

TITULO: **Campaña Autonómica prospectiva y del control sistemático de mercado en 'Black Friday' y 'Cyber Monday'. 2017**

AÑO DE REALIZACIÓN: **2017**

COMUNIDAD AUTÓNOMA: **CASTILLA Y LEÓN**

OBJETIVO:

Los objetivos fundamentales a seguir por la inspección serán los siguientes:

A. Precios de venta de los productos: Se debe comprobar, tanto en el interior de los establecimientos como en los escaparates:

- El anuncio de los PVP de los productos que no están promocionados con una disminución en el precio.
- El anuncio de los PVP a los que se vendían en temporada normal y los PVP a los que se venden en la promoción de disminución de los precios.
- También, en su caso, y de acuerdo con la normativa que lo exige, se comprobará el anuncio correcto de los precios por unidad de medida de los productos alimenticios y no alimenticios.

B. Etiquetado: Se comprobará que los productos llevan el etiquetado obligatorio y que, cuando sea preceptivo, van acompañados de las instrucciones de uso y las advertencias de seguridad suficientes para que el consumidor pueda utilizarlos correctamente y sin riesgos. Deben considerarse deficiencias

importantes la carencia del etiquetado obligatorio y de las advertencias e instrucciones necesarias, así como que el etiquetado y/o la información no figuren en el idioma oficial del Estado, castellano.

- C. Garantía:** Se comprobará que se facilita al consumidor, conforme a la legislación aplicable, garantía de los bienes de naturaleza duradera.
- D. Publicidad:** Se comprobará que la información no induce a error al consumidor; especialmente se verificará la coincidencia de los productos, las características de éstos y sus precios, así como si el número que tienen en existencias de los mismos coinciden con los reflejados en la publicidad. Todo ello con el fin de que la información sea veraz y no se realice como un reclamo para obtener la atención y el favor de los consumidores, y que estos puedan ser defraudados.
- E. Medios de pago:** La Inspección, igualmente comprobará que los medios y formas de pago admitidos por el establecimiento de manera habitual, no son limitados, rechazados o grabada su utilización sin previo aviso de las modificaciones de utilización.
- F. Factura simplificada** de adquisición y venta de los productos.
- G. Separación física de los productos** que se exponen con diferentes tipos de ofertas: Que los productos que obedecen a la oferta normal del establecimiento, con el precio habitual de la temporada, se encuentran separados físicamente de aquellos otros que se ofertan con reducción en el precio, y estos a la vez entre sí; de tal forma que los consumidores no puedan ser

confundidos o inducidos al error, con los posibles perjuicios que les pudiera suponer a éstos.

H. Hojas de reclamaciones: Que los establecimientos tengan a disposición de los consumidores las Hojas de Reclamaciones reglamentarias. Y que haya constancia de la información de su existencia a disposición de los consumidores.

I. Comercio electrónico: Derecho de desistimiento.

Realizada la fase de inspección y evaluados los cumplimientos e incumplimientos de los productos y de los establecimientos inspeccionados, cada Sección de Consumo debería adoptar las medidas correctoras y/o sancionadoras que correspondan o, cuando sea otra Administración la competente, las inhibiciones y comunicaciones debidas.

Así se inspeccionó:

	CASTILLA Y LEÓN
TOTAL ESTABLECIMIENTOS	222

Nº Y TIPO DE ESTABLECIMIENTOS VISITADOS:

Se han inspeccionado 222 establecimientos con una actividad a nivel minorista, en los tres áreas, alimenticios, industriales y servicios.

MINORISTA SUPERMERCADO

MINORISTA TIENDA ESPECIALIZADA

Nº DE ESTABLECIMIENTOS CORRECTOS Y %:

Establecimientos correctos
138
%
62'13

Nº DE ESTABLECIMIENTOS CON IRREGULARIDADES Y %

Establecimientos con irregularidades
84
%
37'84

RESULTADOS MAS SIGNIFICATIVOS:

En la Campaña se ha controlado un total de 222 establecimientos y se han realizado 395 actuaciones de inspección de los diversos artículos objeto de esta campaña.

material deportivo
artículos de regalo
zapatería y marroquinería
muebles y decoración
perfumería

productos industriales
aparatos uso domestico
artículos para niños
textiles y confección
cosméticos

Las principales infracciones detectadas en la Campaña, han sido las siguientes:

- **ADULTERACION Y FRAUDES CALIDAD**
- **TRANSACCIONES COMERCIALES**
- **PRECIOS**
- **NORMALIZACION/CONDICIONES VENTA**

Respecto a las decisiones adoptadas en todas las actuaciones que se realizaron por la Inspección de Consumo, en las **395** actuaciones realizadas, en **288** se ha tomado la decisión de archivo, por no apreciarse infracción alguna a la normativa vigente; en **62** ocasiones, la decisión ha sido de apercibimiento, al tratarse de infracciones de escasa entidad, bastando con una advertencia por escrito, para que rectifiquen y subsanen las deficiencias encontradas; en **22** se ha propuesto la apertura de expedientes sancionadores, en **11** ocasiones se ha realizado la comunicación a otra CC.AA.

Nota: Esta información reproduce exactamente la facilitada por las Comunidades Autónomas