

CAMPAÑAS DE INSPECCIÓN 2015

1.A.1) CAMPAÑAS NACIONALES.

- 1.A.1.a) Campaña Nacional de Instaladores de Gas
- 1.A.1.b) Campaña Nacional de Gafas de Lectura
- 1.A.1.c) Campaña Nacional de Publicidad

1.A.2) CAMPAÑAS REGIONALES.

- 1.A.2.a) Campaña Regional de Rebajas de Invierno.
- 1.A.2.b) Campaña Regional de Rebajas de Verano.
- 1.A.2.c) Campaña Regional de Ópticos.
- 1.A.2.d) Campaña Regional de Servicios Urgentes.
- 1.A.2.e) Campaña Regional de Productos Alimenticios.
- 1.A.2.f) Campaña Regional de Fisioterapeutas (2ª vuelta).
- 1.A.2.g) Campaña Regional de Odontólogos (2ª vuelta).
- 1.A.2.h) Campaña Regional de Créditos al Consumo.
- 1.A.2.i) Campaña Regional de Promoción del Sistema Arbitral.
- 1.A.2.j) Campaña Regional de Comercio Electrónico.
- 1.A.2.k) Campaña Regional de Venta de Segunda Mano.

1.A.1.a) Campaña Nacional de Instaladores de Gas.

Introducción.

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.

Resultados.

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

1.A.1.b) Campaña Nacional de Gafas de Lectura

Introducción.

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, la Ley especial atención a la información expuesta sobre los artículos dispuestos para su venta y documentos que se formalizan.

Resultados.

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

1.A.1.c) Campaña Nacional de Publicidad.

Introducción.

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

Resultados.

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

1.A.2.a) Campaña Regional de rebajas de Invierno.

Introducción.

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

Resultados.

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

1.A.2.b) Campaña Regional de Rebajas de Verano.

Introducción.

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

Resultados.

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

1.A.3.c) Campaña Regional de Ópticos.

Introducción.

Campaña basada en aspectos básicos preferentemente de información y etiquetado.

Resultados.

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

1.A.2.d) Campaña Regional de Servicios Urgentes.

Introducción.

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.

Resultados.

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

1.A.2.e) Campaña Regional de Productos Alimenticios.

Introducción.

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

Resultados.

ACTUACIONES TOTALES A CONTROL		
	Nº	%
CORRECTAS	3660	67,05
INCORRECTAS	1799	32,95
TOTAL	5459	100

1.A.2.f) Campaña Regional de Fisioterapeutas (2ª vuelta).

Introducción.

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.

Resultados.

ACTUACIONES TOTALES A CONTROL		
CORRECTAS	189	82,53 %
INCORRECTAS	40	17,46 %
TOTAL	229	

1.A.2.g) Campaña Regional de Odontólogos (2ª vuelta).

Introducción.

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.

Resultados.

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

1.A.2.h) Campaña Regional de Créditos al Consumo.

Introducción.

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

Resultados.

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

1.A.2.i) Campaña Regional Promoción Sistema Arbitral.

Introducción:

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

Resultados

PROVINCIAS	ESTABLECIMIENTOS VISITADOS
HUESCA	121
TERUEL	71
ZARAGOZA	303
TOTAL	495

1.A.2.j) Campaña Regional Comercio Electrónico

Introducción.

Campaña que se materializa para controlar páginas web.

Resultados.

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

1.A.2.k) Campaña Regional de Venta de Segunda Mano

Introducción.

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

Resultados.

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