



CAMPAÑAS NACIONALES

AÑO: 2015.

OBJETIVO: Verificar el cumplimiento de la normativa vigente.

DENOMINACIÓN: Grandes superficies: publicidad de precios y publicidad engañosa en épocas de especial demanda.

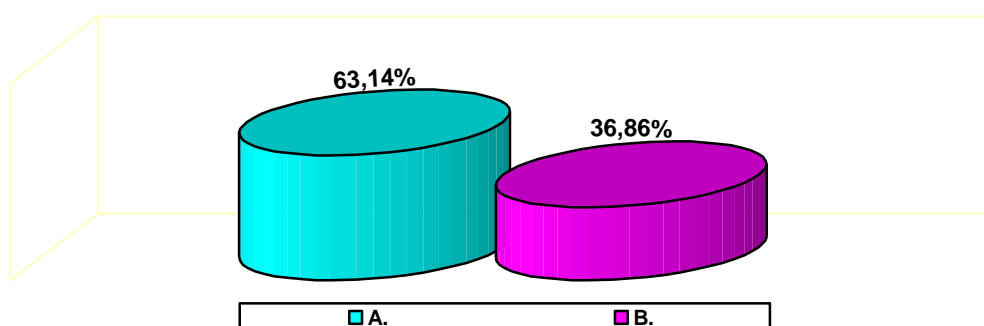
ELEMENTOS ESENCIALES DE CONTROL:

Aspectos relevantes de las actividades desarrolladas por estas empresas que repercuten en los derechos de los consumidores y usuarios.

ASPECTOS SIGNIFICATIVOS	ACTIVIDADES INSPECTORAS	
	PROGRAMACIÓN	REALIZACIÓN
CC.AA Participantes	Andalucía Aragón Asturias Canarias País Vasco	G Andalucía Asturias Aragón Canarias *
Total de empresas programadas/controladas	355	331

A.- ACTUACIONES INSPECTORAS

Nº DE EMPRESAS CONTROLADAS:	331	
Nº DE EMPRESAS SIN IRREGULARIDADES (A):	209	63,14%
Nº DE EMPRESAS CON IRREGULARIDADES (B):	122	36,86%

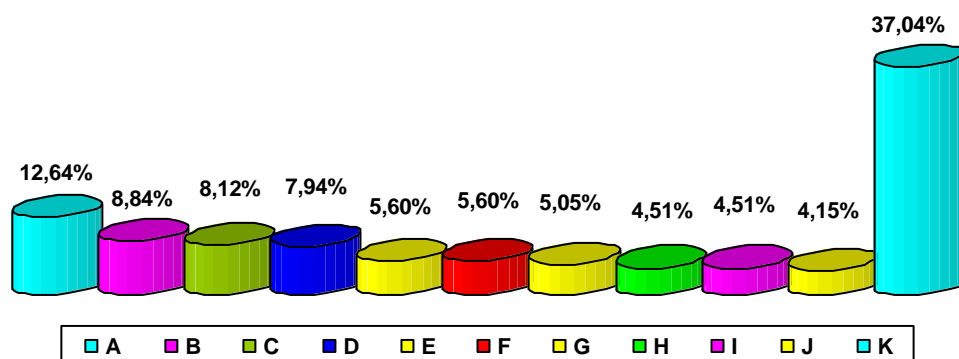


B.- ASPECTOS CONTROLADOS E IRREGULARIDADES DETECTADAS:

Las actuaciones de la inspección en empresas de Grandes Superficies se han centrado en los aspectos generales

El total de irregularidades ha sido de 554.

C.- DESGLOSE DE RESULTADOS MÁS SIGNIFICATIVOS



- A.- No se informa del precio del producto o servicio, (70)
- B.- Si se muestra en la publicidad de productos/servicios alguna referencia al sistema de garantías no se comprueba por el inspector que se cumpla con lo previsto en la normativa vigente en materia de garantías, (49)
- C.- Cuando se han agotado las existencias, no se facilitan en los folletos la reserva del artículo en las mismas condiciones anunciadas, (45)
- D.- El establecimiento inspeccionado no tiene a disposición del consumidor existencias de lo ofertado, (44)
- E.- Si se hace algún tipo de manifestación acerca de la gestión por parte del empresario de situaciones en las que no puede mantenerse la oferta, (se quedó sin existencias, desabastecimiento, etc.), no se cumple con la obligación de que éstas no sean para exonerarse de responsabilidad o vayan en contra de los derechos de los consumidores a recibir lo ofertado, (31)
- F.- En el folleto o medio publicitario que conforma un catálogo de precios, no se refieren los precios de todos los productos o servicios, (31)
- G.- Si la práctica comercial incluye información tanto de las características del bien o servicio como de su precio, no cumple ésta con la obligación de contener, si no se desprende claramente del contexto, al menos, la siguiente información: artículo 20 RDL 1/2007, (28)
- H.- No se informa del precio total completo, (25)
- I.- No se cumple con la obligación de no incluir en la publicidad, sin ningún otro tipo de información al respecto, expresiones del tipo, o similares: Oferta válida salvo fin de existencias. Las promociones finalizan el -/-/, o hasta fin de existencias. Existencias limitadas, (25)
- J.- Si el artículo está agotado, no se facilita la reserva del artículo en las mismas condiciones anunciadas, (23)
- K.- Otras, (340)

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.