



Kontsumobide – Kontsumoko Euskal Institutua  
Kontsumobide – Instituto Vasco de Consumo

**PROGRAMA**

4432 KONTSUMOBIDE

**ARDURADUNA**

49 KONTSUMOBIDE – KONTSUMOKO EUSKAL  
INSTITUTUA

KONTSUMOBIDEAREN ZUZENDARIA

**PROGRAMA**

4432 KONTSUMOBIDE

**RESPONSABLE**

49 KONTSUMOBIDE – INSTITUTO VASCO DE  
CONSUMO

DIRECTORA DE KONTSUMOBIDE

**HELBURUAK**

1. ERAKUNDEA EGOKITZEA
2. ARINAGO ETA EFIKAZAGO INFORMATU ETA PRESTATZEA
3. KONTSUMITZAILEEN ETA ERABILTZAILEEN ESKUBIDEAK ERRESPETATZEKO JARRERA SUSTATZEA ENPRESETAN
4. BIKINTASUNERANTZA LAN EGITEA KONTSUMO ETA GATAZKEN KONPONBIEAN
5. LANKIDETZA ETA KOOPERAZIO SARE HOBEAK HEDATZEA
6. KONTSUMOBIDEREN IKUSGARRITASUNA INDARTZEA

**BETETZE MAILA**

1. ERAKUNDEA EGOKITZEA

Kontsumobide 2007an sortu zen lege bidez, eta uztailaren 12ko 159/2011 Egitura Dekretuaren bidez jarri zen martxan. Hori dela eta, aldaketak izan dira kontsumitzeko moduetan, eta, ondorioz, erakundeak egokitu egin behar izan du kontsumitzaileen eta erabiltzaileen eskubideak babestu eta defendatzeko.

Institutuaren lan egiteko moduari zalantzarik gabe eragin dioten kontsumo-arloko aldaketei aurre egiteko, lehenik eta behin, Euskal Autonomia Erkidegoko Kontsumitzaileen eta Erabiltzaileen Estatutuaren lege-aurreproiektu berriaren izapidetzean izandako aurrerapena hartu da abiapuntu (2023an onartuko da).

Arau hori aurrerapauso handia da kontsumoaren errealitate aldakorrera egokitu ahal izateko, eta horren ondorioz premia berriak sortuko dira, Institutuak aztertu dituenak. Indarrean sartzeak dakarren arau-aldaketaz gain, kontuan hartzen dituen errealitate juridiko berriei Erakundearen egitura aldatzeko beharra dakarte. Ildo horretan, 2022an aztertu da Legearen artikuluek eragin zuzena izango dutela Institutuaren baliabideetan, eta Estatutua onartu ondoren, Kontsumobideren lanpostuen zerrenda aldatzeko prozesua hasteko beharra hauteman da.

**OBJETIVOS**

1. ADAPTAR LA ORGANIZACIÓN
2. INFORMAR Y FORMAR DE MANERA ÁGIL Y EFICAZ
3. PROMOVER UNA CONDUCTA DE LAS EMPRESAS RESPETUOSA CON LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y USUARIAS
4. TRABAJAR HACIA LA EXCELENCIA EN LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS DE CONSUMO
5. DESARROLLAR MEJORES REDES DE COLABORACIÓN Y COOPERACIÓN
6. REFORZAR LA VISIBILIDAD DE KONTSUMOBIDE

**GRADO DE CUMPLIENTO**

1. ADAPTAR LA ORGANIZACIÓN

*Teniendo en cuenta que Kontsumobide se creó mediante Ley en el año 2007 y su puesta en funcionamiento se realizó mediante el Decreto de Estructura 159/2011, de 12 de julio, ha habido cambios en las formas de consumo que han hecho que la organización haya tenido que adaptarse para poder proteger y defender los derechos de las personas consumidoras y usuarias.*

*Para hacer frente a los cambios del ámbito del consumo que indudablemente han afectado a la forma de trabajar del Instituto se ha partido, en primer lugar, del avance en la tramitación del nuevo Anteproyecto de ley del Estatuto de las personas Consumidoras y Usuarias de Euskadi (que se aprobará en 2023).*

*Dicha norma, supone un gran avance para poder adaptarse a la realidad cambiante del consumo y derivado de ello van a surgir nuevas necesidades que el Instituto ha analizado. Además del cambio normativo que supone la entrada en vigor, las nuevas realidades jurídicas que contempla derivan en la necesidad de modificar la estructura del Instituto. En este sentido, se ha analizado en 2022 que artículos de la Ley van a tener una incidencia directa en los recursos del Instituto y se ha detectado la necesidad de iniciar, una vez aprobado el Estatuto, un proceso de modificación de la relación de puestos de trabajo de Kontsumobide.*



## 2. ARINAGO ETA EFIKAZAGO INFORMATU ETA PRESTATZEA

Informazioa eta prestakuntza arin eta eraginkorra ematea Kontsumobideren helburu nagusietako bat kontsumitzaileei eta erabiltzaileei informazioa ematea da. Horretarako aukeratu diren bideen artean daude liburuxkak argitaratzea, aldizkariaren 3 ale, 10.713 bidalketa, gida eta kontsumo gaietako buruzko material ezberdinekin. Nabarmendu behar dugu aurten ikus-entzunezko formatuak indartzeko ahaleginarekin jarraitzen dela, kontsumitzaileei informazioa jasotzea errazteko, batez ere bideoak sortuz.

Gainera, 2022an, bi azterlan egin dira: bata, arrakala digitalari buruzkoa eta gizartearen eta kontsumoaren duen eraginari buruzkoa, arrakala digitalak gizartearen zein geruzatan duen eraginik nabarmenena ezagutzera emateko, eta, bestea, Interneteko aipamenean errealitatea eta benetako eragina neurtzeko.

2022an, 2021eko publizitate-kanpainetan hartu genituen komunikazio-parametroekin jarraitu dugu, eta garrantzi handia eman diegu kanpoko inguruneari eta online publizitateari. Helburuak bi ziren: kontsumo kontziente baten beharrez kontzientziatzea eta Kontsumobideren irudia eta marka indartzea. Alde horretatik, kanpoko ingurunea marka-irudiari buruzkoa izan da, eta online publizitateak, berriz, eskuragarri dauden baliabideak optimizatzea eta publiko gazteei sarbidea ematea izan du helburu.

Izan zaitez zure eragina, arbitrajearen aldeko kanpaina edo Black Friday bezalako kanpainak egin dira. Gainera, 2022an, Kontsumobidek 15 prentsa-ohar igorri ditu, eta horiek 173 presentzia sortu dituzte, hainbat komunikabidetan zenbatuta.

Bestalde, Kontsumobideren webgunea Kontsumobide - Kontsumoko Euskal Institutuaren eta euskal herritarren arteko harremanetarako tresna nagusietako bat da. Gestio, kontsulta eta erreklamazioetarako sarrera izateaz gain, kontsumo-gaiei buruzko informazio eguneratua eskaintzen du, bai eta interes-arloen arabera sekzioak ere, oinarritzeko legeriara sarbidea dutenak. 2022an, 137.602 erabiltzaile sartu dira webgunean 192.442 saiotan. Guztira 385.039 orrialde bisitatu dira. Sarbideen % 53,3 ordenagailu batetik egin dira, % 46,2 terminal mugikor batetik eta gainerako % 0,5 tablet batetik.

Azkenik, informazioari dagokionez, blogari dagokionez, Institutuak 28 sarrera argitaratu ditu askotariko gaiei buruz, 40.894 orrialde bisitatu dira eta 28.840 bisita lortu dira. Sare sozialei dagokienez, 1.300.000 inpresio lortu dira Facebooken 429 argitalpenekin, Twitterreko kontua 2.815 jarraitzaile iritsi da, Instagrameko 1.491ra (275 post) eta YouTubeko kanala 374 harpidedunetara iritsi da.

Prestakuntza da modu kontziente eta arduratsuan kontsumitzen duen gizarte bat eraikitzeke oinarrietako bat. Kontsumobide - Kontsumoko Euskal Institutuak doako prestakuntza-programak egiten ditu, herritarrei eta kontsumoaren esparruan lan egiten duten profesionalen zuzenduak.

Kontsumobidek prestakuntza-programa bat du

## 2. INFORMAR Y FORMAR DE MANERA ÁGIL Y EFICAZ

*Uno de los objetivos primordiales de Kontsumobide es informar a las personas consumidoras y usuarias. Entre las vías escogidas para ello, están la edición de folletos, 3 números de la revista con 10.713 envíos, guías y materiales diversos sobre temas de consumo. Debemos destacar que este año se continúa con el esfuerzo por potenciar los formatos audiovisuales con el objetivo de facilitar la recepción de información a las personas consumidoras, básicamente a través de la creación de vídeos.*

*Además, en 2022 se han realizado dos estudios: uno sobre “Brecha digital y su impacto en la sociedad y en el consumo” que busca dar a conocer en qué estratos de la sociedad impacta la brecha digital más significativamente y otro que se ha centrado en medir la realidad y el verdadero impacto de las “Reseñas de Internet”.*

*El año 2022 hemos continuado con los parámetros comunicativos que adoptamos en las campañas publicitarias de 2021, dando gran importancia al medio exterior y a la publicidad online. Los objetivos eran dos: concienciar sobre la necesidad de un consumo consciente y fortalecer la imagen y la marca de Kontsumobide. En este sentido, el medio exterior ha sido el destinado a la imagen de marca, mientras que la publicidad online ha buscado la optimización de los recursos disponibles y el acceso a públicos jóvenes.*

*Se han realizado campañas como “Sé tu propio influencer”, campaña de apoyo al arbitraje o Black Friday. Además, en 2022, Kontsumobide ha emitido 15 notas de prensa y estas han generado un total de 173 presencias contabilizadas en diferentes medios de comunicación.*

*Por otra parte, el sitio web de Kontsumobide es una de las principales herramientas de interrelación de Kontsumobide - Instituto Vasco de Consumo con la ciudadanía vasca. Además de ser puerta de entrada para gestiones, consultas y reclamaciones, ofrece información actualizada sobre asuntos de consumo y secciones por áreas de interés con acceso a la legislación básica. En 2022, 137.602 personas usuarias han accedido a la web en 192.442 sesiones. En total se han visitado 385.039 páginas. El 53,3 % de los accesos se han producido desde un ordenador, el 46,2% desde un terminal móvil y el 0,5% restante desde tablets.*

*Finalmente, en relación a la información, cabe destacar respecto al blog que el Instituto ha publicado 28 entradas sobre temas variados, se han visitado 40.894 páginas y se han logrado 28.840 visitas. Respecto a redes sociales se han logrado 1.300.000 impresiones con 429 publicaciones en Facebook, la cuenta de twitter ha llegado a 2.815 personas seguidoras, a 1.491 la de Instagram con un total de 275 post y el canal de YouTube ha llegado a 374 suscriptores.*

*La formación es uno de los pilares en la construcción de una sociedad que consuma de manera consciente y responsable. Kontsumobide - Instituto Vasco de Consumo realiza programas de formación gratuitos dirigidos tanto a la ciudadanía como a los y las profesionales que trabajan en el ámbito del consumo.*

*Kontsumobide cuenta con un programa de Formación en*



Kontsumobide – Kontsumoko Euskal Institutua  
Kontsumobide – Instituto Vasco de Consumo

Kontsumobideren zentroetan. Programa horren garapenean eragin handia izan du COVIDaren krisiak, eta berrasmatu egin behar izan da, prestakuntza telematikoari eta teknologia berriei garrantzi handiagoa emanez.

### 3. KONTSUMITZAILEEN ETA ERABILITZAILEEN ESKUBIDEAK ERRESPESTATZEKO JARRERA SUSTATZEA ENPRESETAN

Enpresen artean kontsumitzaileen eta erabiltzaileen eskubideak errespetatzen dituen jokabidea sustatzeko helburuarekin, institutuaren jardura ez da soilik merkatuaren kontrolean oinarritzen, ikuskapenak eginez eta zehapenak ezarriz, baizik eta, gainera, enpresek kontsumitzaileen eskubideei dagokienez lehiakortasun-faktore bat ikus dezaten saiatzen da.

Ikuskapen-kanpainak hainbat arrazoiengatik (arau-aldaketak, kontsumo handia, erreklamazio-kopurua, arazoaren detekzioa, normalizazio-beharrak, etab.) berriaz kontrolatzeko hautatzen diren produktu, ondasun eta zerbitzuei edo merkataritza-jardunbideei buruzkoak dira.

2022an, 3.958 ikuskapen-jardura egin dira guztira, honako ikuskapen-kanpaina hauen ganean: prezioen kontrola, kartelak eta erreklamazio-orriak Getariako ostalaritzan; etxetresna elektrikoaren online salmenta; produktu energetikoen eta gehigarrien PSPko hobariaren kontrola; gosaltzeko zerealen etiketatzearen ikuskapen eta kontrol espezifikoak; markako laguntza teknikoko zerbitzu ez-ofizialak etxean; oliba-olioko kontserbak (arrain-kontserbak izan ezik) eta patata frijituak oliba-oliotan; etiketatzea eta ilearen lehorgailu arruntan eta bidaia-lehorgailuen segurtasun-baldintzak; produktu ekologikoetan plagizidien hondakinak detektatzeko prospekzio-azterlana; autokontrolak, kontsumitzaileek ematen duten kontratuko eta kontratuko informazioa egiaztatzeko. Gainera, guztira 69 jardura egin dira SOIVREekin koordinatuta, eta 80.725 unitate kontrolatzea ahalbidetu dute.

Zehapenei dagokienez, esan behar da 2022an guztira 504 zehapen-espeditante ebatzi direla, eta horien ondorioz, guztira 634.089 euroko zehapenak ezarri direla. Zigor gehien ezarri zaizkien produktuak/zerbitzuak etxetresna elektrikoak, telekomunikazioak eta ibilgailuen konponketa izan dira.

### 4. BIKAINTRASUNERANTZA LAN EGITEA KONTSUMO ETA GATAZKEN KONPONBIEAN

Institutuaren jardura nagusietako bat da kontsumo-ekintzekin lotutako gatazkak konpontzea eta kontsumitzaileengan eta erabiltzaileengan konfiantza sortzea. Horretarako, Erakundeak gatazka horiek azkar eta arin ebaztea du helburu.

*centros de Kontsumobide. Este programa se ha visto seriamente afectado en su desarrollo por la crisis del Covid y se ha visto en la obligación de reinventarse dando mayor importancia a la formación telemática y a las nuevas tecnologías.*

### 3. PROMOVER UNA CONDUCTA DE LAS EMPRESAS RESPETUOSA CON LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y USUARIAS

*Con el objetivo de fomentar entre las empresas una conducta respetuosa con los derechos de las personas consumidoras y usuarias el instituto centra su actividad no sólo en el control de mercado a través de la realización de inspecciones e imposición de sanciones, sino que, además, trata de que las empresas vean en el respecto a los derechos de las personas consumidoras un factor de competitividad.*

*Las campañas de inspección se programan sobre productos, bienes y servicios o prácticas comerciales que, por distintas razones (cambios normativos, gran consumo, número de reclamaciones, detección de problemas, necesidades de normalización, etc.), son seleccionados para su control específico.*

*Durante el año 2022 se han llevado a cabo un total de 3.958 actuaciones inspectoras sobre las siguientes campañas de inspección: “Control de precios, carteles y hojas de reclamaciones en la hostelería de Getaria”; “Venta de electrodomésticos online”; “Control de la bonificación en el pvp de productos energéticos y aditivos”; “Inspección y control específico del etiquetado de cereales de desayuno”; “Servicios de asistencia técnica ‘no oficiales de marca’ a domicilio”; “Conservas en aceite de oliva, (excluyendo conservas de pescado) y patatas fritas en aceite de oliva”; “Etiquetado y los requisitos de seguridad de los secadores de cabello normales y de viaje”; “Estudio prospectivo para la detección de residuos de plaguicidas en productos ecológicos”; “Autoescuelas para comprobar la información precontractual y contractual que facilitan las personas consumidoras y usuarias”; “Control de prácticas comerciales y publicidad antes y durante los periodos comerciales de Black Friday y Cyber Monday”. Además, se han realizado un total de 69 actuaciones coordinadas con el SOIVRE que han posibilitado el control de 80.725 unidades.*

*Respecto a las sanciones, cabe señalar que en 2022 se han resuelto un total de 504 expedientes sancionadores que han dado como resultado la imposición de sanciones por un importe total de 634.089 euros. Los productos/servicios sobre los que más sanciones se han impuesto han sido electrodomésticos, telecomunicaciones y reparación de vehículos.*

### 4. TRABAJAR HACIA LA EXCELENCIA EN LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS DE CONSUMO

*Una de las principales actividades del Instituto es la de solucionar conflictos en relación con los actos de consumo y generar confianza en las personas consumidoras y usuarias. Para ello, el Instituto se centra en la resolución rápida y ágil de dichos conflictos.*



Kontsumobide – Kontsumoko Euskal Institutua  
Kontsumobide – Instituto Vasco de Consumo

Herritarren kontsultei erantzuteko eta aurretiko hitzordua kudeatzeko 900 840 120 doako telefonoa gaitu da. 2022an 44.748 dei jaso dira guztira. Gainera, kontsumoaren arloko 40.952 kontsulta erregistratu dira guztira. Horietatik 9.639 Kontsumobidek artatu zituen; 25.736 Kontsumitzaileen Informaziorako Udal Bulegoetan (KIUB); eta 5.577 Euskadin lan egiten duten kontsumitzaileen elkarteetan. Aurtun ere, herritarren kezken artean, telefonia-zerbitzuekin lotutako gaiak nabarmentzen dira, kontsulten % 16,03 izan baitira, eta horien atzetik hornidura-zerbitzuak daude (energia, ura eta beste batzuk), guztien % 14,40. Ondoren, banku-zerbitzuak ( % 7,81) eta ibilgailuekin, aseguruekin eta etxebizitzarekin lotutako gaiak daude.

2022an 28.645 erreklamazio, kexa eta salaketa izapidetu ziren kontsumo-bulegoen bidez: 14.611 Kontsumobideren bidez; 11.140 Kontsumitzaileen Informaziorako Udal Bulegoen bidez (KIUB); eta 2.894 kontsumitzaileen elkartearen bidez. Telekomunikazioen eta telefonia-zerbitzuen sektorea erreklamazio gehien dituzten sektoreen rankingean nagusi da berriro ere, guztizkoaren % 22,28 (6.477). Ondoren, hornidura-zerbitzuak (energia, ura, etab.) ( % 13,32), garraioak ( % 7,8), banku-zerbitzuak ( % 5,7) eta bidaiak ( % 5,28).

2022an, 525 laudo eman ziren guztira (horietatik 39 2021ean sortu ziren): 186, zenbatespen partzialarekin; 185, guztizko zenbatespenarekin; 130, ezetsita; eta 9, inhibizioarekin. Laudoetako 450 ekitatean eta 68 zuzenbidean ebatzi dira.

## 5. LANKIDETZA ETA KOOPERAZIO SARE HOBEAK HEDATZEA

Kontsumobiderentzat funtsezkoa da kontsumoaren arloko eragileen eta erakundeen arteko lankidetzak. Horregatik, ekitaldi honetan laguntza ekonomikoa emateko programarekin jarraitu da, bai herritarrei informazioa emateko udal-bulegoei, 981.877,56 euroko dirulaguntzarekin, bai kontsumitzaileen elkartei, 218.824,76 euroko dirulaguntzarekin.

Bestalde, nabarmendu behar da indarrean jarraitzen dutela Merkataritza Komunikazioaren Autoerregulaziorako Elkartearekin eta Lehiaren Euskal Agintaritzarekin sinatutako hitzarmenek, eta Kontsumo Ministerioarekiko eta gainerako autonomia-erkidegoekiko harremana etengabea dela, Osasun, Kontsumo eta Gizarte Ongizate Ministeriooko Osasun eta Kontsumo Zuzendaritza Nagusiak hainbat koordinazio-jarduerak sustatzen baititu autonomia-erkidegoen artean kontsumoaren arloan. Alde horretatik, Kontsumobidek, Kontsumoko Lankidetzak Batzordean parte hartzeaz gain, hainbat lantaldeetan parte hartu du: araudi-lantaldea, informazio-, prestakuntza- eta hezkuntza-lantaldea, arbitraje- eta merkatu-kontrolko lantaldea, kontsumo-elkarteak edo erreklamazioak.

*Para atender las consultas de la ciudadanía y gestionar la cita previa se ha habilitado el teléfono gratuito 900 840 120. En el año 2022 se han recibido un total de 44.748 llamadas. Además, se han registrado un total de 40.952 consultas en materia de consumo. De ellas, 9.639 fueron atendidas por Kontsumobide; 25.736 en las Oficinas Municipales de Información a la Persona Consumidora (OMIC); y 5.577 en las diferentes asociaciones de personas consumidoras que trabajan en Euskadi. Un año más, destacan entre las preocupaciones de la ciudadanía las cuestiones relacionadas con los servicios de telefonía, que han supuesto un 16,03% de las consultas, seguidas por los diferentes servicios de suministros (energía, agua, y otros), que suman el 14,40% del total. Les siguen los servicios bancarios, con el 7,81%, y las cuestiones relacionadas con los vehículos, seguros y vivienda.*

*En 2022 se tramitaron 28.645 reclamaciones, quejas y denuncias a través de las diferentes oficinas de consumo: 14.611 a través de Kontsumobide; 11.140 por las Oficinas Municipales de Información a la Persona Consumidora (OMIC); y 2.894 por las asociaciones de personas consumidoras. El sector de telecomunicaciones y servicios de telefonía vuelve a encabezar el ranking de sectores con más reclamaciones, sumando un 22,28 % (6.477) del total. Le siguen los servicios de suministro (energía, agua, etc.) con un 13,32%, transportes, con un 7,8%, servicios bancarios, con el 5,7% y viajes, que acumula el 5,28% del total.*

*A lo largo de 2022 se dictaron un total de 525 laudos (incluyendo 39 con origen en el 2021): 186 con estimación parcial; 185 con estimación total; 130 desestimados; y 9 por inhibición. Se han resuelto en equidad 450 de los laudos y en derecho 68.*

## 5. DESARROLLAR MEJORES REDES DE COLABORACIÓN Y COOPERACIÓN

*Para Kontsumobide es fundamental la colaboración entre los diferentes agentes y organismos del ámbito del consumo por ello se ha continuado este ejercicio con el programa de apoyo económico tanto a Oficinas Municipales de información a la ciudadanía con una subvención concedida por importe de 981.877,56 euros como a las Asociaciones de personas consumidoras a las que se ha concedido ayudas por un total de 218.824,76 euros.*

*Por otra parte, cabe destacar que siguen vigentes los convenios con la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial y con la Autoridad Vasca de la Competencia y que la relación con el Ministerio de Consumo y el resto de Comunidades Autónomas es continua ya que desde la Dirección General de Sanidad y Consumo del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social se promueven diversas actuaciones de coordinación en materias de consumo entre las comunidades autónomas. En este sentido, Kontsumobide, además de participar en la Comisión de Cooperación de Consumo, ha tomado parte en distintos grupos de trabajo establecidos: grupo de trabajo de normativa, grupo de trabajo de información, formación y educación, de Arbitraje, de Control de Mercado, asociaciones de consumo o reclamaciones.*



## 6. KONTSUMOBIDEREN IKUSGARRITASUNA INDARTZEA

Institutuaren ustez, oso garrantzitsua da herritarrek Kontsumobidek eskura jartzen dizkien zerbitzuak ezagutzea eta zerbitzu horietan ematen den konfiantza ezagutzea. Hori dela eta, erakundearen plan estrategiko guztietan argi geratu da Institutuaren ikusgarritasuna indartu behar dela, eta horrek konfiantza eman behar diela kontsumoaren arloan inplikaturik dauden eragileei, eta, horrela, erakundea izan dadila izan nahi duen baliabide erabilgarri eta eraginkorra.

Komunikabideak dira, zalantzarik gabe, gaur egun herritarrengana iristeko tresnarik eguneratuenetako bat. Horregatik, 2022an, Kontsumobidek 15 prentsa-ohar igorri ditu, eta horiek 173 presentzia sortu dituzte guztira, hainbat komunikabidetan zenbatuta. 37 aldiz eman du prentsa idatziak Kontsumobidek sortutako informazioaren berri; behin izan dugu presentzia telebistan, eta, azkenik, irratan Kontsumobidek sortutako albisteak 16 aldiz jaso dira. Halaber, Institutua 37 aldiz egon da prentsa idatzian eta 117 aldiz prentsa digitalean. Guztira, 173 inpaktu zenbatu dira hainbat komunikabidetan. Hedabideetako presentzia hori arestian aipatutako komunikazio-kanpainei gehitu behar zaie. Gainera, kontsumoari buruzko programa espezifikokoak dituzten irratiarekin lankidetzan aritu gara, eta 11 esku-hartze zenbatu ditugu.

Gainera, prestakuntzak funtsezko beste zutabeetako bat izaten jarraitzen du kontsumitzaileen babes eraginkor eta integralean; izan ere, prestakuntza eta informazio handiagoko pertsonak esku hartzen badute, babes handiagoa izango dute eta, horrela, kalte egin diezaiaketen gatazkak saihesteko gai izango dira. Horregatik, Kontsumobidek hiru prestakuntza-zentro ditu, bana EAEko hiriburu bakoitzean. Irailean, ikasturtearen hasierarekin batera, ate irekien jardunaldi bat egiten du, egiten den prestakuntza ezagutarazteko eta ikastaroaren berrikuntzak erakusteko.

Bestalde, Kontsumobideren webgunea Kontsumobide - Kontsumoko Euskal Institutuaren eta euskal herritarren arteko harremanetarako tresna nagusietako bat da. Gestio, kontsulta eta erreklamazioetarako sarrera izateaz gain, kontsumo-gaiei buruzko informazio eguneratua eskaintzen du, bai eta interes-arloen araberako sekzioak ere, oinarritzko legeriara sarbidea dutenak. 2022an, 137.602 erabiltzaile sartu dira webgunean 192.442 saiotan. Guztira 385.039 orrialde bisitatu dira. Sarbideen % 53,3 ordenagailu batetik egin dira, % 46,2 terminal mugikor batetik eta gainerako % 0,5 tablet batetik.

Azkenik, nabarmendu behar da sentsibilizazio-ekintzak egin direla martxoaren 15ean, Kontsumobideren 10. urteurrena dela eta, San Tomas azoka dela eta, edo Instagrameko profileko bi zozketaren bidez.

## 6. REFORZAR LA VISIBILIDAD DE KONTSUMOBIDE

*Desde el instituto se considera que es de gran importancia que la ciudadanía conozca los servicios que Kontsumobide pone a su disposición y la confianza que en los mismos se deposita. Por ello, ha quedado patente en todos sus planes estratégicos la necesidad de reforzar la visibilidad del Instituto y que ello genere confianza de los agentes implicados en el ámbito del consumo y que, de este modo, el organismo sea el recurso útil y eficaz que pretende ser.*

*Los medios de comunicación son indudablemente una de las herramientas más actualizadas hoy en día para llegar a la ciudadanía. Por ello, en 2022, Kontsumobide ha emitido 15 notas de prensa y estas han generado un total de 173 presencias contabilizadas en diferentes medios de comunicación. En 37 ocasiones la prensa escrita se ha hecho eco de informaciones generadas por Kontsumobide, en 1 ocasión hemos tenido presencia en Televisión y, finalmente, en radio las noticias generadas por Kontsumobide han sido recogidas en 16 ocasiones. Asimismo, el Instituto ha estado presente 37 veces en prensa escrita y 117 veces en prensa digital. En total suman 173 los impactos contabilizados en diferentes medios de comunicación. Esta presencia en medios se suma a las campañas de comunicación anteriormente mencionadas. Además, se ha colaborado con las emisoras de radio que cuentan con programas específicos sobre consumo, contabilizando 11 intervenciones.*

*Además, la formación sigue siendo otro de los pilares fundamentales en la protección eficaz e integral de las personas consumidoras ya que se considera que, si las personas intervienen más formadas e informadas, tendrán una mayor protección y serán así capaces de evitar los conflictos que puedan perjudicarles. Por ello, Kontsumobide cuenta con tres centros de formación, uno en cada una de las capitales vascas, que cada mes de septiembre, con el inicio del curso, celebra una jornada de puertas abiertas con el objetivo de dar a conocer la formación que en ellos se realiza y mostrar las novedades del curso.*

*Por otra parte, el sitio web de Kontsumobide es una de las principales herramientas de interrelación de Kontsumobide - Instituto Vasco de Consumo con la ciudadanía vasca. Además de ser puerta de entrada para gestiones, consultas y reclamaciones, ofrece información actualizada sobre asuntos de consumo y secciones por áreas de interés con acceso a la legislación básica. En 2022, 137.602 personas usuarias han accedido a la web en 192.442 sesiones. En total se han visitado 385.039 páginas. El 53,3 % de los accesos se han producido desde un ordenador, el 46,2% desde un terminal móvil y el 0,5% restante desde tablets.*

*Finalmente, cabe destacar que se han realizado acciones de sensibilización en 15 de marzo con ocasión del 10º aniversario de Kontsumobide, la feria de Santo Tomás o a través de dos sorteos en el perfil de Instagram.*