

CAMPAÑAS DE INSPECCIÓN 2016

1.A.1) CAMPAÑAS NACIONALES.

- 1.A.1.a) Campaña Nacional de Material Escolar
- 1.A.1.b) Campaña Nacional de Caramelos y Golosinas
- 1.A.1.c) Campaña Nacional de Equipos de Protección Individual

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 Venta de Servicios Automáticos.
- 1.A.2.d) Campaña Regional de Derechos Básicos.
- 1.A.2.e) Campaña Regional de Etiquetado Energético.
- 1.A.2.f) Campaña Regional de Gasolineras.
- 1.A.2.g) Campaña Regional de Residencias.
- 1.A.2.h) Campaña Regional de Promoción del Sistema Arbitral.
- 1.A.2.i) Campaña Regional de Comercio Electrónico.

1.A.1.a) Campaña Nacional de Material Escolar.

Introducción.

Campaña dirigida a comprobar el etiquetado, la información y cuestiones relacionadas con la seguridad del material escolar.

Resultados.

ACTUACIONES TOTALES A CONTROL		
CORRECTAS	2018	91.85 %
INCORRECTAS	179	8,15 %
TOTAL	2197	100

1.A.1.b) Campaña Nacional de Caramelos y Golosinas

Introducción.

Actuación dirigida hacia el colectivo de los niños en la que se controlaron aspectos informativos, de etiquetado incluido el nutricional, así como cuestiones e índole higiénico-sanitario.

Resultados.

ACTUACIONES TOTALES A CONTROL		
CORRECTAS	1121	86,70 %
INCORRECTAS	172	13,30 %
TOTAL	1293	100%

1.A.1.c) Campaña Nacional de Equipos de Protección Individual.

Introducción.

La presente actuación se dirigió al control de los E.P.I. que pueden adquirirse en bazares multiprecio y similar, con la finalidad de comprobar aspectos relacionados con la información y seguridad.

Resultados.

ACTUACIONES TOTALES A CONTROL		
CORRECTAS	531	67,22 %
INCORRECTAS	259	32,78 %
TOTAL	790	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.

CONTROLES		
INCORRECTOS	240	12,56 %
CORRECTOS		
TOTAL	1911	

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	64	8,33 %
CORRECTOS	704	91,67 %
TOTAL	768	

CONTROLES		
INCORRECTOS	266	8,72 %
CORRECTOS		
TOTAL	3048	

1.A.3.c) Campaña Regional de Venta y Servicios Automáticos.

Introducción.

Campaña diseñada para control de aspectos informativos en máquinas de venta automática, así como en aquellas que se utilizan para la prestación de un servicios, por ejemplo lavanderías.

Resultados.

ACTUACIONES TOTALES A CONTROL		
CORRECTAS	522	72,70 %
INCORRECTAS	196	27,30 %
TOTAL	718	100%

1.A.2.d) Campaña Regional de Derechos Básicos.

Introducción.

Campaña dirigida a comprobar la información de precios, la entrega de facturas y la disponibilidad de hojas de reclamaciones; así como información básica de los servicios de atención al cliente.

Resultados.

ACTUACIONES TOTALES A CONTROL		
CORRECTAS	1808	87,13 %
INCORRECTAS	267	12,87 %
TOTAL	2075	100 %

1.A.2.e) Campaña Regional de Etiquetado Energético.

Introducción.

La presente campaña fue diseñada con el objeto de verificar la información de las fichas energéticas de los distintos electrodomésticos, de acuerdo con los reglamentos europeos aplicables a cada uno de los aparatos.

Resultados.

ACTUACIONES TOTALES A CONTROL		
	Nº	%
CORRECTAS	2048	95.66 %
INCORRECTAS	93	4,34 %
TOTAL	2141	100

1.A.2.f) Campaña Regional de Gasolineras.

Introducción.

De conformidad con lo dispuesto en el Decreto 105/95 se diseñó la presente campaña, con aspectos básicamente informativos a la que se incorporó un apartado referido a la accesibilidad de las personas con minusvalía.

Resultados.

ACTUACIONES TOTALES A CONTROL		
CORRECTAS	2545	93,36 %
INCORRECTAS	181	17,46 %
TOTAL	2726	

1.A.2.g) Campaña Regional de Residencias.

Introducción.

La presente campaña es una actuación coordinada con los servicios sociales del Departamento, acometiendo el área de consumo el control de la información y los contratos, con especial atención al clausulado.

Resultados.

ACTUACIONES TOTALES A CONTROL		
CORRECTAS	1794	80,30 %
INCORRECTAS	440	19,70 %
TOTAL	2234	

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, en cumplimiento de una proposición no de Ley que nos trasladaron las Cortes Aragonesas en su día.

Resultados

PROVINCIAS	ESTABLECIMIENTOS VISITADOS
HUESCA	133
TERUEL	163
ZARAGOZA	450
TOTAL	746

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

Introducción.

Campaña que se materializa para controlar páginas web.

Resultados.

ACTUACIONES TOTALES A CONTROL		
CORRECTAS	2366	92,86
INCORRECTAS	182	7,14
TOTAL	2548	100