CORTES GENERALES

DIARIO DE SESIONES DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Año 2021 | XIV LEGISLATURA | Núm. 371 | Pág. 1

SANIDAD Y CONSUMO

PRESIDENCIA DE LA EXCMA. SRA. D.ª ROSA MARÍA ROMERO SÁNCHEZ

Sesión núm. 38

celebrada el miércoles 21 de abril de 2021

Página

ORDEN DEL DÍA:

Comparecencia de la señora directora general de Consumo (Medialdea García), para informar de las líneas generales de su departamento. A propuesta del Gobierno. (Número de expediente 212/001171) 2

cve: DSCD-14-CO-371

Se abre la sesión a las dos de la tarde.

La señora **PRESIDENTA:** Se abre la sesión.

Muy buenas tardes, señorías. Vamos a comenzar la sesión de la Comisión de Sanidad y Consumo. Vamos a proceder a tramitar el siguiente orden del día, que es la celebración de la comparecencia de la directora general de Consumo, a la que le doy la bienvenida. Muy buenas tardes, señora directora. En su responsabilidad del área de Consumo, esta es su Comisión, la Comisión donde vemos los asuntos de Consumo.

En el orden del día, conforme figura, hay un único punto, que es para informar de las líneas generales de su departamento. El autor es el Gobierno y el número de expediente 212/001171. Saben cuál es el procedimiento, porque hemos realizado muchas comparecencias y todos conocen perfectamente los tiempos de la primera intervención que tendrán los grupos parlamentarios, de menor a mayor, por siete minutos; después, tendrán una réplica de tres minutos. Les ruego, de antemano, ser estrictos en el cumplimiento del tiempo, yo creo que es algo que vamos a agradecer todos, ya que hay más trabajos, más comisiones y más actividad. Por tanto, cumplir con el tiempo hace que la Comisión quede mejor organizada y, por tanto, que todos puedan cumplir también con otras obligaciones que tengan.

Sin más, le doy la palabra a la señora Medialdea García, la directora general de Consumo. Muchas gracias.

La señora **DIRECTORA GENERAL DE CONSUMO** (Medialdea García): Muchas gracias, señora presidenta.

Señorías, antes de nada, querría comenzar expresando mi total disposición para acudir a informar a esta Comisión de todas aquellas cuestiones relacionadas con las competencias de la Dirección General de Consumo que estimen ustedes oportunas. Esta es mi primera comparecencia en esta Comisión y la voy a dedicar a explicar las líneas generales de trabajo que venimos desarrollando y que también tenemos planificado desarrollar en la Dirección General de Consumo. Voy a dar, por tanto, una panorámica general con la idea de que podamos profundizar después en aquellas cuestiones que más les interesen, tanto después de sus preguntas como en mis posteriores intervenciones en otras comparecencias, que como les decía estaré encantada de volver a realizar.

Lamentablemente y como se pueden imaginar, para dar cuenta de nuestra actividad en la Dirección General de Consumo tengo que empezar refiriéndome a que gran parte de esta actividad, sobre todo la que llevamos a cabo en los primeros meses, tras el inicio de la crisis sanitaria, ha estado muy concentrada en aquellos temas más relacionados con la crisis sanitaria, como decía. No me extiendo, yo creo que es de sobra conocido hasta qué punto la crisis sanitaria ha afectado a distintos ámbitos de nuestra vida y, por tanto, también a las relaciones de consumo. Pero sí quiero recordar que supuso el imposible cumplimiento de una multitud de contratos que estaban en vigor, generó situaciones, no ya imprevisibles sino incluso diría que inéditas, relaciones de consumo que no se podían realizar y que no teníamos referencias sobre cómo resolver de forma que se respetaran, en la mayor medida posible, los intereses de todas las partes. Además, la crisis sanitaria generalizó el uso de nuevos productos a los que no estábamos acostumbrados, en algunos de los cuales no había regulación suficiente, y también, como decía, no estábamos la mayoría de los consumidores y consumidoras familiarizados en su uso y eran productos muchos de ellos cuya seguridad era crítica. El caso paradigmático de este tipo de productos serían las mascarillas, lo cual supuso un desafío importante para la actividad de esta dirección general.

En ese contexto, y resumiendo mucho las actuaciones que en este ámbito COVID desarrollamos en la Dirección General de Consumo en esos primeros meses, empezaría por destacar que tuvimos que desarrollar una intensísima actividad normativa. Citaré algunos hitos destacados como, por ejemplo, que aprobamos la interrupción de los plazos de devoluciones para que no corriera ese plazo mientras que los consumidores, por razones de las restricciones de movilidad, no podían hacerlos efectivos; regulamos también el derecho a resolver aquellos contratos de imposible cumplimiento sin penalización ninguna para las personas consumidoras; regulamos las mascarillas higiénicas y lo hicimos en dos ocasiones: una vez, de forma muy rápida, a las pocas semanas del inicio de la crisis sanitaria, y una segunda vez, más recientemente, donde hemos completado ya y profundizado esa regulación. Creo que puedo decirles con seguridad que actualmente tenemos la regulación de mascarillas higiénicas más garantista y más completa que hay entre los países de nuestro entorno. Un cuarto hito que destacaría es que aprobamos también la moratoria de créditos al consumo, una parte que me parece una pieza importante dentro de lo que hemos venido a llamar el escudo social.

cve: DSCD-14-CO-371

Ha sido también intensa y complicada toda la labor que ha tenido que ver con control de mercado, no solo, por supuesto, la dificilísima y muy importante labor de inspección que se ha llevado a cabo por parte de las comunidades autónomas, sino también acciones que hemos realizado desde la Dirección General de Consumo. Desde el inicio, acordamos con la CNMC trabajar en cooperación para vigilar que no se aprovechara la situación excepcional para llevar a cabo subidas injustificadas de precios. Como resultado de esa vigilancia, efectivamente, identificamos algunos ámbitos en los que se hizo necesario intervenir. Ya conocen seguramente que hubo que fijar precios máximos en algunos productos sanitarios como las mascarillas higiénicas y los geles hidroalcohólicos, también se congelaron los precios de los servicios funerarios.

Para que se hagan una idea un poco sintética de la magnitud y también de la de la complejidad de esas labores de inspección, quiero contarles que los primeros seis meses tras la irrupción de la crisis sanitaria los servicios de inspección llevaron a cabo más de 8000 actuaciones relacionadas con lo que llamamos productos COVID, más de 8000 actuaciones contando las físicas y las *online*. Si nos centramos en las actuaciones sobre mascarillas higiénicas, más de la mitad —un 54 % de esas actuaciones— encontraron algún tipo de incumplimiento. Afortunadamente, estos datos, que suenan un poco alarmantes, son del principio de la crisis sanitaria. Según han ido evolucionando los meses, y en gran parte gracias a ese desarrollo normativo al que me refería antes, la situación ha ido mejorando muy sensiblemente.

También, y no menos importante, desde esta Dirección General de Consumo y desde el ministerio hemos hecho una importante labor de divulgación e información con aspectos relacionados con la crisis sanitaria que importaban a la mayor parte de la población general. En dos sentidos: por un lado, hemos trabajado intensamente para que las personas consumidoras conozcan cuáles eran sus derechos en las nuevas situaciones generadas por la crisis sanitaria, y por otro, para que supieran cuáles eran los mecanismos para poder ejercer esos derechos. Aquí creo que el hito más significativo es la web de reclamaciones COVID. En esa web que lanzamos desde el Ministerio de Consumo, las personas de una forma muy sencilla y muy ágil podían ir navegando, ir saltando por las pantallas e identificar cuál era su situación —si habían tenido un problema con un viaje, con un vuelo, si habían tenido un problema porque estaban pagando el gimnasio y de repente el gimnasio había cerrado—. Esa web también incorporaba la gestión de las reclamaciones, con lo cual se conectaba con los centros y se proporcionaban los formularios para facilitar al máximo, no solo para que se conocieran los derechos sino también para que se pudiera reclamar en los casos en los que había que hacerlo.

Por otro lado, la labor de información y divulgación también ha estado dirigida a informar para que los consumidores pudieran tomar sus decisiones de consumo en condiciones de seguridad máxima y siempre de acuerdo con las recomendaciones sanitarias. Aquí destacaría la *Guía de uso de mascarillas*, que editamos a las muy pocas semanas de iniciarse la crisis sanitaria, que ha sido referencia para las recomendaciones del tipo de mascarilla y del uso que había que hacer de las mascarillas, y que posteriormente se actualizó con la fórmula de *app*. Actualmente muchos y muchas consumidoras tienen la *app* en su móvil, que les permite acceder a la información e incluso introducir ellos información sobre el tipo de uso que están haciendo de las mascarillas y para estar seguros de que las están usando con seguridad.

Más allá de estas cuestiones, más vinculadas con la crisis sanitaria y de las que todavía nos seguimos ocupando, paso ahora a explicarles cuáles son los ejes fundamentales que definen el plan de trabajo general de esta Dirección General de Consumo. Se articulan estos ejes en torno a tres objetivos, que yo entiendo que son los objetivos básicos que concentran las competencias que tenemos atribuidas: el primero es garantizar un consumo seguro; el segundo es la defensa de los intereses de las personas consumidoras, y el tercero, es la promoción de pautas de consumo responsable y sostenible.

Empecemos con la garantía de un consumo seguro, que tiene que ver e implica el control de la calidad de los bienes y servicios que llegan a las personas consumidoras. Como primer paso para garantizar esas condiciones de calidad y seguridad, necesitamos un marco normativo que dé las pautas de esas condiciones necesarias. Para eso hemos tenido que desarrollar, ampliar, actualizar y mejorar ese marco normativo en algunas cuestiones. Ya me he referido a que hemos regulado las mascarillas higiénicas, por ejemplo, pero también hemos adaptado al ordenamiento jurídico español las recomendaciones de seguridad del marco europeo con respecto a juguetes y en la actualidad estamos trabajando en la mejora de la normativa que tiene que ver con la compraventa de bienes y servicios, así como con los servicios y contenidos digitales.

cve: DSCD-14-CO-371

Una vez que tenemos un marco jurídico vamos a decir idóneo para esta protección, para esta seguridad de los actos de consumo, el siguiente paso para garantizar esa seguridad es la vigilancia de mercado, lo cual nos garantiza que efectivamente los productos y servicios que llegan a los consumidores están cumpliendo con esas condiciones. En este ámbito de la vigilancia de mercado estamos concentrados, por un lado, en mejorar la capacidad analítica de nuestro laboratorio de consumo, el CICC, que es el laboratorio de referencia para las campañas de vigilancia de mercado que llevan a cabo las comunidades autónomas. Por tanto, vamos a destinar gran parte de los fondos de recuperación a mejorar y actualizar el equipamiento de dicho laboratorio. Para su información, para que se hagan una idea del volumen del trabajo y de la complejidad y el tipo de análisis que se lleva acabo, para 2021 hemos acordado con las comunidades autónomas que el CICC va a llevar a cabo ensayos y análisis para cubrir dieciocho campañas de productos alimentarios y veintiuna campañas de productos industriales. Por dar también alguna pista, dentro de las campañas de productos alimentarios, el aceite es el producto protagonista que más análisis ocupa en el CICC, y dentro de los productos industriales, los juguetes tienen un protagonismo también muy destacado.

Cuando se identifican productos inseguros el siguiente paso es garantizar que se retiran rápidamente del mercado y ahí es donde actúa la red de alerta. Hemos implementado una mejora en el sistema de la red de alerta, que estamos todavía terminando de perfeccionar, aunque lleva ya unos meses funcionando y tiene grandes ventajas. Por un lado, aglutina distintas funciones que antes estaban dispersas, y por otro, nos permite conectar las redes de alerta autonómicas con Rapex, que es la Red de Alerta Europea. Esta mejora en el sistema de alerta no solo nos permite ganar en eficacia, sino también en agilidad y en facilitar enormemente el trabajo a las autoridades de consumo de las comunidades autónomas que están en permanente comunicación con esta red de alerta.

Sobre vigilancia de mercado, permítame que comparta con ustedes dos novedades, dos líneas de trabajo más que estamos desarrollando o a punto de lanzar. Por un lado, les informo que desde enero esta Dirección General de Consumo tiene la responsabilidad de coordinar la Oficina de Enlace Único de Vigilancia de Mercado; es decir, tenemos la responsabilidad de coordinar a todas aquellas autoridades que tienen responsabilidades de competencia de mercado en cualquier ministerio y en cualquier nivel institucional. Y somos también el punto de enlace con la Unión Europea en esta materia tan importante. En segundo lugar, quería también trasladarles que estamos trabajando para reactivar el Observatorio de Internet, un viejo proyecto que funcionó en tiempos en la Dirección General de Consumo, pero que había dejado de hacerlo y que pensamos que es de vital importancia relanzarlo, reabrirlo, pero no en las condiciones en las que antes funcionaba, sino modernizándolo, digitalizándolo y dotándolo de una aplicación informática que permita incorporar un motor de búsqueda avanzada que facilite una vigilancia de mercado *online* potente, eficaz y acorde con la importancia que tiene el comercio *online* en este contexto actual.

El segundo objetivo al que me quería referir es el de defensa de los intereses de las personas consumidoras. En esta Dirección General de Consumo velamos y trabajamos por la defensa de los intereses y los derechos de todas las personas consumidoras, pero es seña de identidad de esta dirección general y de este ministerio la preocupación especial por los derechos e intereses de aquellos consumidores que hemos denominado consumidores vulnerables. Empiezo, por tanto, resaltando que iniciamos este año 2021 modificando la Ley General de Derechos de Consumidores y Usuarios para introducir la figura de persona consumidora vulnerable, que hasta entonces no estaba incluida en nuestro ordenamiento jurídico estatal. Hemos creado así un marco jurídico que da un suelo sobre qué es una persona consumidora vulnerable. La normativa autonómica, la normativa sectorial puede desarrollarlo, mejorarlo o ampliarlo, pero nunca ir por debajo de este suelo que hemos marcado. Quedan garantizados que estos colectivos de consumidores vulnerables tendrán protección especial, apoyos reforzados, que serán responsabilidad no solo de las instituciones públicas sino también de las empresas. Aunque no me puedo extender, sí me parece importante señalarles que tal y como queda recogido a partir de ahora en la ley esta figura de vulnerabilidad no está estrictamente ligada solo a nivel de renta, sino que también se consideran otros parámetros de vulnerabilidad como puede ser la edad, el nivel formativo, la brecha digital, que pueden ser claves para que en un momento dado cualquier persona en una relación concreta de consumo esté en condiciones de vulnerabilidad y precise de esa protección especial que tenemos que garantizar.

A partir de este marco general, actuamos en lo que podríamos llamar el primer eslabón dentro de la cadena de protección de los intereses de las personas consumidoras, que serían los servicios de atención

cve: DSCD-14-CO-371

al cliente. En este ámbito de los servicios de atención al cliente, por una parte, seguramente sus señorías ya conocen que hemos eliminado los popularmente conocidos como los 902, los números de tarificación especial. A día de hoy, ya cualquier empresa de los sectores que se consideran básicos de interés general tiene que ofrecer servicios de atención telefónica gratuitos a todas las personas consumidoras, y el resto de sectores tienen que ofrecer un teléfono, ya sea un geográfico nacional o un móvil estándar, es decir, estos números que habitualmente vienen incluidos en las tarifas planas que tenemos en nuestros teléfonos.

En paralelo, y de forma más global, estamos también trabajando por una actualización y una mejora muy sustancial de la Ley de Servicios de Atención al Cliente. Ambas reivindicaciones —tanto la del 902 como una actualización y mejora de la Ley de Servicios de Atención al Cliente— son reivindicaciones históricas de las asociaciones de consumidores.

En ocasiones, siguiendo con esta cadena y los pasos que se suelen dar en la estrategia de defensa de los intereses de los consumidores, el seno de los servicios de atención al cliente no es suficiente para dirimir los conflictos y tenemos que dar un paso más. Ahí, desde la Dirección General de Consumo y desde el ministerio apostamos por potenciar los mecanismos extrajudiciales de resolución de conflictos y, en particular, dentro de nuestras competencias, el sistema arbitral de consumo. Creemos firmemente que es un sistema sencillo, ágil y gratuito y, por tanto, el más favorable para los consumidores y que tenemos que fomentar al máximo desde las instancias públicas para que sea la vía a la que puedan recurrir la mayor parte de las ocasiones. Por eso, además de las subvenciones que todos los años da esta Dirección General de Consumo para el sostenimiento de las juntas arbitrales, autonómicas y municipales, hemos incluido también en la planificación un proyecto muy ambicioso de digitalización del sistema arbitral de consumo, que incluye tanto la digitalización de la Junta Nacional Arbitral y la Comisión de Juntas Arbitrales como la dotación de subvenciones para la digitalización de las juntas autonómicas y las juntas municipales, por un importe aproximado de 1,3 millones de euros.

Otra tarea que sabemos que está pendiente, y que nos hemos propuesto abordar, es mejorar la eficiencia de la capacidad sancionadora en materia de consumo. En ese sentido, vamos a crear un observatorio estatal de reclamaciones, que es el nombre que recibe, pero en realidad es una base de datos que permite centralizar y tener unificadas las informaciones y los datos de las reclamaciones de todas las comunidades autónomas. Es un punto de partida básico para hacer un tratamiento eficaz de las reclamaciones y es una base de datos unificada que actualmente no existe. Estamos también trabajando para mejorar en el seno de la Comisión Sectorial de Consumo mecanismos de cooperación que permitan agilizar el tratamiento tanto de expedientes sancionadores como de gestión de reclamaciones cuando implican a distintas comunidades autónomas. Ahí hay mucho margen de mejora, y pensamos que estableciendo mecanismos de cooperación, que estamos intentando propiciar desde la Dirección General de Consumo, se puede ganar mucho en eficacia. Finalmente, también tenemos planeado modificar el régimen sancionador de consumo de forma que se puedan solventar algunas lagunas que la Unión Europea nos ha señalado.

Por último, en este engranaje de defensa de los intereses de los consumidores, las asociaciones de consumo son, como saben, una pieza clave. Mantenemos, por tanto, el apoyo logístico al CCU, al Consejo de Consumidores y Usuarios, tanto en sus labores de representación como en su función consultiva. Mantenemos, por supuesto, las subvenciones a las asociaciones —este año hemos acometido una mejora en la definición de los programas a subvencionar, con la idea de conseguir que estos programas consigan una mayor incidencia social de la que venían teniendo hasta ahora para mejorarla— y mantenemos, como no podía ser de otra forma, una interlocución continua con estas asociaciones. La interlocución con las asociaciones de consumo fue especialmente intensa y cercana durante las primeras semanas del estado de alarma, en aquellas semanas en las que los cambios normativos eran muy rápidos y hubo que estar en comunicación permanente con ellas para que nos ayudaran a divulgar y también para que nos dieran su opinión sobre la actividad normativa que estamos llevando a cabo, y después se ha mantenido en el tiempo.

El tercer objetivo que guía el trabajo de esta Dirección General de Consumo y el último es la promoción de pautas de consumo responsable y sostenible. Este objetivo nace de una vocación transformadora que tenemos en el ministerio y en la Dirección General de Consumo para cambiar el modelo de consumo que tenemos en la sociedad española, es decir, no solo trabajamos por tener un consumo seguro y que se garanticen los derechos y los intereses de todas las personas consumidoras, sino que queremos que este modelo de consumo evolucione hacia uno que sea compatible con los objetivos ecosociales de la

cve: DSCD-14-CO-371

Agenda 2030 y también con las orientaciones europeas de sostenibilidad incluidas en la nueva Agenda del consumidor y en el Plan de acción de economía circular de la Unión Europea. Para decirlo sintéticamente, la economía circular es nuestra meta, es nuestro horizonte y desde la Dirección General de Consumo, en las competencias que tenemos, tenemos una parte del recorrido en la que podemos colaborar, y esos pasos son los que estamos dando.

Sintéticamente, los hitos principales en este ámbito de trabajo serían los siguientes. Por un lado, tenemos una línea de trabajo continuamente abierta respeto a campañas de sensibilización sobre pautas de consumo sostenible y responsable. En este sentido, tenemos un instrumento muy útil, que es el concurso escolar denominado Consumópolis, que este año está celebrando su XVI edición y que nos permite trabajar estos temas de consumo responsable y sostenible de una forma mucho más profunda y con mucho alcance, porque participan equipos de estudiantes y docentes de centros escolares de todo el país. La participación media es de once mil o doce mil estudiantes cada año. La temática de Consumópolis de este año es precisamente el consumo sostenible.

Por otra parte, dentro de nuestro objetivo de promocionar el consumo responsable y también de proteger a la infancia como colectivo consumidor vulnerable, estamos muy preocupados por la difusión de estereotipos sexistas en la publicidad y especialmente en aquella publicidad que va dirigida al público infantil. Por eso estamos trabajando con la industria juguetera en una actualización del Código de publicidad para evitar esa disfunción y esa promoción de estereotipos sexistas en esta publicidad de juguetes.

Un eje estratégico y básico dentro de esta línea de trabajo de promoción del consumo sostenible es la lucha contra la obsolescencia. Es un eje prioritario en el que estamos trabajando en el ministerio y en la Dirección General de Consumo. Estamos trabajando en una campaña de sensibilización sobre la obsolescencia; estamos también introduciendo en las modificaciones normativas que tenemos en curso unas mejoras notables tanto sobre las garantías como sobre la reparabilidad de los productos, que van en la línea también de mejorar y avanzar en términos de obsolescencia, y estamos también planeando implantar el etiquetado de índice de reparabilidad en aparatos eléctricos y electrónicos, que será clave tanto para informar a las personas consumidoras para que puedan tomar decisiones basadas en criterios de sostenibilidad —algo que, según sabemos, cada vez preocupa más a los consumidores y consumidoras españolas— como para generar estímulos positivos a la industria para adaptarse en esa necesaria conversión ecológica que tenemos pendiente.

Ya para acabar, me gustaría hacer algunas referencias muy rápidas a cómo estamos desarrollando la dinámica de trabajo en la dirección general y cómo es este tipo de dinámica desde la cual estamos abordando estos proyectos que he explicado hasta ahora. Trabajamos de una forma transversal, tenemos mucha relación con departamentos y ministerios del Gobierno de España, pero también en comunicación y colaboración constante con el sector privado y con organizaciones de la sociedad civil. Si sumamos las reuniones mantenidas con agentes o con organizaciones privadas, desde que tomé posesión me he reunido con veintiocho colectivos o personas, lo que hay que sumar que, por supuesto, mi interlocución prioritaria ha sido con las asociaciones de consumidores, y con ellas hemos mantenido veintiuna reuniones.

En otro orden de cosas, pero también dentro de este clima de trabajo constante diálogo y trabajo colaborativo, dentro del marco de cooperación institucional, el trabajo con las autoridades de consumo de las comunidades autónomas es nuestra referencia básica y más inmediata. Aquí puedo decir —es bastante grato poder hacerlo, la verdad— que en general el clima de cooperación y la dinámica de trabajo es bastante positiva y constructiva. Hemos mantenido hasta la fecha tres reuniones, convocatorias oficiales de la Comisión Sectorial de Consumo, pero también otras tres reuniones informalmente convocadas por motivos de urgencia con los directores y las directoras generales. Una la tuvimos al inicio mismo del estado de alarma. A mí no me había dado tiempo ni siquiera a presentarme a los directores y directoras generales y tuvimos esta primera reunión, improvisada y de reconocimiento, para ponernos en conexión frente al estado de alarma que se estaba abriendo. Tuvimos también una reunión informal para coordinar las acciones para la defensa de los derechos de los consumidores en materia de derechos de consumidores aéreos, que fue un tema muy crítico durante la gestión de la crisis sanitaria. Y tuvimos otra reunión informal, más o menos rápidamente convocada, el pasado verano, cuando en julio el Tribunal de Justicia de la Unión Europea sacó su sentencia sobre las cláusulas abusivas en entidades financieras. Además de estas seis reuniones, las tres convocatorias oficiales de la comisión sectorial y estas tres informales, hemos tenido, por supuesto, muchísimas reuniones de carácter técnico de las secciones de trabajo. He contabilizado del orden de veintiuna reuniones de ese tipo.

cve: DSCD-14-CO-371

Termino. Para ilustrar nuestra vocación —yo diría— genuina de impulsar la cooperación institucional con las comunidades autónomas en una materia como el consumo, sin la cual, sin una cooperación institucional positiva, no tenemos mucho recorrido que hacer, les pondré un par de ejemplos de proyectos que tenemos en curso y que estamos impulsando desde la dirección general. Por un lado, estamos trabajando para acordar un marco estratégico de consumo en la conferencia sectorial. El último aprobado cubrió el período 2006-2009 y estamos trabajando ahora en el siguiente. Y en segundo lugar —me he referido a ello antes brevemente—, estamos muy implicados en acordar en el seno de la conferencia sectorial, y después de la conferencia sectorial, mecanismos de cooperación que permitan mejorar la eficacia y la agilidad de la tramitación de expedientes sancionadores y reclamaciones cuando implican a varias comunidades autónomas. Es una dificultad histórica que estamos tratando de superar.

Hasta aquí creo que les he transmitido las claves fundamentales en esta panorámica necesariamente rápida —querría hacer una panorámica amplia de cuáles son las principales líneas de trabajo de esta dirección general— y quedo ahora a su disposición para cualquier tipo de comentario o pregunta que vean pertinente realizar.

Muchas gracias.

La señora **PRESIDENTA:** Muchas gracias.

A continuación, pasamos al turno de los portavoces por un tiempo de siete minutos, de menor a mayor, empezando por el Grupo Parlamentario Vasco (EAJ-PNV). Tiene la palabra el señor Agirretxea Urresti.

El señor **AGIRRETXEA URRESTI:** Gracias, señora presidenta.

Señora directora general, bienvenida. En nombre de mi grupo solamente en esta situación, como no podría ser de otra manera, la he escuchado y me parece que lo que usted ha dicho es oportuno. Era necesario que compareciera ante esta Comisión para explicar sus líneas maestras, aunque quizá podía haber venido un poco antes, pero, bueno, tampoco pasa nada. En cualquier caso, mi grupo no le va a plantear nada en concreto, no vamos a ir más allá de una perspectiva de líneas generales. Usted bien entenderá nuestra preocupación por la defensa de los consumidores. Siempre decimos que tanto el fuero como el huevo tienen la importancia que tienen. Por tanto, por mucho que desde la globalidad de la defensa de los consumidores se entienda como un desiderátum necesario y fundamental, ello no ha de ser óbice para que el marco competencial que corresponde a cada una de las instituciones —en este caso, su Gobierno— sea respetuoso con las competencias que corresponden en mi caso, por ejemplo, a Euskadi y a la Comunidad Autónoma de Navarra. Por tanto, primera cuestión. Espero y deseo por el bien de todos que la delimitación sea realizar de forma pacífica, como se ha hecho en la mayoría de los casos en esta materia, el cumplimiento de las obligaciones de cada estamento.

Segunda cuestión. Usted sabrá —no vamos a entrar al detalle porque, entre otras cosas, cuando compareció el ministro Garzón también se lo hicimos saber— que el tema del consumidor vulnerable ha sido el único elemento fundamental que desde su ministerio ha llegado a esta Comisión, al Pleno y a la Cámara. Era un formato un poco de rango, al cual nosotros votamos a favor, independientemente de que no estuviéramos de acuerdo en que en aquel proyecto de ley se incluyeran de matute cuestiones que poco o nada tenían que ver con el consumidor vulnerable, cosa que algunos grupos utilizaron precisamente para votar en contra del consumidor vulnerable alegando que de lo que se trataba era de permitir que los okupas camparan a sus anchas con toda la libertad, cosa que me parece que es una falsedad. Pero, en cualquier caso, no voy a entrar en ello. Por lo tanto, segunda cuestión, la defensa del consumidor vulnerable que verdaderamente lo sea y que tengan ustedes el rigor oportuno para que aquellas cuestiones que verdaderamente delimitan quién es el consumidor vulnerable y quién no lo es se lleven a cabo y se cumplan con rigor.

Sé que vamos a tener la preocupación —la tenemos todos, evidentemente, y vamos a tener una reunión más monográfica sobre el tema— por la defensa de los derechos de los consumidores en connivencia a su vez con la información necesaria que todos ellos tienen en materia alimentaria, por ejemplo. Es una de las cuestiones que tanto nos preocupan en esta Comisión y me gustaría que también pudiera adelantarnos algo sobre ello. Usted sabe que hay una preocupación sobre el etiquetado, sobre lo que ello está conllevando y sobre la situación de desazón que se está generando en muchas de las industrias alimentarias y también en algunos consumidores. Creo que la información veraz, rigurosa y necesaria es básica y fundamental, y ello no puede ser un problema, ha de ser una solución. Pero parece que en estos momentos está generando más problemas que soluciones.

cve: DSCD-14-CO-371

En nombre de mi grupo poco más añado, esperamos que usted cumpla con las cuestiones que le he planteado y nos dé las explicaciones oportunas. Le deseo la mejor de las suertes y la dedicación que necesita en esta materia.

Muchas gracias, señora presidenta.

La señora **PRESIDENTA:** Muchas gracias.

A continuación, por el Grupo Parlamentario Ciudadanos tiene la palabra el señor Díaz.

El señor **DÍAZ GÓMEZ:** Gracias, presidenta.

Muchas gracias, señora directora general, señora Medialdea, por su comparecencia. Consideramos algunas de las cuestiones que ha planteado muy interesantes, por ejemplo, el uso de fondos europeos en el CICC porque sabemos que ese laboratorio necesitaba una puesta a punto. Nos gustaría saber si nos puede dar algún detalle más o si conoce a qué va a ir destinada esa inversión exactamente, aunque ya digo que es una medida a aplaudir.

En mi grupo parlamentario, Ciudadanos, la concepción que tenemos del trabajo principal que tiene su dirección general y el ministerio en el que está es, aparte de la seguridad, la información para que los consumidores puedan elegir en libertad, pero bien informados. En muchas ocasiones esta información no es clara, y a esto me referiré más adelante con el etiquetado de alimentos, pero hay unas cuestiones que sí quiero comentarle con respecto al material sanitario. Por las circunstancias que se vivieron, sobre todo en los primeros compases de la pandemia, hemos visto que se han vendido test de detección del COVID-19 falsos o incluso estamos viendo ahora que se venden unos test ya con negativo y así puedes viajar. Hay un mercado negro de test con el resultado negativo. Querría saber si tienen pensada alguna acción o van a trabajar desde el ministerio contra esta venta y contra este mercado negro de test que te permiten viajar y desplazarte en fraude absoluto.

Hay otras cuestiones en este sentido, en la falsificación de productos sanitarios, que no solo han afectado a los test, sino que también la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios tuvo que emitir una advertencia frente a páginas web que prometían mascarillas, test, batas quirúrgicas o guantes a precio de coste, pero que realmente era un fraude. Evidentemente, el mal también se abre camino cuando ve una oportunidad en cuestiones así. Pero yo quería saber qué ha hecho el ministerio para hacer frente a estas prácticas, que, además, van a continuar. Ahora podemos estar ante un problema serio con el pasaporte COVID o con si se va a poder viajar o no con un test, y queremos saber si tienen pensado algo para ello.

También nos gustaría pedirle que estudien, por favor —ya se ha votado aquí—, la eliminación temporal del IVA aplicado a las mascarillas FFP2 y a los geles hidroalcohólicos de naturaleza biocida, porque ya sabe usted que son un producto esencial y que no tienen el IVA equiparable a un producto esencial. Una familia con cuatro miembros tiene que invertir mucho dinero, unos 250 euros al mes, solo en mascarillas. Por tanto, les insto a que faciliten a estas familias el acceso a estas mascarillas, que además sabemos que son más eficaces que las quirúrgicas, por ejemplo.

Mi siguiente cuestión es sobre la alimentación. Esta misma semana se ha aprobado una iniciativa de mi grupo parlamentario referente a Nutri-Score —llegamos a una enmienda transaccional, que apoyaron todos los grupos, menos uno que se abstuvo— que es buena para salvaguardar, a través de la dieta mediterránea, a nuestros productores, a la industria alimentaria española, de algunos absurdos que pueden derivarse de una interpretación muy estricta de Nutri-Score. ¿Qué hemos propuesto? ¿A qué instamos al Gobierno y, en concreto, a su ministerio con esta proposición? En primer lugar, a que se mantenga el carácter voluntario de la implantación del etiquetado nutricional frontal de los productos hasta alcanzar un acuerdo en el marco de las correspondientes negociaciones que estamos teniendo en la Unión Europea. Le adelanto que mi grupo parlamentario en Europa está trabajando mucho, y creo que bien —qué les voy a decir yo—, en este tema. Creemos que este asunto de Nutri-Score puede tener una trascendencia enorme en España y en otros países mediterráneos. En segundo lugar, a que dichos sistemas se adapten a la dieta mediterránea y a los productos con indicación geográfica y denominación de origen protegidos, recogiendo su indiscutible valor nutricional y lo que la comunidad científica ha analizado muchas veces sobre estos productos a los que le hago referencia, que está bastante alejado de lo que hoy el etiquetado podría mostrar sobre ellos. En tercer lugar, a que se realice una evaluación anual de los cambios y de los patrones de consumo de alimentos y de productos alimenticios que se puedan producir con motivo de estos sistemas de etiquetado. Por último, a llevar a cabo campañas de formación e información a las personas consumidoras, al objeto de que puedan realizar opciones de consumo más

cve: DSCD-14-CO-371

saludables y sostenibles. ¿Qué le pido? Que haga esto suyo. Lo hemos aprobado y el Grupo Socialista lo ha apoyado. Entiendo que hablaron con usted, pero la iniciativa era nuestra, del Grupo Parlamentario Ciudadanos, y yo quería incidir en la necesidad y en la importancia de acometer este punto.

Termino con la siguiente cuestión. Creo que estamos infrautilizando el etiquetado ecológico. Hay muchas posibilidades a la hora de informar, por ejemplo, de la trazabilidad de algunos productos. Está claro que el caso de los huevos es un caso paradigmático, porque el mercado y las personas se inclinan por coger unos huevos de unas características.

¿Tengo que ir terminando ya, presidenta?

La señora **PRESIDENTA:** Tiene que terminar, señor portavoz, sí.

El señor **DÍAZ GÓMEZ:** Termino.

Si utilizamos el etiquetado ecológico con más avidez, podremos hacer que lo que sucede con los huevos suceda en otros productos, como las carnes o productos derivados de la ganadería intensiva.

La señora **PRESIDENTA:** Señor portavoz, le ruego una última frase.

El señor **DÍAZ GÓMEZ:** Si el consumidor conoce cómo ha vivido y cómo ha sido sacrificado un animal, podríamos mejorar en esta materia.

Gracias por su generosidad.

La señora **PRESIDENTA:** Muchas gracias.

A continuación, por el Grupo Parlamentario Plural, tiene la palabra la señora Cañadell.

La señora **CAÑADELL SALVIA:** Gracias, presidenta.

Buenas tardes, señora Medialdea, y gracias por su exposición de las líneas generales de su departamento. En su comparecencia ha hablado de modificar el régimen sancionador del consumo, a instancias de la Unión Europea, y nos gustaría que nos lo pudiera especificar, porque lo ha dicho de forma genérica, pero no ha entrado en el detalle.

También ha hablado en su exposición de tres objetivos. El segundo era la defensa de intereses de personas consumidoras, y supongo que dentro de ellas están las mujeres de forma genérica. Me gustaría hablar de la reducción del IVA de los productos de higiene personal, como pueden ser las compresas o los tampones, productos básicos a los que, a lo largo de la vida, tenemos que dedicar un presupuesto, y en España están gravados con el IVA del 10 %, el mismo impuesto de tiene ir al bar a tomarse un café o al cine, cuando estas actividades son de naturaleza optativa. En cambio, las compresas no son de naturaleza optativa; son un producto de primera necesidad, material higiénico que facilita la vida de las mujeres.

En 2018 la ministra de Hacienda, María Jesús Montero, anunció, en una comparecencia en el Senado, que el IVA que soportan los productos de higiene femenina pasaría del 10 % al 4 %. También lo anunció el presidente del Gobierno, el señor Pedro Sánchez, que los productos de higiene íntima pasarían a formar parte del epígrafe del IVA superreducido, el mismo que grava artículos de primera necesidad como puede ser el pan, la leche, las frutas o los huevos.

En la tramitación de los presupuestos generales de 2019, el Gobierno socialista apostó por una rebaja del IVA del 10 % al 4 %. La ministra María Jesús Montero consideró en aquella ocasión que eran impuestos discriminatorios con las mujeres. Sin embargo, las cuentas públicas no consiguieron ser aprobadas y el plan quedó en papel mojado. En los presupuestos vigentes de 2021, el Gobierno de coalición no incluye esta rebaja. Creo que no existe justificación alguna para que en España la Viagra tenga un IVA del 4 % y las compresas sigan con el 10 %.

Las preguntas son: ¿Por qué motivo no ha incluido el Gobierno esta reducción del IVA en los Presupuestos Generales del Estado de 2021, cuando sí lo hizo en el proyecto del presupuestos de 2019 y cuando se había comprometido públicamente a hacerlo en varias ocasiones? ¿Cómo justifica el incumplimiento del compromiso de la reducción del IVA? ¿Piensa el Gobierno impulsar la reducción del IVA a estos productos en un futuro próximo?

Por otra parte, la lucha contra la tasa rosa; existe un coste adicional para mujeres en diversos productos, como pueden ser los perfumes, los geles, los champús, desodorantes o incluso en productos destinados a niñas, a diferencia de los productos destinados a niños. La ONU ha pedido eliminar la tasa rosa porque dificulta el empoderamiento de las mujeres y de las niñas. ¿Qué medidas va a tomar el Gobierno para desactivar la tasa rosa?

cve: DSCD-14-CO-371

Y para finalizar, la rebaja del IVA de los pañales infantiles. Esto hoy va de IVA y de rebaja; otro básico de higiene que se usa a diario en los tres primeros años de vida, gravados con el 21 %. ¿Piensa el Gobierno reducir el IVA de los pañales infantiles y para adultos del 21 % al 4 %?

Gracias.

La señora **PRESIDENTA:** Muchas gracias.

A continuación, por el Grupo Parlamentario Republicano, tiene la palabra la señora Vallugera.

La señora **VALLUGERA BALAÑÀ:** Buenas tardes.

Gracias por su comparecencia. Yo empiezo pidiéndole, para que se enmarque cuál es mi situación de entrada con su ministerio, que, por favor, se lea los artículos 123 y 157 del Estatuto de Autonomía de Cataluña, porque todo lo que usted me ha relatado son competencias atribuidas a la Generalitat de Catalunya, dejando a un lado la coordinación de las diferentes autonomías y la vinculación con la Unión Europea, y de eso último también podríamos hablar. Por tanto, me parece todo muy bien, pero creo que se están metiendo en competencias que no les son propias. Es comprensible, pero les agradeceríamos que actuasen más en la vía que comentaba la señoría Cañadell, porque eso sí lo hemos pedido, y es de ámbito estatal, unos cientos de veces.

No voy a repetir todo el discurso respecto del IVA de las compresas y de las necesidades respecto a los productos de higiene íntima femenina, pero sí que le voy a sugerir, por ejemplo, que empleen parte de sus recursos en hacer un estudio interesante a nivel estatal sobre la pobreza menstrual. Es decir, trasladar esto al impacto que tiene en la economía doméstica de las familias y cómo contribuye a empobrecer sistemáticamente a las familias cuyo principal aportador es una mujer o son monomarentales. Esto por una parte.

Me interesa también mucho el tema de Nutri-Score, efectivamente, pero sobre todo su traslación a la publicidad. Querríamos saber cómo está este tema, si ustedes, que entiendo que están manteniendo conversaciones con las empresas anunciantes y con los medios interpuestos, tienen alguna propuesta y si pueden garantizar que será finalmente Nutri-Score el que determine cómo puede publicitarse en los medios, como radios, televisiones, etcétera.

No entraré en temas de juego, porque entiendo que no son de su competencia, pero en lo que tiene que ver con la definición de consumidores vulnerables y con la economía circular, con ese planteamiento —ahora sí— ideológico, quiero decir que lo compartimos completamente. Entonces, quisiéramos saber cuál es la posición del ministerio respecto de la necesaria regulación de los alquileres y de la negativa de una parte del Gobierno respecto de esa posibilidad. Quisiéramos saber en qué sentido se manifiesta su ministerio y qué medidas van a tomar en caso de que eso no sea posible, porque era uno de los pactos de investidura y necesitamos saber si se mantiene o no se mantiene.

Finalmente, ha habido dos sentencias importantes en el tema de las cláusulas hipotecarias, pero uno de los últimos temas tenía que ver con el IRPH, es decir, para entendernos, con el índice intercajas en aquel momento. Parece ser que la sentencia del Tribunal Supremo cerraba la puerta a las acciones colectivas y a que se devolviera ese diferencial de un índice que ya no existía, porque se dejó de hacer cuando se produjo la transformación de las cajas en bancos, pero que se ha ido manteniendo y que además no cumplía las características que en el momento de la contratación se suponía que lo definían. Es decir, más estabilidad, menos flexibilidad que el euribor, aunque teóricamente sí asumía las diferencias del euribor con un poco más de tiempo, pero se ha visto que eso no se ha cumplido. ¿Cuál es el posicionamiento de su ministerio? Porque en este ámbito competencialmente solo pueden entrar ustedes. Me gustaría saber qué elementos de protección de los consumidores tienen planteados o si han hecho algún estudio sobre el tema.

Termino. Vamos a tener el segundo verano en pandemia. Todavía no sabemos cómo se van a articular las celebraciones de eventos, de grandes conciertos. El año pasado les hicimos una propuesta para que flexibilizasen el tema de los bonos, del cambio de entradas y la no devolución necesariamente de los importes para intentar ayudar a los promotores de este tipo de espectáculos. Nos dijeron que esto chocaba un poco con la propia legislación que la Unión Europea había hecho respecto de las aerolíneas y no acabamos de saber cómo terminó la cosa. Entonces, de cara a este año, si es que eventualmente tampoco pueden celebrarse esos conciertos, querríamos saber cómo se terminó la primera negociación y qué intenciones tienen de cara a este 2021.

Muchas gracias.

cve: DSCD-14-CO-371

La señora **PRESIDENTA:** Muchas gracias.

A continuación, por el Grupo Parlamentario Confederal de Unidas Podemos-En Comú Podem-Galicia en Común, tiene la palabra la señora López Domínguez.

La señora **LÓPEZ DOMÍNGUEZ:** Gracias, presidenta.

Bienvenida, señora Medialdea. Gracias por comparecer en esta Comisión. Debido a la multiplicidad de ámbitos con efectos en la vida de las personas que concierne a su actividad como directora general, permítame que me retrotraiga, como han venido haciendo mis compañeros, a distintos tiempos que aparentemente no tendrían nada que ver entre sí si no fuese, como ya he comentado, porque tienen una incidencia directa en el desarrollo de nuestra vida cotidiana.

En primer lugar, quería preguntarle por los planes que tiene la dirección general respecto a una reclamación que desde hace tiempo se viene haciendo desde distintas asociaciones de ámbito tanto nacional como europeo. Me refiero, como se puede imaginar, al derecho a reparar, que tiene mucha relación con la economía circular, que usted ya ha apuntado como prioridad de la Dirección de Consumo. Todos sabemos que no solo, por ejemplo, una lavadora se rompe en el peor momento, cuando tienes montañas de ropa para lavar y encima ese mes ya no llegabas a final de mes, sino que también sabemos que estos aparatos están pensados para que se rompan más pronto que tarde y para que su reparación sea imposible o bien muy difícil. Esto genera un montón de residuos electrónicos. De hecho, existen informes que apuntan a que en los últimos cinco años la cantidad de residuos electrónicos ha aumentado en un 21 %. Querría saber, si es posible, qué planes tiene su dirección sobre este asunto.

Asimismo, aunque no solo, sino también por la importancia que han ganado en nuestras relaciones de consumo, en nuestras economías, las multinacionales, que han hecho que se perdiera esa relación de proximidad que teníamos con las tiendas de barrio, han proliferado y son una realidad los servicios de atención al cliente, a los que usted también ha hecho referencia. Hasta el momento —a saber, por la presión que ejercieron en su momento las entidades financieras, los bancos— se ha perdido la oportunidad de tener una ley de atención al cliente que fuera de calidad y respetara los derechos de las personas consumidoras. Ustedes ya han hecho un gran avance, al que usted también se ha referido, que es la supresión de los 902 de pago, pero me gustaría pedirle si por favor puede profundizar un poco en sus prioridades en este asunto, qué acciones están desarrollando.

Yo soy consciente de que lo que le voy a preguntar ahora no es una competencia exacta de su dirección, pero ustedes pueden tener cierta incidencia, al menos en la orientación a las instituciones competentes. Antes he hecho referencia a las entidades financieras, a los bancos, y esto es de lo que le voy a hablar, porque en 2014 se aprobó la Directiva europea 2014/92, que en su trasposición en el ordenamiento jurídico español supuso que los bancos tuviesen que ofrecer de manera gratuita a todas estas personas que se encuentran en riesgo de exclusión financiera o riesgo de exclusión social las llamadas cuentas básicas, que dan derecho a tener una tarjeta de débito, a hacer transferencias y, lo más importante, a poder recibir cantidades de dinero, ya sea por prestaciones, por subsidios o por trabajo y a disponer de pago mediante servicios bancarios a los suministros básicos. Lo que sabemos que está pasando es que los bancos —esto lo sabemos por los trabajos que están haciendo, por ejemplo, asociaciones como Red Acoge— ponen trabas, ponen problemas y no están dando este servicio a personas, por ejemplo, que se encuentran en nuestro país bajo el derecho de asilo ni a personas que tienen pocos recursos o a las que les faltan completamente los recursos económicos. Esto supone un gran problema para las personas porque, si ya están en una situación de vulnerabilidad, esto hace que su situación empeore. Nos gustaría saber qué orientaciones tiene su dirección general, aunque somos conscientes de que se requiere una acción coordinada e interesada de muchos organismos. Por último, querría solicitarle más información y pedirle que profundizara sobre uno de los temas a los que usted ya ha hecho referencia. Dentro del primer apartado, usted ha hablado de la web de reclamaciones. Esta es una actuación que por sí sola se ve que es muy útil, pero me gustaría que nos explicara, si dispone de datos, cuál ha sido el tráfico de esta web durante la pandemia y también con posterioridad.

Para acabar, si me lo permite, me gustaría expresar un reconocimiento a la buena labor que han hecho con la gestión de las mascarillas, y no solo con la guía de uso, a la que usted ha hecho referencia y que creo que era necesario y pertinente desarrollar, sino también por la adecuada y acertada actuación en materia del límite de precio de las mascarillas, porque a pesar de que se ha hecho mucho populismo con la bajada del IVA, todos sabemos que sin el límite de precio, la bajada del IVA no se hubiese convertido

cve: DSCD-14-CO-371

en una bajada de precio para los bolsillos de las personas consumidoras, sino que es posible que se hubiese convertido en una ganancia para las empresas sin que bajase el precio.

Esto es todo. Reitero mi agradecimiento por su comparecencia.

Muchas gracias.

La señora **PRESIDENTA:** Muchas gracias.

A continuación, por el Grupo Parlamentario VOX, tiene la palabra el señor Rodríguez Almeida.

El señor **RODRÍGUEZ ALMEIDA:** Muchas gracias, señora presidente.

Muchas gracias, señora Medialdea García, por su comparecencia. Permítame comenzar con una cuestión previa que me he visto obligado a plantear a los responsables del Ministerio de Consumo desde que su titular, el ministro Garzón, en su primera comparecencia, del 27 de febrero, alardeara de su condición de afiliado al Partido Comunista. Como Estado miembro de la Unión Europea supongo que usted sabrá que tenemos que acatar y dar cumplimiento a la Resolución del Parlamento Europeo del 19 de septiembre de 2019, sobre la importancia de la memoria histórica europea para el futuro de Europa, que en su punto sexto condena toda manifestación y propagación de ideologías totalitarias, como el nazismo y el estalinismo, en la Unión Europea, y en su punto decimoséptimo expresa su preocupación por el hecho de que se sigan usando símbolos de los regímenes totalitarios en la esfera pública y recuerda que varios países europeos han prohibido el uso de símbolos nazis y comunistas. En este sentido, le pregunto: ¿se declara usted también comunista? Si así fuera, ¿cómo cree que el Reino de España puede dar cumplimiento a la condena del comunismo, si los comunistas asumen responsabilidades de Gobierno?

En cuanto a las líneas generales de su departamento, que nos ha expuesto, tengo que llamar su atención por lo que podría ser considerado por varios grupos de esta Cámara como una gran falta de sensibilidad por su parte al haber hablado solo de los consumidores y las consumidoras y haber ignorado a «les consumidores». Hasta ahora habían salvado la situación cambiando la referencia a los consumidores por el término de «persona consumidora». En este sentido, me veo en la obligación de preguntarle si su Dirección General de Consumo mantendrá la nueva terminología de persona consumidora o si tienen previsto volver a cambiar la terminología para adaptar toda su documentación y referencia al denominado por algunos grupos parlamentarios como lenguaje inclusivo.

Se ha referido al principio de su intervención al consumo de nuevos productos a los que no estábamos acostumbrados y cuya regulación ha calificado como insuficiente, por lo que fue necesaria una política que usted ha denominado de escudo social. Entre ellas, ha citado la intervención de precios máximos de mascarillas higiénicas y geles hidroalcohólicos. Estoy seguro de que disfrutarían con esa intervención del mercado, pero parece que todavía no han reconocido el error que supuso dicha intervención, agravando el problema de desabastecimiento de mascarillas en un momento crítico donde todos los Estados pugnaban por hacerse con mascarillas suficientes para proteger a su población y en la que el Gobierno socialcomunista de España demostró su más absoluta incompetencia y desconocimiento de la vida real y de las reglas del mercado, dejando desprotegidos a los españoles y, especialmente, a nuestros médicos y sanitarios, precisamente, cuando más falta hacían. Usted es doctora en Economía, por lo que le agradecería que me explicara a qué están esperando para reconocer el daño que causaron en la salud de los españoles y si tienen previsto enmendar la deriva de políticas económicas bolivarianas que solo nos llevarán a la ruina y al desabastecimiento de los productos básicos.

Y por ahondar en el tema de las mascarillas, aprovecho para recordar que todos los grupos parlamentarios de izquierdas se han opuesto a la petición del Grupo Parlamentario VOX para que sea el Estado el que financie las mascarillas que él mismo obliga a usar y que supone la mejor medida preventiva hasta la administración de la vacuna. Eso sí que sería un escudo social efectivo.

Se ha referido usted también a la guía para informar a los consumidores sobre el uso de las mascarillas. En la guía «Qué debes tener en cuenta al comprar una mascarilla», del 6 de mayo de 2020, únicamente se señala que en la protección contra la COVID-19 se recomienda el uso de mascarillas EPI FFP2. ¿No cree que es inconsistente con las recomendaciones actuales del ministerio? En el mismo documento se dice que el marcado CE seguido de cuatro números asegura que el producto cumple con la legislación; la referencia a la norma UNE-EN 149 asegura el cumplimiento de un estándar de calidad. Sin embargo, en la página 10 se pregunta: ¿me protege una mascarilla higiénica sin garantía UNE? Y se contesta: que no tenga referencia a una especificación UNE no significa que no proteja frente a la COVID-19. Esto es una obvia contradicción que podría suponer una exposición sin protección a la enfermedad. ¿Piensan corregirla? Porque ha pasado

cve: DSCD-14-CO-371

ya un año y entendemos que han tenido tiempo suficiente para corregirlo. Por lo tanto, en el Grupo Parlamentario VOX no consideramos que hayan sido diligentes en la actualización de la información a los consumidores sobre el uso adecuado de las mascarillas.

Con respecto al etiquetado Nutri-Score, han provocado un desastre sin ninguna necesidad. Se trata de un etiquetado no obligatorio cuya propiedad pertenece a Francia, que penaliza productos de nuestra dieta mediterránea tan saludables y tan importantes para nuestro sector primario como el aceite de oliva y el jamón ibérico. Y todo esto cuando a nivel europeo se está trabajando en un etiquetado armonizado para toda la Unión Europea, que sustituirá a los etiquetados que hayan adoptado los Estados miembros. Por estas razones, desde el Grupo Parlamentario VOX hemos pedido la paralización de la implementación del etiquetado Nutri-Score. ¿Es consciente del daño que supone esa falta de previsión y de sentido común para nuestro sector primario y para toda la industria agroalimentaria?

Preparando mi intervención para esta comparecencia, he encontrado algunas noticias que no tienen nada que ver sobre su departamento. Hablaba usted sobre el reparto a domicilio y mostraba una preocupación sobre la contaminación y la brecha digital, y acaba sugiriendo que se grave con un nuevo impuesto. ¿Le parece razonable gravar el reparto de la última milla precisamente cuando se ha promocionado continuamente el comercio de proximidad, también llamado consumo de kilómetro cero, por la menor contaminación que representa eliminar el transporte de largo recorrido?

Muchas gracias. **(Aplausos).**

La señora **PRESIDENTA:** Muchas gracias.

Por el Grupo Parlamentario Popular, tiene la palabra la señora Riolobos Regadera.

La señora **RIOLOBOS REGADERA:** Buenas tardes. Gracias, señora presidenta. Gracias, directora general de Consumo, señora Medialdea.

Quiero, en primer lugar, como siempre, tener un recuerdo para todas las familias de las más de 150 000 personas que han fallecido en nuestro país por el COVID y un recuerdo especial también a los 3,4 millones de contagiados.

Señora directora general, tengo que decirle que llega usted tarde, lo digo porque llega después de dieciséis meses de Gobierno; llega no tarde, llega tardísimo. Pero es que, además, nosotros se lo pedimos en el mes de mayo de 2020, es decir, que llega con once meses de retraso desde que se lo pedimos para que nos informara sobre qué medidas iba a adoptar en relación con el COVID. Es verdad que ha necesitado usted casi un año para aprender porque llegó a esta dirección general sin tener ningún experiencia ni conocimiento en materia de consumo, dentro de los veintidós directores generales que el Gobierno ha excepcionado para poder nombrar porque no son funcionarios de carrera y mucho menos del ministerio correspondiente.

La gestión de su dirección general es lamentable y la gestión del ministerio es decepcionante, y le voy a explicar por qué. Mire, el daño que han causado ustedes a los consumidores es irreparable y le voy a dar solo tres indicadores: uno, el IVA de las mascarillas; dos, las subidas de precios; y tres, la subida de impuestos, donde ustedes no han hecho absolutamente nada. El escudo social del que ustedes hablan es una broma socialcomunista; digo una broma y le voy a explicar por qué. ¿Sabe usted el sablazo que ha permitido que se dé a los consumidores españoles, a los 47 millones de españoles, durante 2021? Pues, para empezar, de 4000 millones de euros y ahora se lo voy a explicar, y usted, como responsable de la protección de los derechos de los consumidores, ¡no ha dicho nada! Ni usted ni su ministro, claro, ninguno de los dos, porque están a otras cosas que no tienen nada que ver con las tres cosas que usted ha dicho aquí que son sus competencias en materia de consumo y de protección de los consumidores.

Me ha sorprendido en el tema de las mascarillas porque se ha dedicado a hablar de las mascarillas higiénicas. ¡Pero si usted no ha regulado el precio de las mascarillas higiénicas, no, no, ha regulado el precio de las mascarillas quirúrgicas! ¿Es que no saben diferenciarlas en el Ministerio de Consumo? La suya es higiénica, la mía es FFP2 y alguna de las que hay por aquí será quirúrgica, como la de la presidenta de la Comisión. Ustedes han regulado el precio de las quirúrgicas, no de las higiénicas, y han confundido al consumidor con esa guía y con lo que ha dicho su ministro en materia de mascarillas. ¡Pero cómo puede decir que las FFP2 no se podían usar por los consumidores cuándo son las de máxima protección, las que protegen en un 91 % de la recepción de las partículas y de los aerosoles que hay en el ambiente! ¿De verdad usted cree que lo han hecho bien? ¡Es un desastre! Ustedes han contribuido a la transmisión por lo mal que lo han hecho en materia de mascarillas. Además, no han querido que sean gratuitas para los más vulnerables. No han controlado el precio de las FFP2 y de las higiénicas, algo sobre

cve: DSCD-14-CO-371

lo que usted ha estado hablando. Ha permitido que se vayan a recaudar por parte del Gobierno 800 millones de euros en concepto de mascarillas. ¡Pero cómo pueden ustedes pensar en el precio de una mascarilla que vale 2 euros cuando hay familias que tienen que elegir entre la leche y la mascarilla para poder protegerse! Es un producto de primera necesidad y obligatorio. Es la primera vez en la historia que hay un producto de esas características en nuestro país. ¿En plena pandemia, con miles de muertos y millones de contagiados vienen ustedes aquí a hablar de escudo social cuando en concepto de IVA van a recaudar 800 millones? Y no he contado lo que van a recaudar en concepto de IVA de hidrogeles y, por ejemplo, de otros tipos de productos que son importantes.

Tampoco ha dicho nada de la subida de la luz. La luz es un elemento básico para las familias. Subió en el mes de enero de una forma brutal y no dijeron nada; subió en el primer trimestre de 2021 de una forma brutal y no han dicho absolutamente nada. Se va a poner un nuevo recibo de la luz a partir del mes de junio y no ha dicho usted nada, al igual que ha subido el gas y ha subido el butano. Han subido ustedes, su Gobierno, su ministro un 11 % el IVA de las bebidas. Es decir, ¿empieza su ministerio señalando al turismo y luego les sube a los bares y a los restaurantes, que tienen en este momento una problemática enorme, un 11 % el IVA de las bebidas azucaradas? Son 400 millones de euros más. Además, suben un 8 % los seguros, es decir, que las familias que tienen que pedir una hipoteca y hacer un seguro se los suben un 8 %, al igual que suben el 8 % el seguro del coche y el de la vivienda. ¿Y así apoyan ustedes a las familias y a los consumidores? 455 millones de euros, además de un sablazo entre bebidas y seguros de 855. Pero es que hay más, es que ustedes han puesto la tasa Google, 1000 millones de euros. ¿Quién cree usted que va a pagar esos 1000 millones de euros? Los consumidores, si todo eso se repercute al final en el consumidor. ¿Y saben qué han puesto en marcha? La tasa Tobin, que son 850 millones de euros que van a sacar ustedes también del bolsillo de los consumidores porque, al final, como he dicho, se repercute todo en el bolsillo del consumidor. El sablazo total es de 4000 millones de euros. ¿Es ese el escudo social que ustedes han puesto? ¡Un desastre, un desastre! Pero es que, además, no nos ha dicho nada de Dentix, con 100 000 consumidores afectados; no nos ha dicho nada, solo generalidades. ¿Qué ha pasado con los viajes combinados? ¿Qué ha pasado con todos los viajes? ¿Qué han hecho ustedes tanto cuando se produjeron las cancelaciones durante la pandemia como cuando se produjeron todas las cancelaciones en Barajas y en los ferrocarriles por Filomena? Ha hablado de manera genérica de estos temas, pero no ha dado ni un dato, solo generalidades. ¡Que después de dieciséis venga aquí a contar generalidades, señora directora general! Traiga usted algún dato. Y encima se confunde y está hablando de mascarillas higiénicas cuando lo que usted ha regulado son las mascarillas quirúrgicas y no las higiénicas y los hidrogeles.

Además, usted permitió una campaña que tenía que haber abierto expediente a su propio ministerio: la sal mata. Pero, hombre, ¿cómo que la sal mata? Yo no voy a hablar aquí de alimentos porque sé que no es de su competencia, sino de la directora general de la Aesan, a la que llevamos también un año pidiendo que comparezca y no ha venido todavía. Tampoco ha dicho nada de las tarjetas revolving; de la obsolescencia programada ha dicho algo, pero también generalidades. En cuanto a las telecomunicaciones, oiga, el Observatorio de Internet —el Gobierno socialcomunista lleva casi tres años— ustedes lo pararon; lo puso en marcha la Aecosan cuando gobernaba el Partido Popular. ¿Usted cree que es razonable que en un momento en el que se ha incrementado de forma espectacular el comercio electrónico —y aquí hay portavoces que han hablado del mercado negro de mascarillas, de test, y de otros productos— se haya paralizado este observatorio? Dice: Lo vamos a poner en marcha. Bueno, pues sepa que esa era una propuesta del Partido Popular, a través de la Aecosan, y que en realidad debería haber estado funcionando durante todo este tiempo.

Y luego en el tema del consumidor vulnerable, que usted se apunte ese tanto cuando ha permitido que lo que debería haber sido una modificación completa del texto refundido de la Ley General de Consumidores y Usuarios —incluyendo las directivas que hay que trasponer, el 902, el servicio de atención al cliente y todas los temas que hay pendientes en este momento porque la normativa básica de 2007 ha cambiado por completo la forma de consumir y del consumidor— se convierta en un real decreto que se transformó en proyecto de ley, donde lo único que hace es incluir en la disposición adicional última —por cierto, el Tribunal Constitucional ha admitido a trámite nuestro recurso de inconstitucionalidad— que se pueda de alguna manera okupar las viviendas sin que haya ningún problema.

La señora **PRESIDENTA:** Señora Riolobos, tiene que terminar.

cve: DSCD-14-CO-371

La señora **RIOLOBOS REGADERA:** Su gestión, desastrosa; la gestión de su ministerio, desastrosa; la protección a los consumidores, cero. Y le digo cero porque nos van a dar un sablazo de 4000 millones de euros y encima en el tema básico, que es el uso de mascarillas, lo han hecho mal en la guía y lo han hecho peor por las cosas que ha estado diciendo el ministro de Consumo. En realidad, señora directora general, trabajen en un poquito más, preocúpense más de los temas que importan y preocupan a los consumidores y a las familias, en lugar de tanta verborrea de escudo social que, al final, se traduce en nada de nada.

Muchas gracias. **(Aplausos).**

La señora **PRESIDENTA:** Muchas gracias.

Por el Grupo Parlamentario Socialista, tiene la palabra el señor Ortega.

El señor **ORTEGA DOMÍNGUEZ:** Gracias, presidenta. Buenas tardes, señorías.

Bienvenida, directora general. Ha podido comprobar lo afable que es la Comisión y el buen ambiente que se respira por momentos. **(Risas).** Le doy la bienvenida; esperemos que vayamos reconduciendo el tema.

Ha oído que le han dicho que llega tarde; bueno, a lo mejor, pero seguramente mucho más rápido que la comparecencia de la Dirección General de Consumo en tiempos del PP, que se suprimió. Ahora usted puede venir y responder. Ha visto que este es un ámbito —y lo sabe usted— muy transversal. Se ha hablado principalmente de cuestiones de Hacienda, se ha hablado incluso de cuestiones territoriales —yo no creo que desde el Ministerio de Consumo se pretendan sustituir las competencias de las comunidades autónomas, pero sí apoyarlas y coordinarse con ellas—, se ha hablado incluso —por quien no tiene nada que decir de consumo— de comunismo. Teniendo gente en sus filas que firman cartas a favor de Franco, les preocupa mucho el comunismo, luego no les preocupa nada la materia de consumo.

Se han hecho algunas críticas al tema de las mascarillas; hay alguna que no se ha hecho —parte del disco rayado no se ha seguido hoy—, por ejemplo, la crítica a que no existía guía, porque ha dicho usted que existía una guía, incluso se ha discutido aquí si la guía tiene errores o no; con lo cual, si tiene errores, por lo menos existe. Se ha hablado también del IVA de las mascarillas, como he dicho. No se ha hablado del copago farmacéutico, que eso sí lo ha quitado este Gobierno; de eso no se habla, eso parece que protegía mucho a los consumidores. Seguramente, ahí no tienen que elegir entre la leche y el medicamento; el copago era magnífico. Se ha dicho que usted no ha hablado de Dentix, pues es verdad. Ha hablado de muchas cosas, igual no ha hablado de Dentix. Tampoco ha hablado de Funnydent, iDental, Dental Line y Vitaldent, y algunos de estos fraudes, entre otros muchos, se dieron en época del Partido Popular y no se movió un dedo, normativamente hablando, al respecto.

Entrando en la comparecencia y en los temas de consumo, que creo que ha habido unos cuantos más allá de las cuestiones transversales, hablando del tema del consumo seguro ha mencionado los productos alimentarios e industriales. Le sugiero que se avance en cuestiones de transparencia, que no hemos tenido hasta el momento; que se conozca, cuando hay una retirada de alimentos o algún tipo de fraude, a los responsables e incluso las sanciones que se les pone desde la Administración, que los consumidores lo sepan y sea un acicate para que las empresas no repitan. Lo digo porque hay ocasiones en las que los servicios de consumo —ya sé que eso es competencia autonómica, pero habría que intentar coordinar la cuestión y avanzar por ahí— dicen a los denunciantes que no son parte en un procedimiento de expediente sancionador, con lo cual no conocen la sanción. Habría que intentar mejorar esa cuestión.

Ha hablado también usted del Observatorio de Internet. A mí me parece un tema absolutamente fundamental y se ha tratado poco aquí por sus señorías. El aumento de la compra *online* y las reclamaciones en esta materia necesitan que se profundice en esta cuestión. Hay mucha frustración en el consumidor cuando ve que no puede reclamar a alguien al que ha comprado algo por Internet porque no tiene sede en España. Por eso hay que informar mucho al consumidor porque tiene difícil solución. Lo uno esto a la capacidad sancionadora. El consumidor quiere una solución más que una sanción a la empresa y esto hay que trabajarlo mucho y no es fácil. Quizá habría que potenciar el Centro Europeo del Consumidor, que tuviera más capacidades de las que realmente tiene. Eso en el ámbito europeo podría ayudar. Se ha hablado también del arbitraje. Efectivamente, hay que dotar al arbitraje de recursos económicos. Y está la cuestión de las juntas municipales, que tienen poca armonización. Hay juntas municipales de municipios pequeños que funcionan magníficamente y municipios grandes que, sin embargo, no tienen juntas arbitrales. Quizá habría que mancomunar determinadas zonas en las que pudieran establecerse juntas locales mancomunadas para aprovechar los recursos de las diferentes

cve: DSCD-14-CO-371

entidades locales. Podría ser una solución para intentar armonizar lo más posible. El tema *online* reduciría muchísimo los gastos —sería muy positivo— y algunas cuestiones se han llevado en esta línea.

En relación con el objetivo de la defensa de las personas consumidoras vulnerables, la casuística es absolutamente amplia. Evidentemente, hay que desarrollarla y concretarla, incluso —le sugiero— con medidas de colaboración con las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado en algunas cuestiones, como estafas del gas o estafas *online*, que requieren de estos servicios. Hasta ahí llega la casuística en estos temas.

Se habla también de la atención al cliente. Fíjese si es transversal este tema, que ya lo estudiaba Marvin Harris hace cuarenta años en Estados Unidos. Decía que parte de esta cuestión, de la falta de atención al cliente, es la precariedad de los trabajadores, la falta de identificación de los trabajadores con su empresa y de que la empresa tenga un sello de calidad. En los últimos días estamos asistiendo a ERE de algunas empresas, de entidades financieras. ¡Imagínense lo que pueden querer los trabajadores y las trabajadoras de esas empresas que su empresa tenga un sello de calidad! Eso ocurre. Fíjese lo transversal que es esta materia. Pero también hay empresas que dificultan a propósito las reclamaciones y por ahí hay que avanzar. Se puede trabajar en el tema de las reclamaciones *online*, en las cuales ni siquiera dan un justificante. En ese sentido, con respecto a esas empresas que dificultan las reclamaciones, le preguntaría si se valora graduar sanciones a las empresas según la carga de trabajo que le suponen a la Administración, porque muchas veces la Administración sustituye a los servicios de atención al cliente. Hablo del tema de las telefonías, por ejemplo, que puede ser el más llamativo. Y también creo que es necesario —es otra propuesta— unificar, armonizar el tema de las hojas de reclamaciones —que es competencia autonómica— y prohibir las hojas internas de las empresas, que a lo único que llevan es a confusión. Va desde entidades financieras hasta la propia Renfe, que nos deja hojas internas y eso luego no tiene la validez ni los plazos ni la reglamentación de los decretos de reclamaciones.

En cuanto a las entidades financieras, otra propuesta es mejorar los trámites innecesarios, como el del defensor del cliente en bancos y seguros. Realmente, si tengo que hacer una primera reclamación a la entidad financiera y luego al defensor del cliente, que teóricamente es independiente, pero está a sueldo o sufragado por la empresa, lo único que está haciendo es demorar la reclamación, porque el porcentaje de veces en las que el defensor del cliente enmienda la plana la empresa es bastante bajo. ¿Y cuál es el siguiente paso? El servicio de reclamaciones del Banco de España. Y el servicio de la Dirección General de Seguros también hay que reforzarlo para intentar cumplir con los plazos, porque, evidentemente, los plazos demorados frustran al consumidor. Quizá habría también que intentar buscar fórmulas que penalicen ir a juicio. Si una empresa, una entidad financiera obliga en un caso claro con jurisprudencia a un consumidor a ir a juicio, tiene todo el derecho del mundo, pero luego en una sentencia se puede acreditar una infracción en materia de consumo y quizá se podría sancionar y que fuera un elemento para que la entidad financiera se pensara ir a juicio. Algo se ha hecho en esta cuestión.

En cuanto al apoyo al asociacionismo, recientemente hemos debatido una PNL para fomentar el conocimiento en la sociedad de estas asociaciones y diferenciarlas de las OMIC. Las asociaciones van a tener una influencia en el mercado y una actividad normativa que no van a tener las OMIC, que deberían tender a la inspección —los recursos que ponen los ayuntamientos en esto— de mercado. Eso potenciaría también las asociaciones.

En relación con la reparabilidad —voy terminando—, quiero recordar que el PP y VOX, tanto que defienden a los consumidores, votaron en contra de ir contra de esta obsolescencia programada.

La señora **PRESIDENTA:** Tiene que terminar, señor portavoz.

El señor **ORTEGA DOMÍNGUEZ:** Sí, son cinco segundos.

Y en la Ley de Garantías habría también que trabajar la concreción de los plazos por tipo de producto, porque ahora mismo queda bastante indefinido.

Muchas gracias. **(Aplausos).**

La señora **PRESIDENTA:** Muchas gracias.

A continuación, tiene la palabra de nuevo la señora directora general de Consumo para dar respuesta a las cuestiones planteadas.

La señora **DIRECTORA GENERAL DE CONSUMO** (Medialdea García): Muchas gracias a sus señorías, en general, por el tono constructivo de la mayoría de las intervenciones. También se lo agradezco

cve: DSCD-14-CO-371

a aquellos que se han centrado en un tema que estoy segura de que a todos nos interesa y nos preocupa muchísimo y que es la materia que nos ocupa, la defensa de los derechos de las personas consumidoras. He tomado muchísimas notas, no sé si tendré tiempo para responder a todos porque el compromiso es extenderme menos que en mi primera intervención. Espero no dejarme nada sustancial sin contestar; en todo caso, como tenemos una segunda ronda, si algo importante se me quedara sin atender, me lo hacen saber.

El señor Agirretxea se preocupaba —y es una preocupación que se ha compartido también en alguna otra intervención— por si tenemos claro el reparto competencial entre el ministerio y las comunidades autónomas en materia de consumo. Yo les puedo asegurar que lo tenemos clarísimo, que somos perfectamente conscientes de que, precisamente en materia de consumo, las comunidades autónomas tienen unas competencias fundamentales, claves y estratégicas. De hecho, aparte de competencias en el desarrollo normativo de tipo básico, gran parte de nuestras competencias tienen que ver con impulsar y crear ese clima de cooperación que potencie y maximice la eficacia del trabajo que se lleva a cabo en las comunidades autónomas. Es un reparto de competencias que creo que históricamente ha sido pacífico —creo que es la expresión que se ha utilizado— y ese es el relevo que nosotros recogemos. Estamos absolutamente cómodos con este reparto competencial, pero también somos absolutamente responsables y tomamos nota de la responsabilidad que tenemos en cuanto a propiciar un clima de cooperación que no haga que el actual reparto de competencias genere atascos, genere ineficiencias y, al final, deje desprotegidos a los consumidores. Es en ese marco en el que nos movemos.

Ha habido varias intervenciones preocupadas o que han llamado la atención sobre los sistemas de etiquetado que estamos poniendo en marcha desde el Ministerio de Consumo. Partimos de la idea —y creo que ha sido compartido por su señoría— de que una información veraz, adecuada y oportuna —la información relevante es también la que es oportuna porque a veces la acumulación de información lo que hace es distorsionar— es la base clave para que las personas consumidoras tomen decisiones informadas y decisiones que vayan a favor de sus intereses. En ese sentido, el etiquetado es un instrumento con muchísimo potencial que tenemos las autoridades de consumo y que tenemos que utilizar. Tenemos el convencimiento claro de que el etiquetado frontal nutricional es un buen instrumento que va a permitir mejorar la calidad nutricional de la población y, por tanto, mejorar la salud en general de toda la población, pero, sobre todo, de aquella población más vulnerable y con menos nivel formativo, y vamos a seguir trabajando en él. Hay una consonancia muy grande con la proposición no de ley que aprobaron ayer a iniciativa de Ciudadanos. Estamos en la idea de que el etiquetado sea de momento voluntario, y ahí estamos a expensas de lo que se decida en el ámbito europeo. Pensamos que hay que mejorar el algoritmo; de hecho, una de las razones para adherirnos al etiquetado nutricional Nutri-Score es que ya tenemos más capacidad para incidir en ese algoritmo y que elementos como la dieta mediterránea, pueden incorporarse. Al final, un algoritmo siempre es una simplificación, y una simplificación siempre comete errores, pero tenemos que trabajar en ir mejorándolo y en que se tengan en cuenta esas particularidades de nuestra dieta. De todas formas, creo que va a haber una comparecencia específica del ministro en esta Comisión sobre el etiquetado Nutri-Score y seguramente ahí se podrán dar más detalles.

Comparto con el señor Díaz su preocupación y esa idea de lo necesario que es modernizar el equipamiento del laboratorio de consumo, del CICC. Antes de que llegáramos nosotros había una obra en marcha que ha modernizado bastante los equipamientos; digamos que estamos culminando ese proceso de modernización. Ahora mismo no puedo hacer el listado de todos los equipos, pero hay dos que puedo compartir con vosotros. Vamos a poder comprar un secuenciador automático de ADN que es clave para identificar especies y, por ejemplo, identificar fraude cuando en las latas de atún el pescado que hay no es atún, cuando las especies han perdido sus características y tenemos que hacer ese análisis de ADN. Y también —es muy importante— vamos a poder adquirir equipos para hacer análisis de respirabilidad de mascarillas higiénicas, que son —como saben todas sus señorías y, desde luego, tenemos clarísimo— competencia del Ministerio de Consumo. ¡Ojo!, también las mascarillas EPI cuando se ponen en el mercado a disposición de consumidores. Destacaría esas dos adquisiciones, pero hay un listado largo de equipos y, desde luego, se los podemos hacer llegar por escrito o en otro momento, porque están absolutamente detallados, con sus especificaciones técnicas, en los pliegos que hemos preparado para los fondos europeos.

Desde el principio hemos enfocado y hemos agudizado mucho la vigilancia de mercado en todo lo que tiene que ver con eso que hemos llamado productos COVID. Justamente los test —con esa preocupación sobre los test falsos— son productos sanitarios y nosotros, como decía, en lo que nos hemos podido concentrar y a lo que nos estamos dedicando es al análisis de esas mascarillas higiénicas y el análisis

cve: DSCD-14-CO-371

también de las FFP2, que llegan a los consumidores a través de la venta en farmacias y que algunas de las señorías presentes han podido adquirir.

Desde que irrumpió la crisis sanitaria redefinimos las campañas de vigilancia de mercado que ya estaban aprobadas para centrarnos en estos productos; intensificamos la vigilancia en estos productos. Se está reforzando, porque se han encontrado muchas irregularidades, la vigilancia del mercado *online*, que es una vía prioritaria de venta irregular de estos productos, y esto se complementa con lo que decía al principio. También estamos reorientando el laboratorio para ser capaces de hacer análisis de estos nuevos productos.

Comunidad respecto a la preocupación de cómo hacer más asequibles estas mascarillas —aquí voy adelantándome a algunos temas que han salido en otras intervenciones, por ir aglutinando temas y ser más sintética—, la guía de mascarillas higiénicas está absolutamente repasada y basada en las recomendaciones de las autoridades sanitarias españolas y europeas. Para las personas que no están contagiadas y que no están en situaciones de riesgo no se debe recomendar el uso de mascarillas EPI, es irresponsable que desde las instituciones hagamos este tipo de declaraciones, porque son las mascarillas higiénicas lo que se está recomendando. Esas mascarillas higiénicas tienen que ser, por supuesto, lo más seguras posible, y por eso hemos trabajado en generar la normativa, como les decía, más garantista de las que tenemos en los países de nuestro entorno, y en esa línea van las recomendaciones del Ministerio de Consumo, recomendaciones que, como se pueden imaginar, no decidimos ni diseñamos nosotros, sino que lo que nosotros hacemos es difundir y adaptarnos a las recomendaciones que hacen las autoridades sanitarias, que es donde está el conocimiento científico, más allá de lo que aquí podamos opinar unos u otros. Nos plegamos a las recomendaciones de las autoridades sanitarias basadas en el rigor científico, y eso es lo que transmitimos. Si tomamos como base de partida que las mascarillas higiénicas son, desde el inicio de la pandemia y hasta el día de hoy, las que se están recomendando para la mayor parte de la población, pensamos que la política más directa y más eficaz para asegurar que estas mascarillas llegan en condiciones asequibles para toda la población, y sobre todo para la población más vulnerable, es el uso de mascarillas higiénicas reutilizables y que esas mascarillas higiénicas reutilizables, como la que yo estoy usando ahora mismo, por ejemplo, no sean mascarillas de segunda, no sean mascarillas de peor calidad, sino que sean unas mascarillas con todos los requisitos técnicos y con todas las garantías. En eso es en lo que nos hemos concentrado. No nos equivoquemos: hacer declaraciones alarmistas sobre que es mejor utilizar FFP2 y difundir y generar la sensación de que por que nos compremos una mascarilla más cara vamos a estar más protegidos no es responsable y no es lo que se corresponde con la evidencia científica. Una FFP2 que esté mal ajustada, una FFP2 que, como es más cara, no se renueva con toda la asiduidad que se recomienda y se trata de estirar su uso es más insegura que una mascarilla higiénica que cumpla con la normativa y que se use en buenas condiciones. Siguiendo esas recomendaciones higiénicas, en el Ministerio de Consumo nos hemos volcado en que haya mascarillas higiénicas en buenas condiciones y a los precios a los que actualmente están en el mercado; no hemos dejado de vigilar que no haya precios abusivos. Los precios que actualmente tienen en el mercado las mascarillas higiénicas reutilizables que cumplen con todas las condiciones, teniendo en cuenta que duran 20, 30 e incluso 50 lavados, son la opción más asequible que se puede garantizar a los consumidores. Las bajadas de IVA, como sabemos, no siempre se repercuten en el consumidor final y no es fácil asegurar que lo puedan hacer.

Me preguntaba la señora Cañadell en qué vamos a modificar el régimen sancionador y a qué lagunas me refería que se nos habían hecho notar desde el ámbito europeo. Básicamente se trata de aquellas infracciones de consumo que afectan a consumidores y a consumidoras de otros Estados, porque la capacidad de sancionar de las autoridades que tienen las competencias actualmente, que son las comunidades autónomas, nace de que se vean afectadas personas de su comunidad autónoma y, por tanto, no tienen esa capacidad sancionadora. La Unión Europea nos ha señalado esta carencia y nos ha instado a que modifiquemos la normativa para asegurarnos de que precisamente —además, suelen ser infracciones relativas a grandes fraudes, que tienen efectos importantes y que afectan a gran cantidad de personas— se puedan establecer sanciones de consumo proporcionales y que reflejen todos los efectos que ha tenido la conducta que se está sancionando. Eso es lo que fundamentalmente nos señala la Unión Europea y eso es lo que estamos planteándonos que tenemos que solventar. Quizá cuando acometamos este cambio normativo, que es de calado y que es importante, se pueda aprovechar para mejorar algunas condiciones de cómo están establecidas las competencias sancionadoras, que son quizá mejorables, pero en ningún caso eso se va a hacer sin debatirlo previamente con los grupos y con

cve: DSCD-14-CO-371

las comunidades autónomas. Pero lo que inicia el movimiento es esa llamada de atención por parte de la Unión Europea.

Tanto la señora Cañadell como la señora Vallugera me preguntaban sobre qué planes tenemos respecto a la tasa rosa, la fiscalidad que afecta a los productos de higiene femenina. Ahí les podemos decir que, efectivamente, tanto la tasa rosa como reducir la fiscalidad que afecta a los productos de higiene femenina forman parte del acuerdo de esta coalición de gobierno y son temas sobre los que en Consumo tenemos clara nuestra posición; sabemos que tenemos que conseguir eso y estamos trabajando con el Ministerio de Hacienda para llevarlo a cabo. Por ello no me puedo comprometer a una fecha, pero es algo en lo que estamos trabajando y en un futuro próximo espero que podamos venir a explicar que ya es una realidad.

Hay otros temas que me planteaba la señora Vallugera que exceden completamente las competencias de Consumo, como es el control de alquileres, pero, excediendo las competencias, es claro que es un tema que, como sus señorías saben, se está debatiendo en el seno del Gobierno, y la posición desde la Dirección General de Consumo y desde el Ministerio de Consumo, como no puede ser de otra manera, se alinea con la defensa de los intereses de las personas consumidoras y, como decía al principio, sobre todo con el de las personas consumidoras más vulnerables. Estamos a favor, por supuesto, de cualquier solución regulatoria que garantice alquileres asequibles.

Con respecto al IRPH, no ha sido declarada como una cláusula abusiva, lo cual hace que no entre directamente dentro de nuestra competencia; las cláusulas abusivas sí caen dentro la competencia de las autoridades de Consumo. No es el caso del IRPH, donde se ha establecido en condiciones poco transparentes y habrá que hacer un estudio caso por caso y se irá dirimiendo en cada caso si la información facilitada habría sido o no suficiente. No obstante, aunque cae fuera de nuestras competencias, y esto es algo que hacemos frecuentemente en la Dirección General de Consumo y en el ministerio, como es un asunto que claramente afecta a consumidores, especialmente a consumidores vulnerables, hemos hecho un trabajo de información y de divulgación a las personas consumidoras sobre cuál era la situación con respecto a las hipotecas que estuvieran vinculadas a IRPH y cuáles eran los pasos que tenían que dar, y en última instancia estamos en comunicación con el Banco de España, que es el que tiene la competencia en este asunto.

El señor Rodríguez Almeida me preguntaba sobre mi militancia. En calidad de directora general de Consumo le tengo que decir que soy ferviente militante del Gobierno de España y de los intereses y derechos de las personas consumidoras **(aplausos)** y, particularmente, de las personas consumidoras más vulnerables. Estoy segura de que en el afán de esas proclamas que ha compartido con nosotros lo que late es un profundo interés por la defensa de los derechos de estas personas más vulnerables y compartirá conmigo que eso es lo que nos reúne aquí. Con respecto a la terminología inclusiva, efectivamente, seguiremos desde la Dirección General de Consumo, desde el ministerio, igual que desde el Gobierno en su conjunto, avanzando por mejorar la inclusividad en la terminología que utilizamos en nuestras comunicaciones y en nuestros textos normativos. No es casualidad, efectivamente, como a usted no se le ha escapado, que utilicemos frecuentemente el término de persona consumidora vulnerable, que es algo que tiene todo el sentido del mundo si además reparamos en que los colectivos que están registrando los mayores índices de vulnerabilidad en gran parte son colectivos feminizados. Tiene poco sentido referirnos con un masculino genérico que no refleja la realidad de los colectivos femeninos cuando precisamente estamos hablando de una realidad altamente feminizada. Por eso, efectivamente, persona consumidora vulnerable o consumidores o consumidoras será, en función de lo que parezca más adecuado, lo que seguiremos utilizando.

Disiento con el análisis que usted hace sobre la experiencia de la regulación de mascarillas y más bien creo que es un estudio estupendo que, más allá de las ideologías —ha salido varias veces el término de ideología e ideológico a la largo de la sesión—, vimos cómo la regulación de precios, que es un instrumento que está un poco estigmatizado, incluso en un momento crítico en el que los mercados estaban fuertemente estresados —no es una cosa del Gobierno de España, el mercado internacional tuvo problemas para garantizar la provisión de mascarillas—, vimos, digo, cómo la regulación de precios podía ser utilizada con inteligencia y encontrando cuáles eran los momentos, los mecanismos y los niveles. Fíjense que no se regularon inmediatamente los precios de las mascarillas higiénicas. Por supuesto, con respecto a los productos sanitarios hay mecanismos para regular sus precios, pero no se regularon inmediatamente, se regularon una vez pasado el *shock* inicial de oferta de mascarillas. El primer precio no se reguló de golpe; primero se reguló un precio, creo que los 94 céntimos, y pasado un tiempo se rebajó

cve: DSCD-14-CO-371

ese precio. Es decir, utilizando de forma estratégica y tomando en cuenta todos los indicios y toda la información con criterios rigurosos que nos estaba dando la evolución del mercado, tenemos un ejemplo de libro de cómo la regulación de precios sirvió para no desabastecer, no generar problemas de oferta y, sin embargo, garantizar precios suficientes y asequibles de las mascarillas quirúrgicas, en este caso. Mientras, por otro lado, como ya he dicho y no me voy a repetir, se trabajaba en asegurar las condiciones de seguridad de las higiénicas, que eran otra alternativa asequible para la mayor parte de la población.

De esto ya he hablado un poco antes pero, efectivamente, la guía de mascarillas no contiene ningún error. Hay que leerla con cierto cuidado, con cierto desapego y con cierto interés informativo, porque, por ejemplo, si se lee bien, se entiende que lo que contiene con respecto a la norma UNE no es ninguna contradicción. Por cierto, que fuimos pioneros en establecer una norma UNE que regulara las condiciones de seguridad para las mascarillas higiénicas. En la guía lo que se establecía claramente es que el que un laboratorio certificara que una mascarilla cumplía la norma UNE era una garantía, pero que no era necesaria esa norma UNE porque podía haber otras mascarillas que siguieran otras normas equivalentes de otros países europeos y que también podían estar cumpliendo la normativa. Este es un ejemplo de alguno de los supuestos errores que se han señalado con respecto a la guía, no me voy a extender mucho más. En la siguiente intervención, si quieren, les explico algún otro detalle, pero de verdad les invito a utilizar la guía, que está muy bien fundamentada, que está, por supuesto, revisada por UNE, por las autoridades de seguridad industrial, por las autoridades sanitarias y que ha sido, creo, un instrumento que todos y todas deberíamos celebrar porque ha ayudado a que muchas personas tuvieran una orientación fácil a la hora de comprar la mascarilla que más se ajustaba al uso que le iban a dar.

En cuanto a la señora López, me ha preguntado por el derecho a reparar, por la Ley SAC y por las cuentas básicas gratuitas. La verdad es que me has preguntado por tres temas que son fundamentales, que forman parte de las preocupaciones máximas con las que estamos trabajando en la Dirección General de Consumo y voy a ofrecer alguna información al respecto.

Con respecto al derecho a reparar, por una parte, se van a aprobar muy rápidamente, porque se están trasponiendo las directivas, medidas que van a ampliar tanto el plazo de garantía como el plazo del tiempo en que las empresas tienen que tener piezas a disposición por si hace falta reparar. Creo que va a ser un avance importante. Estamos preparando también una campaña de sensibilización sobre un tema que creo que es crucial desde este punto de vista, porque cuando hablamos del derecho a reparar y la obsolescencia solemos pensar solo en la obsolescencia programada y parece que todo el margen de acción recae sobre las empresas, pero también tenemos un margen de acción importante desde Consumo en lo que llamamos la obsolescencia percibida, es decir, informar y formar a las personas consumidoras de que hay productos que están en perfectas condiciones y que el *marketing* no les debe llevar a querer renovarlos cuando no es necesario. Vamos a hacer un trabajo de divulgación importante en ese sentido y también vamos a sacar adelante ese etiquetado del índice de reparabilidad, que será una etiqueta más que llevarán los productos en principio eléctricos y electrónicos. La idea es que la información sea sintética, sencilla, fácil de percibir, con una puntuación del 1 al 10, y que, sobe la base de distintos criterios, permita a la persona consumidora obtener información sobre cómo de fácil o de difícil es reparar el equipo que está adquiriendo. Se van a considerar criterios importantes, desde si el fabricante ofrece la documentación necesaria para que luego se pueda reparar y cómo de accesibles van a estar las piezas para la reparación. También hay un criterio importante que relaciona cuál es el precio de una pieza con respecto al precio final del producto, porque muchas veces simplemente por esa desproporción entre lo que te cuesta un arreglo y el precio final del producto no merece la pena la reparación. En función de estos criterios se obtendrá ese índice y podría ir en el etiquetado de productos electrodomésticos, por ejemplo, que son causantes de gran parte de los residuos electrónicos de los que también hablábamos antes, lo que va a permitir tomar una decisión a las personas consumidoras que crecientemente tenemos ya esa preocupación, porque si tuviéramos la información al respecto sería un elemento que introduciríamos en nuestra matriz de decisión. Aunque el etiquetado sea voluntario, que la idea es que sea voluntario, eso también va a abrir la vía para que las empresas se vean incentivadas a, primero, que se premie a las empresas que ya estén llevando a cabo prácticas en términos de reparabilidad y, segundo, se estimule a las empresas que no lo están haciendo para ser más competitivas y mejorar su índice de reparabilidad. Estamos trabajando en esa línea. No tiene por qué ser una cosa calcada, no tiene por qué ser exactamente igual, pero sí estamos tomando como referencia el índice de reparabilidad que entró en vigor en Francia a principios de año. Estamos trabajando en eso.

Sobre las cuentas bancarias básicas y las cuentas bancarias básicas gratuitas. Yo tuve la oportunidad de reunirme hace muy pocas semanas, tanto con Cáritas como con Red Acoge. Me transmitieron cuál era

cve: DSCD-14-CO-371

la situación y la verdad es que después de hablar con estas organizaciones y también de investigar nosotros un poco cómo estaba la cuestión, llegamos a una coincidencia casi total en el diagnóstico. Por una parte, si tenemos en cuenta la magnitud de la población vulnerable que tendría derecho a estas cuentas básicas gratuitas y obtenemos los datos de cuántas cuentas básicas gratuitas existen, la desproporción es tal, el orden de magnitud en la discrepancia es tan grande, que queda de manifiesto que está habiendo una disfuncionalidad, que está habiendo un problema clave y que hay un derecho que está siendo vulnerado. Coincidimos con las organizaciones sociales que trabajan en el terreno en que el diagnóstico siempre es mejorable, pero en lo fundamental la norma está bien, no es un problema de la norma sino más bien de su implementación, es un problema de que las entidades bancarias no están poniendo todo de su parte, no se lo están poniendo suficientemente fácil a las personas que tienen derecho a estas cuentas básicas para que estas cuentas básicas puedan abrirse y al final se pueda disfrutar de ese derecho. Está claro que hay una disfunción y que además es una disfunción que queda un poco oculta, porque es la problemática normal con los consumidores vulnerables. Los mecanismos típicos para que pudiera aflorar este problema serían las reclamaciones en el Banco de España, es lo que tendrían que hacer las personas vulnerables que tratan de abrir una cuenta bancaria básica cuando su entidad les pone problemas, pero las personas vulnerables tienen también más dificultades para cursar una reclamación con todas las pautas y todos los trámites que ello implica. Por tanto, es un problema que está infravalorado, que escapa estrictamente de lo que son nuestras competencias en el sentido de que el sector bancario es competencia sectorial, pero nos sentimos totalmente apelados a solucionar la situación porque entendemos que se trata de la protección del consumidor financiero vulnerable. En ese sentido, hemos recogido el testigo y estamos trabajando en ello, en comunicación y tratando de aunar en la causa a las autoridades que tienen toda la competencia.

También me preguntaba la señora López sobre la Ley de Servicios de Atención al Cliente. Vamos a ponerla en marcha; espero que dentro de no mucho podamos venir a dar más detalles y explicaciones, pero sí tenemos claras algunas cosas. Hay elementos básicos dentro de lo que son la garantía de los derechos de las personas consumidoras; una consulta, una queja, una reclamación tiene que estar accesible para cualquier persona, no puede haber barreras ni de tiempo ni de dinero que obstaculicen ejercer esos derechos. Y la realidad que todos conocemos es que los servicios de atención al cliente muchas veces en nuestro país a lo que llevan es a una frustración, a un tirar la toalla y, al final, a renunciar a ejercer nuestros derechos. Vamos a garantizar que estos servicios de atención al cliente sean gratuitos, que esa gratuidad sea efectiva, también que sean evaluables, que tanto por el cliente como por medio de auditorías se puedan auditar y que sea conocido si una empresa tiene unos servicios de atención al cliente que cumple con los estándares de calidad o no, que cumple con unos tiempos máximos de espera, que cumple con una serie de informaciones que tiene que dar a la persona consumidora como, por ejemplo, cuál es el tiempo máximo que puede tardar la resolución de su reclamación; cuáles son los mecanismos de resolución extrajudicial de conflictos que tiene a su disposición si quiere utilizarlos, es decir, que los servicios de atención al cliente tienen, como mínimo, el mismo horario de atención que tiene el servicio sobre el que se está reclamando y, a partir de ahí, pues que cualquier normativa sectorial o autonómica sobre servicios de atención al cliente, como decía antes con la figura de personas consumidoras vulnerables, pueda mejorarlos pero no pueda descender nunca por debajo de ese límite, de ese suelo que pondremos a la calidad de los servicios de atención al cliente.

Me preguntaba por los datos de visitas de la web de derechos COVID. El dato seguro que sé es que los dos primeros meses después de ponerla en marcha se recibieron más de 400 000 visitas, con lo cual seguramente después decayó, pero estamos con toda seguridad por encima del medio millón de visitas en esa web. Creo sinceramente que fue un acierto y un éxito también del equipo de comunicación del ministerio, que vio la dificultad que había para transmitir, aunque nosotros estábamos tratando de dar la información, pero debido a la dificultad por la diversidad de situaciones y la diversidad de instancias a las que las personas tienen que reclamar, vieron la luz y dijeron: hay que lograr un gestor que te vaya guiando y que te vaya bajando el formulario. Sería, desde luego, un modelo que tendríamos que intentar extrapolar para la resolución de reclamaciones.

Señora Riolobos, voy a procurar centrarme en los temas que tienen que ver con la defensa de intereses de los consumidores, porque son las competencias de mi Dirección General de Consumo y también porque estoy convencida de que es la preocupación que compartimos todas las personas que estamos hoy asistiendo a esta Comisión. Pero no puedo evitar hacer una pequeña referencia y contraponer las dos gestiones de las dos últimas crisis que hemos vivido en este país. Tenemos todavía muy reciente

cve: DSCD-14-CO-371

la gestión de la crisis de la austeridad, de los recortes, del coste de la destrucción económica y del enorme coste social que supuso la gestión que hizo el Gobierno del Partido Popular de la crisis de 2008 en adelante, y tenemos como contrapunto la gestión de la crisis que está haciendo este Gobierno. Hasta ustedes asumen el término de escudo social, porque es una figura que en realidad nos tendría que parecer evidente, y, claro, ¿qué es un Estado del bienestar si no es un escudo social para la población que más lo necesita y un escudo que se activa y que se potencia justamente cuando la situación es adversa? Ese escudo social del que también ustedes hablan es, yo creo, la seña de identidad de cómo ha abordado este Gobierno la crisis, la protección para las personas que han ido al desempleo, los ERTE, la velocidad y las normativas con las que hemos atendido a todas —por ir centrándome en consumo— esas relaciones de consumo que quedaron suspendidas y cómo se conjugó el blindaje de los derechos de las personas consumidoras con la decisión de llegar a acuerdos, todas esas fórmulas de bonos voluntarios, de plazos que dábamos para tratar de que las personas consumidoras y las empresas afectadas llegaran a un acuerdo dentro de un plazo razonable, un acuerdo que pudiera ser satisfactorio para las dos partes, en el entendimiento de que el tejido productivo también estaba pasando por una situación complicada. Creo que frente a la austeridad, la rebaja de impuestos y el salir corriendo y dejar desprotegidos a los más vulnerables, precisamente el escudo social, el diálogo y esa protección reforzada a quien más lo necesita es lo que caracteriza la gestión que este Gobierno está haciendo de la crisis y que, en particular, estamos haciendo en materia de consumo dentro del negociado de la Dirección General de Consumo.

Me han preguntado por las mascarillas y no me voy a extender mucho, pero podemos comentarlo otra vez. Efectivamente, las mascarillas higiénicas son competencia del Ministerio de Consumo, son las que hemos regulado y las que las autoridades sanitarias recomiendan para la mayor parte de la población. También son las más asequibles y, por tanto, era tan importante que reunieran condiciones de seguridad. Las mascarillas quirúrgicas son productos sanitarios y se ha regulado su precio. Y las mascarillas FFP2 que llegan a manos de los consumidores también son vigiladas por las autoridades de Consumo. Como le decía, me parece un tema muy malo para jugar a la tergiversación porque es crítico para la salud pública y porque tiene alguna complicación, ya que hay distintos tipos de mascarillas y distintas las recomendaciones según los usos. Creo que todos deberíamos tratar de ser lo más claros posible y ceñirnos a lo que están recomendando las autoridades sanitarias.

En cuanto a los temas relacionados con consumo, en los viajes combinados, igual que con los billetes de avión cancelados por las empresas por el COVID, como resumía antes, la política del ministerio ha sido clara; por un lado, blindaje absoluto del derecho de las personas consumidoras; es decir, tienen derecho a la devolución, porque además así lo marcan los reglamentos europeos. Coincide con nuestra vocación de blindaje de los derechos de los consumidores, pero siendo sincera es algo que nos viene dado. Y por otro lado, apertura de esos espacios para la posible negociación de modo que, siempre que sea posible, se pueda llegar a acuerdos beneficiosos para las dos partes. También me han preguntado por el caso de los festivales de música. Precisamente, aprovecho para explicarlo ahora porque responden a este mismo esquema general. En los festivales de música, como cualquier otro contrato que no se puede cumplir, el consumidor tiene blindado su derecho de devolución en efectivo, pero también se abre la posibilidad —es a lo que invita la Comisión Europea, a lo que invitamos desde la Dirección General de Consumo y a lo que siempre hemos instado desde el ministerio cuando nos hemos reunido con la industria en este sentido— de ofrecer bonos para aquellos consumidores y consumidoras que quisieran aceptarlos. Por supuesto, para que las personas consumidoras acepten estos bonos en lugar del efectivo tienen que ser atractivos, y está en manos de la industria ofrecer esos bonos atractivos de manera que haya personas consumidoras que prefieran el bono a conseguir el efectivo porque, en última instancia, el derecho al efectivo lo tienen. Creo que este caso ilustra bien cuál ha sido la política general; el derecho a conseguir el efectivo es inalienable e innegociable, está blindado, pero se abre la posibilidad de que por parte de la industria se hagan ofrecimientos que, si son lo suficientemente atractivos, pueden permitir que la persona consumidora decida postergar esa devolución a cambio de un bono, etcétera.

Efectivamente, no he hablado de Dentix y de otros muchos temas, pero si me hacen preguntas no tengo ningún problema en responder; había un problema de tiempo y me parecía importante en esta primera intervención dar un poco la panorámica de cuáles son nuestras preocupaciones y nuestros ejes de actuación sabiendo que hoy y en otras posibles comparecencias tendremos tiempo para ahondar más en los temas que haga falta. En relación con Dentix, hemos estado desde el principio, y cuando digo desde el principio es incluso desde antes de que estallara la crisis de Dentix, puesto que de forma anticipada y preventivamente las comunidades autónomas ya estaban preocupadas porque tenían el referente muy cercano de iDental,

cve: DSCD-14-CO-371

con lo cual estábamos ya en conversaciones y preparados para ver cómo podíamos actuar si, efectivamente, al final Dentix cerraba. Y ello en una dinámica de trabajo, como he dicho, constructiva y positiva en el seno de la Comisión Sectorial de Consumo y de las secciones de trabajo con las comunidades autónomas, donde, por cierto, nos encontramos colores políticos distintos, como digo, en un clima de trabajo bastante cooperativo y lo que hemos hecho ha sido fundamentalmente ejercer de interlocutores entre las comunidades autónomas, ya que los servicios de consumo de las mismas nos pedían en un momento dado interlocución con la administración concursal para saber cómo iba el proceso y poder ir transmitiendo a las comunidades autónomas qué información era necesario hacer llegar a las personas consumidoras. Hemos colaborado con las comunidades autónomas elaborando hojas informativas en la dirección general, que luego eran aprobadas por las comunidades autónomas y, después de ser aceptadas por unanimidad, se utilizaban para divulgar y que todas las autoridades de consumo de las comunidades autónomas pudieran dar una información homogénea para no crear confusión. En un momento dado también fue necesario establecer interlocución con las entidades bancarias que había concedido créditos. Las comunidades autónomas consideraron interesante que esa interlocución se hiciera de forma centralizada y, por tanto, nosotros la llevamos a cabo con la información que las comunidades autónomas nos dieron y, en algunas ocasiones, acompañados por el Banco de España nos reunimos con las principales entidades bancarias que habían concedido créditos vinculados transmitiendo luego la información a las comunidades autónomas. El trabajo ha sido intenso, preventivo, es decir, antes de que estallara la crisis y en absoluta coordinación y sintonía con las comunidades autónomas. Podemos decir que dentro de lo malo, pues una crisis de estas características siempre genera efectos negativos y damnificados, podemos decir que en torno al 90 % de los tratamientos se han retomado o se van a retomar, que supone una cifra importante. Y también hay que tener en cuenta que, aunque muchas veces lo urgente y lo importante no se compaginan bien, aquí a la vez que atendíamos la urgencia de informar y de resolver la situación de Dentix, no se nos escapaba que esa situación no dejaba de ser un capítulo de una historia que traía ecos o reminiscencias porque la historia se repite. Esto salía en todas las reuniones. Por tanto, hemos tomado la determinación de empezar a trabajar con Sanidad para que no tengamos un nuevo capítulo de esta misma historia y con las mismas características. Nuestra posición es que hay un fallo de base porque las empresas que prestan servicios sanitarios no deben tener una naturaleza de tipo mercantil idéntica a cualquier otro tipo de empresas, sino que deben tener una naturaleza jurídica distinta. Pensamos que también se puede mejorar algo con respecto a la publicidad de estos servicios sanitarios, pero sobre todo en cuál es la naturaleza jurídica de estas empresas pensamos que hay un cambio sustancial que acometer y estamos en conversaciones con Sanidad para poder hacerlo y que no se repita una situación como la que hemos vivido con Dentix.

Por último, señor Ortega, gracias por intervención. La verdad es que coincido bastante con sus inquietudes y preocupaciones, anoto algunas de las propuestas, pero lo cierto es que la mayor parte de los elementos que me ha trasladado son preocupaciones que también comparto; o sea, hay una gran sintonía. Estoy de acuerdo en que hay mucho margen de mejora en materia sancionadora. Creo que ahí tenemos una tarea pendiente enorme que no es fácil acometer. Estamos en ello, desde esas lagunas a las que me refería antes de infracciones de consumo en las que no hay una competencia que las pueda sancionar hasta los problemas de falta de proporcionalidad de las sanciones, así como la poca transparencia y publicidad de las mismas, que, por tanto, no llegan a tener ese efecto disuasorio. Está claro lo que queremos las autoridades de consumo y lo explicaré parafraseando lo que me dijo un día el director general de Consumo de Aragón: No busco la sanción, busco la solución; y lo suscribo totalmente, pero es verdad que las sanciones tienen un papel fundamental y en Consumo no estamos siendo capaces de utilizar todo su potencial precisamente porque hay claras deficiencias en el sistema. Como les decía, La Unión Europea nos ha señalado lagunas que tenemos que mejorar. Falta mucho por hacer en cooperación respecto de las competencias sancionadoras que tienen las comunidades autónomas. Y nos parece bien que las tengan, pero hay que engrasar mejor la conexión entre ellas para que al final no tengamos resultados en los que lo que prime sea la impunidad o la sensación de que al final las infracciones de consumo no tienen castigo de ningún tipo. Y del mismo modo que en materia sancionadora, estoy de acuerdo en que el sistema arbitral de consumo, sinceramente, tiene muchísimo potencial, pero necesita un fuerte impulso y una reestructuración profunda. Nosotros vamos a empezar con este proyecto de digitalización, que creo que va a ser un paso importante porque la agilización del sistema va a ser fundamental para que el trabajo fluya, los laudos se puedan resolver con más rapidez y facilitar a los consumidores el acceso al sistema. Vamos a empezar por ahí porque, dicho coloquialmente, por algún sitio hay que empezar, pero desde luego estoy de acuerdo en que hay que acometer una reforma más global.

cve: DSCD-14-CO-371

No sé si me he dejado algún punto sin contestar, creo que sustancial ninguno, pero si no, en todo caso, me lo pueden recordar.

La señora **PRESIDENTA:** Muchas gracias.

A continuación, pasamos al turno de réplica de los portavoces por tiempo de tres minutos. En primer lugar, por el Grupo Parlamentario Vasco (EAJ-PNV), tiene la palabra el señor Agirretxea.

El señor **AGIRRETXEA URRESTI:** Gracias.

Intervendré solamente para agradecer a la directora general su respuesta. Evidentemente, seguiremos insistiendo en el asunto que nos ocupaba y, por lo demás, veremos cómo se atiende esta preocupación, que también otros compañeros han manifestado y, efectivamente, ayer en esta misma Comisión se aprobó una proposición no de ley en la que diferentes sensibilidades pudieron aunarse en un mismo sentido por la preocupación existente. Por lo tanto, seguiremos muy de cerca la evolución de esta materia y las actuaciones que su ministerio lleve a cabo. Muchas gracias, señora directora general.

Muchas gracias, señora presidenta.

La señora **PRESIDENTA:** Muchas gracias.

Por el Grupo Parlamentario Ciudadanos, tiene la palabra el señor Díaz.

El señor **DÍAZ GÓMEZ:** Gracias, presidenta.

Gracias, señora Medialdea. Estas comparecencias suelen ser de carácter más técnico y, si no se puede evitar sacar la diatriba de siempre, propongo que digamos Gobierno socialconsumista por la materia, porque al final es el camino de todas las cosas. Por tratar de encontrar una *entente cordiale*, al final todo el mundo pone Netflix en casa y el aire acondicionado. **(Risas).**

Le quiero agradecer la información que nos ha dado. Hay cuestiones que yo desconocía. Es verdad que he pasado a hacerme cargo del área de consumo hace poco tiempo, pero me ha parecido muy interesante el tema de la obsolescencia percibida y la reparabilidad. Respecto al etiquetado en estas materias, conocía la iniciativa en Francia, y creo que usted y su ministerio con esta iniciativa han optado por la vía de la utilidad y de la información y no de la imposición, yo creo que el incentivo es bueno. En Francia parece que está funcionando bien, es un acierto, por lo que la felicito y le pido que esta concepción del etiquetado en esas materias les inspire un poco cuando se ocupen del tema del sexismo y los juguetes. ¿Qué les quiero decir? Yo puedo estar más o menos de acuerdo con esas medidas, aunque hay veces que se toman medidas que se prestan a la caricatura, y estoy seguro de que ustedes perciben alguna necesidad en ese sentido, pero creo que el incentivo, la ampliación de la información, incluso un etiquetado en un momento determinado, pueden ser la mejor vía antes que la imposición o la retirada de un juguete. Lo digo porque son materias en las que se pueden variar algunas cosas que se han hecho en otros ministerios. Y al menos en el etiquetado que usted ha anunciado creo que aciertan.

Termino. Antes lo que quería decir con el etiquetado ecológico es que, si despliegan toda su potencialidad, podemos ganar tres cosas: una, hacer más sostenible la industria alimentaria; dos, más saludable; y tres, también se incentiva el bienestar de los animales que están en la cadena de la industria alimentaria tanto durante su vida como a la hora del sacrificio. Insisto también en la vía de la información, es muy bueno que haya información y que la gente escoja libremente, yo siempre defenderé esta postura. Y respecto a Nutri-Score esperaremos a la comparecencia del ministro Garzón.

Muchas gracias por su comparecencia porque nos ha dado bastante información.

La señora **PRESIDENTA:** Muchas gracias.

A continuación, por el Grupo Parlamentario Plural, tiene la palabra la señora Cañadell.

La señora **CAÑADELL SALVIA:** Gracias, presidenta.

Solo quiero dar las gracias a la directora general por su comparecencia y por sus respuestas. En un futuro espero que nos pueda volver a visitar y dar más información.

Gracias.

La señora **PRESIDENTA:** Muchas gracias.

Por el Grupo Parlamentario Confederal de Unidas Podemos-En Comú Podem-Galicia en Común, tiene la palabra la señora López.

cve: DSCD-14-CO-371

La señora **LÓPEZ DOMÍNGUEZ:** Igualmente, señora directora general, quiero agradecerle el detalle de sus respuestas sobre todo porque parece que en muchos de los temas de los que ha hablado siguen trabajando, así que le agradezco que nos lo haya contado. También me gustaría destacar que tanto en su intervención inicial como en las respuestas ha dejado claro que están trabajando no solo desde el conocimiento sino también al lado de todas las entidades y asociaciones y al lado de las personas que, finalmente, somos las que sufrimos en las relaciones de consumo.

Muchas gracias por venir.

La señora **PRESIDENTA:** Muchas gracias.

Por el Grupo Parlamentario VOX, tiene la palabra el señor Rodríguez Almeida.

El señor **RODRÍGUEZ ALMEIDA:** Muchas gracias, señora presidente.

Muchas gracias, señora Medialdea García. No me ha respondido sobre la ideología que inspira su línea de actuación en la dirección general. La pregunta es si es o no es comunista y no es una pregunta baladí. Le insisto en que la Unión Europea ha instado a los Estados miembros a protegerse contra el comunismo por ser una ideología política responsable de la miseria y de las restricciones de libertades fundamentales durante décadas en no pocos países y la que mayor número de víctimas, más de cien millones, ha causado en la historia de la humanidad.

Respecto a Nutri-Score, ha dado una respuesta genérica sobre la información a consumidores, pero no le hemos preguntado por el etiquetado en general sino por la implantación de un sistema de etiquetado concreto que es el Nutri-Score. Ha declarado que seguirán implantándolo o trabajando en él y que van a mejorar el algoritmo. ¿Por qué no esperan a implantarlo cuando hayan subsanado las deficiencias del algoritmo que ustedes mismos han reconocido? ¿Por qué no esperan hasta que la Unión Europea haya armonizado un etiquetado común? Así no obligan a las empresas de la industria agroalimentaria a duplicar los costes de implantación.

En cuanto a las mascarillas, ha dicho que la guía está actualizada y no es verdad. Le hemos señalado puntual y concretamente las contradicciones y la falta de rigor científico de la guía. Mire, en Baviera, hace unos cuantos meses, el 18 de enero de este año, llegaron a la conclusión de que las mascarillas de tela y las quirúrgicas tipo I y II ya no son garantía de seguridad sanitaria. Desde esa fecha, quienes viajen en los transportes públicos, acudan a cualquier tienda a comprar o visiten espacios cerrados o concurridos, deberán llevar una mascarilla del tipo EPI. Les recuerdo lo que he dicho respecto a las mascarillas tipo EPI. Las mascarillas FFP2, si se usan correctamente, ofrecen una mayor protección que las mascarillas de tela o quirúrgicas que se ven habitualmente en las calles de cualquier ciudad del mundo, por eso son más caras. Y por esa razón, el *Land* de Baviera quiere proporcionar 2500 000 mascarillas FFP2 a los más necesitados, algo que ha pedido el Grupo Parlamentario VOX para que sea el Estado el que proporcione las mascarillas que dan seguridad y previenen la enfermedad. Durante meses hemos tenido que aguantar cómo ustedes han dicho que las mascarillas eran innecesarias simplemente porque no las habían comprado. Pasa lo mismo con la diferenciación de las mascarillas, ustedes parecen ignorar que existen muchas evidencias de que el coronavirus se transmite por aerosoles, que son partículas no filtradas adecuadamente por las mascarillas quirúrgicas y mucho menos por las higiénicas. La capacidad filtrante de estas se ensaya con bacterias, no con partículas del tamaño de los virus o de los aerosoles que los transportan. Le ruego que aproveche su última intervención para corregir la información errónea que ha dado respecto a los distintos tipos de mascarillas y sus indicaciones.

Me he quedado sin tiempo para el tema del desabastecimiento. Es evidente que si ustedes obligan a vender por debajo del precio que se compra en el mercado, están causando el desabastecimiento y sobre todo cuando han centralizado las compras y se han quedado prácticamente con todo lo que había en el mercado.

La señora **PRESIDENTA:** Tiene que terminar, señor portavoz.

El señor **RODRÍGUEZ ALMEIDA:** Eso es una realidad que ha sucedido y por la que ni han pedido disculpas ni han asumido ninguna responsabilidad política.

Muchas gracias.

La señora **PRESIDENTA:** Muchas gracias.

Por el Grupo Parlamentario Popular, tiene la palabra la señora Riolobos.

cve: DSCD-14-CO-371

La señora **RIOLOBOS REGADERA:** Gracias, presidenta.

Gracias, directora general, aunque no me ha contestado a prácticamente nada de lo que yo le he preguntado. Quiero advertirle y decirle que en 2008 no gobernaba el Partido Popular, gobernaba el Partido Socialista, así que la crisis es del Partido Socialista y los que la liaron fueron los del Partido Socialista cuando gobernaban. Eso en primer lugar.

En segundo lugar, en relación con las mascarillas, tengo aquí delante la guía y dice: mascarillas higiénicas —como la que usted lleva— para las personas sanas; para las personas enfermas mascarillas quirúrgicas; y para los que están en contacto con el virus los EPI. ¿Vale? Muy bien. Bueno, pues en este momento en el mercado el 60 % de la población, incluido todo el Gobierno de España, utiliza las EPI, las FFP2, las que ustedes recomiendan solo para los que están con los enfermos. Resulta que las quirúrgicas, que las usa también mucha gente, solo son para los enfermos, que se supone que si son enfermos o están hospitalizados o están en cuarentena en sus casas, por lo tanto, los enfermos no van a estar en la calle con las mascarillas. Y luego para las higiénicas lo han corregido; ustedes en el mes de febrero cambiaron la guía porque habían metido la pata hasta dentro con el tema de las mascarillas higiénicas y saben que no han estado protegiendo a los consumidores y a los usuarios en ese sentido. Eso en cuanto a las mascarillas.

Y con el recibo de la luz, me dice usted que no es competencia suya la subida de la luz, el gas y el butano; sorprendentemente a mí me parece que sí que lo es, pero bueno. Respecto a las líneas 902, no nos ha dado ningún dato. Explíquenos, porque está en la prensa todos estos días que lo que ustedes dijeron sobre las líneas 902, que estaba todo resuelto y que ya eran todas gratuitas en información al consumidor, no es cierto, las grandes empresas no lo han puesto en marcha. Explíquenoslo porque no lo ha hecho antes.

Respecto a las cláusulas suelo, sale la sentencia de la Unión Europea y ustedes sacan un comunicado de su dirección general —supongo— diciendo que se acababa el plazo para la reclamación de los gastos de las hipotecas el 31 de diciembre de 2020. Pero, bueno, tendrán que esperar como cinco o seis años para hacer eso, ¿no? El propio ministerio metiéndose con los consumidores y metiendo la pata. Y luego usted ha traído un real decreto sobre consumidor vulnerable, sí, sí, pero es que por primera vez en la historia han traído una normativa sin consultar ni a las asociaciones de consumidores ni al Consejo de Consumidores y Usuarios ni al Consejo Sectorial de Consumo ni a la FEMP ni al Cermi ni a la ONCE, a nadie; la trajeron a capón, deprisa, rápido, porque lo que querían era meter lo de la ocupación de las viviendas. A ver si las próximas que traigan las consultan con todo el mundo, porque que usted relate como un éxito que se ha reunido veintiuna veces con asociaciones de consumidores —no con todas, por supuesto— en 476 días tampoco ha sido tanto como para herniarse.

Le tengo que decir respecto a los test, que debería trabajar para que estuvieran en el mercado en este momento y los consumidores pudiéramos tener acceso a ellos y conseguirlos. ¿Para qué? Para chequearnos cuando nos apetezca, cuando nos dé la gana y así poder romper las cadenas de transmisión. ¿Pero cómo es posible que no se puedan vender legalmente los test y que todas las empresas estén aplicando los test de autodiagnóstico en este momento para proteger a sus trabajadores? Hay un mercado negro enorme, hay un mercado alegal, y ustedes no están haciendo nada en un tema que es vital en este momento. Y qué decirle, señoría, en cuanto a que nosotros presentamos enmiendas en los presupuestos para que se incrementara el presupuesto del Consejo de Consumidores y Usuarios y ustedes votaron en contra. Luego, el apoyo al consejo es cero patatero y, de hecho, el presidente del consejo se está quejando porque no hacen ustedes caso ni al consejo ni a las organizaciones de consumidores.

La señora **PRESIDENTA:** Tiene que terminar.

La señora **RIOLOBOS REGADERA:** Termino ya, presidenta.

Además, les pedimos que hicieran una campaña de información sobre el uso de las mascarillas y usted dice: Oiga, se están usando mal. Claro, esta mascarilla dura ocho horas y la suya no sé lo que durará, pero la de la señora presidenta dura cuatro horas. Pero es que tendrían que explicárselo ustedes a los consumidores y no lo están haciendo; no están haciendo nada de lo que tendrían que hacer.

Quiero terminar, señora presidenta, felicitando…

La señora **PRESIDENTA:** Sí, tiene que terminar ya, una última frase.

La señora **RIOLOBOS REGADERA:** … a los trabajadores de la Dirección General de Consumo —que, por cierto, ha existido siempre, nunca se ha eliminado— y a los trabajadores de la Aesan y del

cve: DSCD-14-CO-371

Laboratorio de Consumo, que son extraordinarios porque, gracias a ellos, las cosas están funcionando, porque sus jefes son un desastre. **(Aplausos).**

Muchas gracias.

La señora **PRESIDENTA:** Muchas gracias.

Por el Grupo Parlamentario Socialista, tiene la palabra la señora Carmen Andrés.

La señora **ANDRÉS AÑÓN:** Gracias, presidenta.

Buenas tardes a todos y a todas. Reitero el agradecimiento del Grupo Parlamentario Socialista a la directora por su comparecencia y también el reconocimiento a su trabajo y al de su dirección general, una dirección general que sí fue eliminada, como la Secretaría General de Consumo, por el Partido Popular, dejando clara su postura respecto al consumo y también respecto a la protección de los consumidores porque no teniendo bastante con eliminar esta estructura en el Gobierno, además amenazó a Facua con ilegalizarla.

Entre las muchas acciones que ha llevado a cabo el ministerio y la Dirección General de Consumo durante la pandemia, nuestro grupo parlamentario quiere poner en valor la orden que emitió el pasado mes de febrero para ampliar las exigencias de comercialización de las mascarillas higiénicas y garantizar un uso seguro y eficaz y evitar engaños o fraudes; una iniciativa buena que abunda en la protección del derecho a la salud y los derechos de los consumidores y que constituye la regulación más garantista de nuestro entorno europeo. Un escudo, efectivamente, para la salud, sobre el que el Partido Popular no puede dar absolutamente ninguna lección, señora Riolobos, porque por dos veces se han tenido que retirar las mascarillas falsas repartidas por la presidenta Ayuso, catorce millones de mascarillas en 2020 y medio millón de mascarillas hace unos días de grafeno. **(Aplausos.)** O sea, que lecciones sobre mascarillas, ninguna de su partido. Eso sí que es un sablazo, señorías del PP. **(La señora Riolobos Regadera pronuncia palabras que no se perciben).** Estoy en el uso de la palabra, por favor. Eso sí que es un sablazo al erario público, a la salud pública y a la salud de las personas. Igual de sablazo, como ha recordado el diputado José Ramón Ortega, que el copago farmacéutico que ustedes impusieron a pensionistas y menores con discapacidad o el impuesto al sol, que este Gobierno ha eliminado. También queremos poner en valor la limitación que ha hecho la dirección general y el ministerio de los precios de las mascarillas y geles hidroalcohólicos para evitar la especulación, que es la que realmente encarece los precios de los productos porque tiene como única finalidad beneficiar a los agentes privados que las fabrican o que las venden, un fin muy distinto al de cualquier medida fiscal sobre los productos.

Por último, queremos poner en valor la *web* consumidorescovid19.gob. es, una herramienta accesible y eficaz en la que los consumidores encuentran asistencia para resolver sus dudas y formular reclamaciones; una accesibilidad y eficacia que constatan las muchísimas entradas que tuvo la *web* en los primeros meses de la pandemia; una acción en materia de consumo que responde a la voluntad del Gobierno de España de acompañar a toda la población en todos los ámbitos de la vida que ha trastocado la COVID-19: salud, trabajo y también consumo; un aspecto no menor en un contexto que exige protección y en especial a las familias y personas que se encuentran en situaciones de vulnerabilidad por nivel de renta o por circunstancias personales.

Muchas gracias de nuevo, directora, y muchos éxitos. **(Aplausos).**

La señora **PRESIDENTA:** Muchas gracias.

Para contestar y cerrar el debate, tiene de nuevo la palabra la señora directora general de Consumo.

La señora **DIRECTORA GENERAL DE CONSUMO** (Medialdea García): Muchas gracias, lanzo un agradecimiento general por todas las intervenciones, el respeto con el que me han escuchado y el tipo de contribuciones, aportaciones y preguntas que me han transmitido. Voy a responder a algunas cuestiones muy puntuales porque realmente han sido ya pocas las preguntas que me han hecho en esta segunda ronda de intervenciones.

Al señor Díaz le adelanto que, efectivamente, es una filosofía parecida con la que estamos trabajando en el tema de la prevención del sexismo en la publicidad de juguetes. Tenemos una línea de trabajo en formación y sensibilización; es decir, hay que hacer un trabajo para que como personas consumidoras seamos conscientes de toda la carga sexista y de todos los estereotipos sexistas presentes en la publicidad. Los datos de los estudios de los que disponemos son escalofriantes y, además, ese sexismo en publicidad es especialmente agudo en la publicidad de juguetes, que va precisamente dirigida a un

cve: DSCD-14-CO-371

público infantil que es especialmente vulnerable y sensible porque está conformando su escala de valores y su propia identidad. Entonces, tenemos una línea de trabajo que tiene que ver con que no naturalicemos la presencia de estereotipos sexistas en la publicidad en general y en la publicidad de juguetes en particular. Eso nos llevará a conseguir personas consumidoras más críticas y más exigentes, que en realidad es el enfoque general con el que trabajamos. La información y la formación consiguen personas que sean más exigentes, y ese es un motor de cambio potente para las empresas.

Por otro lado, estamos trabajando con Autocontrol y con la patronal de la industria de los juguetes para establecer un código de autocontrol que es, por tanto, voluntario, en el que se introduzcan este tipo de medidas. Es una sensibilidad que la industria juguetera ya tiene. En el código actual ya hay una preocupación por evitar el sexismo, y nosotros queremos trabajar y estamos invitando a que se avance y se vaya mejorando en esa dirección. Otra vez tendríamos esa simbiosis entre personas consumidoras más conscientes del daño que hace el sexismo, particularmente el que va dirigido a nuestros niños y a nuestras niñas, también a los adolescentes, y las empresas más preocupadas y más responsables a la hora de evitarlo.

En cuanto al etiquetado ecológico, coincido en su potencial. Ahora nos hemos centrado en el nutricional y en el índice de reparabilidad, pero seguiremos avanzando en el etiquetado ecológico, porque va en esta línea en la que me vengo expresando.

Señor Rodríguez Almeida, sí le había respondido, otra cosa es que mi respuesta no satisfaga sus deseos. Yo me declaro otra vez, como directora general de Consumo, militante ferviente del interés común y de la defensa de los derechos de las personas consumidoras vulnerables, de todos los colectivos vulnerables **(aplausos)** y partiendo siempre de la defensa indiscutible de los derechos humanos. Eso es lo que me define. Si me quiere poner un carné de militancia, póngame el de defensora de los derechos humanos para todos los colectivos. Ojalá sea lo que prime en esta Comisión y en esta Cámara.

Con respecto a Nutri-Score, me pide más detalles. No he dado más detalles porque me he referido a la proposición no de ley que se aprobó ayer en este Parlamento y que entiendo que conoce. Por eso he dicho que estamos en sintonía y que recogemos el contenido básico y por eso no me he extendido, pero sí le voy a decir que sobre esa solicitud de que nos esperemos para implantar el Nutri-Score, el principal problema es que está comprobadísimo que el etiquetado frontal nutricional —ya hay países europeos que lo tienen implantado— supone un avance claro en términos de salud pública, evita problemas de salud y mejora la calidad nutricional de las decisiones. Por tanto, es una cuestión de salud pública. Tenemos la competencia, tenemos la responsabilidad, tenemos el marco europeo para hacerlo y, de verdad, lo que nos falta es una buena razón para posponer una decisión que mejora la salud pública. No encuentro una razón para posponerlo.

No me voy a extender, porque de esto ya hemos hablado, y voy a ser muy sintética y espero que muy clara. Alemania es un país que no ha regulado las mascarillas higiénicas y es precisamente un país ejemplo que recomienda las FFP2, porque en Alemania se puede llamar mascarilla higiénica a cualquier tela que nos pongamos en la boca, algo que en España no sucede, porque en España, como hemos visto, tenemos una regulación muy estricta con respecto a las mascarillas higiénicas. Pues bien, no son las autoridades de Baviera, de un país que tiene una normativa distinta a la nuestra, sino que son las autoridades europeas las que marcan las recomendaciones sanitarias que nosotros seguimos. Yo no soy científica del ámbito sanitario y lo que pediría a todas y a todos los que tienen responsabilidades públicas es que se limitasen a aplicar con rigor y con claridad las recomendaciones que hace la comunidad científica. Creo que no merece la pena introducir confusión en un tema como este. Las autoridades científicas, según va evolucionando el conocimiento científico, en un momento dado pueden cambiar de opinión, y tendremos que adaptarnos a esas opiniones. No tiene sentido generar ruido respecto a unas directrices que están clarísimas y que dictan las autoridades científicas. Aquí deberíamos tomar eso como un axioma y respetarlo de una forma impecable. Desde luego, es lo que hacemos en el Ministerio de Consumo. Con esto contesto también a las apreciaciones que hacía la señora Riolobos, pero si tiene dudas sobre las horas que tiene que utilizar una u otra mascarilla, yo le recomendaría que se instalara la app de mascarillas a la que me he referido antes, porque le va a ser muy útil: simplemente seleccionando el tipo de mascarilla que utiliza le va a decir cuántas horas, cada cuánto la tiene que cambiar y demás. Simplemente, lo que hemos hecho —no tenemos gran mérito— ha sido trasladar las recomendaciones científicas a un formato accesible, fácil y divulgativo, para que todo el mundo —estoy segura de que en esta sala también todo el mundo— pueda comprender esas recomendaciones científicas.

Con respecto al 902, después de un tiempo prudencial, que se dio una vez que se aprobó la norma, se ha generado un grupo de trabajo con las comunidades autónomas, porque se están recibiendo muchas

cve: DSCD-14-CO-371

reclamaciones sobre empresas que todavía no lo cumplen, porque es muy reciente el cambio normativo. Lo que estamos haciendo es colaborar con los servicios de inspección de consumo de las comunidades autónomas, que son las que vigilan el mercado y detectan esos incumplimientos, en un grupo de trabajo colectivo para ser lo más eficaces posible en la detección de esas irregularidades.

Sobre los plazos de las cláusulas abusivas, no me quiero extender, pero es que generan ruido sobre cosas que están muy claras. El Ministerio de Consumo publicó una nota informativa en la que advertía sobre el plazo de prescripción de las cláusulas abusivas. Le debo informar que ese plazo de prescripción de las cláusulas abusivas no lo decide el Gobierno ni el Ministerio de Consumo, sino que lo deciden los tribunales, con lo cual *a priori* no podemos saber cuál es ese plazo. Eso era de lo que advertíamos nosotros en esa nota y lo que una lectura simplemente atenta de la misma dejaba clarísimo. Advertíamos a los consumidores que en ausencia de un conocimiento cierto de cuándo podían declarar prescrito su plazo, el más próximo que podía considerarse era uno determinado, para exhortarles a que, para ser preventivos, para ser conservadores, trataran de hacer las reclamaciones antes, para así asegurarse de que en ningún caso entraban dentro de un plazo de prescripción que nadie podía saber cuál era hasta que los tribunales lo determinaran. Por tanto, una lectura atenta de la nota deja clarísimo que era una nota informativa, que ayudaba a los consumidores para que en ningún caso se quedaran fuera de un plazo que *a priori* no se podía saber cuál iba a ser. Estoy segura de que ha sido una mala interpretación por su parte y no ganas de introducir confusión en esta Comisión.

Es verdad que hemos aprobado normas con el procedimiento de urgencia. Si un contexto de pandemia internacional como este en el que estamos viviendo no habilita para que el Ejecutivo pueda aprobar normas en un contexto de urgencia, no sé para cuándo nos vamos a dejar los mecanismos de urgencia. No creo que hayamos llevado a cabo ningún cambio normativo apelando a la urgencia que no fuera verdaderamente urgente.

Por último —y me encanta terminar así—, ha habido una cosa en la que sí estamos de acuerdo, que es la buena opinión que usted tiene y que yo comparto con respecto al personal de la Dirección General de Consumo, tanto el de la sede de Príncipe de Vergara como el personal técnico que trabaja en el laboratorio en el CICC. Desde luego, es un personal con una cualificación extraordinaria, con un nivel técnico muy notable y, además, con una vocación y una dedicación sin las cuales sería imposible llevar a cabo estas líneas de trabajo que hoy he explicado aquí.

La señora **PRESIDENTA:** Muchísimas gracias, señora directora, por su presencia hoy en esta Comisión.

No habiendo más asuntos que tratar, se levanta la sesión.

Eran las cuatro y cuarenta minutos de la tarde.

cve: DSCD-14-CO-371

Edición electrónica preparada por la Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado – http://boe.es