 3: 8 equipos

Pasan a la final para la valoración 30 equipos participantes.

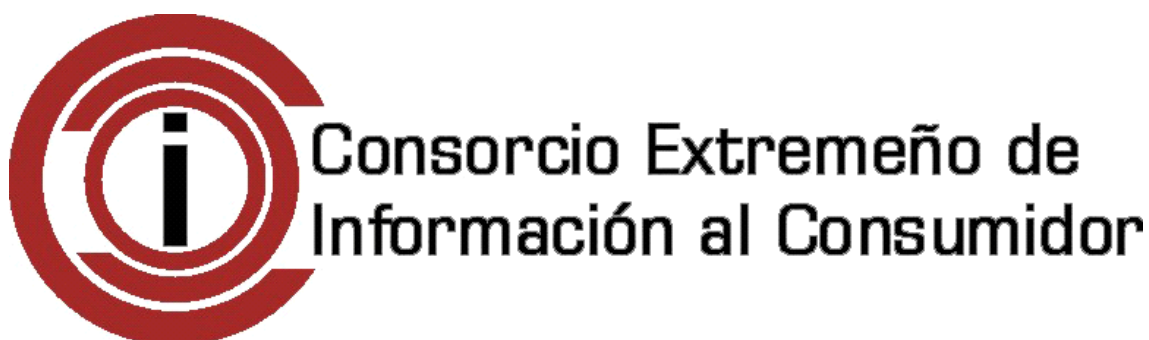
El resultado de equipos participantes según las provincias ha resultado de la siguiente forma:

- Provincia de Badajoz: 25
- Provincia de Cáceres: 17

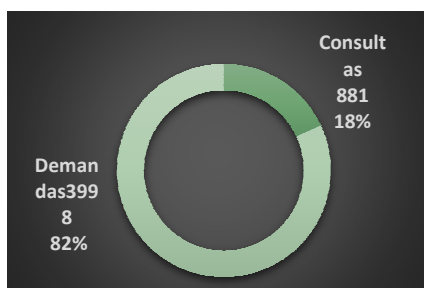


Consorcio Extremeño de Información al Consumidor

Consorcio Extremeño de Información al Consumidor

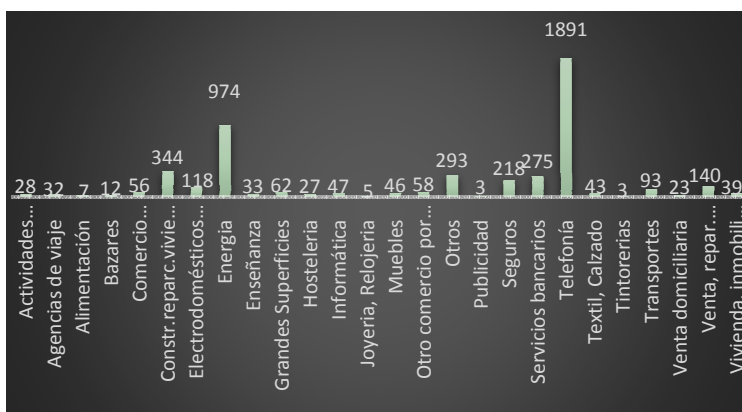


Durante el año 2015 el Consorcio Extremeño de Información al Consumidor atendió un total de **4.879** expedientes de los consumidores, con una estimación económica que ronda los **42 millones de euros** y habiendo obtenido un ahorro directo para los consumidores extremeños de unos **5.700.000 de euros**, aproximadamente, al haberse alcanzado un porcentaje amistoso de mediación del **77%**.



Del total de expedientes tramitados, **3.998** corresponden a reclamaciones y **881** a consultas, siendo las materias más reclamadas: telecomunicaciones con **1.891**, seguida de energía con **974**, seguros y banca con **493** y vivienda con

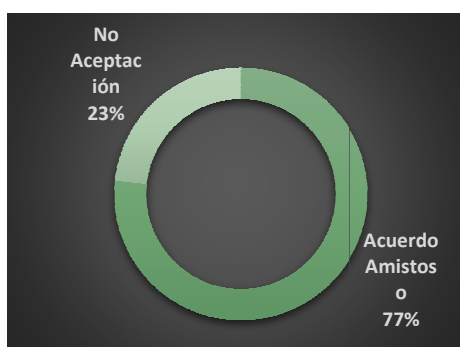
344 entre otras.



Se produce un pequeño ajuste en el número de expedientes tramitados en relación con el año anterior motivado por la reducción de las incidencias masivas (que afectan a todos los

consumidores de una misma localidad) tanto en telecomunicaciones y sobre todo en materia de energía.

La valoración económica de las mismas sigue aún en valores muy elevados, desmesurados para reclamaciones que se tramitan en fase de mediación, el motivo no es otro que el incremento significativo por segundo año consecutivo de las reclamaciones en materia de Banca motivadas por la continua jurisprudencia pronunciándose de forma unánime sobre la nulidad de las cláusulas suelo por falta de transparencia (STS de 9 de mayo de 2013; Sentencia Macrodemanda Audiencia Provincial de Madrid de Abril 2016) y debiéndose proceder a la restitución al prestatario de los intereses que hubieran pagado demás a partir de la publicación de la sentencia del TS de mayo de 2013. La resolución de estas reclamaciones en “acuerdo amistoso”, con los elevados importes económicos que ello supone al tratarse de créditos hipotecarios, es lo que han hecho que por segundo año consecutivo se haya disparado la cuantificación económica de los expedientes tramitados.

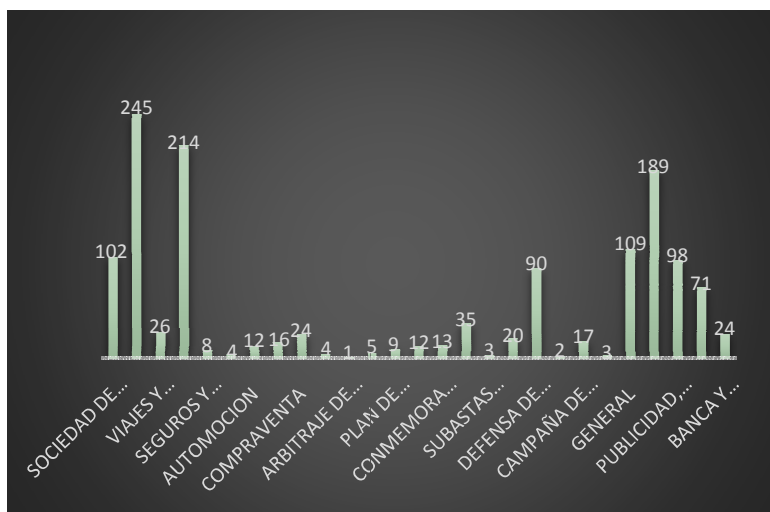


El porcentaje de **acuerdos** alcanzado en las mediaciones realizadas por el Consorcio Extremeño de Información al Consumidor en 2015 ha alcanzado el **77%**, lo que denota el buen hacer de los trabajadores del Consorcio consiguiendo, en la mayoría de los casos, la

resolución de conflictos en mediación amistosa. Todo ello ha supuesto un beneficio directo para los consumidores extremeños que asciende a una cuantía aproximada de **5.700.000 euros**.

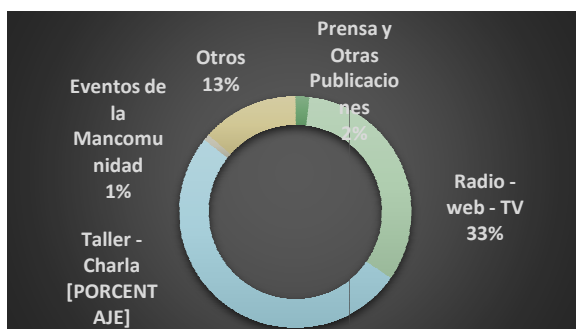
Por todo ello consideramos que es de **vital importancia y de máxima urgencia, la regulación de la mediación en materia de consumo**.

De igual forma hay que hacer especial hincapié que del total de los expedientes tramitados durante el pasado año, el **82%** de los mismos han sido **presentados** por los consumidores y usuarios extremeños **de forma presencial en nuestras oficinas**, lo que demuestra la consolidación del servicio, cercanía y accesibilidad del mismo por parte de los consumidores en la región.



Junto al servicio de atención directa al consumidor, el Consorcio Extremeño de Información al Consumidor ha venido realizando a lo largo del 2015 unas **1.356 actuaciones encaminadas a la educación, formación e información** para los

consumidores, siendo las materias más demandadas **Educación para la Salud y Consumo Responsable y Medio Ambiente**(Colaboración con Ecovidrio Talleres Formativos) en general.



La propia sociedad de la información y del conocimiento en la que vivimos demanda que cada vez estemos más informados/formados con el fin de garantizar nuestros derechos; es por esto, desde el Consorcio Extremeño de

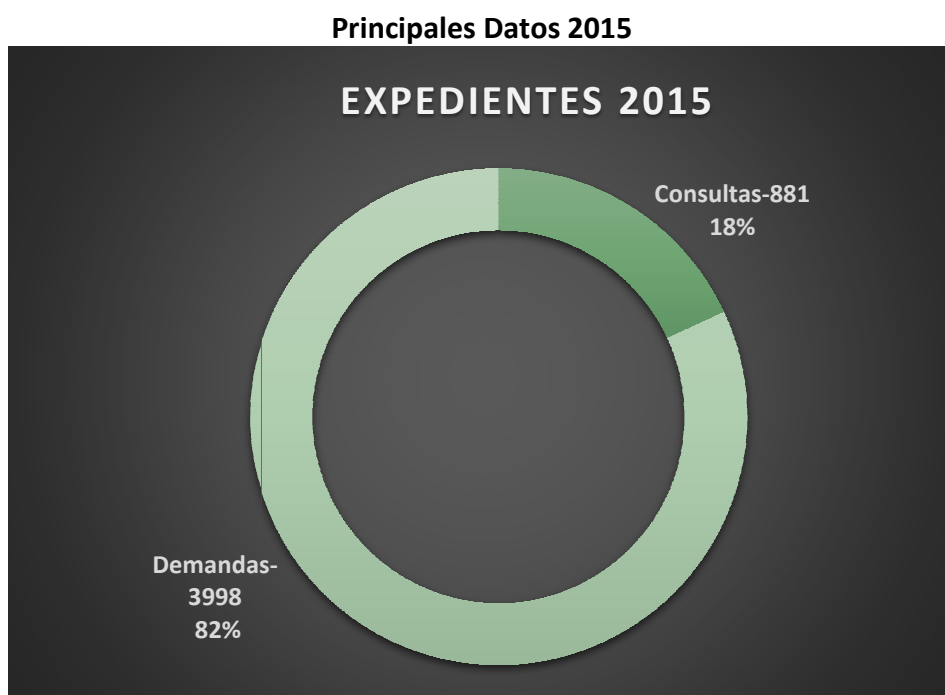
Información al Consumidor consideramos se trata de la mejor inversión de futuro para los consumidores y usuarios extremeños permitiéndonos tener cada día a consumidores más formados e informados en sus derechos y obligaciones, cada vez más libres y objetivos para así poder tomar las decisiones más acertadas en cada acto de consumo que realizan.

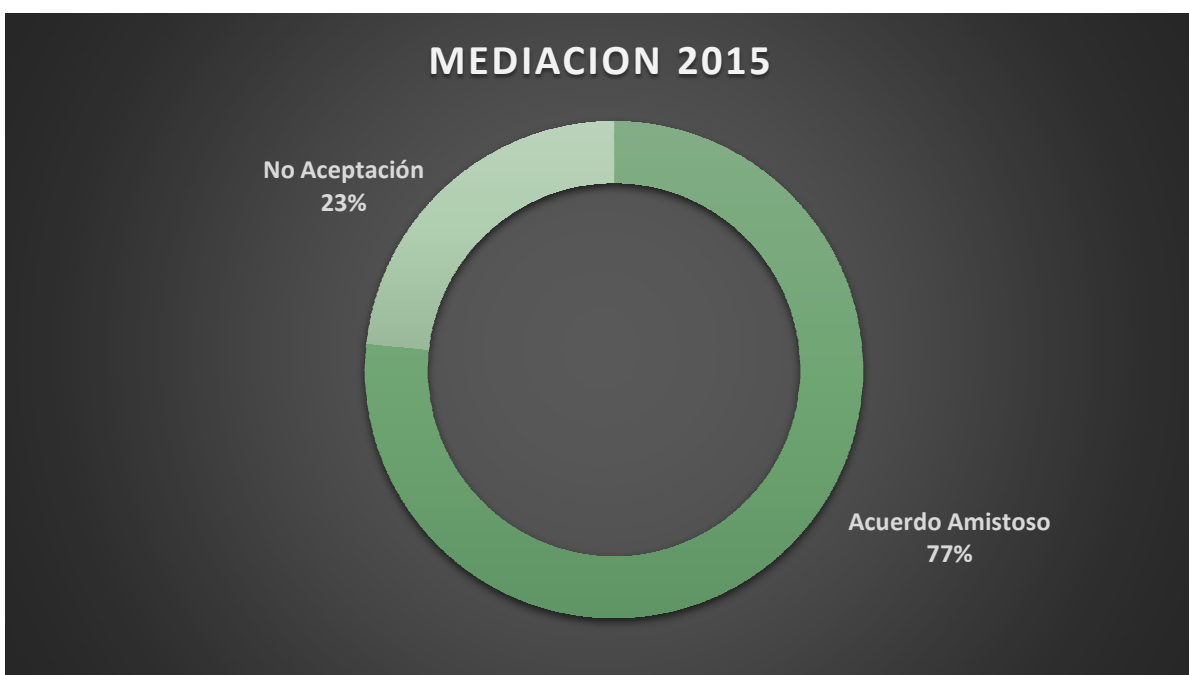
Para ello, es necesario buscar soluciones jurídicas al nuevo marco competencial propiciado por la Ley 27/2013, de 27 de diciembre, de Racionalización y Sostenibilidad de la Administración Local y, dar así respuesta, a las necesidades actuales en materia de protección y defensa de los consumidores y usuarios extremeños que, con motivo de la publicación de dicha ley se han visto mermadas de forma muy considerable

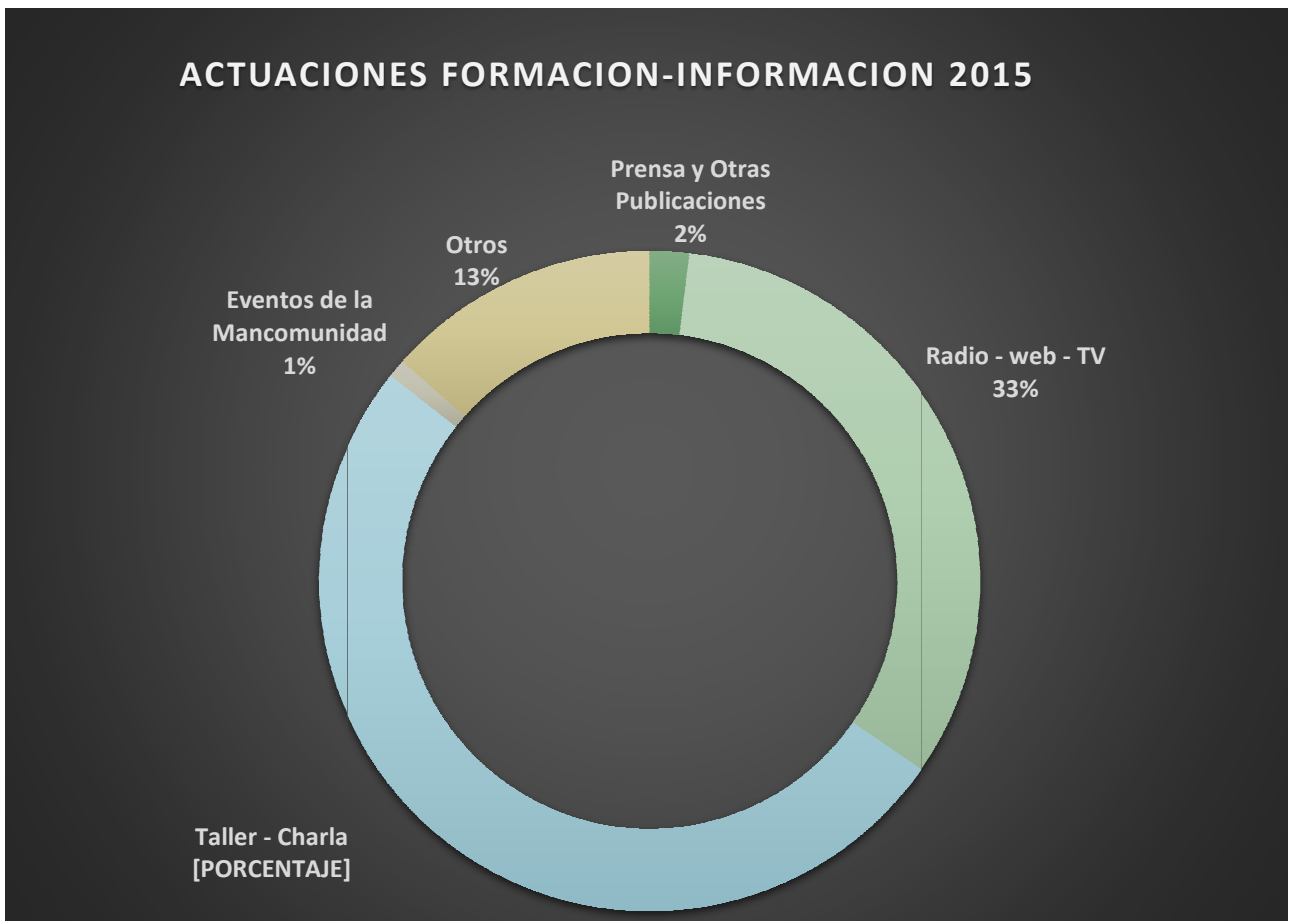
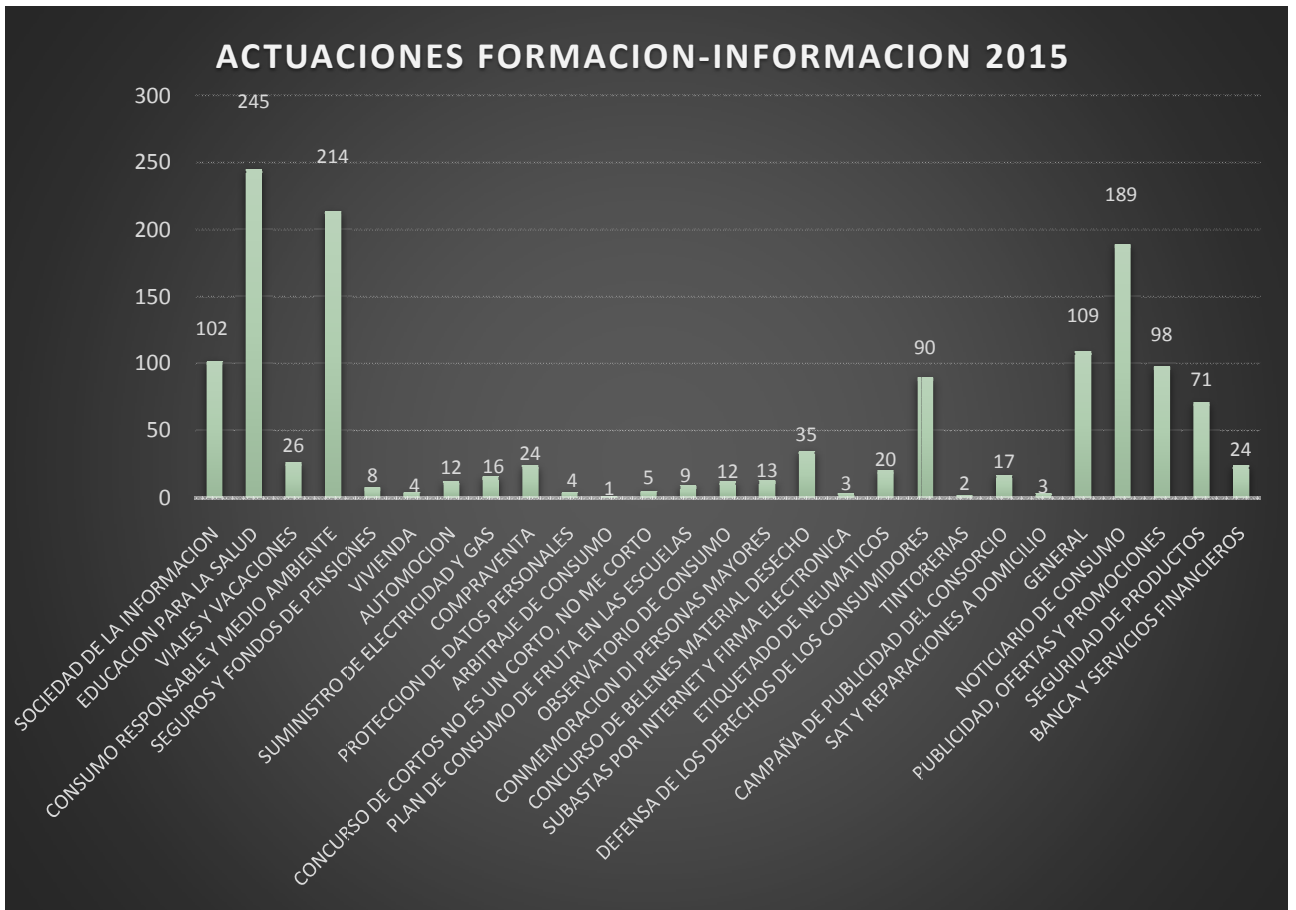
cambiando radicalmente el mapa de oficinas de protección y defensa de los consumidores y usuarios en nuestra región. Es necesario prestar un **servicio integral en toda la Comunidad Autónoma de Extremadura** a través de una red de oficinas y recursos compartidos ya consolidados, que cuentan con una amplia experiencia previa y, conociendo “in situ” las necesidades y características propias de este entorno que les rodea.

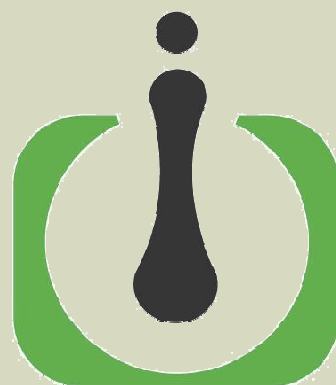
De igual forma, y teniendo en cuenta la regulación actual en la UE relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo y en especial la **plataforma de resolución de litigios en línea** en materia de consumo (Plataforma ODR) tanto para compras nacionales como transfronterizas, **consideramos de máxima urgencia adaptarnos a las políticas de la unión europea en materia de mediación.**

Es por ello que, el Consorcio Extremeño de Información al Consumidor y el consumo en general, tiene otro gran reto ante sí en los próximos años debiéndose adaptar a las nuevas necesidades de los consumidores y usuarios así como, a la rápida evolución y cambios que está sufriendo el mercado y de forma muy especial la compra on-line, donde los consumidores y usuarios ante la realización de cualquier acto de consumo pueden estar poniéndose en contacto con cualquier parte del mundo.









Web
Institucional y
Redes Sociales
INCOEX 2015

Web Institucional y Redes Sociales

www.incoex.org

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

Así mismo, la tendencia orienta a que las páginas web no sean solo atractivas para los internautas, sino también optimizadas para buscadores a través del código fuente. Forzar esta doble función puede, sin embargo, crear conflictos respecto de la calidad del contenido.

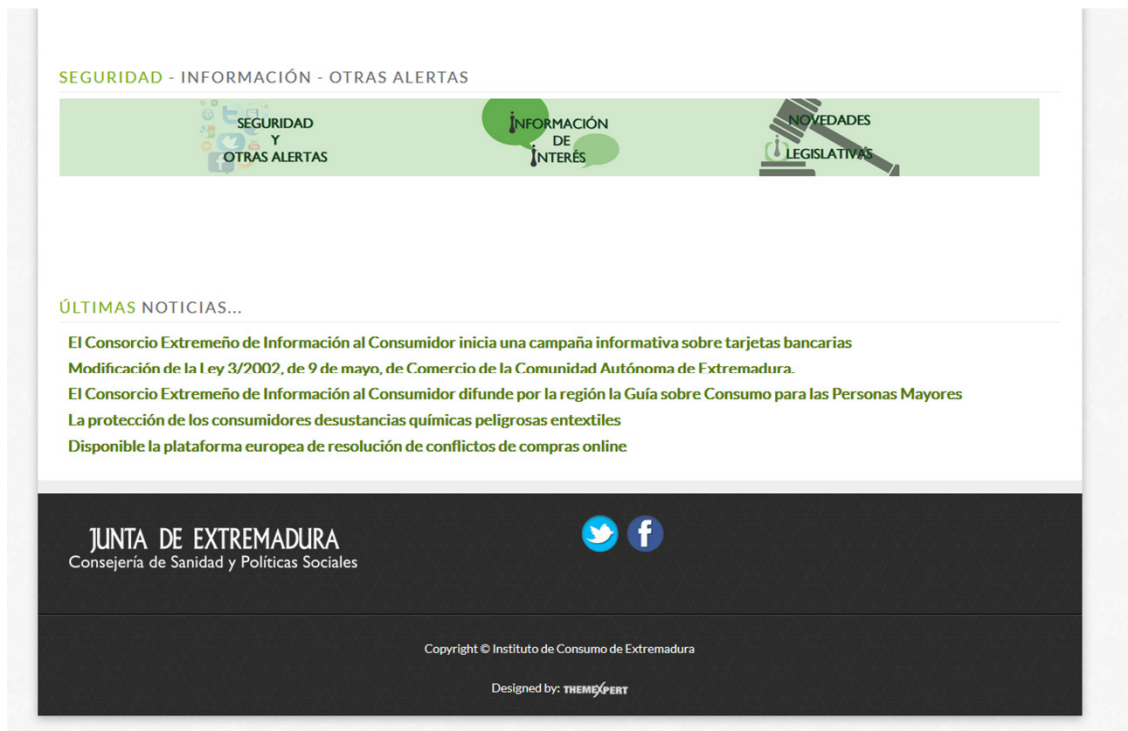
La finalidad de la Página Web es difundir las actividades propias de la web entre el público, por ello lo más importante es llegar a un gran número de personas. Esto se puede medir a través de las visitas que recibe el sitio web.

En el año 2015 la web institucional del INCOEX cambió a un diseño más actual y dinámico concordando con los colores institucionales del Manual de Identidad Corporativa. A su vez, los apartados se adaptaron a las necesidades reales de los usuarios del portal de información del Instituto de Consumo de Extremadura.

En la parte superior de la página web, podemos encontrar una serie de apartados considerados de importancia relevante informativa para su fácil acceso. Además podemos ver los diferentes apartados en que se reparte la información sobre consumo y a su vez a través de imágenes dinámicas, se enmarcan una serie de links a través de los cuales podemos llegar a las noticias más relevantes.

The screenshot displays the homepage of the Instituto de Consumo de Extremadura. At the top left is the logo and name of the institute. A search bar is located at the top right. Below the header is a horizontal menu with icons for 'Campaña de etiquetado de juguetes', 'CONSULTAS DESTACADAS', 'PRODUCTOS ALERGENICOS', 'Guía del Consumidor con Discapacidad en Extremadura', and 'BECOSAN'. A secondary navigation bar contains links for 'INICIO', 'EL INCOEX', 'ÁREAS DE CONSUMO', 'NOTICIAS Y PUBLICACIONES', 'EMPRESAS', 'FORMACIÓN Y EDUCACIÓN', 'CONTACTO', and 'ENLACES DE INTERÉS...'. The main content area features a green banner for 'CONCURSO ESCOLAR 2015-2016 SOBRE CONSUMO RESPONSABLE' and a large graphic for 'CONSUMÓPOLIS 11' with the text 'TÚ CONSUMES: ¿LO HACEN IGUAL EN TODAS PARTES?'. Below this is a section titled 'PUBLICADAS LAS BASES' and a footer with 'CONSUMOPOLIS 11 - Bases generales de participación'.

En la parte inferior se establecen otros apartados de especial importancia y con información también relevante a cerca de alertas, novedades legislativas y otra información en materia de consumo. Así mismo, en la parte inferior encontramos un grupo de noticias que está compuesto por las últimas noticias publicadas en este portal informativo del INCOEX.

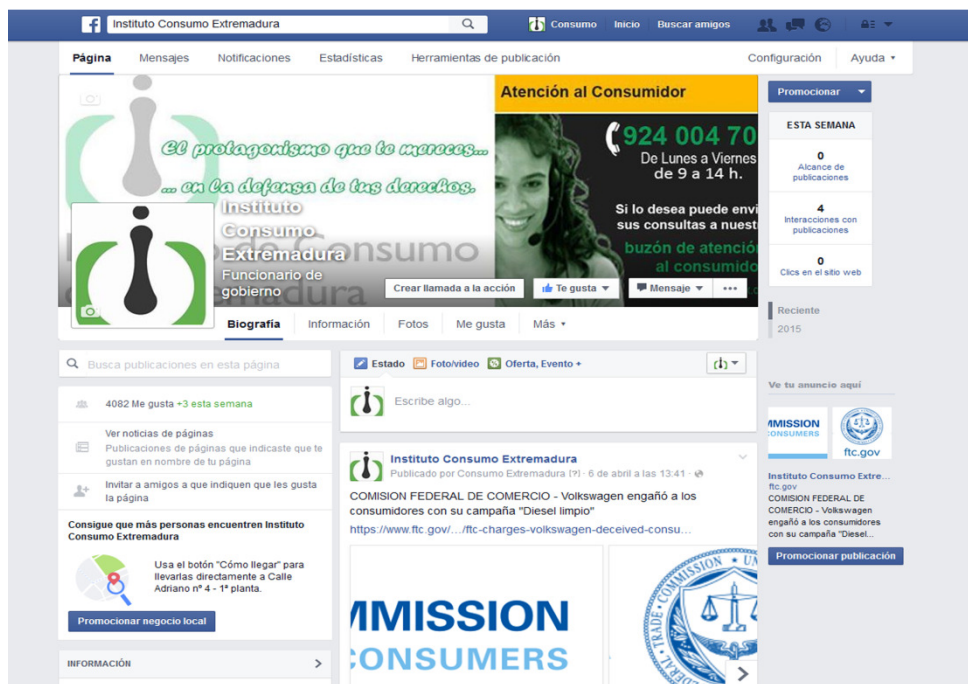


Una vez accedemos a cualquier apartado de los mencionados, podemos encontrar una estructura sencilla donde podremos consultar la información pertinente.

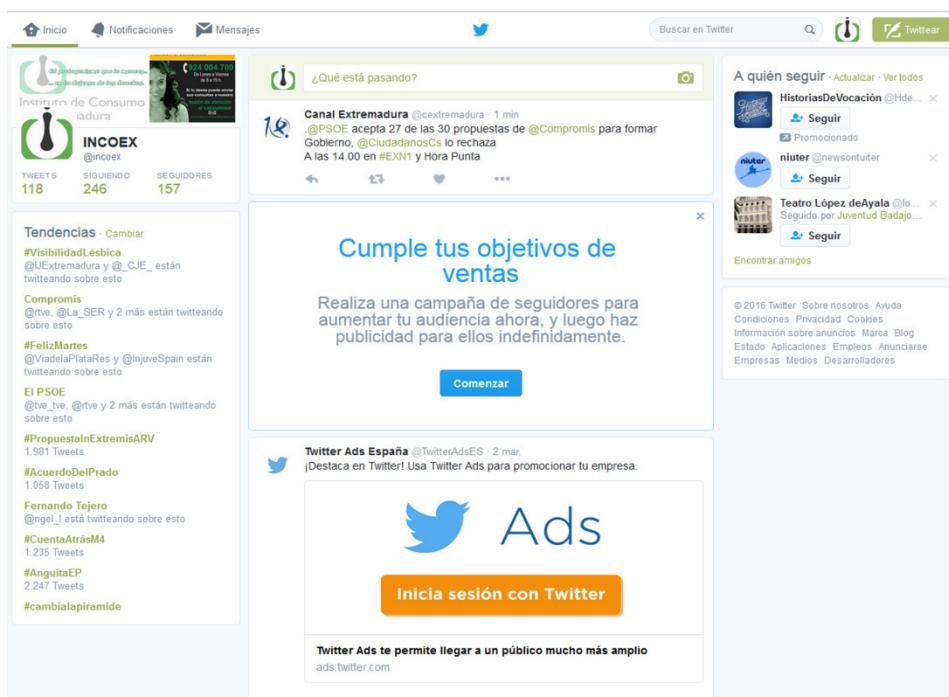


En cuanto a redes sociales, el Instituto de Consumo pretende llegar también a todos los consumidores a través de estos canales informativos. Es por eso que el INCOEX cuenta con un perfil en facebook y otro en twitter.

<https://www.facebook.com/institutoconsumoextremadura>



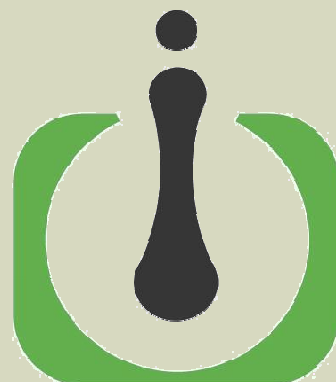
<https://twitter.com/incoex>



A través de estos perfiles y de manera virtual, se trata de compartir contenidos e información, interactuar, crear comunidades sobre intereses en materia de consumo.

Con los perfiles de las redes sociales del INCOEX además, lo que se intenta es promover ante todo la posibilidad de interactuar con otras personas, aunque no se conozcan personalmente o no estén relacionadas con el INCOEX pero que desde el momento que son consumidores, forman parte de estas actuaciones. El sistema es abierto y dinámico y se va construyendo con lo que cada consumidor quiere aportar.

Es un forma de estar conectado e informados de una forma más rápida y sencilla, teniendo en cuenta que la información se va actualizando casi en tiempo real.



Laboratorio de Control de Calidad de Consumo

Laboratorio de Control de Calidad de Consumo



Durante el pasado año 2015, se han llevado a cabo en la Comunidad Autónoma de Extremadura, varias campañas, entre ellas:

1. *Campañas de control de calidad de juguetes*, por parte del Instituto de Consumo de Extremadura. Las normas que se han utilizado desde el Laboratorio de Control de Calidad del INCOEX para verificar y comprobar la calidad de estos productos son:
 - R.D. 1205/2011, por el que se regulan las normas de seguridad de los juguetes, y
 - UNE-EN 71-1:2014, que regula las propiedades mecánicas y físicas que deben cumplir los juguetes.
2. Del mismo modo se llevó a cabo una *campaña de disfraces*. En este caso, las normas utilizadas para comprobar la calidad y seguridad de estos productos son:
 - UNE-EN 14682:2008 sobre seguridad de la ropa infantil, cordones y cuerdas ajustables en ropa infantil,
 - R.D. 1205/2011, por el que se regulan las normas de seguridad de los juguetes, y
 - UNE-EN 71-1:2014, que regula las propiedades mecánicas y físicas que deben cumplir los juguetes.

OBJETIVOS

El objetivo en estas campañas es comprobar el cumplimiento de la normativa europea y nacional sobre seguridad, etiquetado y propiedades mecánico- físicas de juguetes y disfraces.

METODOLOGÍA

Las campañas se han realizado, mediante inspecciones llevadas a cabo por parte de Agentes de Inspección de Consumo, en diferentes establecimientos de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

Se realizaron dos tipos de campañas principalmente, las cuales han sido analizadas por separado:

1. Campaña de juguetes destinados a mayores de 36 meses.
2. Campaña de juguetes destinados a niños menores de 36 meses.
3. Campaña de mordedores que contienen líquido.
4. Campaña de disfraces.
5. Campaña de juguetes acuáticos.
6. Campaña de artículos de puericultura.

RESULTADOS

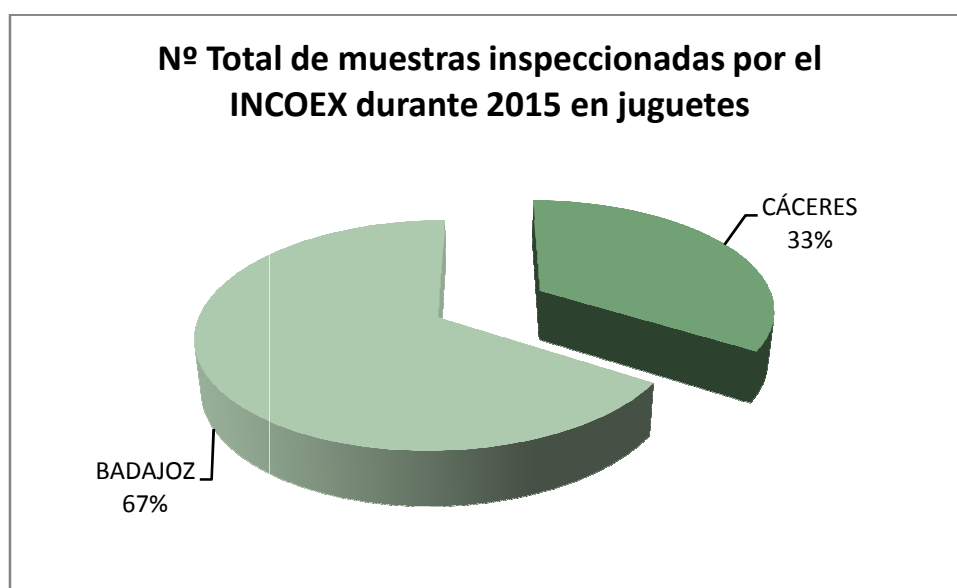


Fig 1.- Número total de muestras inspeccionadas por el INCOEX, durante el 2015, tanto en la provincia de Cáceres como en la de Badajoz.

1. Campaña de juguetes destinados a mayores de 36 meses.

En la campaña de juguetes destinados a niños mayores de 36 meses se recogieron 19 muestras, 6 muestras procedían de la Provincia de Badajoz, y 13 procedían de la Provincia de Cáceres. Del total de muestras analizadas, sólo una no pudo ser analizada, por no poder considerarse juguete, todas las demás, es decir, 18 muestras tenían no conformidades por etiquetado, y además 9 de ellas tienen riesgo grave para la salud de los consumidores tan vulnerables como son los niños, es decir, el 50% de las muestras analizadas. De las muestras recogidas en los establecimientos procedentes de la provincia de Cáceres, proceden 6 de las muestras con riesgo para la salud de los consumidores, las otras tres proceden de juguetes recogidos en bazares y tiendas de la Provincia de Badajoz.

2. Campaña de juguetes destinados a niños menores de 36 meses.

En la campaña de juguetes destinados a niños menores de 36 meses, se tomaron un total de 13 muestras, 5 procedentes de la provincia de Badajoz, y 11 procedentes de la provincia de Cáceres, del total de muestras recogidas en la Provincia de Badajoz, sólo una cumplió perfectamente con las Normativas aplicadas, el resto de muestras, es decir 4, fueron positivas por etiquetado y tres de ellas además con riesgo para la salud de nuestros niños y niñas extremeños, consumidores muy vulnerables, dado que se lo llevan todo a la boca, de las 11 muestras recogidas en la Provincia de Cáceres todas tuvieron no conformidades por etiquetado y 5 de ellas además tenían riesgos para la salud de los niños y niñas extremeños y extremeñas.

3. Campaña de mordedores que contienen líquido.

La campaña de mordedores que contiene líquido, de un total de 10 muestras, el 100% de ellas tuvieron no conformidades por etiquetado, 5 muestras procedían de la Provincia de Cáceres y otras 5 de la Provincia de Badajoz.

4. Campaña de disfraces.

En la campaña de disfraces de un total de 20 muestras analizadas recogidas de manera azarosa y aleatoria por toda la Comunidad Autónoma de Extremadura, 10 muestras provinieron de la Provincia de Cáceres y 10 muestras de la Provincia de Badajoz, del total de muestra analizadas, 17 presentaron no conformidades por etiquetado, tres no pudieron ser analizadas por no poder considerarse juguete, y 8 presentaron riesgo grave para la salud de los consumidores.

5. Campaña de juguetes acuáticos.

En la campaña de juguetes acuáticos, de un total de 16 juguetes recogidos en Extremadura, 6 muestras procedían de la provincia de Cáceres y 10 muestras procedían de la Provincia de Badajoz, con respecto a los resultados obtenidos, destacar, que 3 de las muestras no pudieron ser consideradas juguetes, 12 muestras presentaron no conformidades por etiquetado, 4 presentaron riesgo para la salud de los niños y niñas extremeños y solamente 1 muestra fue conforme a la normativa aplicada.

6. Campaña de artículos de puericultura.

En la campaña de artículos de puericultura, se recogieron un total de 3 muestras en la Provincia de Cáceres, las tres dieron no conformidades por etiquetado y dos de ellas además tenían riesgos para la salud de los niños y niñas extremeños, las tres sillas estaban destinadas a niños mayores de 36 meses.

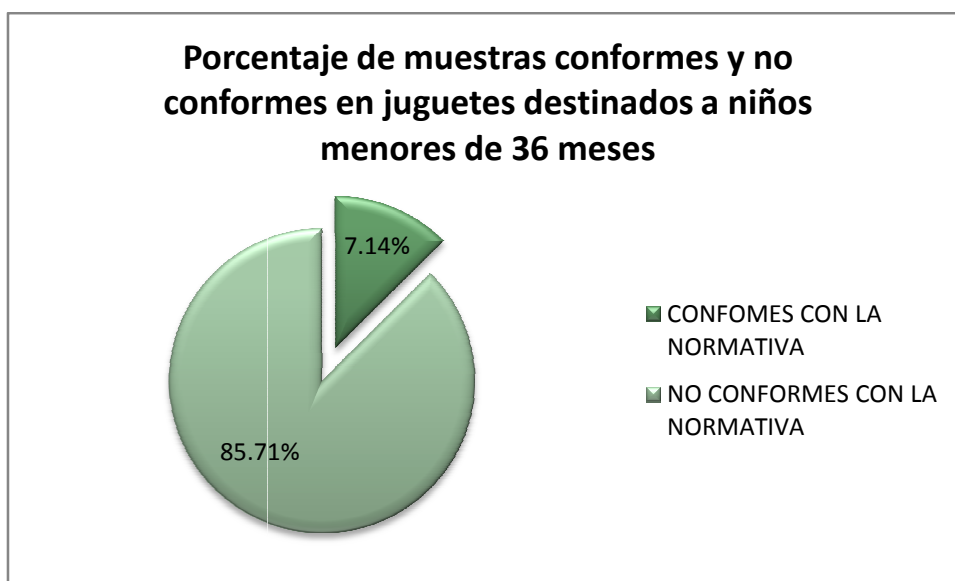


Fig 1.- Porcentaje de muestras conformes y no conformes, recogidas en la campaña de juguetes destinados a menores de 36 meses, en Extremadura durante el 2015.

CONCLUSIONES:

Los resultados apuntan a que existe un amplio porcentaje de juguetes que no cumplen la normativa de seguridad de juguetes, circulando por el mercado extremeño, las causas de las no conformidades son muchas y variadas, siendo distintas si los juguetes están destinados a niños menores de 36 meses o a mayores de 36 meses.

Dentro de las más relevantes y cuyo porcentaje es más elevado es :

1. la presencia de piezas pequeñas con el consiguiente riesgo de asfixia, ahogo u obstrucción de las vías respiratorias que conlleva, en ocasiones a daños irreversibles en el niño/a por la falta de oxígeno al cerebro.
2. La presencia de aberturas por la el niño accede al material relleno del juguete.
3. El espesor de las bolsas habitualmente no es conforme con la Norma, lo cual supone un riesgo real de asfixia para el niño/a.
4. La presencia de puntas punzantes con el consiguiente riesgo de causar heridas que ello supone para el niño/a.
5. Así como la faltas de etiquetado en sus diferentes vertientes:
 - a. Fallo en el Marcado CE , el cual está ausente, o no tiene la altura mínima requerida.
 - b. Pictograma de advertencia de edad no oficial.
 - c. Obvian las advertencias específicas de los diferentes juguetes.
 - d. El etiquetado, en ocasiones, no aparece en castellano.
 - e. Otras veces, no aparecen ni las advertencias de edad, ni el motivo que originan dichas advertencias...