

APORTACIONES AL ANTEPROYECTO DE LEY FORAL REGULADORA DEL ESTATUTO DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y USUARIAS

Introducción

Tal y como se describe en la Exposición de Motivos del texto del Anteproyecto, la Constitución española ordena a los poderes públicos garantizar la defensa de los consumidores, protegiendo mediante procedimientos eficaces, la **seguridad**, la **salud** y sus **legítimos intereses económicos**. Es por ello por lo que la defensa de las personas consumidoras o usuarias es nítidamente una responsabilidad de la Administración Pública y Foral.

Estas obligaciones, que emanan de la propia Constitución, deben tener en cuenta los drásticos cambios del entorno y los nuevos hábitos que se están produciendo en la sociedad en relación con el consumo y las interrelaciones entre productores, canales de comercialización y consumidores y usuarios.

Por ello, es necesario hablar de consumo responsable, sostenible, verde, tecnológico y con una información que sea requerida recíprocamente, en tanto en cuanto el consumidor y usuario tiene derecho a una protección frente a los riesgos que pueden comprometer su salud ("Non-touch o Low-touch Economy, entre otras variantes), a una información completa sobre el producto o servicio consumido y, por supuesto, a disponer de un comprobante o documento que evidencie la transacción.

Navarra, en nuestra opinión, puede ser pionera en contribuir a fomentar y potenciar, a través de esta Ley de Defensa del Consumidor, la digitalización, la economía circular, la economía verde y la conectividad de los canales tecnológicos de comercialización, con el consumidor y con la propia Administración, en un sector de tanta tradición en nuestra comunidad como es el sector del vending

Pues bien, las aportaciones que vamos a exponer a continuación se refieren precisamente a lo que hemos venido comentando hasta ahora y, por ello, hablaremos de medidas absolutamente necesarias según nuestro criterio, con el fin de minimizar cualquier posibilidad de contagio por virus tales como el COVID19, y que fomentan la seguridad y la salud a través del "contact less", además de protocolos tecnológicos que ofrecerán información completa sobre los productos que se consumen, y sistemas de información que permitirán al usuario disponer de un ticket digital, entre otros ejemplos.

TÍTULO II. DERECHOS Y RESPONSABILIDAD DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS O USUARIAS

CAPÍTULO I. DERECHOS BÁSICOS Y DERECHOS DE NUEVA GENERACIÓN

Aportación 1

Artículo 10. Derechos básicos.

Proponemos un tercer punto.

“3. Las administraciones potenciarán y promoverán la implementación de elementos, instalaciones, máquinas de vending avanzadas, o módulos que amplíen las funcionalidades de las existentes, para la comercialización de bienes y servicios que protejan la seguridad y la salud de las personas consumidoras y usuarias en línea con la economía sin contacto.

Asimismo, estos módulos, instalaciones y máquinas de vending avanzadas deberán permitir la eliminación de residuos contaminantes como puede ser contribuir a la reducción de la huella de carbono evitando desplazamientos innecesarios por parte de reponedores u operadores de las máquinas, o etiquetas plásticas identificadoras de producto, u otros, contribuyendo de esta forma a la progresiva implantación de una economía verde y circular, desarrollando un plan de digitalización integral en este sector en continuo crecimiento”

Aportación

Artículo 11. Derechos de nueva generación.

2. Derecho a un medio ambiente saludable que promueva las condiciones necesarias para ejercer un consumo responsable que fomente el desarrollo sostenible ***minimizando la generación de residuos y eliminando los plásticos de un solo uso, tales como las etiquetas identificativas de producto. De igual manera se fomentará la reutilización de máquinas funcionales que no sean avanzadas y que puedan ser digitalizadas de manera modular, evitando con ello el achatarramiento de las mismas y minimizando la generación de residuos innecesarios en el sector.***

6. Derecho de acceso a ***una*** información ***completa*** y al conocimiento de bienes intangibles de uso y disfrute ***mediante la utilización de medios digitales que faciliten la composición de los productos y servicios y prevengan residuos plásticos o de cualquier otra naturaleza,*** en el ámbito de la protección de las personas consumidoras o usuarias.

7. Derecho a la seguridad y privacidad en las relaciones de consumo establecidas por cualquier canal de comercialización, y en particular, en lo que se refiere a las comunicaciones por vía telemática, en línea y a los dispositivos electrónicos y sensores biométricos, ***códigos QR*** y cualquier otro método o instrumento tecnológico que se utilice en el futuro para dicha finalidad.

CAPÍTULO II. DERECHO A LA PROTECCIÓN DE LA SALUD Y DE LA SEGURIDAD

Aportación 3

Artículo 12. Derecho a disponer de bienes y servicios sin riesgo para la salud ni para la seguridad.

1. De acuerdo con lo previsto en la normativa tanto de la Unión Europea como del Estado, los bienes y servicios puestos en el mercado no podrán suponer riesgo alguno para la salud ni para la seguridad de las personas consumidoras o usuarias, siempre que se utilicen en condiciones normales o razonablemente previsibles, o supongan únicamente riesgos mínimos, compatibles con el uso del producto o servicio y considerados admisibles dentro de un nivel elevado de protección de la salud y seguridad.

Igualmente, los elementos, canales de comercialización y máquinas de vending deberán favorecer la selección del producto y el pago sin contacto, eliminando cualquier riesgo para la salud y para la seguridad de las personas consumidoras o usuarias, evitando de esta manera superficies de contacto utilizadas masivamente por los consumidores y minimizando de esta manera el riesgo de contagio por cualquier patógeno en este sector.

2. El Gobierno de Navarra promoverá la utilización de ***medios digitales*** accesibles de carácter voluntario sobre este tipo de riesgos e impulsará la autorregulación y la regulación compartida en este ámbito. Se garantizará por parte de las administraciones públicas un uso adecuado y proporcionado de estos instrumentos ***con el fin de minimizar la generación de residuos como consecuencia de continuos cambios en los mismos.***

CAPÍTULO III. DERECHO A LA INFORMACIÓN Y LA PROTECCIÓN DE LOS INTERESES ECONÓMICOS Y SOCIALES

Aportación 4

Artículo 15. Transparencia informativa.

2. Las administraciones públicas con competencias en materia de consumo promoverán las medidas oportunas para garantizar la máxima transparencia en las relaciones comerciales, siempre que dicha transparencia no provoque en modo alguno efectos contraproducentes sobre la competencia efectiva y, por tanto, sobre las propias personas consumidoras o usuarias. ***Específicamente fomentarán que los elementos, canales de comercialización y máquinas de vending faciliten esa información sobre el producto bien sea a través de la lectura de códigos QR bien a través de cualquier otro medio telemático, en el marco del proceso de digitalización que debe abordarse y potenciarse desde la Administración.***

Aportación 5

Artículo 18. Documento justificativo de la contratación realizada.

Añadir un último párrafo después de las letras a) y b).

A estos efectos, las máquinas de vending y otros canales de comercialización automáticos deberán disponer de un software y de las funcionalidades técnicas necesarias para poder expedir un documento justificativo o ticket digital con los requerimientos establecidos en las letras a) y b) anteriores.

Comentarios adicionales

Téngase en cuenta que el artículo 38. “Manifestaciones de la responsabilidad” de las personas consumidoras o usuarias contiene diferentes letras referentes a la documentación relativa a la contratación y facturación, a la adopción de comportamientos sostenibles en lo que se refiere a la prevención de residuos y al fomento de los procesos de economía circular, aspectos todos ellos tratados ampliamente en las aportaciones que se han realizado.

En relación con las máquinas de vending, y para entender la creciente relevancia que estas operaciones de consumo tienen, hay que mencionar que en España existe una máquina de vending por cada 125 habitantes, y que el valor de lo consumido se acerca a los 3.000 millones de euros. Por tanto, se considera necesario que este canal de comercialización garantice todos los derechos que las personas consumidoras y usuarias tienen en el ejercicio de su acto de consumo.

Por otra parte, y puesto que el mercado del vending es claramente creciente, parece razonable que se recoja en la Ley expresamente al sector y al canal en tanto en cuanto facilitador de cada vez más productos y servicios.

ACERCA DE MUXUNAV

Muxunav es una compañía tecnológica navarra, con sede en Mutilva, que se dedica al diseño, desarrollo, producción y comercialización de dispositivos digitales para el sector de las máquinas de vending. La compañía ha invertido desde su constitución más de 700.000 euros en estos desarrollos y tiene varias patentes que protegen la propiedad intelectual.

En un paso más en su estrategia de crecimiento, ha conseguido patentar el desarrollo de un sistema digital modular, que se instalará de manera muy sencilla en las máquinas vending ya existentes en el mercado (tabaco, bebidas, snacks), y que permite modificar su operativa para que la experiencia de cliente sea completamente “contactless” (sin contacto), y el usuario o cliente no tenga que tocar físicamente la máquina para **seleccionar el producto y pagar**. Es su granito de arena en la lucha por minimizar los riesgos de contagio por COVID 19.

Este desarrollo está en proceso y se espera terminar en unos 3 meses, lo cual va a permitir, conjuntamente con las pantallas digitales y la telemetría asociada a las mismas, obtener los siguientes beneficios:

1. **Digitalización** del parque de máquinas vending ya existente.
2. Contribuir a la **economía circular**, en tanto en cuanto se está produciendo una actualización y reutilización de las máquinas, ampliando su “vida útil” y evitando su achataamiento con la consiguiente generación de residuos innecesarios.
3. Eliminar las etiquetas plásticas identificativas de producto de un solo uso, objetivo incluido expresamente en la Agenda 2030, ya que las pantallas sustituyen a las etiquetas plásticas de los pulsadores de las máquinas **(economía verde)**.
4. Ofrecer al usuario **información ampliada sobre el producto por medio del escaneo de códigos QR, que permitan**, además de la selección y venta sin contacto, **obtener datos hasta ahora inaccesibles en máquinas vending respecto al producto a comprar (composición, valor nutricional, riesgos para la salud, etc.)**.
5. Disponer de un sistema de control de las ventas de las máquinas de vending, hoy inexistente, on-line, trazable y alineado con los objetivos de la Administración de disponer de datos fiables para la **lucha contra el fraude y de conectividad telemática de la propia Administración. En este sentido el Gobierno Vasco es pionero habiendo lanzado el programa TicketBai.**