

A) CAMPAÑAS DE INSPECCIÓN

1) CAMPAÑAS NACIONALES

El año 2025 es el último del actual Plan Sectorial de Vigilancia del Mercado, vigente para el periodo 2022-2025 y del Plan Nacional de Control Oficial de la Cadena Alimentaria (PNCOCA 2021-2025), que han modificado la perspectiva de las actuaciones inspectoras, en lo que se refiere a campañas de inspección.

En el marco de la Conferencia Sectorial de Consumo se lleva a cabo una planificación que deriva en un reparto rotatorio de cada una de las Comunidades Autónomas, en cuanto a control de categorías y subcategorías de alimentos y productos industriales.

Recordemos que en alimentación hay 23 categorías de productos y en productos industriales se tienen presentes 8 categorías, en base a criterios de riesgos previamente valorados.

En el año 2025, el reparto asignado a la Comunidad Autónoma de Aragón se desglosa del siguiente modo:

Plan Sectorial de Vigilancia de Mercado de Productos Industriales

- 1.1.a) Campaña de Juguetes (acuáticos y pinturas de dedos).
- 1.1.b) Campaña de textiles (telas al corte).
- 1.1.c) Campaña de Calzado (infantil de invierno).
- 1.1.d) Campaña de detergentes (suavizantes).
- 1.1.e) Campaña EPIS (calzado de seguridad)
- 1.1.f) Campaña Etiquetado Energético (televisores y monitores)
- 1.1.g) Campaña de etiquetado de neumáticos

1.1.h) Campaña Directiva General de Seguridad de Productos D.G.S.P. (vajillas infantiles)

Plan Nacional Oficial de Control de la Cadena Alimentaria.

1.2.a) Campaña de Productos Alimenticios que incluye las siguientes categorías:

- Lácteos
- Hielos
- Miel.
- Carne Picada.
- Productos cárnicos.
- Aceite de Oliva

1.2.b) Campaña de Establecimientos de alimentación.

Campañas de Servicios

1.3.a) Campaña de Centros de Estética.

1.1.a) Campaña de Juguetes.

1.- Introducción

En el reparto de campañas que se incluyen en el plan sectorial de consumo (2022-2025), se incorpora la categoría de juguetes, asignándose a Aragón los juguetes acuáticos y pinturas de dedos.

En ese sentido y en cumplimiento de ese compromiso adquirido, se han llevado a cabo las actuaciones propias de esta campaña, tanto en la venta a distancia, como en el comercio tradicional.

2.- La Campaña

Las actuaciones de esta campaña se han llevado a cabo en tres ámbitos diferentes, con el número de inspecciones que se relaciona a continuación; todo ello, en cumplimiento del compromiso adquirido por Aragón.

INSPECCIONES	
EN ESTABLECIMIENTOS	15
ON LINE	10
TOMAS DE MUESTRAS	15
TOTAL	40

CONTROLES TOTALES. GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
CORRECTOS	213	86,94 %
INCORRECTOS	32	13,06 %
TOTALES	245	

3.- Desglose de resultados en la inspección física

Al tratarse de dos protocolos diferentes, procede diferenciar la inspección en establecimiento comercial de la que se lleva a cabo online.

INSPECCIONES ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES.		
GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
CONSTA FABRIC. O MARCA	15	100 %
DIRECCION FABRICANTE	15	100 %
TIPO, LOTE, SERIE O MODELO	15	100 %
FIGURA MARCADO CE	15	100 %
FORMA Y DIMENSION CE	15	100 %
NO INDUCE CONFUSION CE	15	100 %
CE VISIBLE E INDELEBLE	15	100 %
ADVERTENCIAS CASTELLANO	15	100 %
INSTRUCCIONES CASTELLANO	15	100 %
ADVERTENCIAS VISIBLE Y LEGIBLES	15	100 %
PRECEDIDAS ADVERTENCIA	15	100 %
ADVERTENCIAS NO CONTRADICEN USO	15	100 %
ADVERTENCIA ACUATICOS	10/10	100 %

4.- Desglose de resultados en la inspección online

INSPECCIONES ONLINE.

GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
ADVERTENCIAS CASTELLANO	7	70 %
PRECEDIDAS X ADVERTENCIA	3	30 %
VISIBLES Y LEGIBLES	4	40 %
ADVERTENCIA EDAD VISIBLE	1	10 %
SI PROCEDE. SUPERVIS. ADUL.	2/5	40 %
NO CONTRADICEN USO	3/5	60 %
ADVERTENCIA ACUATICOS 2 MAL	3/5	60 %

5.- Resultados tomas de muestras

A la fecha de redactar el presente informe sólo se han recibido los resultados de las tomas de muestras correspondientes a las pinturas de dedos, siendo todas ellas correctas en su totalidad.

1.1.b) Campaña de textiles.

1.- Introducción

En el reparto de campañas que se incluyen en el plan sectorial de consumo (2022-2025), se incorpora la categoría textil, asignándose a Aragón el subtipo telas al corte.

En ese sentido y en cumplimiento de ese compromiso adquirido, se han llevado a cabo las actuaciones propias de esta campaña, tanto en la venta a distancia, como en el comercio tradicional.

2.- La Campaña

Las actuaciones de esta campaña se han llevado a cabo en dos ámbitos diferentes, con el número de inspecciones que se relaciona a

continuación; todo ello, en cumplimiento del compromiso adquirido por Aragón.

INSPECCIONES	
EN ESTABLECIMIENTOS	11
ON LINE	5
TOTAL	16

CONTROLES TOTALES. GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
CORRECTOS	87	94,57 %
INCORRECTOS	5	5,43 %
TOTALES	92	

3.- Desglose de resultados en la inspección física y online

INSPECCIONES FÍSICAS Y ONLINE. GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%

CONSTA ETIQUETADO	15	93,75 %
ES DURADERO Y LEGIBLE	15	93,75 %
LENGUA OFICIAL	15	93,75 %
COMPOSICIÓN	15	93,75 %
DENOMINACIÓN FIBRAS, SEGÚN ANEXO I	10/11	90,91 %
EN SU CASO, % DE CADA FIBRA	6/9	66/67 %
Si 100 % o PURO, SÓLO 1 FIBRA	6/6	100 %
SI FELPA, COMPOSICIÓN	3/3	100 %
EN ESE CASO, DENOMINACIÓN	2/3	66/67 %

1.1.c) Campaña de Calzado.

1.- Introducción

En el reparto de campañas que se incluyen en el plan sectorial de consumo (2022-2025), se incorpora la categoría de calzado, asignándose a Aragón el subtipo: calzado infantil de invierno.

En ese sentido y en cumplimiento de ese compromiso adquirido, se han llevado a cabo las actuaciones propias de esta campaña, tanto en la venta a distancia, como en el comercio tradicional.

2.- La Campaña

Las actuaciones de esta campaña se han llevado a cabo en dos ámbitos diferentes, con el número de inspecciones que se relaciona a continuación; todo ello, en cumplimiento del compromiso adquirido por Aragón.

INSPECCIONES	
EN ESTABLECIMIENTOS	10
ON LINE	5
TOMAS DE MUESTRAS	5
TOTAL	20

CONTROLES TOTALES. GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
CORRECTOS	102	86,44 %
INCORRECTOS	16	13,56 %
TOTALES	118	

3.- Desglose de resultados en la inspección física

Comenzaremos por los datos en la inspección en tiendas convencionales.

INSPECCIONES FÍSICAS. GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
CONSTA ETIQUETADO	8	80 %
FIGURA EN LENGUA OFICIAL	8/8	100 %

NO INDUCE A ERROR	8/8	100 %
INCLUYE MATERIAL EMPEINE	8/8	100 %
INCLUYE MATERIAL FORRO Y PLANTILLA	8/8	100 %
INCLUYE MATERIAL SUELA	8/8	100 %
ETIQUETA DEBIDAMENTE UNIDA O IMPRESA	8/8	100 %
APARECE AL MENOS EN UNO DE ELLOS	8/8	100 %
INDICA MATERIAL	8/8	100 %
ETIQUETA ES ACCESIBLE	6/8	75 %
DIMENSIONES PICTOGRAMAS	8/8	100 %
EXHIBE CARTEL PICTOGRAMAS	4	40 %

4.- Desglose de resultados en la inspección online

A continuación, trasladamos los datos de los controles en el comercio electrónico.

INSPECCIONES FÍSICAS. GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
CONSTA ETIQUETADO	3	60 %
FIGURA EN LENGUA OFICIAL	3/3	100 %
NO INDUCE A ERROR	3/3	100 %

INCLUYE MATERIAL EMPEINE	2/3	66,67 %
INCLUYE MATERIAL FORRO Y PLANTILLA	0/3	-
INCLUYE MATERIAL SUELA	1/3	33,33 %

5.- Tomas de muestras

Se han tomado cinco artículos y a fecha de la elaboración de este informe no se dispone del resultado de los ensayos del Laboratorio.

1.1.d) Campaña de detergentes.

1.- Introducción

En el reparto de campañas que se incluyen en el plan sectorial de consumo (2022-2025), se incorpora la categoría de detergentes, asignándose a Aragón el subtipo suavizantes en perlas; debe añadirse que la Comunidad Autónoma de Galicia comparte ese mismo subgrupo, de ahí que haya sido necesaria una coordinación a la hora de ejecutar la presente actuación.

Conviene indicar que se han llevado a cabo las actuaciones propias de esta campaña, tanto en la venta a distancia, como en el comercio tradicional.

2.- La Campaña

Las actuaciones de esta campaña se han llevado a cabo en varios ámbitos: presencial, comercio electrónico, tomas de muestras y control documental; todo ello, en cumplimiento del compromiso adquirido por Aragón.

INSPECCIONES	
EN ESTABLECIMIENTOS	6
ON LINE	5
TOMAS DE MUESTRAS	9
TOTAL	20

CONTROLES TOTALES. GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
CORRECTOS	104	78,79 %
INCORRECTOS	28	21,21 %
TOTALES	132	

3.- Desglose de resultados en la inspección física y online

Al tratarse de dos protocolos en los que hay muchos elementos en común, se unifican en un mismo desglose las actuaciones llevadas a cabo tanto online, como en establecimientos comerciales, completándose un total de 11 inspecciones.

INSPECCIONES ESTABLECIMIENTO COMERCIAL Y ONLINE GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
DENOMINACIÓN	11	100 %
IDENTIFICACIÓN RESPONSABLE	11	100 %
DIRECCIÓN COMPLETA	11	100 %
TELÉFONO	4	36,37 %
DIRECCIÓN SOLICITAR HOJA INGREDIENTES	4	36,37 %
WEB CONSULTA HOJA INGREDIENTES	5	45,45 %
CONTENIDO	6	54,54 %
INSTRUCCIONES	10	90,91 %
EN SU CASO, PRECAUCIONES	9	81,82 %

LENGUA OFICIAL	11	100 %
ETIQUETADO LEGIBLE, INDELEBLE	11	100 %
CARECE IMÁGENES FRUTAS INDUZCAN ERROR	11	100 %

4.- Tomas de muestras

No se dispone de los resultados de los ensayos a la fecha del presente informe.

1.1.e) Campaña EPIS

1.- Introducción

En el reparto de campañas que se incluyen en el Plan Sectorial de Consumo (2022-2025), dentro de la categoría genérica “Equipos de Protección Individual”, a nuestra Comunidad Autónoma se le ha asignado el control de calzado de seguridad.

Las actuaciones se han cumplimentado de acuerdo con la planificación acordada entre las comunidades autónomas y el Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030; recayendo en nuestra Comunidad Autónoma la responsabilidad de la programación conjunta.

2.- La Campaña

Las actuaciones de esta campaña se han llevado a cabo en varios ámbitos diferentes, con el número de inspecciones que se relaciona a continuación; todo ello, en cumplimiento del compromiso adquirido por Aragón.

INSPECCIONES	
EN ESTABLECIMIENTOS	10
ON LINE	5
DOCUMENTAL	1

TOTAL	16
--------------	-----------

CONTROLES TOTALES. GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
CORRECTOS	181	96,79 %
INCORRECTOS	6	3,21 %
TOTALES	187	

3.- Desglose de resultados

A continuación, hacemos un desglose de resultados en cada uno de los apartados referidos anteriormente.

INSPECCIONES FÍSICAS. GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
IDENTIF. FABRIC./ IMPORTAD.	10	100 %
DIRECC. FABRIC./ IMPORTAD.	10	100 %
CONSTA TIPO, LOTE O SERIE	10	100 %
CONSTA MARCADO CE	10	100 %
MARC. LEGIBLE ENDELEBLE	10	100 %
FABRICANTE	10	100 %
DIRECCION	10	100 %

INSTRUCCIONES	10	100 %
RENDIMIENTO	10	100 %
ACCESORIOS UTILES	7/7	100 %
CLASE PROTECCION	10	100 %
PLAZO USO	10	100 %
SIGNIF. OTROS MARCADOS	10	100 %
RIESGO PROTEGIBLE	10	100 %
CONSTA REGLAMENTO	10	100 %
IDENTIFICA ORG. EVALUACIÓN	10	100 %
REFER. NORMAS ARMONIZ.	10	100 %
WEB DECLAR. CONFORMIDAD	10	100 %

INSPECCIONES ON LINE. GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
IDENTIFICACIÓN FABRICANTE O IMPORTADOR	4	80 %
DIRECCIÓN FABRICANTE O IMPORTADOR	0	

1.1.f) Campaña Etiquetado Energético

1.- Introducción

En el reparto de campañas que se incluyen en el plan sectorial de consumo (2022-2025), se incorpora la categoría etiquetado energético, asignándose a Aragón la comprobación del apartado correspondiente a los televisores y monitores.

En ese sentido y en cumplimiento de ese compromiso adquirido, se han llevado a cabo las actuaciones propias de esta campaña, tanto en la venta a distancia, como en el comercio tradicional.

2.- La Campaña

Las actuaciones de esta campaña se han llevado a cabo en dos ámbitos diferentes, con el número de inspecciones que se relaciona a continuación; todo ello, en cumplimiento del compromiso adquirido por Aragón.

INSPECCIONES	
EN ESTABLECIMIENTOS	10
ON LINE	5
TOTAL	15

CONTROLES TOTALES. GRADO DE CUMPLIMIENTO

	Nº	%
CORRECTOS	67	70,53 %
INCORRECTOS	28	29,47 %
TOTALES	95	

3.- Desglose de resultados en la inspección física

Al tratarse de protocolos con algunas diferencias, se ha optado por separar los resultados obtenidos en establecimientos comerciales, de los comprobados en la venta a distancia

INSPECCIONES ESTABLECIMIENTO COMERCIAL		
GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
ETIQUETA FORMATO OFICIAL	10	100 %
VISIBLE	10	100 %
APARECE CODIGO QR	10	100 %
EL CÓDIGO QR ENLAZA INFORMACION	10	100 %
DIMENSIONES ETIQUETA	10	100 %
FONDO BLANCO	10	100 %

3.- Desglose de resultados en la inspección on-line

INSPECCIONES ONLINE GRADO DE CUMPLIMIENTO			
	Nº	%	
ETIQUETA	1	20 %	
UBICACIÓN JUNTO PRECIO	1	20 %	
APARECE CODIGO QR	1	20 %	
EL CÓDIGO QR ENLAZA INFORMACION	1	20 %	
ACCESO A FICHA ELECTRONICA	1	20 %	
ETIQUETA VISIBLE	1	20 %	
FONDO BLANCO	1	20 %	

1.1.g) Campaña de etiquetado de neumáticos

1.- Introducción

En el reparto de campañas que se incluyen en el plan sectorial de consumo (2022-2025), se incorpora la categoría de neumáticos, que es acometida por todas las comunidades autónomas.

2.- La Campaña

Las actuaciones de esta campaña se han llevado a cabo en dos ámbitos diferentes, con el número de inspecciones que se relaciona a continuación; todo ello, en cumplimiento de número de inspecciones asignados a Aragón.

INSPECCIONES	
EN ESTABLECIMIENTOS	5
ON LINE	1
TOTAL	6

CONTROLES TOTALES.

GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
CORRECTOS	140	93,33 %
INCORRECTOS	10	6,66 %
TOTALES	150	

3.- Desglose de resultados en la inspección física y online

Al tratarse de un mismo protocolo, se unifican en el mismo desglose los resultados de ambas actuaciones, que completan 6 inspecciones.

INSPECCIONES FÍSICAS Y ONLINE. GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
CONSTA ETIQUETA	6	100 %
LOGOTIPO UE	6	100 %
LOGO ENERGÍA	6	100 %
CÓDIGO QR	6	100 %
MARCA PROVEEDOR	6	100 %
IDENTIFICADOR NEUMÁTICO	6	100 %
TAMAÑO, CAPACIDAD Y VELOCIDAD	6	100 %
CLASE	6	100 %
EFICIENCIA CONS. CARBURANTE	6	100 %
ADHERENCIA SUPER. MOJADA	6	100 %
RUIDO	6	100 %
REGLAMENTO	6	100 %
ADHERENCIA NIEVE	3/3	100 %
ETIQUETA CUMPLE FORMATO	6	100 %
TAMAÑO ETIQUETA	6	100 %
FONDO BLANCO	6	100 %
FICHA INFORMACION	5	83,33 %
SE FACILITA FICHA	5	83,33 %
FICHA INCORPORA RESPONS.	5	83,33 %
FICHA INCLUYE TIPO	5	83,33 %
FICHA INCLUYE TAMAÑO	5	83,33 %
FICHA INCLUYE CONSUMO	5	83,33 %
FICHA INCLUYE ADHERENCIA	5	83,33 %
FICHA INCLUYE RUIDO	5	83,33 %

FICHA INCLUYE CONDICIONES NIEVE	2/3	66,67 %
FICHA INCLUYE FECHA PROD.	5	83,33 %

Directiva General de Seguridad de Productos D.G.S.P.

1.- Introducción

En el reparto de campañas que se incluyen en el plan sectorial de consumo (2022-2025), dentro de la categoría genérica “Directiva General de Seguridad de Productos”. En el presente año se ha programado la categoría de artículos de puericultura y a nuestra Comunidad Autónoma se le ha asignado el control de las vajillas infantiles.

Las actuaciones se han cumplimentado de acuerdo con la planificación acordada entre las comunidades autónomas y el Ministerio competente en Consumo.

2.- La Campaña

Las actuaciones de esta campaña se han llevado a cabo en tres ámbitos diferentes, con el número de inspecciones que se relaciona a continuación; todo ello, en cumplimiento del compromiso adquirido por Aragón.

INSPECCIONES	
EN ESTABLECIMIENTOS	11
ONLINE	5
TOMAS DE MUESTRAS	2
TOTAL	18

CONTROLES TOTALES. GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
CORRECTOS	99	88,39 %

INCORRECTOS	13	11,61 %
TOTALES	112	

3.- Desglose de resultados

Se incorporan en la misma tabla los datos de las actuaciones en comercio tradicional y comercio electrónico.

GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
IDENTIFICA FABRICANTE	16	100 %
DIRECCIÓN POSTAL	16	100 %
CORREO ELECTRÓNICO	9	56,25 %
CANALES COMUNICACIÓN	16	100 %
CONSTA MODELO Y O SERIE	16	100 %
INSTRUCCIONES	14	87,50 %
INFORMACIÓN SEGURIDAD	12	75 %

A la fecha de este informe no disponemos de los resultados de los análisis practicados a las dos tomas de muestras realizadas.

1.2.a) Campaña de Productos Alimenticios

1.- Introducción

En el marco del Plan Nacional de Control de la Cadena Alimenticia, también recogido en el PACCAA (Plan Autonómico de Control de la Cadena Alimentaria de Aragón), se establecen una serie de controles que son competencia de la administración de Consumo.

En colaboración con el Ministerio se han programado una serie de actuaciones, con el objeto de abarcar, entre las comunidades autónomas, todas las categorías de alimentos.

Para el año 2025, a Aragón se le han asignado las siguientes: lácteos, hielos, miel, carne picada y productos cárnicos.

2.- La Campaña

Las actuaciones de esta campaña se han llevado a cabo en los tres servicios provinciales, con el siguiente reparto de actuaciones:

INSPECCIONES	
LÁCTEOS	18
HIELOS	2
MIEL	8
CARNE PICADA	14
PRODUCTOS CÁRNICOS	13
ACEITE DE OLIVA (solo T.M.)	4
TOTAL	59

CONTROLES TOTALES. GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
CORRECTOS	1786	96,07 %
INCORRECTOS	54	2,93 %
TOTALES	1840	

3.- Desglose de resultados protocolo

INSPECCIONES PRODUCTOS ALIMENTICIOS. PROTOCOLO GENERAL. PRESENCIA DE ETIQUETADO		
	Nº	%
CONSTA ETIQUETADO	52	94,55%

INSPECCIONES PRODUCTOS ALIMENTICIOS. PROTOCOLO GENERAL. INFORMACION ETIQUETADO		
	Nº	%
VISIBLE Y LEGIBLE	51/52	98,08 %
ENVASES MAY., LETRA 1,2 MM	45/45	100 %
ENVASES MEN., LETRA 0,9 MM	6/7	85,71 %
DENOMINACIÓN Y CONTENIDO EN MISMO CAMPO VISUAL	52/52	100 %
DENOMINACIÓN CORRECTA	51/52	98,08 %
NO SUSTITUIDA POR DENOMINACIÓN PROTEGIDA O DE FANTASÍA	51/52	98,08 %
EN SU CASO, MENCIONES ANEXO VI	19/31	61,29 %
SI PROCEDE, LISTA INGRED.	48/49	97,96 %
DENOMINACION INGRED. CORRECTA	48/48	100 %
SI PROCEDE, NANOINGREDIENTES	2/2	100 %
INGREDIENTES CUMPLEN DESIGNACION ANEXO VII	28/29	96,55 %
SI PROCEDE, CANTIDAD DE DETERMINADOS INGRED.	8/8	100 %
INDICACIÓN CUANTITATIVA INGREDIENTES	28/30	93,33 %
SI PROCEDE, INFORMA DE INGREDIENTES O COADYUVANETES OBLIGADOS A ELLO	18/20	90 %

CANTIDAD NETA	53	96,36 %
FECHA DURACIÓN O CADUCIDAD	52	94,55 %
SI PROCEDE, CONDICIONES CONSERVAR Y UTILIZAR	50/52	96,15 %
SI PROCEDE, PAIS ORIGEN O LUGAR PROCEDENCIA	32/42	76,19 %
SI PROCEDE, PAIS DE ORIGEN INGREDIENTE PRIMARIO, SI NO COINCIDE	3/3	100 %
ORIGEN PALESTINA CORRECTO	-	
PAIS ORIGEN INGREDIENTE PRIMARIO SI NO COINCIDE	1/1	100 %
PAIS DE ORIGEN MISMO CAMPO VISUAL	19/20	95 %
SI PROCEDE, MODO DE EMPLEO	19/19	100 %
SI PROCEDE, GRADO ALCOHÓLICO	1/1	100 %
FIGURA RESPONSABLE	52	94.55 %
EN SU CASO, MENCIONES OBLIGATORIAS EN DETERMINADAS CATEG.	20/22	90,91 %
INFORMACIÓN VOLUNTARIA NO INDUCE ERROR	43/43	100 %
INFORMACIÓN VOLUNTARIA NO MERMA ESPACIO	43/43	100 %
CONSTA INFORMACIÓN NUTRICIONAL OBLIGATORIA	52/52	100 %
SI PROCEDE, SE COMPLETA CON OTRAS SUSTANCIAS	9/9	100 %
CASO DE INFORMACIÓN NUTRICIONAL REPETIDA, SE CUMPLE CON FORMATOS	6/6	100 %

UNIDADES FORMATOS CORRECTAS	52/52	100 %
DATOS X 100 GR O 100 ML.	52/52	100 %
SI VITAMINAS O MINERALES, PORCENTAJES INGESTAS	17/17	100 %
SI DATOS SEGÚN PORCENTAJE, ALUSIÓN REFERENCIA ADULTO MEDIO	20/20	100 %
SI INFORMACION POR PORCIÓN, INDICA N° DE ESTAS	22/22	100 %
FIGURA ESA PORCIÓN AL LADO DE INFORM. NUTRICIONAL	22/22	100 %
INFORMACION NUTRICIONAL, CAMPO Y FORMA ADECUADA	52/52	100 %
SI ESPACIO PERMITE, FORMA DE TABLA	47/48	97,92 %
NO INDUCE ERROR SOBRE CARACTERÍSTICAS PROPIAS	52/52	100 %
NO INDUCE ERROR ATRIBUIR PROPIEDADES QUE NO TIENE	52/52	100 %
NO INDUCE ERROR CARACTERÍSTICAS ESPECIALES	52/52	100 %
NO INDUCE ERROR ALIMENTO O INGREDIENTE	52/52	100 %
PUBLICIDAD NO INDUCE A ERROR ALIMENTO O INGREDIENTE	52/52	100 %
INFORMACION CLARA	52/52	100 %
INFORMACION NO ATRIBUYE PROPIEDADES CURATIVAS O PREVENTIVAS	52/52	100 %
CANTIDAD NOMINAL	47/52	90,38 %
LOTE	52/52	100 %
IDIOMA	52/52	100 %

DECLARACIONES NUTRICIONALES NO ENGAÑOSAS	11/11	100 %
EN BEBIDAS ALCOHÓLICAS NO DECLARACIONES SALUDABLES	1/1	100 %
EN SU CASO, LA DECLARACIÓN NUTRICIONAL ESTA PERMITIDA	16/16	100 %

4.- PROTOCOLOS ESPECÍFICOS

PRODUCTOS CARNICOS. PROGRAMA ESPECÍFICO. GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
INGREDIENTE ESENCIAL	13	100 %
DENOMINACION CORRECTA	12	92,31 %
CATEGORÍA COMERCIAL	9/11	81,82 %
CHORIZOS: DENOMINA BIEN	6/6	100 %
SALCHICON: DENOMINA BIEN	7/7	100 %
NO INDUCCION ERROR	12	92,31 %

MIEL. PROGRAMA ESPECÍFICO. GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
DENOMINACION CORRECTA	8	100 %
PAIS DE ORIGEN	7	87,50 %

HELADOS. PROGRAMA ESPECÍFICO. GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
DENOMINACION CORRECTA	2	100 %
INGREDIENTE	2	100 %

LECHE/YOGUR. PROGRAMA ESPECÍFICO. GRADO DE CUMPLIMIENTO		
--	--	--

	Nº	%
ORIGEN	18	100 %
JUNTO A INGREDIENTES	18	100 %
INDICACIÓN NO OCULTA	18	100 %
NO INDUCEN ERROR	18	100 %
DENOMINACION	18	100 %

CARNE PICADA. PROGRAMA ESPECÍFICO. GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
CARNE PICADA, EXPRESIONES ANEXO vi, PARTE b2	0	
OTRAS ESPECIES ANIMALES. PAIS ORIGEN	0	
EMBALAJES DISTINTOS. INFORMAR COCINAR	10/14	71,43 %

1.2.a) Campaña de Establecimientos alimentación

1.- Introducción

Uno de los objetivos del Plan Nacional de Control de la Cadena Alimentaria es el control de las prácticas desleales en los establecimientos comerciales de alimentación.

En ese sentido, el Ministerio competente en Consumo ha elaborado un protocolo que sirve de guía para las inspecciones que se van a acometer al respecto.

2.- La Campaña

Las actuaciones de esta campaña se han llevado a cabo en los tres servicios provinciales, con el siguiente reparto de actuaciones:

INSPECCIONES	
HUESCA	11
TERUEL	9
ZARAGOZA	12
TOTAL	32

CONTROLES TOTALES. GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
CORRECTOS	577	99,65 %
INCORRECTOS	2	0,35%
TOTALES	579	

3.- Desglose de resultados

INSPECCIONES ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES. GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
IDENTIFICA RAZON SOCIAL	30	93,75%
PROCEDIMIENTO PAGO	32	100 %
MEDIOS PARA RECLAMAR	32	100 %
INFORMACION CASTELLANO	32	100 %
PRECIO VENTA	32	100 %
PRECIO UNIDAD MEDIDA	32	100 %
P.U.M MISMO CAMPO VISUAL	32	100 %
PRECIO EN EUROS	32	100 %
REBAJAS. ANTERIOR/ACTUAL	32	100 %
NO INDUCE A ENGAÑO	32	100 %
NO OMISIÓN ENGAÑOSA	32	100 %
PUBLICIDAD COMPARATIVA ES OBJETIVA	3/3	100 %

PUBLICIDAD E INFORMACIÓN NO INDUCE ERROR CARACTERÍSTICAS	32	100 %
PUBLICIDAD E INFORMACIÓN NO INDUCE ERROR PROPIEDADES O EFECTOS	32	100 %
PUBLICIDAD E INFORMACIÓN NO INDUCE ERROR CARACTERÍSTICAS ESPECIALES	32	100 %
PUBLICIDAD E INFORMACIÓN NO INDUCE ERROR INGREDIENTES	32	100 %
PUBLICIDAD E INFORMACIÓN CLARA	32	100 %
PUBLICIDAD E INFORMACIÓN NO ATRIBUYEN PROPIEDADES DE SALUD	32	100 %
CONSERVA INFORMACION OBLIGATORIA	32	100 %

1.3.a) Campaña de Centros de Estética

Introducción.

Aunque la presente campaña ha quedado enmarcada en el ámbito nacional, en nuestra Comunidad Autónoma se han incorporados detalles propios, habida cuenta de que en Aragón existe una norma autonómica, el Decreto 124/2014, de 22 de julio, que regula los servicios de estética y otros cuidados corporales.

La importancia de esta campaña viene avalada por los recientes cierres de empresas de ámbito nacional que han hecho incrementar el número de reclamaciones en este sector; motivo por el que la Dirección General de Protección de Consumidores y Usuarios del Gobierno de Aragón planificó esta actuación.

Debe indicarse que se trata de una actuación minuciosa en la que se han comprobado un total de 48 aspectos, con el rigor que exige la normativa; de ahí que lo común haya sido comprobar algún incumplimiento en la mayoría de establecimientos visitados. Desde un punto de vista positivo, nos hace pensar que vamos a conseguir que el sector mejore notablemente en cuanto garantizar los derechos de los consumidores.

En cuanto al protocolo diseñado para esta campaña diremos que se ha basado en la siguiente normativa:

- 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.
- Ley 16/2006, de 28 de diciembre, de protección y defensa de los consumidores y usuarios de Aragón.
- Decreto 124/2014, de 22 de julio, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el Reglamento regulador de los Derechos de los Consumidores en los Servicios de Estética y otros Cuidados Corporales.

La campaña

Las actuaciones de esta campaña fueron en total 45, se llevaron a cabo en las tres provincias, durante el tercer trimestre del presente año, según la siguiente distribución:

ACTUACIONES PROVINCIAS	
ZARAGOZA	25
HUESCA	10
TERUEL	10
TOTAL	45

Resultados.

De las respuestas al protocolo de cada una de las actuaciones, se resume lo siguiente:

ACTUACIONES TOTALES A CONTROL		
	Nº	%
CORRECTAS	1905	91,85 %
INCORRECTAS	169	8,15 %
TOTALES	2074	

INFORMACIÓN GENERAL. CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
DENOMINACION CENTRO.	45	100 %
IDENTIFICACIÓN DEL TITULAR.	39	86,67%
INFORMA SERVICIOS OFERTADOS.	43	95,56%
INFORMA PRECIOS SERVICIOS	42	93,33%
HORARIO SERVICIOS	43	95,56%
CUALIFICACIÓN, EN SU CASO.	36	80%
LOGOTIPO S.A.C., SI ADHERIDO.	2/2	100 %
POLIZA SEGURO, EN SU CASO	17	37,78%
DIREC. POSTAL, Nº TEL., FAX O @	44	97,78%

HOJAS DE RECLAMACIONES. CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
DISPONIBILIDAD	42	93,33%
CARTEL ANUNCIADOR	42	93,33%
REGISTRO RECLAMACIONES	37	82,22%

FOLLETO INFORMATIVO DE CADA SERVICIO. CUMPLIMIENTO		
	Nº	%

DENOMINACIÓN SERVICIO.	41	91,11%
DURACIÓN.	41	91,11%
EXPRESIÓN NO CARAC. SANITARIO.	38	84,44%
INFORMA TÉCNICA Y PRODUCTOS.	39	86,67%
PRECIO DEL SERVICIO.	40	88,89%
FORMA DE PAGO.	39	86,67%
SI FINANCIAS: TAE, PLAZOS...	6/8	75%
MODELO DE CONTRATO.	37	82,22%

FICHAS. ACREDITACIÓN. CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
PROFESIONAL ACRED. TITULO O CERTIF.	41	91,11%
FICHA INDIVIDUALIZADA.	44	97,78%
SERVICIOS CONTRATADOS.	44	97,78%
CONFORMIDAD CLIENTE.	45	100 %
EN SU CASO, RECONOC. MÉDICO.	38	84,44%
SI MENORES, SE ATIENDE VECINDAD CIVIL.	45	100 %

PRESUPUESTOS. CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
DERECHO AL MISMO POR ESCRITO.	40	88,89%
IDENTIFICA PRESTADOR	39	86,67%
SERVICIOS E IMPORTES DESGLOSADOS	39	86,67%
IMPORTE TOTAL	38	84,44%
FECHA Y FIRMA O SELLO PRESTADOR	38	84,44%

FACTURAS O JUSTIFICANTES. CUMPLIMIENTO		
	Nº	%

ENTREGA	44	97,78%
IDENTIFICACIÓN EMPRESA.	44	97,78%
CIF O NIF.	43	95,56%
NUM. Y FECHA.	43	95,56%
DATOS DEL CONSUMIDOR.	37	82,22%
SERVICIOS PRESTADOS.	44	97,78%
DESGLOSAN IMPORTES SERVICIOS.	44	97,78%
IMPORTE TOTAL CON IVA.	43	95,56%

CLÁUSULAS ABUSIVAS. CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
TRANSPARENCIA Y CLARIDAD	45	100 %
NO VINCULAN VOLUNTAD EMPRESA	45	100 %
NO LIMITAN DERECHOS	45	100 %
NO FALTA RECIPROCIDAD	45	100 %
NO AFECTAN EJECUCION CONTRATO	45	100 %
RESPETAN FUERO LUGAR SERVICIO	45	100 %
NO OTRAS ABUSIVAS.	45	100 %

PRÁCTICAS DESLEALES. CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
INFORMACION VERAZ	45	100 %
LIBERTAD ELECCIÓN PARA USUARIO	45	100 %

2) CAMPAÑAS REGIONALES

Son aquellas campañas programadas a nivel regional a la vista de las demandas que se plantean en nuestra comunidad autónoma.

En el año 2025 se han acometido las siguientes campañas regionales de inspección:

2.a) Campaña Regional de Rebajas de Invierno.

- 2.b) Campaña Regional de Derechos Básicos.
- 2.c) Campaña Regional de Rebajas de verano.
- 2.d) Campaña Regional de Comercio Electrónico.
- 2.e) Campaña Regional de Promoción del Sistema Arbitral de Consumo.
- 2.f) Campaña Prenavideña

2.a) Campaña Regional de Rebajas de Invierno

El periodo de rebajas marca el inicio de la programación de la actividad inspectora. En el presente año, desde el día 7 de enero, los tres servicios provinciales han participado en la presente campaña que se prolonga durante una semana.

La información del precio anterior y del actual, la comprobación de la exhibición del cartel de la duración y la revisión de las condiciones de venta; son las cuestiones que centran el protocolo elaborado a estos efectos.

En ese documento se ha previsto hacer un seguimiento de otras promociones considerando que, siempre que se haga una rebaja en el precio, se ha de indicar el doble precio.

El número total de establecimientos visitados en las tres provincias asciende a 725, cuyo desglose adjuntamos a continuación

INSPECCIONES POR PROVINCIAS		
	ESTABLECIMIENTOS	%
HUESCA	115	15,86 %
TERUEL	132	18,21 %
ZARAGOZA	478	65,93 %
TOTAL	725	

A continuación, desglosaremos las actuaciones en función de la modalidad de la promoción.

CLASIFICACIÓN SEGÚN TIPO DE PROMOCIÓN		
	COMERCIOS	%
NO HACEN	205	28,28 %
OTRAS PROMOCIONES	95	13,10 %
REBAJAS	425	58,62 %
TOTAL	725	

De esta primera tabla podemos extraer que el 58.62 % de los establecimientos visitados anuncian rebajas, cifra que se eleva al 71,72 % si consideramos otros tipos de promociones (descuentos, ofertas, etc.)

El primer aspecto que se comprueba es la información del precio, obligatoria en todos los casos, estén o no de promoción:

INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRECIO		
	CORRECTOS	%
REBAJAS	397	93,41 %
OTRAS PROMOCIONES	81	85,26 %
NO HACEN	158	77,07 %
TOTAL	636	87,72 %

A continuación, se controla la información del precio anterior y el actual en productos rebajados, así como en otras promociones; correspondientes a los 520 establecimientos que anuncian alguna promoción

INFORMACIÓN PRECIO ANTERIOR Y ACTUAL		
	CORRECTOS	%
REBAJAS	393	92,47 %
OTRAS PROMOCIONES	69	72,63 %
TOTAL	462	88,85 %

El último aspecto a controlar es la exhibición del cartel de rebajas, obligación exclusiva para las rebajas (425 establecimientos).

EXHIBICIÓN DE CARTEL DURACIÓN REBAJAS		
INCORRECTOS	183	43,06 %
CORRECTOS	242	56,94 %
TOTAL	425	

2.b) Campaña Regional de Derechos Básicos.

1.- Introducción

En la planificación del presente año 2025 se incluyó una campaña de derechos básicos, con el objeto de supervisar y controlar el cumplimiento de una serie de derechos que han de entenderse como básicos.

En ese sentido, se incluyeron una serie de apartados que han sido objeto de revisión en todo tipo de establecimientos comerciales, como es el caso

de: servicios de atención al cliente, información de precios y entrega de facturas.

Adicionalmente se incorporó una actuación informativa relacionada con las bolsas de plástico, cuestión regulada en el ámbito de la normativa medioambiental.

Las actuaciones inspectoras se han llevado a cabo en el primer semestre del año 2025 y se han visitado todo tipo de sectores y establecimientos.

2.- La Campaña

El número de actuaciones llevadas a cabo en el ámbito de nuestra comunidad autónoma asciende a 447.

Los tres Servicios Provinciales han participado en la presente campaña con el siguiente desglose por provincias:

ACTUACIONES POR PROVINCIAS	
ZARAGOZA	302
HUESCA	75
TERUEL	70
TOTAL	447

ESTABLECIMIENTOS		
	Nº	%
CORRECTOS	312	69,80 %
INCORRECTOS	135	30,20 %
TOTALES	447	

CONTROLES TOTALES. GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
CORRECTOS	5688	90,14 %
INCORRECTOS	622	9,86 %

TOTALES	6310	
----------------	-------------	--

3.- Desglose de resultados

Se inspeccionaron varios bloques o apartados: servicios de atención al cliente, información de precios, facturas y prácticas abusivas.

A continuación, desglosaremos los resultados de cada uno de ellos.

SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE. CUMPLEN		
	Nº	%
Contacto (direc., tfno. y email)	400	89,49 %
Registro reclamaciones	362	80,98 %
Contestación en plazo	426	95,30 %
Cartel hojas reclamaciones	399	89,26 %
Hojas de reclamaciones	401	89,71 %

INFORMACIÓN PRECIOS. CUMPLEN		
	Nº	%
EXHIBEN PRECIOS EXTER.	185/395	46,84 %
EXHIBEN PRECIOS INTER.	405	90,60 %
CONSTA P.U.M	108/135	80 %

FACTURACIÓN. CUMPLEN		
	Nº	%
HACE ENTREGA	439	98,21 %
IDENTIFICA RESPONSABLE	410	91,72 %
FECHA	435	97,32 %
DESGLOSE	425	95,08 %
IMPORTE TOTAL	437	97,76 %

IVA APLICADO O INCLUIDO	411	91,95 %
-------------------------	------------	----------------

PRÁCTICAS ABUSIVAS. CUMPLEN		
	Nº	%
NO PRACTICAS ABUSIVAS	445	99,55 %

A continuación, se facilitan los datos referidos a las bolsas de plásticos que se entregan en algunos establecimientos:

BOLSAS DE PLÁSTICO. CUMPLEN		
	Nº	%
INFORMACION ETIQUETADO	107/123	86, 99 %
COBRO BOLSAS	97/113	85,84 %
INFORMAN PRECIO	91/108	84,26 %

2.c) Campaña Regional de Rebajas de verano.

Desde el día 1 de julio se ha acometido una campaña informativa de rebajas en los tres servicios provinciales, controlándose los siguientes aspectos: la información del precio anterior y del actual, la comprobación de la exhibición del cartel de la duración y la revisión de las condiciones de venta.

A la hora de elegir los comercios se ha tenido presente la publicidad y/o carteles expuestos en el escaparate, extendiéndose las actuaciones a los que anuncian rebajas u otros tipos de promociones; conviene recordar a ese respecto que,

siempre que se haga una reducción del precio y se anuncie como tal, se ha de indicar el doble precio.

El número total de establecimientos visitados en las tres provincias asciende a 464, cuyo desglose adjuntamos a continuación

INSPECCIONES POR PROVINCIAS		
	ESTABLECIMIENTOS	%
HUESCA	73	15,73 %
ZARAGOZA	349	75,22 %
TERUEL	42	9,05 %
TOTAL	464	

A continuación, desglosaremos las actuaciones en función de la modalidad de la promoción.

CLASIFICACIÓN SEGÚN TIPO DE PROMOCIÓN		
	COMERCIOS	%
OTRAS PROMOCIONES	63	13,58 %
REBAJAS	401	86,42 %
TOTAL	464	

De esta primera tabla podemos extraer que el 86,42 % de los establecimientos que anuncian ofertas, se acogen a la fórmula de las rebajas.

A continuación, se controla la información del precio anterior y el actual en escaparate e interior del establecimiento.

INFORMACIÓN PRECIO ANTERIOR Y ACTUAL. ESCAPARATE		
	CORRECTOS	%
REBAJAS	310	77,31 %
OTRAS PROMOCIONES	49	77,78 %
TOTAL	359	77,37 %

INFORMACIÓN PRECIO ANTERIOR Y ACTUAL. INTERIOR		
	CORRECTOS	%
REBAJAS	345	86,03 %
OTRAS PROMOCIONES	53	84,13 %
TOTAL	398	85,78 %

El último aspecto a controlar es la exhibición del cartel de la duración de las rebajas, obligación exclusiva para los comercios que anuncian rebajas (401).

EXHIBICIÓN DE CARTEL DURACIÓN REBAJAS		
INCORRECTOS	153	38,15 %

CORRECTOS	248	61,85 %
TOTAL	401	

2.d) Campaña Regional de comercio electrónico.

La Dirección General de Protección de Consumidores y Usuarios desarrolla todos los años una campaña dirigida al sector del comercio electrónico.

El protocolo de actuación es diseñado por la Dirección General de Protección de Consumidores y Usuarios, en base al documento consensuado por todas las comunidades autónomas. Los aspectos que se incluyen guardan relación con: la información del responsable de la web, condiciones de venta, garantía, cláusulas abusivas, etc.

La campaña se llevó a cabo por la Inspección de Consumo adscrita a la Dirección General de Protección de Consumidores y Usuarios.

La campaña

Se revisaron 49 páginas web de diferentes sectores de actividad comercial: ropa de vestir, calzado, productos alimenticios, hoteles, papelería, material deportivo y electrodomésticos, entre otros.

Resultados.

CONTROLES TOTALES. GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
CORRECTOS	967	86,03 %
INCORRECTOS	157	13,97 %
TOTALES	1124	

IDENTIFICACIÓN DEL VENDEDOR		
	Nº	%
Información empresa	48	97,96 %
Identifica responsable	47	95,92 %
Consta el domicilio completo	48	97,96 %
Consta el correo electrónico	49	100 %
Consta el teléfono	48	97,96 %
Constan datos Registro Mercantil	17/31	54,84 %
Consta NIF/CIF empresa	46	93,88 %

PRECIOS, GASTOS, PAGO Y ENTREGA		
	Nº	%
Indica los precios de venta	49	100 %
En su caso, precio por unidad de medida	5/9	55,56 %
El precio incluye los impuestos	49	100 %
Se informa de los procedimientos de pago	47	95,92 %
Se informa de los gastos de envío	44	89,80 %
Se informa del plazo de entrega	43	87,76 %
Se informa del derecho de desistimiento	25/36	69,44 %
Se facilita formulario desistimiento	23/25	92 %
Se cumple con la prohibición de pedir los motivos	25/25	100 %
Se indican excepciones a ese derecho, en su caso	25/25	100 %
Se informa sobre gastos, en su caso	25/25	100 %
En su caso, se informa disminución valor	15/25	60 %
Se informa, características, precio y duración	46	93,88 %

GARANTÍA DE LOS PRODUCTOS		
	Nº	%
En su caso, se informa garantía	14/34	41,18 %
En su caso, garantía comercial mejora la legal.	2/3	66,67 %
El vendedor se hace responsable.	43	87,76 %
En su caso, constan servicios postventa	3/4	75 %

INFORMACIÓN DE DERECHOS Y CLAÚSULAS ABUSIVAS		
	Nº	%
Se respeta el ámbito del fuero	28	57,14 %
Se eluden cláusulas abusivas.	45	91,84 %
Informa condiciones generales.	45	91,84 %
Cumple obligaciones factura electrónica.	18	36,73 %
Es posible almacenar condiciones	45	91,84 %

2.e) Campaña Regional de Promoción de Sistema Arbitral

Introducción

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

En cumplimiento de esa encomienda, la Inspección de Consumo materializa una actuación específica dirigida a informar de ello en sectores previamente elegidos.

Resultados

PROVINCIAS	ESTABLECIMIENTOS VISITADOS
HUESCA	96

TERUEL	89
ZARAGOZA	339
TOTAL	524

SECTORES VISITADOS	ESTABL.	CONOCEN	%
ALIMENTACIÓN	32	18	56,25 %
ESTÉTICA	45	6	13,33 %
OTRAS	447	172	38,48 %
TOTAL	524	196	37,40 %

2.f) Campaña Regional Prenavideña

1.- Introducción

Aunque inicialmente no estaba programada, la Dirección General de Protección de Consumidores y Usuarios del Gobierno de Aragón consideró oportuno y necesario acometer una campaña de inspección centrada en la publicidad prenavideña, periodo del año donde el gasto familiar se eleva respecto a otras temporadas; especialmente en los apartados de regalos, juguetes, alimentación, electrónica, ropa, etc.

Las promociones “Black Friday” suponen el punto de partida de lo que podríamos considerar esta temporada de compras, que se extiende hasta la festividad de Reyes; en ese sentido, se propuso iniciar las actuaciones en la última semana del mes de noviembre.

Las grandes superficies aprovechan estos días para publicitar sus ofertas y promociones; por ello, se dirigieron las actuaciones a esos establecimientos y a los productos comentados anteriormente.

2.- La Campaña

El número de actuaciones llevadas a cabo en el ámbito de nuestra comunidad autónoma ascendió a 120.

Los tres Servicios Provinciales han participado en la presente campaña con el siguiente desglose por provincias:

ACTUACIONES POR PROVINCIAS	
ZARAGOZA	60
HUESCA	30
TERUEL	30
TOTAL	120

CONTROLES TOTALES. GRADO DE CUMPLIMIENTO		
	Nº	%
CORRECTOS	118	98,33 %
INCORRECTOS	2	1,67 %
TOTALES	120	

3.- Desglose de resultados

A continuación, vamos a desglosar los apartados que fueron objeto de control.

CONTROLES		
	Nº	%
EL PRODUCTO ESTÁ DISPONIBLE	20	100 %
SE INFORMA DEL PRECIO	20	100 %
CARACTERÍSTICAS COINCIDEN OFERTA	20	100 %
PRECIO COINCIDE PUBLICIDAD	19	95 %
PUBLICIDAD NO INDUCE ENGAÑO	19	95 %
AUSENCIA OTRAS DEFICIENCIAS PUBLICIDAD	20	100 %