

Acta de la reunión del Consejo Aragonés de Consumo celebrada el día 15 de abril de 2021

Fecha: Zaragoza, 15 de abril de 2021

Hora: 10:30 horas

Lugar: Plaza del Pilar, 3, Zaragoza. Videoconferencia.

Asistentes

Dirección General de Protección de los Consumidores y Usuarios. Presidenta del Consejo Aragonés de Consumo. D. Pablo Martínez Royo

Dirección General de Protección de los Consumidores y Usuarios. Secretaria del Consejo Aragonés de Consumo. Dña. M^a Jesús Casanovas Oliva

Dirección General de Protección de los Consumidores y Usuarios. Jefe del Servicio del Consumidor. D. Carlos Peñasco Gil

Dirección General de Protección de los Consumidores y Usuarios. Subdirector del Servicio Provincial de Zaragoza. D. Agustín Lanaspá Catalán

Ayuntamiento de Zaragoza. D. Fernando Tirado Aznar

Federación Aragonesa de Municipios, Provincias y Comarcas. Dña. Ana Beatriz Maisanava Cortés

Federación Aragonesa de Municipios, Provincias y Comarcas. Dña. Dolores Trébol Bartos

Representante de las asociaciones de consumidores. D. Luis Manuel Lamata Arasco



Representante de las asociaciones de consumidores. D. Pedro José Salinas Sauca

Representante de las asociaciones de consumidores. Dña. M^a Pilar Fernández Ayala

Representante de las asociaciones de consumidores. D.^a Trinidad Valdovinos Bispe

Representante de las asociaciones empresariales. D.^a Beatriz Callén Escartín.

Representante de las asociaciones empresariales. D. Santiago Ligros Mancho

Representante de las asociaciones empresariales. D. Eugenio García-Rodeja Alonso. Excusa su asistencia

Representante de las asociaciones empresariales. D. Daniel Forniés Andrés.

Secretaria de actas. D.^a Susana Cebollada Noguerras

1. Aprobación del Acta anterior.

Sin alegaciones a la misma, se aprueba por asentimiento el acta anterior.

2. Balance de los resultados de las campañas de 2020.

Toma la palabra el Director General y explica que al comenzar el año, las campañas que se van a realizar a lo largo del mismo ya están previstas, e incluso alguna planificada. Siempre hay un margen de modificación y actualización debido a diversos motivos, bien por aprobaciones de nuevas normativas que así lo aconsejan, situaciones sobrevenidas del momento, etc.



En 2020 se realizaron la mayor cantidad de campañas previstas, si bien son mucho más relevantes las campañas realizadas en el ámbito de la COVID-19. Así, se detallan las campañas previstas y realizadas:

| <u>PREVISTAS 2020</u> | <u>REALIZADAS 2020</u> | |
|---|---|-------------------------|
| REBAJAS DE INVIERNO | REBAJAS DE INVIERNO | |
| CRÉDITOS AL CONSUMO | CRÉDITOS AL CONSUMO | |
| ORTOPEDIAS | ORTOPEDIAS | |
| ETIQUETADO DE LA LECHE:PAÍS DE ORIGEN | ETIQUETADO DE LA LECHE: PAÍS DE ORIGEN | |
| SAC EN GRANDES EMPRESAS | SAC EN GRANDES EMPRESAS | |
| REBAJAS DE VERANO | REBAJAS VERANO/MEDIDAS COVID | |
| OBJETOS DE METALES PRECIOSOS | | MASCARILLAS HIGIÉNICAS |
| TDT | | MASCARILLAS EPIs |
| REPARACIÓN DE MÓVILES | | PRODUCTOS COVID19 - web |
| VIVIENDA. CLÁUSULAS | | SERVICIOS COVID19 - web |
| COMERCIO ELECTRÓNICO | COMERCIO ELECTRÓNICO | |
| PROMOCIÓN DEL SISTEMA ARBITRAL DE CONSUMO | PROMOCIÓN DEL SISTEMA ARBITRAL DE CONSUMO | |

Hay que destacar el carácter programado de las campañas de inspección, coordinadas en fechas, en la diversidad que tiene Aragón y sobre todo el trabajo en un protocolo común que ha de seguir cada efectivo inspector.

El Director General pasa a aclarar los conceptos de las actuaciones inspectoras y lo que entendemos por número de controles.

Actuación inspectora es el control individualizado sobre un producto o servicio concreto por parte de la Inspección de Consumo.

Un acta refleja la “visita” en un establecimiento, pero puede ocurrir que en ese acto se investiguen varios productos, en cuyo caso cada uno de ellos toma la consideración de “actuación inspectora”.



En otros casos, varios productos generan una actuación inspectora, por ejemplo, en la campaña de origen de la leche se comprobó en cada uno de los establecimientos varios productos.

Del mismo modo puede ocurrir que a cada producto o servicio se le comprueben 10 ó 15 aspectos, denominando a cada uno de ellos control.

De este modo puede entenderse que, en un acta, queden contempladas 4 actuaciones inspectoras y en cada una de ellas se lleven a cabo 10 controles.

Como se ha comentado, la programación se efectúa priorizando los sectores y en este sentido hay que poner el acento en la reorganización llevada a cabo en las actuaciones por necesidad de la crisis sanitaria tras el 14 de marzo de 2020.

Empezaremos por las campañas realizadas motivadas por el COVID 19. Las mismas fueron diseñándose según la situación en la que nos encontrábamos y que más incertidumbres iban generando en la ciudadanía

| | ESTABLECIMIENTOS o PRODUCTOS | TOTAL CONTROLES |
|---------------------------------------|-------------------------------------|------------------------|
| Medidas COVID . Rebajas Verano | 1.101 | 4.404 |
| Mascarillas Higiénicas | 74 | 1.556 |
| Mascarillas EPIs | 43 | 1.007 |
| Productos COVID19 – pág. Web | 464 | 20.880 |
| Servicios COVID19 – pág. Web | 157 | 2.512 |

- En una primera fase durante el primer estado de alarma y confinamiento de la población, se actuó en el comercio electrónico, en dos ámbitos diferentes: Sobre venta a distancia de productos COVID y de determinados servicios que se hicieron más relevantes por efectos de la COVID.



- Aprovechando en la campaña de rebajas se comprobaron las medidas sanitarias implementadas en los 1101 establecimientos que se visitaron en los mismos, si disponían de cartel informativo con las medidas COVID, informaban del aforo concreto del local o si adoptaban alguna medida adicional, entre otros.
- Las mascarillas (higiénicas y EPI) fueron el producto estrella, y sobre todo a partir del 21 de mayo cuando su uso obligatorio por Ley para toda la población desde los 6 años de edad, también fue para nosotros una prioridad y sobre el que se desarrollaron varias campañas de control.

Ya retomada la presencialidad, se realizó una campaña específica de Mascarillas Higiénicas, donde se inspeccionaron 74 tipos distintos y otra de específica de Mascarillas denominadas EPIs “Equipos de Protección Individual” destinadas a los consumidores finales, donde fueron 34 los distintos tipos controlados.

También se revisaron la información aparecida en las webs respecto a estos tipos de productos, además de otros como geles hidroalcohólicos, así como a servicios prestados a través de internet y más relevantes por la situación de confinamiento.

Respecto al resto de campañas llevadas a cabo son las determinadas en el siguiente cuadro:



| | ESTABLECIMIENTOS o PRODUCTOS | TOTAL CONTROLES |
|--|-------------------------------------|------------------------|
| Rebajas Invierno | 804 (en rebajas 531) | 3201 |
| Rebajas Verano | 1101 (en rebajas 559) | 1101 |
| Créditos al Consumo | 60 | 1823 |
| Ortopedias | 31 | 478 |
| NACIONAL: Indicación del país de origen de la leche | 32 | 170 |
| SAC en grandes empresas | 53 | 530 |
| Promoción del Sistema Arbitral | 144 | 144 |
| Comercio Electrónico | 60 | 1860 |

- Referente a la campaña de ortopedias se basó en Ley 5/2019, de 21 de marzo, de derechos y garantías de las personas con discapacidad en Aragón.
- Indicar que la de Etiquetado de la Leche fue una aportación de nuestra Comunidad Autónoma a la Campaña Nacional.

Interviene Daniel Forniés, preguntando si las ortopedias inspeccionadas eran establecimientos de ortopedia o farmacias con el servicio de ortopedia.

El Director General aclara que se trata de establecimientos de ortopedia, siendo 31 los establecimientos visitados en todo Aragón, y se revisaron cuestiones como garantías, reparación o revisión de un producto, observándose algunas carencias en cuanto al documento de resguardo de depósito.



3. Programación de actuaciones previstas para 2021.

Toma la palabra M^a Jesús Casasnovas, para explicar que, al comenzar el año, las campañas que se van a realizar a lo largo del mismo ya están previstas, e incluso alguna planificada, ya que sólo comenzar el año ya se realiza, por ejemplo, la de rebajas. Tal como ha comentado el Director General, siempre hay un margen de modificación y actualización por diversos motivos, como pueden ser situaciones sobrevenidas.

| PRIMER SEMESTRE | SEGUNDO SEMESTRE |
|---|---------------------------------------|
| REBAJAS INVIERNO | REBAJAS DE VERANO |
| FUNERARIAS | MASCARILLAS |
| VIVIENDA | ETIQUETADO ALIMENTARIO: |
| ETIQUETADO ENERGÉTICO: ELECTRODOMÉSTICOS | ETIQUETADO DE PRENDAS TEXTILES |
| TOMA DE MUESTRAS: BEBIDAS REFRESCANTES CON EDULCORANTE | COMERCIO ELECTRÓNICO |

En el primer semestre, referente a las rebajas de invierno, las inspecciones se han realizado mirando los exteriores por seguridad del comercio y de los inspectores y por no interferir en los aforos, principalmente de los pequeños y medianos comercios.

Respecto a funerarias, aunque en 2020 ya se revisaron dentro de la campaña de servicios COVID, hemos sido insistentes y planificado una campaña específica para comprobar los Servicios de Atención al Cliente y Publicidad, entre otros.



El auge en el sector de vivienda lo hemos tenido en cuenta a la hora de planificar de nuevo la campaña de vivienda, ya que es una de las que no se pudieron ejecutar en el periodo anterior.

La campaña de etiquetado energético de electrodomésticos, tiene su base en el Reglamento europeo, exactamente el Reglamento 2017/1369, que establece un marco para el etiquetado energético con su entrada en vigor el 1 de marzo de 2021, aunque para algunos supuestos tiene un plazo de adaptación de 9 meses.

La toma de muestras, pertenece a una campaña de ámbito nacional y se va a realizar sobre bebidas refrescantes con edulcorante, para realizar las determinaciones de ciclamato y sacarina, sin azúcar.

En el segundo semestre, revisaremos las rebajas de verano, mascarillas teniendo en cuenta la Orden de mascarillas higiénicas, Orden CSM/115/2021, de 11 de febrero, por el que se establecen los requisitos de información y comercialización de mascarillas higiénicas.

La campaña de etiquetado de alimentos ha sido una aportación de Aragón a la Campaña nacional. Como cada año ejecutamos una campaña en temas alimentarios dado que estamos integrados en el Plan Autonómico de Control de la Cadena Alimentaria de Aragón, elaborado en coordinación con los Departamentos de Sanidad y de Agricultura, Ganadería y Medioambiente.

Además, realizaremos la campaña de Etiquetado de prendas textiles. Como en años anteriores seguiremos con la Campaña de Comercio electrónico y de promoción del Sistema Arbitral de Consumo tal como se instó en las Cortes de Aragón, hace varios años.



4. Actuaciones de un año marcado por la COVID 19

Toma la palabra, el Director General, analizando y poniendo de relieve las condiciones y dificultades añadidas debido a las restricciones por motivos de la COVID-19, situaciones que necesariamente han condicionado tanto el contenido como el modo en las que se han tenido que realizar tanto las inspecciones como la atención a consumidores y las acciones de formación y educación.

Pone de manifiesto la importancia de la rendición de cuentas a la que nos debemos en el Sector Público, valorando los órganos de participación y representación en materia de Consumo, el Consejo Aragonés de Consumo y Consejo Aragonés de Consumidores y Usuarios, y aclara, sobre los datos que aporta, que ya tuvo ocasión de presentarlos ante las Cortes de Aragón, institución de la Comunidad Autónoma que representa al pueblo aragonés. También por compromiso de transparencia, los datos de gestión de la Dirección General en 2020 fueron expuestos en rueda de prensa en marzo, con motivo del Día Mundial de los Derechos del Consumidor, para darlos a conocer a la ciudadanía y los medios de comunicación.

Consumo es un medio innovador que requiere de formación para la ciudadanía y profesionales, por ello se ha realizado un esfuerzo en mantener la actividad formativa con Cursos, las jornadas que se celebran conjuntamente con la FAMCP, la Jornada de Consumo y Familias y las Aulas de Consumo que se vienen realizando mensualmente.

El Programa de Educación Permanente se extiende por todo el territorio, haciendo llegar los talleres a los diversos colectivos de consumidores que los demandan.

Las jornadas/talleres monográficos se constituyen como un paquete educativo para todo tipo de colectivos y edades, tuvimos que ajustarnos a esa visión online y se han



realizado 38 Talleres-conferencias y han contado con 790 participantes. Los talleres ofrecidos versan sobre: Etiquetado de alimentos; Consumo responsable y con seguridad. Prácticas desleales; Factura eléctrica y consumo responsable; Educación financiera; Dieta sana, alimentación segura; Compra seguras por internet; Los derechos del consumidor a tu alcance; Encuentro comercio-consumidores por la accesibilidad.

La formación en el Convenio con la Universidad de Zaragoza está dirigida a universitarios, incluida la Universidad de la Experiencia, y en él han tenido lugar 31 Talleres-conferencias y han participado 1.844 personas. Destaca el ciclo “Encuentros en el Museo” abierto al público en general, que dedicó cuatro sesiones monográficas a las afecciones de la covid_19 a consumidores y usuarios.

El número total de ACCIONES FORMATIVAS han sido 80 con 174 horas de formación y 3270 participantes.

El programa EDUCACION DEL CONSUMIDOR va dirigido al alumnado, desde la educación primaria, educación secundaria obligatoria, bachillerato y formación profesional.

Da los datos de participación en la campaña “Educar para un Consumo Responsable”:

| | ARAGÓN | ZARAGOZA | HUESCA | TERUEL |
|------------------------------|--------|----------|--------|--------|
| CENTROS EDUCATIVOS | 36 | 25 | 5 | 6 |
| TALLERES IMPARTIDOS | 63 | 49 | 6 | 8 |
| ALUMNOS PARTICIPANTES | 1.667 | 1.369 | 174 | 124 |

- **Concursos Escolares: 557 alumnos participantes**
 - Consumópolis15
 - Relatos Igualdad y Consumo Responsable



Los contenidos del programa son los siguientes: Consumo responsable y Cambio Climático; Etiquetado de alimentos; Consumo saludable y autoestima; Educación financiera y Compras seguras por internet.

A continuación, El Director General pasa a informar de las Atenciones en red durante el año 2020, formando parte la misma, la Dirección General de Protección de Consumidores y Usuarios, Servicios Provinciales y Asociaciones de Consumidores, OMIC/OCIC.

Se han atendido a 35.748 ciudadanos en Aragón, entendiéndose en ellas las consultas, reclamaciones, quejas y denuncias, registrándose las atenciones de toda la red en la plataforma armonizada SIC (Sistema de Información de Consumo).

Señala que se ha observado que la pandemia ha alterado el orden de los sectores en cuanto a las atenciones ya que el sector de telecomunicaciones (8.483), sigue siendo el que más atenciones genera y el segundo sector ha sido Turismo, vuelos y reservas con 3.907, con motivo de la cancelación de viajes y contratos y servicios de hostelería y otros asociados al turismo por las medidas de contingencia adoptadas en el contexto de la crisis sanitaria por COVID-19.

La Energía eléctrica/gas ha alcanzado 3.156 y pasa del 2º al 3º lugar en el ranking de sectores.

Los Bancos bajan del tercero al cuarto lugar y respecto a las atenciones comercio electrónico han alcanzado la cifra de 1.906, datos que no han generado un especial incremento de reclamaciones. Las consultas trataban aspectos como derecho de desistimiento y plazos de entrega.

Si nos centramos en las atenciones realizadas con Consumo Aragón, que engloban a los Servicios Provinciales y a la Dirección General, durante 2020 ha habido un



incremento de atenciones de un 129% de las que un 19,25% eran “atenciones Covid”, esto es, las generadas por la afección de la pandemia, las normas sanitarias y de contingencia a los contratos con consumidores.

Respecto a los sectores, destacan: Telecomunicaciones con 2.926; Turismo, vuelos y reservas con 1.679; Energía eléctrica y gas con 1.294; Sanidad Privada con de 867 y la Automoción con de 663 en total de 12.827 atenciones.

El Director General enfatiza el incremento de las consultas telefónicas que han alcanzado el número de 8.299 suponiendo un incremento del 412%, siendo 5.003 las consultas atendidas por medio del teléfono gratuito del consumidor 900121314. En este punto hay que informar que las consultas a este número son atendidas en su totalidad por el personal del Gobierno de Aragón y para todos los municipios de la Comunidad Autónoma.

Las consultas por el correo electrónico tuvieron un incremento del 291%.

Asimismo, analiza los datos de la Junta Arbitral de Consumo en 2020, refiriendo las 1.165 Solicitudes de arbitraje (110 por COVID, especialmente cancelaciones de viajes, de eventos por las medidas de contingencia para el control de la pandemia) de las que las Telecomunicaciones han supuesto 701 (60,17%).

Se han resuelto 811 expedientes: 507 por laudo y 304 por mediación (37,50 %), valorando el esfuerzo por resolver a través de la mediación de la propia Junta Arbitral.

Se han adherido 119 nuevas empresas, alcanzando un censo de 5.071 empresas.

Continúa el Director General con las actuaciones inspectoras realizadas en 2020; se ha reflejado claramente la pandemia en la reorganización de la actividad inspectora por lo que hay que reconocer el esfuerzo realizado siendo 12.682 procedentes de los siguientes extremos:



- 12 campañas de inspección, ante 3.394 denuncias, las actuaciones tienen que ver con la Red de Alerta ascienden a 11.433 actuaciones y 86 devienen de Control Sistemático de Mercado, lo que entendemos como toma de muestras.

El Director General continúa su exposición con las reclamaciones y denuncias en 2020. Las reclamaciones (formales y escritas) alcanzaron un total de 3394.

En el año 2020 los tres sectores con mayor número de reclamaciones han sido:

El transporte y turismo es el sector que más se ha reclamado, con el 15,79%, seguido de las telecomunicaciones con un 11,96%. Como vemos el sentido de las reclamaciones también han estado condicionadas por la pandemia. Este año los servicios de abastecimiento que incluyen gas y electricidad, preferentemente, se sitúan en 8,22%, recordemos que el año 2019 fue el sector más reclamado.

La cifra total de solicitudes de arbitraje, reclamaciones y denuncias asciende a 4.559 suponiendo un 11,20% las que se han registrado como “COVID” por estar directamente relacionadas por causas de la pandemia.

Las unidades de productos intervenidos en 2020 fueron 275.485, de las que 229.375 fueron mascarillas, principalmente pertenecientes a las denominadas EPIs. Resultado de la irrupción de la obligatoriedad de un nuevo producto y la urgencia de su uso por toda la población desde los 6 años, pese a contemplarse autorizaciones transitorias también trajo un aumento de éstos productos en la RED de Alerta.

El resto de los productos intervenidos corresponden a los sectores del textil, material eléctrico y juguetes, destinados a los niños, ciudadanos que adquieren especial atención.



5. Ruegos y Preguntas

Pedro Salinas, destaca que los datos le han parecido muy interesantes, sobre todo en mascarillas y felicita a la Dirección General. Pregunta acerca del control sobre las vacunas por Covid-19 informándole el Director General que es un tema de preocupación ciudadana general, pero la competencia es exclusivamente sanitaria y está siendo un tema muy mediático.

Pilar Ayala pregunta cuántos inspectores de Consumo están operativos respondiendo el Director General que están los 15 operativos distribuidos entre las tres provincias.

Fernando Tirado se interesa por cuándo se va a desarrollar la Ley de Consumo Aragonesa en el articulado de las OMICS y OCICs para garantizar los estándares mínimos de calidad en ubicación, instalaciones, medios y cualificación del personal y muestra inquietud acerca de la financiación que reciben los pequeños municipios por parte de la Dirección General para poder reorganizarse.

El Director General informa que no está previsto en el plan normativo de este año, pero que nada impide que desde un Ayuntamiento o Comarca los impulsen, estableciendo estándares de condiciones de calidad, así como de cualificación del personal para sus oficinas. Recuerda que se financian conforme a una orden de subvenciones

Trinidad Valdovinos destaca que van a venir años muy especiales, y que el Covid va a influir en varias reclamaciones por lo que solicita tener más formación en estos aspectos.

Beatriz Callén interviene para agradecer la información de los datos porque han sido muy exhaustivos. Dando la enhorabuena por la forma de trabajar de la Dirección General.



Solicita la presentación que se ha expuesto, informándole el Director General que se remitirá a las entidades que la soliciten al Correo electrónico: consejoconsumo@aragon.es

Para terminar, toma la palabra el Director General recalcando la esperanza de mejoría de este año salida de la crisis; confiando en que las buenas prácticas, el cumplimiento normalizado de la normativa de consumo, la Responsabilidad Social Corporativa, la Adhesión a Códigos de Buenas Prácticas por parte del empresariado tiene que repercutir en incrementar la confianza del consumidor, y con ello la reactivación económica.

Para finalizar, destaca de manera singular el esfuerzo realizado por las pequeñas y medianas empresas, el comercio del medio rural y de proximidad.

Sin más temas que tratar, se da por finalizada la sesión a las 12:30 horas.