

**ACTA DE LA REUNIÓN DEL CONSEJO ARAGONÉS DE CONSUMO CELEBRADA
EL DÍA 18 DE MARZO DE 2016**

En Zaragoza, a las 10:00 horas del día 18 de marzo de 2016, en la sala de reuniones del Departamento de Sanidad del Gobierno de Aragón (vía Universitat nº36, planta 6ª), se celebra sesión ordinaria del Consejo Aragonés de Consumo, con la asistencia de los siguientes miembros:

D. Pablo Martínez Royo
Presidente del Consejo Aragonés de Consumo

D.ª Paz Bendicho Hernández
Secretaria del Consejo Aragonés de Consumo

D. Carlos Peñasco Gil
Jefe del Servicio de Consumidor

D.ª Francisca Pérez Jiménez
Jefa de Sección de Sección de Formación e Información de Consumo

D.ª Mercedes Trébol Bartos
Representante de las Corporaciones Locales

D. José Ignacio Senao Gómez
Representante de las Corporaciones Locales

D. Santiago Ligros Mancho
Representante del Consejo Aragonés de Cámaras de Comercio

D.ª Lucía Germani Fumagalli
Representante de las asociaciones de consumidores

D. Juan M. Palacio Marco
Representante de las asociaciones de consumidores

D. José Angel Oliván García
Representante de las asociaciones de consumidores

D. Joaquín Soguero Romea
Representante de las asociaciones de consumidores

D. Eugenio García-Rodeja Alonso
Representante de las organizaciones empresariales

D. Daniel Forniés Andrés
Representante de las organizaciones empresariales

D.ª Juan Carlos Dehesa Conde
Representante de las organizaciones empresariales

D.ª María Royo Cacho
Secretaria de actas

Preside la reunión D. Pablo Martínez Royo, Director General de Protección de Consumidores y Usuarios del Gobierno de Aragón quien abre la sesión agradeciendo la asistencia de los presentes, saludando asimismo a las nuevas incorporaciones.

En primer lugar, se aprueba por asentimiento el acta anterior.

Acto seguido, el Director pasa a exponer el balance de las campañas de supervisión del mercado y la gestión de la DG en diferentes áreas durante 2015:

Campaña Nacional de Instaladores de Gas.

Campaña dirigida a comprobar el cumplimiento del Decreto 26/1999, de 23 de marzo, del Gobierno de Aragón, por el que se regula la actividad de prestación de servicios a domicilio; prestándose especial atención a los documentos que se formalizan.

ACTUACIONES TOTALES A CONTROL		
CORRECTAS	1250	85,03 %
INCORRECTAS	220	14,97 %
TOTAL	1470	100 %

Campaña Nacional de Gafas de Lectura

Actuación basada en el R.D.L. 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, con especial atención a la información expuesta sobre los artículos dispuestos para su venta y documentos que se formalizan.

ACTUACIONES TOTALES A CONTROL		
CORRECTAS	1629	74,01%
INCORRECTAS	572	25,99%
TOTAL	2201	100%

Campaña Nacional de Publicidad.

Actuación programada en vísperas de Navidad para controlar la publicidad de alimentos, juguetes, etc.

ACTUACIONES TOTALES A CONTROL		
CORRECTAS	944	82,02 %
INCORRECTAS	207	17,98 %
TOTAL	1151	100 %

Campaña Regional de rebajas de Invierno.

Campaña tradicional de inicio de año para comprobar la información del doble precio, especialmente.

ESTABLECIMIENTOS		
INCORRECTOS	486	40,74 %
CORRECTOS	707	59,26 %
TOTAL	1193	100 %

Campaña Regional de Rebajas de Verano.

De características muy similares a la campaña que se lleva a cabo en invierno.

EXHIBICIÓN DE PRECIOS (TODOS)		
INCORRECTOS	111	6,88 %
CORRECTOS	1503	93,12 %
TOTAL	1614	100 %

Campaña Regional de Ópticos.

Campaña basada en aspectos básicos preferentemente de información y etiquetado.

ACTUACIONES TOTALES A CONTROL		
CORRECTAS	2547	89,15 %
INCORRECTAS	310	10,85 %
TOTAL	2857	100%

Campaña Regional de Servicios Urgentes.

Campaña dirigida a comprobar el cumplimiento del Decreto 26/1999, de 23 de marzo, del Gobierno de Aragón, por el que se regula la actividad de prestación de servicios a domicilio; prestándose especial atención a los documentos que se formalizan.

ACTUACIONES TOTALES A CONTROL		
CORRECTAS	708	75,88 %
INCORRECTAS	225	24,12 %
TOTAL	933	100 %

Campaña Regional de Productos Alimenticios.

Actuación basada en el control del etiquetado básico y el nutricional.

ACTUACIONES TOTALES A CONTROL		
CORRECTAS	3660	67,05 %
INCORRECTAS	1799	32,95 %
TOTAL	5459	100 %

Campaña Regional de Fisioterapeutas (2ª vuelta).

En el año 2014 se llevó a cabo una campaña de inspección de fisioterapeutas, la del presente año se plantea como una revisión para comprobar la corrección de las deficiencias observadas en aquella ocasión.

ACTUACIONES TOTALES A CONTROL		
CORRECTAS	189	82,53 %
INCORRECTAS	40	17,47 %
TOTAL	229	100 %

Campaña Regional de Odontólogos (2ª vuelta).

En el año 2014 se llevó a cabo una campaña de inspección de odontólogos, la del presente año se plantea como una revisión para comprobar la corrección de las deficiencias observadas en aquella ocasión.

ACTUACIONES TOTALES A CONTROL		
CORRECTAS	166	76,50 %
INCORRECTAS	51	23,50 %
TOTAL	217	100 %

Campaña Regional de Créditos al Consumo.

Campaña de créditos al consumo dirigida hacia aquellas empresas que prestan dinero a particulares, excluidas las entidades financieras.

ACTUACIONES TOTALES A CONTROL		
CORRECTAS	297	64,43 %
INCORRECTAS	164	35,57 %
TOTAL	461	100 %

Campaña Regional Promoción Sistema Arbitral.

Desde hace unos años se viene acometiendo sistemáticamente una campaña de promoción del Sistema Arbitral.

PROVINCIAS	ESTABLECIMIENTOS VISITADOS
HUESCA	121
TERUEL	71
ZARAGOZA	303
TOTAL	495

Campaña Regional Comercio Electrónico

Campaña que se materializa para controlar páginas Web.

ACTUACIONES TOTALES A CONTROL		
CORRECTAS	1942	92,87 %
INCORRECTAS	149	7,13 %
TOTAL	2091	100 %

Campaña Regional de Venta de Segunda Mano

Actuación encaminada al control de la venta de productos de segunda mano, con especial atención a derechos básicos.

ACTUACIONES TOTALES A CONTROL		
CORRECTAS	1001	84,47 %
INCORRECTAS	184	15,53 %
TOTAL	1185	100 %

Una vez concluida la exposición interviene D. Eugenio García Rodeja Alonso que manifiesta que a la luz de los datos de las reclamaciones, existe desproporción y falta de correlato en la actividad sancionadora de la Inspección en relación con las grandes empresas, siendo las PYMES las que más soportan las actuaciones inspectoras como inspecciones y sanciones.

El Director General responde que la mayor preocupación de los consumidores es la solución de su problema, más que la incoación de expedientes sancionadores. Además hay que tener en cuenta que no siempre la CA tiene competencia para llevar a cabo dichas actuaciones sancionadoras.

José Ángel Oliván García interviene manifestando que encuentra chocante el dato del número de actuaciones llevadas a cabo por la Inspección en el sector de la banca, en el que sin embargo, existen pocas reclamaciones de los consumidores. Argumenta que por una parte, la legislación protege a estas entidades, y por otra, los consumidores muestran recelo a la hora de presentar una reclamación contra ellas.

José Ignacio Senao Gómez pregunta cuál es el origen de la labor inspectora en nuestra Comunidad Autónoma, si de oficio o a raíz de las reclamaciones de los consumidores.

El Director General señala que existen actuaciones programadas y no programadas, incluyendo entre las programadas las campañas de inspección, objeto de análisis en el siguiente punto.

Continúa la reunión, tomando la palabra el Director General para informar sobre las campañas de supervisión del mercado que van a llevarse a cabo en el 2016.

PRIMER SEMESTRE	SEGUNDO SEMESTRE
REBAJAS DE INVIERNO	REBAJAS DE VERANO
MATERIAL ESCOLAR	GOLOSINAS
SERVICIOS Y VENTA AUTOMÁTICA	EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDIVIDUAL
ESTACIONES DE SERVICIO	ETIQUETADO ENERGÉTICO
SERVICIOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE	RESIDENCIAS Y CENTROS DE DIA (3ª EDAD)
VENTA DE SEGUNDA MANO	

Novedades normativas.

El Director General comenta la tramitación del proyecto del Decreto por el que se aprueba el Reglamento regulador de Servicios de Atención a Consumidores y Usuarios, Hojas de Reclamaciones y por el que se crea el Distintivo de Calidad de Consumo de la Comunidad Autónoma de Aragón.

Ruegos y preguntas:

Eugenio García Rodeja Alonso adelanta su crítica muy profunda respecto al proyecto del decreto, considerando que no se ha avanzado en la administración electrónica, y que sin llevar a cabo la distinción entre empresas grandes y pequeñas se incrementan las cargas que éstas deben cumplir. Peligroso mezclar en una misma hoja de reclamaciones procedimientos de reclamación y arbitraje, a lo que se oponen frontalmente, expresando su preocupación a que cualquier empleado pueda aceptar el sometimiento a arbitraje.

Juan Carlos Dehesa Conde está de acuerdo con el representante de CEPYME, destacando que en lugar de reducir las cargas administrativas, éstas aumentan, sin que ello comporte mayor agilidad y satisfacción.

Eugenio García Rodeja Alonso, expresa que el hecho de que se mantenga el formato autocopiativo de las hojas de reclamaciones es un retraso, y manifiesta su oposición a que el empresario deba mantener un registro estadístico para la Administración.

Pablo Martínez indica que la norma prevé muchos canales de comunicación, desde el fax, en desuso, el correo electrónico o teléfono, perfectamente asumibles para cualquier empresa sea del tamaño que sea.

José Ignacio Senao Gómez pregunta si existe un acompañamiento con otras CCAA, una homogeneidad. Señala que un empresario pequeño, o micro empresario, no puede abordar tener un servicio de atención, y debería existir un equilibrio entre los requisitos exigidos y la capacidad y tamaño de la empresa, así como si se ha previsto que esta norma se aplique también al correo electrónico.

El Director General manifiesta que los prestadores de venta electrónica tienen las mismas obligaciones que los establecimientos de venta ordinarios. En relación con la homogeneidad normativa, expresa, que Aragón está presente en los grupos de trabajo con otras CCAA en las que se pone en conocimiento los proyectos normativos que se llevan a cabo en unas y otras.

Daniel Forniés Andrés toma la palabra para recalcar que el 82% de las empresas en Aragón sólo tienen 1 o 2 trabajadores.

Joaquín Soguero Romea interviene para preguntar si el tema de las funerarias está controlado, existiendo mucha diferencia de precios entre ellas, y que la información no llega al consumidor. También muestra su preocupación por las mafias que existen entre los seguros y las funerarias.

Pablo Martínez Royo contesta que en 2014 se hizo una campaña preventiva, pero sólo desde el punto de vista de la protección de los consumidores y usuarios.

Daniel Forniés Andrés interviene para consultar en qué iba a consistir la campaña sobre gasolineras, y si iba a existir diferencia entre atendidas y desatendidas.

A lo que el Director General contesta, que dicha campaña consistirá en la aplicación de la normativa vigente,

Sin más temas que tratar, se da por finalizada la sesión a las 11:10 horas.

Zaragoza, a 18 de marzo de 2016
EL DIRECTOR GENERAL
DE PROTECCIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

[Consta firma]

Pablo Martínez Royo