



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD



agencia española de consumo, seguridad alimentaria y nutrición

## CAMPAÑAS NACIONALES

**AÑO:** 2014

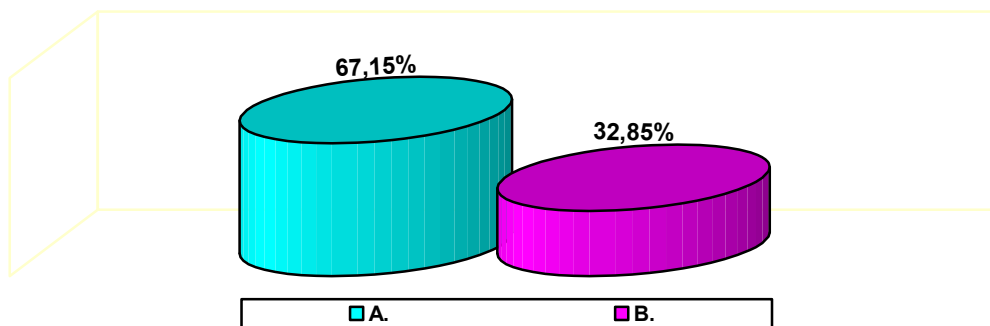
**OBJETIVO:** Verificar el cumplimiento de la normativa vigente.

**DENOMINACIÓN:** Publicidad comercial en grandes superficies.

ASPECTOS SIGNIFICATIVOS	ACTIVIDADES INSPECTORAS	
	PROGRAMACIÓN	REALIZACIÓN
CC.AA Participantes	Canarias Cantabria Extremadura Navarra G. Valenciana	Canarias Cantabria Extremadura G. Valenciana
Total de empresas programadas/controladas	93	892
Elementos esenciales de control: Aspectos relevantes de las actividades desarrolladas por estas empresas que repercuten en los derechos de los consumidores y usuarios		

**A.- ACTUACIONES INSPECTORAS:**

<b>Nº DE ESTABLECIMIENTOS CONTROLADOS:</b>	<b>892</b>	
<b>Nº DE ESTABLECIMIENTOS SIN IRREGULARIDADES (A):</b>	<b>599</b>	<b>67,15 %</b>
<b>Nº DE ESTABLECIMIENTOS CON IRREGULARIDADES (B):</b>	<b>293</b>	<b>32,85 %</b>

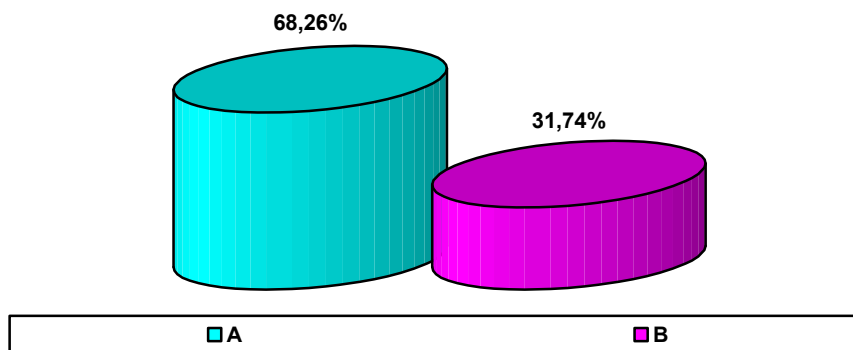


**B.- ASPECTOS CONTROLADOS E IRREGULARIDADES DETECTADAS:**

Las actuaciones de la inspección en los servicios de reparación de aparatos de uso doméstico se han centrado en los siguientes aspectos:

- 1.- Etiquetado. (139 irregularidades)
- 2.- Precios. (299 irregularidades)

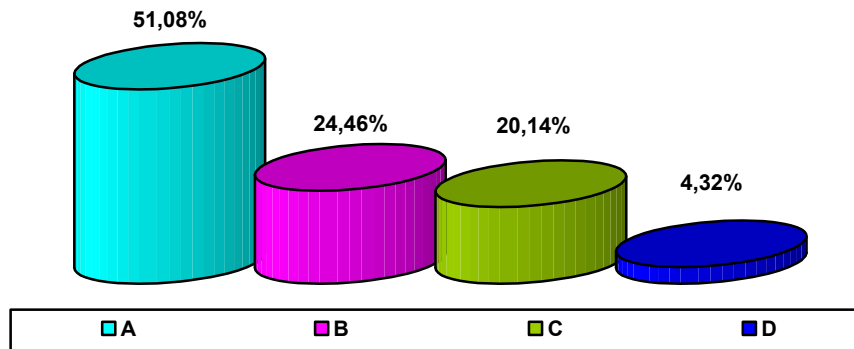
El total de irregularidades ha sido de 438.



A.- Precios B.- Etiquetado
-------------------------------

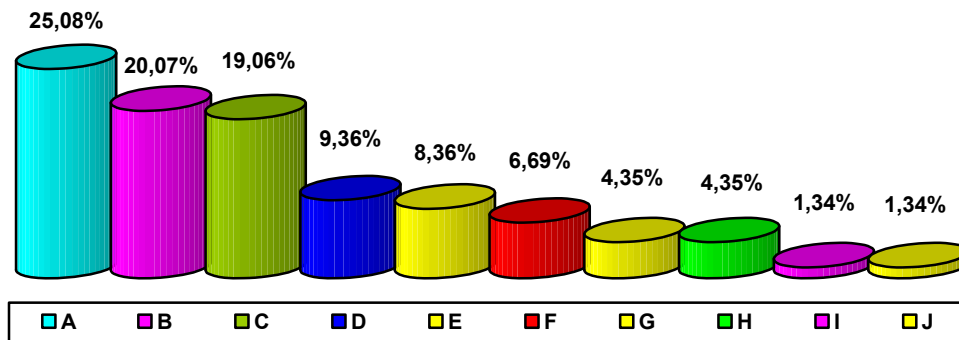
## C.- DESGLOSE DE RESULTADOS MÁS SIGNIFICATIVOS:

### 1.- NÚMERO DE IRREGULARIDADES EN EL ETIQUETADO



- A.- No figura, en el etiquetado, la dirección del fabricante o de su representante autorizado o del importador dentro de la UE, (71)  
B.- No figura el nombre, la razón social o la marca del fabricante o de su representante autorizado o del importador dentro de la UE, (34)  
C.- No figura, en el etiquetado, la denominación del producto, (28)  
D.- No figura, en el etiquetado, el modelo o referencia del producto, (6)

### 2.- NÚMERO DE IRREGULARIDADES EN LOS PRECIOS



- A.- En el folleto o medio publicitario no se refieren los precios de todos los productos, (75)
- B.- No consta el precio por unidad de medida, en caso de ser obligatorio, (60)
- C.- No existen unidades a la venta de los productos ofertados en los folletos o medios publicitarios, (57)
- D.- El precio ofertado del producto no coincide con el que aparece el folleto publicitario, (28)
- E.- El etiquetado no está redactado en la lengua oficial del Estado, (25)
- F.- El precio que se cobra en las cajas (o el precio exigido en el establecimiento) no es igual o inferior al que aparece en los folletos o medios publicitarios, (20)
- G.- El precio ofertado del producto no coincide con el que aparece en la línea de cajas, (13)
- H.- El folleto carece de expresiones tipo hasta fin de existencias o similares, o de existir éstas no se informa del número de unidades previstas para la oferta o promoción, (13)
- I.- No consta el precio de venta al público, (4)
- J.- El producto expuesto para su venta no se corresponde con la descripción (foto, texto, etc.) hecha en el medio publicitario, (4)

## **RECOMENDACIONES:**

### **AL CONSUMIDOR:**

Los consumidores deben informarse adecuadamente de la utilización de los servicios y de sus derechos en este ámbito, acudiendo para ello a las Asociaciones de Consumidores, OMICS y a las Direcciones Generales de Consumo de las CC.AA. En aquellos casos en que los consumidores comprueben que el establecimiento incumple la normativa vigente en esta materia se recomienda a los mismos que soliciten y cumplimenten la hoja de reclamaciones correspondiente, con objeto de que pueda intervenir la inspección de consumo, lo que contribuirá, sin duda, a la corrección de las deficiencias detectadas.

### **AL SECTOR:**

El sector deberá mejorar su nivel de profesionalidad y buen hacer en este ámbito, lo que deberá traducirse en un mejor conocimiento de la legislación vigente y un cumplimiento estricto de la misma.

Nota: Información elaborada en el seno de la Comisión de Cooperación de Consumo