

Acta de la reunión del Consejo Aragonés de Consumo celebrada el día 23 de marzo de 2022

Fecha: Zaragoza, 23 de marzo de 2022

Hora: 10:30 horas

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

Asistentes:

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

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

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

Dirección General de Protección de Consumidores y Usuarios. Subdirector del Servicio Provincial de Ciudadanía y Derechos Sociales de Zaragoza. D. Agustín Lanaspa Catalán.

Ayuntamiento de Zaragoza. Dña. Celia Elicechea Pacheco. Ausente.

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

Federación Aragonesa de Municipios, Comarcas y Provincias. Dña. Mercedes 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. Antonio José Berrueta Elías.

Representante de las asociaciones de consumidores. Dña. Trinidad Valdovinos Bispe.
Excusa su asistencia.

Representante de las asociaciones empresariales. D. Juan Carlos Dehesa Conde.
Excusa su asistencia.

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

Representante de las asociaciones empresariales. Dña. Celia Elfau Usón.

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. Dña. Susana Cebollada Nogueras.

1. Aprobación del Acta anterior.

Sin alegaciones a la misma, se aprueba por asentimiento el acta de la sesión de fecha 7 de octubre de 2021.

Toma la palabra el Director General, saludando a todos los miembros del Consejo y sus respectivas organizaciones.

Se celebra la reunión inmersos en los actos del Día Mundial del Consumidor. En unas circunstancias adversas en el mundo, con un efecto tremendo en los mercados, con un gran protagonismo de nuestra dependencia del mercado energético, de los combustibles, en definitiva, una nueva realidad después de la crisis sanitaria.



Días antes de la celebración del 15 de marzo, del Día Mundial de los Derechos del Consumidor, se realizó una rueda de prensa informando de nuestra actividad en 2021, además hemos mantenido distintas entrevistas con los medios de comunicación aportando datos de las actuaciones en el territorio de nuestra comunidad.

El paulatino relajamiento de las medidas sanitarias se ha apreciado en la vuelta a la presencialidad en los talleres de formación a colectivos de consumidores, así como en las actuaciones en la inspección de consumo de control de mercado.

Las preocupaciones de los consumidores continúan en la línea habitual. En el Sistema Informático de Consumo (SIC) se van plasmando los datos que se incorporan desde los Servicios Provinciales, la Dirección General, Junta Arbitral, así como desde las oficinas Comarcales y Municipales de Consumo y de las Asociaciones de Consumidores.

Durante 2021 la red de oficinas de consumo en Aragón llevó a cabo 30.661 atenciones.

Las gestiones más numerosas de las atenciones proceden del sector de las telecomunicaciones y de la energía eléctrica y el gas. En el primer sector son la contratación y la portabilidad las que generan el mayor número de consultas y, en el segundo, las tarifas, el mercado libre y regulado, o los retrasos en la facturación eléctrica. El tercer y cuarto lugar lo ocupan las cancelaciones de viajes y los bancos.

Del cómputo total de atenciones, los medios propios del Gobierno de Aragón llevaron a cabo el 40%.

El Servicio Provincial de Zaragoza es el órgano que tiene mayor carga de atención, en parte porque los servicios municipales en la ciudad de Zaragoza, no están realizando toda la atención necesaria.



2. Balance de los resultados de las campañas de inspección realizadas en 2021.

Interviene Dña. M^a Jesús Casasnovas, para analizar las campañas nacionales, coordinadas por el Ministerio de Consumo. La Comunidad Autónoma de Aragón participa con el interés de que los datos obtenidos sirvan tanto a la misma como al global nacional. Se organizan con tiempo porque debe haber un mínimo de CCAA para realizarlas. La Comunidad Autónoma de Aragón se comprometió en la participación en 3 campañas.

CAMPAÑAS NACIONALES	ESTABLECIMIENTOS / PRODUCTOS INSPECCIONADOS	Nº CONTROLES TOTALES
Etiquetado de Productos Textiles	63	694
Información del País de Origen de los Alimentos	43	298
Bebidas Refrescantes con Edulcorantes	17	170

En la **Campaña de Etiquetado de Productos Textiles**, los aspectos sobre los que se basó la inspección están relacionados exclusivamente con el etiquetado: identificación, idioma, formato, composición, etc.

Se han observado incumplimientos cuando la composición son varias fibras diferentes, ya que hay que indicar la denominación y el porcentaje.

En la **Campaña de Información del País de Origen de los Alimentos**, se consideró oportuna la presente actuación, por nuestra implicación con el plan PACCAA, al tratarse de cuestiones relacionadas con el etiquetado de alimentos.

A la hora de planificar la campaña, desde el Ministerio se propuso una distribución, de modo que a Aragón se le asignaron hortalizas (como productos frescos) y productos procesados. A su vez, en nuestro ámbito, las hortalizas se asumieron en los servicios provinciales de Huesca y Teruel, en tanto que los procesados se reservaron a Zaragoza; con el fin de no generar coincidencias a la hora de inspeccionar.



En la Campaña en Bebidas Refrescantes con Edulcorantes, los productos que eran objeto de estudio se correspondían con bebidas refrescantes con edulcorantes que se pueden encontrar en supermercados y otros comercios. Se procedió a la toma de muestras para su posterior análisis en el CICC (Centro de Investigación y Control de la Calidad), ubicado en Madrid.

Cabe destacar que, de los 170 controles realizados, el único incumplimiento detectado se corresponde con una bebida en la que se mencionaba: "bebida refrescante funcional con sales minerales". En el informe se constató que la única fuente de mineral era el Zinc; considerándose que la alusión a "sales minerales" podía ser engañosa por inducir a pensar en varios minerales, cuando sólo se detectaba uno. Se dio traslado a la Comunidad Autónoma donde estaba ubicado el origen del producto.

En relación con las campañas autonómicas, las programamos atendiendo a la aparición de nuevas normas, sectores estratégicos, elevado número de reclamaciones de un sector, sectores no visitados, demanda social o propuestas a través de los distintos, entre otros.

CAMPAÑAS AUTONÓMICAS	ESTABLECIMIENTOS VISITADOS	TOTAL CONTROLES
Vivienda	39	1287
Etiquetado Energético de Electrodomésticos	332	2220
Servicios Funerarios	51	998
Mascarillas Higiénicas	211	4633
Rebajas Invierno	694 (en rebajas 467)	2095
Rebajas Verano	680 (en rebajas 468)	2552
Comercio Electrónico	60	1656
Promoción del Sistema Arbitral	153	153



- a) Campañas en sectores estratégicos, por novedades legislativas, por ser motivo de reclamaciones o de alertas.

La **Campaña de Vivienda**, En el año 2018 se acometió una campaña de vivienda basada específicamente en la verificación de la protección de los consumidores en cuanto a la información a suministrar en la compraventa y arrendamiento de viviendas.

Los resultados de aquella actuación aconsejaron repetir la campaña con el objeto de comprobar la corrección de las irregularidades administrativas detectadas en aquel momento, si bien, por motivo de la pandemia no se puede realizar en 2020, la retomamos al inicio de 2021.

El resultado de la misma ha conllevado la apertura de varios expedientes sancionadores graves por motivo de contener cláusulas abusivas en sus contratos.

La **Campaña Etiquetado Energético de Electrodomésticos**, el pasado día 1 de marzo entraron en vigor una serie de reglamentos que regulan el nuevo etiquetado energético de una serie de electrodomésticos, como aparatos de refrigeración y armarios para la conservación de vinos, lavadoras y lavadoras-secadoras, pantallas electrónicas y lavavajillas.

Llegaron a convivir etiquetado anterior y con el nuevo.

Ambas etiquetas muestran un aspecto parecido; si bien, hay diferencias que las apreciaremos a simple vista. Las nuevas contienen una escala de colores que va desde la letra A hasta la G, en tanto que las anteriores se iniciaban en la A+++ . Otro detalle muy significativo es la presencia del código QR, en las actuales, que nos va a permitir visualizar la ficha del producto. En otro nivel, la información que se acompaña referida a consumos, nivel de ruido, capacidades, etc., también presentan diferencias.

En caso de que el etiquetado nuevo no sea el correcto, se envía apercibimiento.



- b) Por otro lado, las relacionadas, bien directa o indirectamente, con productos y servicios de la pandemia.

La **Campaña de Servicios Funerarios**, que no ostentan la calificación de básicos o esenciales; sin embargo, conllevan unas peculiaridades que convierten esa contratación en un caso muy particular.

Recientemente, se ha incorporado a la normativa vigente el concepto de consumidor "vulnerable"; en ese sentido, cabe entender que, a la hora de contratar este tipo de servicios, se requiere una urgencia en un estado de ánimo o emocional que no es el habitual.

Por otra parte, las noticias que recibimos de la actual pandemia se centran en datos estadísticos de enfermos y fallecidos, ello nos hace ver que socialmente hay una preocupación de la ciudadanía en un momento en el que se está incrementando la contratación de los servicios funerarios.

Por todo ello, se planificó una campaña específica del sector para comprobar que las empresas cumplen con sus obligaciones a la hora de informar a los usuarios. Con carácter adicional también se revisaron 11 páginas web de empresas del sector, constatándose que sólo se trataba de portales publicitarios en los que no era posible la contratación electrónica.

El grado de cumplimiento se situó en el 91,28%. Se inspeccionó tanto la información general, como las facturas y los presupuestos puestos a disposición del consumidor. Los mayores incumplimientos se obtuvieron en la exhibición de los precios de los productos y servicios ofertados situándose en el 70%.

En la **Campaña de Mascarillas Higiénicas** con la entrada en vigor en abril de 2021 de una nueva la Orden para la regulación de las mascarillas higiénicas, que ya disponían de una norma anterior, se actuó sobre importadores, fabricantes y distribuidores.



Por ello, vista la trascendencia socio-sanitaria de estos artículos y la reciente publicación de los requisitos para su comercialización, planificamos la presente campaña cuyo principal cometido es el de garantizar que estos productos cumplan estrictamente con lo establecido en la normativa vigente.

De las mascarillas revisadas (211 en total), un 25% iban dirigidas a población infantil y un 33% eran del tipo "reutilizables".

La campaña se centra, por lo tanto, en cuestiones informativas, entendiendo que es imprescindible una correcta identificación del producto que favorezca la elección por parte de los consumidores; prestando especial énfasis en aquella información que pueda resultar engañosa.

Entre la información de más relevancia se encuentra la que indican los valores de % Eficacia de Filtración Bacteriana y Respirabilidad, así como los datos del laboratorio y nº de referencia del informe referente a dicha mascarilla, donde el cumplimiento se situaba en torno al 50%.

En las infantiles, en el 42% se cumple en la referencia a la edad aproximada de uso para la que está destinada. En las reutilizables sólo en el 37,5% constaban los datos de eficacia y resistencia antes y después del ciclo de lavados.

c) Campañas realizadas de continuidad ejecutadas anualmente

En la **Campaña de Rebajas de invierno y verano**, se visitaron 694 establecimientos en invierno y 680 en verano.

Los resultados que se obtienen se asemejan a los obtenidos en años anteriores.

Se revisa la indicación del precio en rebajas, en el que debe constar el precio final y no el del porcentaje. Como irregularidad más frecuente mencionaremos la de omisión del cartel con la duración de las rebajas. Alrededor del 40 % de los comercios incumplen con esa obligación.



Campaña de Promoción del Sistema Arbitral de Consumo.

Hace varios años, las Cortes de Aragón aprobaron una proposición no de Ley, por la que instaban a esta Dirección General a promocionar el Sistema Arbitral de Consumo.

Aprovechando las Campañas de Textiles, Funerarias y Viviendas se comprobó que, de los 153 establecimientos visitados, en el 63% de los conocían el Sistema Arbitral y se informó al resto del procedimiento de adhesión.

La Campaña de Comercio Electrónico se realiza de manera habitual todos los años siguiendo el protocolo de actuación consensuado en la Dirección General de Consumo del Ministerio.

Se revisaron 60 páginas Web y en cada una de ellas se llevaron a cabo 30 controles respecto a la identificación de empresas, información de garantía de productos, gastos de devoluciones...

Los mayores incumplimientos se observan en el procedimiento de ejercer el derecho de desistimiento así, se informa de la posibilidad de ejercerlo, pero no se facilita el formulario.

3. Actuaciones de control de mercado en 2021.

Continúa Dña. M^a Jesús Casasnovas Oliva, para detallar las actuaciones inspectoras cuya cifra ha sido de 14.816, de las que 12.913 eran actuaciones relacionadas con la Red de Alerta y 180 actuaciones con el Control Sistemático de Mercado mediante la toma de muestras.

Del total de actuaciones, se han considerado positivas aquéllas en las que, o bien se ha detectado una irregularidad o bien se ha localizado un producto inseguro, ello ha supuesto 844 actuaciones positivas.



Además de las actuaciones realizadas y ya comentadas de la ejecución de las 11 campañas de inspección.

En 2021 se iniciaron 156 expedientes sancionadores.

El número de reclamaciones recibidas a lo largo de 2021 ha sido de 3.879, que representa un incremento del 14,26 % (si bien el año pasado habían bajado un 7,24%, este año hemos recuperado e incrementado el número de reclamaciones). De ellas, 2.281 han sido de ciudadanos con domicilio en Zaragoza Capital, que supone un 58,80% del total.

En el año 2021 los sectores con mayor número de reclamaciones han sido las telecomunicaciones con un 10,34%. La Energía Eléctrica también tiene un número elevado de reclamaciones, 9,38%, ambos sectores siempre aparecen como los más reclamados.

Respecto a los Viajes combinados y agencias de viajes con un 6,47%, se sigue notando la influencia de la COVID y los cambios por situaciones personales y medidas sanitarias implementadas.

Otras actividades de ocio concentran un 5,70% de las reclamaciones donde se incluyen actividades de diversa consideración. También se ha visto incrementada por motivos de cancelaciones por la COVID 19, cena de fin de curso cancelada, gimnasios, cines...

Las reclamaciones por electrodomésticos han significado un 5,10% de las reclamaciones por la compra de aparatos.

Desde la Dirección General se trabaja activamente en la red de alerta de productos industriales, al igual que las autoridades sanitarias lo hacen en las redes de alerta alimentarias o farmacéuticas.

En torno al 87 % de las actuaciones inspectoras son motivadas por las Alertas, y se relaciona con nuestra obligación de garantizar la seguridad de los productos en el mercado aragonés.



En cuanto al origen de los productos, los procedentes de origen asiático ascienden a casi el 57% del total. Si bien ha disminuido 12 puntos con respecto al año 2020.

No obstante, conviene matizar que los productores están obligados a comercializar productos seguros. La administración no ejerce un control previo, sólo en la fase de comercialización.

El número total de productos intervenidos ha sido de 110.489, en su mayor parte se corresponden con textiles, juguetes y mascarillas. Las mascarillas figuran en la red de alerta desde que han aparecido como uso generalizado en 2020 y 2021. Si bien, en el año 2020 fueron casi 230.000 las unidades de mascarillas intervenidas, este 2021 sólo se han retirado 11.353.

En cuanto a los motivos, hay de varios tipos:

- Defectos de etiquetado e información (otro idioma, falta de advertencias, ausencia de marcado CE...)
- Defectos de diseño/construcción:

Riesgos mecánicos (asfixia, estrangulamientos...) Por presencias de piezas pequeñas en juguetes y ropas de niños, lazos y cuerdas largas en ropas de niños, etc.

D. Antonio Berrueta Elías pregunta si es posible conocer la tipología de los establecimientos reclamados.

Dña. M^a Jesús Casasnovas informa que en su mayoría son grandes empresas.

4. Actividad Junta Arbitral de Consumo en 2021.

Toma la palabra D. Carlos Peñasco, para analizar la actividad de la Junta Arbitral de Consumo de Aragón, destacando la formalización del Convenio suscrito entre el Gobierno de Aragón y el Ministerio de Consumo para la constitución de la Junta Arbitral de Consumo de Aragón, de conformidad con lo previsto en la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.



Durante el año 2021, se adhirieron 201 nuevas empresas, alcanzando un censo de 5.272 empresas. Hay que destacar la importancia de las campañas de adhesión, además de la propia labor de información de los inspectores en los 153 establecimientos que visitaron.

Ha aumentado el número de solicitudes de Arbitraje alcanzando la cifra de 1.791. Por sectores, las telecomunicaciones destacan con 884 solicitudes y, en segundo lugar, con 436, el sector de la electricidad. Respecto a las compañías eléctricas, indicar que han limitado la adhesión a la vía arbitral, debido a ello, varias solicitudes han tenido que ser archivadas.

Se han resuelto 1131 expedientes, de los cuales 604 han sido mediante Laudo y 527 por mediación. Destacamos la sintonía de los Colegios Arbitrales puesto que la totalidad de los Laudos se han dictado por unanimidad de los miembros del Colegio. Además, 11 laudos han sido conciliatorios.

Interviene el Director General, agradeciendo el trabajo a los equipos, la tarea inspectora, así como a la Subdirección Provincial de Zaragoza, que están sobrecargados.

Agradece también su labor a los asistentes que forman parte de los Colegios Arbitrales.

En este punto, el Director General quiere desmentir las informaciones de medios de comunicación social donde aparecía la noticia que la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Zaragoza había cesado la actividad de la prestación de los servicios de arbitraje por falta de financiación del Gobierno de Aragón, ya que la financiación se obtiene a través de subvenciones del Ministerio de Consumo a las que concurren las distintas Juntas Arbitrales.

Además, hace alusión a la exigencia del grupo político VOX al Gobierno de Zaragoza, de cesar el ejercicio de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Zaragoza desde el inicio de la legislatura.

El documento del Convenio entre el Ayuntamiento de Zaragoza y el Ministerio de Consumo para la constitución de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Zaragoza, se firmó



por el Ministro de Consumo y la Consejera de Ciudadanía y Derechos Sociales, y faltaba la firma del Ayuntamiento de Zaragoza.

Desde el Ayuntamiento de Zaragoza, nos han informado que, con fecha 11 de marzo de 2022, se produjo el cese de la actividad de los servicios de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Zaragoza acordado por el Gobierno de Zaragoza.

D. Daniel Forniés agradece la información facilitada por el Director General, se pone desde su organización a la disposición de la Dirección General y destaca la importante labor de la Junta Arbitral del Gobierno de Aragón.

D. Pedro José Salinas comenta que la Junta Arbitral del Ayuntamiento de Zaragoza era una institución histórica en la ciudad de Zaragoza, el cese de su actividad incrementará el volumen de trabajo en la Junta Arbitral de Consumo de Aragón.

Pregunta si podrían establecer alguna conexión con el Ayuntamiento de Zaragoza desde el Gobierno de Aragón.

Interviene el Director General aclarando que formalmente ya se realizó desde el Gobierno de Aragón. El día 2 de noviembre de 2021 el Consejo de Gobierno de Aragón autorizó a la Consejera de Ciudadanía y Derechos Sociales para que firmara el Convenio, hecho que se produjo el día 9 de noviembre de 2021. La única firma que faltaba en ese documento para la constitución de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Zaragoza era la de esa Institución.

El Director General agradece al presidente del Consejo Aragonés de Consumidores y Usuarios, D. José Ángel Oliván, la reunión mantenida con la Consejera de Servicios Públicos y Movilidad del Ayuntamiento de Zaragoza, Dña. Natalia Chueca Muñoz, dando traslado de la información al citado Consejo.

D. Luis Manuel Lamata, interviene manifestando que comparte con todos los miembros la decepción por el cese de la actividad de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Zaragoza.



Sugiere el poder emitir desde el Consejo Aragonés de Consumo algún tipo de comunicado trasladando el pesar por la situación acontecida.

D. Antonio José Berrueta, matiza que la reunión entre el Consejo Aragonés de Consumidores y Usuarios con el Ayuntamiento de Zaragoza se produjo el día 1 de marzo, por lo que ya estaba decidido.

El Director General refiere que se elaborará un borrador y se dará traslado mediante correo electrónico a todos los miembros del Consejo.

Todos los asistentes a la reunión asienten a la propuesta.

Dña. M^a Jesús Casasnovas solicita que, una vez reciban el borrador, además de efectuar las observaciones oportunas, muestren su conformidad o disconformidad a la propuesta.

5. Programación de actuaciones previstas para 2022.

Continúa Dña. M^a Jesús Casasnovas para informar de la Programación de actuaciones previstas para 2022, las del primer semestre y las del segundo.

PRIMER SEMESTRE	SEGUNDO SEMESTRE
REBAJAS INVIERNO	REBAJAS DE VERANO
PRODUCTOS DE BISUTERÍA	ACEITE DE OLIVA VIRGEN Y VIRGEN EXTRA
GARANTÍAS	SEGURIDAD Y ETIQUETADO DE JUGUETES DE MADERA PARA <36 MESES
REPARACIÓN DE APARATOS ELÉCTRICOS y ELECTRÓNICOS	PROCEDIMIENTO DE RECLAMACIÓN EN COMERCIO ELECTRÓNICO
COMERCIO ELECTRÓNICO	
OFERTAS y PROMOCIONES EN GRANDES CADENAS DE DISTRIBUCIÓN	
TOMA DE MUESTRAS: AYUDAS A LA FLOTACIÓN	



Respecto al primer semestre, ya se ha actuado sobre las rebajas de invierno, donde se revisan los servicios de atención al cliente, el cartel informador y los registros de reclamaciones; los productos de bisutería; campaña de garantías que, aunque es ejecutiva se aprovechará para informar de las actualizaciones normativas; reparación de aparatos eléctricos, cuyas reclamaciones versan sobre las discrepancias por los precios, piezas de repuesto, resguardos y presupuestos.

Respecto al segundo semestre, se actuará sobre las rebajas de verano, con similar revisión que en las de invierno; el aceite de oliva virgen y virgen extra, siendo mixta ya que se va a realizar toma de muestras y revisión de etiquetado; seguridad y etiquetado de juguetes de madera para menores de 36 meses; procedimiento de reclamación en comercio electrónico.

En este punto vamos a destacar tres campañas que se van a realizar a lo largo de todo el año 2022, Comercio electrónico, revisando páginas web de las empresas con razón social en el territorio de la Comunidad Autónoma de Aragón; ofertas y promociones en grandes cadenas de distribución, las denominadas Días sin IVA, Black Friday,... donde debe aparecer la información del precio anterior y el rebajado, vinculado a los treinta días anteriores; y, por último, la campaña Toma de Muestras: ayudas a la flotación.

6. Ruegos y preguntas

D. Luis Manuel Lamata invita a los asistentes a la Jornada de Consumo sobre las novedades en la normativa de Garantías organizada por su Asociación y que se va a celebrar por la tarde en la Cámara de Comercio de Zaragoza

El Director General interviene para presentar el tríptico de Garantías en la venta de los bienes de consumo, que ha sido actualizado conforme a la legislación vigente, como herramienta de apoyo en la formación de los consumidores.

Destaca también la recientemente publicada Ley 4/2022, de 25 de febrero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica.



Además, en relación con el procedimiento sancionador en materia de consumo, va a entrar en vigor el Real Decreto-ley 24/2021, de 2 de noviembre, que modifica el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios en materia sancionadora.

Uno de los parámetros de la Agenda Europea del Consumidor establece determinar con claridad las autoridades competentes en materia sancionadora.

Oportunamente iremos dando traslado de toda la información. Desde nuestra Dirección General se emite mensualmente un Boletín de información que edita el Centro de Información y Documentación Aragonés de Consumo. Se comunica que se incorporará a los representantes del Consejo Aragonés de Consumo a la lista de difusión.

Dña. Beatriz Callén comenta que tiene dificultades de acceso a la página del Observatorio Aragonés de Consumo.

Ma Jesús Casanovas le informa que puede tener problema con el navegador que utiliza. Se actualiza la información cada tres meses. De hecho, ya están preparados los documentos de resultados finales del año 2021 y de la planificación de las campañas 2022 para que una vez finalice esta reunión se incorporen al Observatorio, pero queríamos presentarlos previamente ante el Consejo.

El Director General da las gracias a todos y recomienda acceder a los temas de consumo a través de la página web de ARAGÓN HOY, en la que hay un enlace específico a las Notas de prensa de consumo. Además, a la página educacionconsumo.aragon.es para conocer toda la actividad formativa de la Dirección General.

Sin más temas que tratar, termina la sesión a las 12:30 horas.