

EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE LA ACTIVIDAD DE PROMOCIÓN DE VENTAS 2018

INTRODUCCIÓN

Este programa de inspección de las actividades de promoción de ventas se viene realizando a lo largo del tiempo y constituye una actividad básica de la inspección de consumo del Ayuntamiento de Madrid.

Este año se ha continuado con la comprobación de la veracidad del precio anterior con objeto de evitar los fraudes provocados por el inflado de precios antes de determinadas acciones promocionales.

NORMATIVA APLICABLE

- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.
- Ley 3/2014, de 27 de marzo, por la que se modifica el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre.
- Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid.
- Decreto 1/2010, de 14 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 11/1998, de 9 de julio.
- Ordenanza de Consumo de la ciudad de Madrid, de 30 de marzo de 2011.
- Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.
- Ley 2/2012, de 12 de junio, de Dinamización de la Actividad Comercial en la Comunidad de Madrid.
- Decreto 130/2002, de 18 de Julio, que desarrolla la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.
- Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.
- Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista y sus modificaciones.

- Real Decreto-ley 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad.

EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA

Esta campaña ha sido efectuada durante todo el año 2018 por Inspectoras/es Técnicos de Calidad y Consumo del Ayuntamiento de Madrid en establecimientos ubicados en el término municipal de la capital.

Se han realizado un total de 1.877 inspecciones, 1.327 en primera vuelta y las 550 restantes han sido visitas de comprobación.

En las 1.327 inspecciones iniciales se registraron irregularidades en 638 ocasiones lo que supone un porcentaje del 48,1%.

Tras las 550 visitas de comprobación se comprobó que se habían subsanado las deficiencias en 468 ocasiones, lo que supone que en el 85,1% de los casos se corrigió la irregularidad detectada.

RESULTADOS

INSPECCIONES TOTALES (1º Y 2ª VISITA)	1.877
ESTABLECIMIENTOS INSPECCIONADOS	1.327
ESTABLECIMIENTOS CON IRREGULARIDADES	638 (48,1%)

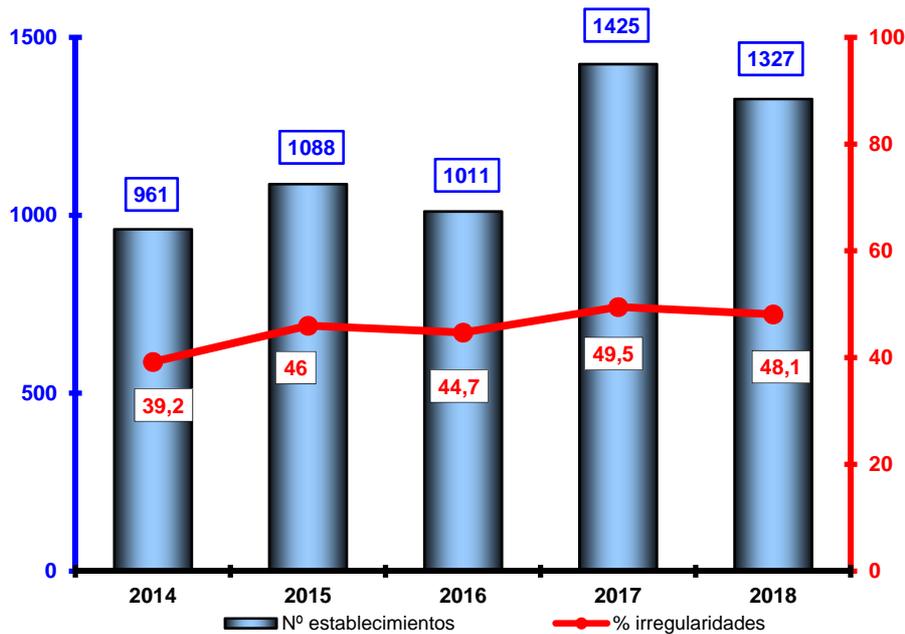
VENTA EN REBAJAS	%SI	%NO
Se anuncian rebajas en el establecimiento	65,3	
Se exhiben las fechas de las rebajas elegidas en sitio visible al público incluso cuando el establecimiento se encuentre cerrado	72,5	27,5
Se exhiben los precios anterior y rebajado de los artículos rebajados que se exhiben en el escaparate	83,2	16,8
Se exhiben los precios anterior y rebajado de los artículos rebajados que se exhiben en el interior del establecimiento	89,2	10,8
Se realiza comprobación del precio anterior	50,9	
El precio anterior es siempre correcto	98,9	1,1
Cuando los artículos rebajados son menos de la mitad de los puestos a la venta, las rebajas se anuncian referidas exclusivamente a los productos o artículos a los que realmente afectan	87,0	13,0
Si las rebajas no afectan a la totalidad de los productos, los que están rebajados están totalmente identificados	91,4	8,6
Los artículos rebajados se encuentran en perfectas condiciones (no deteriorados)	99,5	0,5
PROMOCIÓN-OFERTAS	%SI	%NO
Se anuncian ofertas o promociones en el establecimiento	29,3	
La actividad que anuncia corresponde con la que realmente realiza	87,9	12,1
Figura con claridad la información sobre el producto objeto de la promoción u oferta de forma visible al público	90,8	9,2
Figura con claridad la información sobre las condiciones de venta de forma visible al público	84,1	15,9
Figura con claridad la información sobre el periodo de vigencia de la promoción u oferta de forma visible al público	63,0	37,0
Ausencia de ofertas conjunta de productos con vulneración del artículo 34 de la ley 7/96	95,1	4,9
Si la oferta conlleva una reducción de precio de los artículos, figura el precio anterior junto con el precio reducido	70,9	29,1
Se realiza comprobación del precio anterior	36,3	
El precio anterior es siempre correcto	98,9	1,1

	%SI	%NO
Disponen de existencias de los artículos ofertados	97,9	2,1
Figura con claridad y en lugar perfectamente visible para el público la información del artículo 37.1 del Decreto 130/2002	70,2	29,8
Los artículos en promoción se encuentran en perfectas condiciones –no deteriorados-	99,7	0,3
VENTAS CON OBSEQUIO		
Se anuncian ventas con obsequio en el establecimiento	0,8	
La actividad que anuncia corresponde con la que realmente realiza	100,0	0,0
Figura con claridad la información sobre el periodo de vigencia de la promoción u oferta de forma visible al público	60,0	40,0
El número de existencias figura claramente en el establecimiento a disposición del público	60,0	40,0
Cumple con el resto de requisitos establecidos en el artículo 39.1 del decreto 130/2002	60,0	40,0
LIQUIDACIÓN		
Se anuncia "LIQUIDACIÓN" en el establecimiento	7,2	
La actividad que anuncia con la denominación de liquidación u otra equivalente se corresponde con la que realmente realiza	77,9	22,1
Si la liquidación conlleva una reducción de precio de los artículos, figura el precio anterior junto con el precio reducido	76,5	23,5
Los anuncios de liquidación indican la causa	67,4	32,6
Figura con claridad la información sobre el periodo de vigencia de la venta en liquidación de forma visible al público	40,0	60,0
La duración de la liquidación es como máximo de un año	94,7	5,3
SALDOS		
Se anuncian "SALDOS" en el establecimiento	1,5	
La actividad que anuncia corresponde con la que realmente realiza	85,0	15,0
Si son saldos permanentes se anuncia esta circunstancia	33,3	66,7
Si la oferta conlleva una reducción de precio de los artículos, figura el precio anterior junto con el precio reducido	64,3	35,7
Los saldos están debidamente señalizados y separados del resto de las promociones	85,0	15,0
Se informa de la duración del saldo en caso de saldos de carácter temporal	50,0	50,0
Si son artículos deteriorados o defectuosos se hace constar tal circunstancia de forma fácilmente identificable	80,0	20,0

ANÁLISIS DE LOS DATOS DE LA CAMPAÑA

Durante el 2018, se inspeccionaron 1327 establecimientos que anunciaban este tipo de ventas promocionales de los cuales 638 (48,1) presentaba alguna irregularidad en materia de consumo.

Los datos obtenidos comparados con los de campañas anteriores son:



El nivel general de infracción disminuye ligeramente con respecto a la campaña anterior.

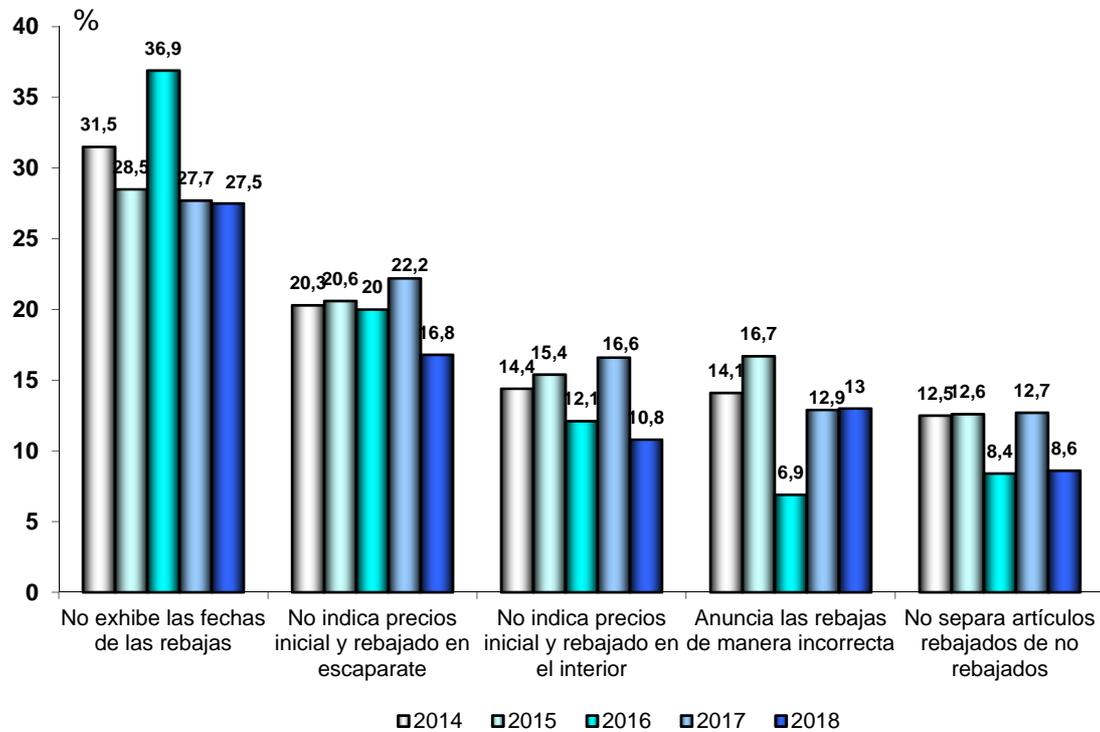
Las infracciones más significativas detectadas han sido:

VENTA EN REBAJAS

Las irregularidades más significativas detectadas fueron:

- El 27,5% de los establecimientos que anunciaban rebajas no exhibían las fechas elegidas para su realización.
- No se indicaba el precio anterior y el rebajado de los artículos rebajados en el 16,8% de los escaparates de aquellos establecimientos que cuentan con él. Siendo el dato del 10,8% para la no exhibición de ambos precios en los artículos situados en el interior del establecimiento.
- Si los artículos rebajados son menos de la mitad, no se pueden anunciar rebajas de manera general, este hecho se incumple en el 13% de las situaciones donde se daba dicha circunstancia.
- En el 8,6% de los establecimientos donde coexisten artículos rebajados con otros que no lo están, no se diferencian claramente los unos de los otros.

Los datos comparados son:



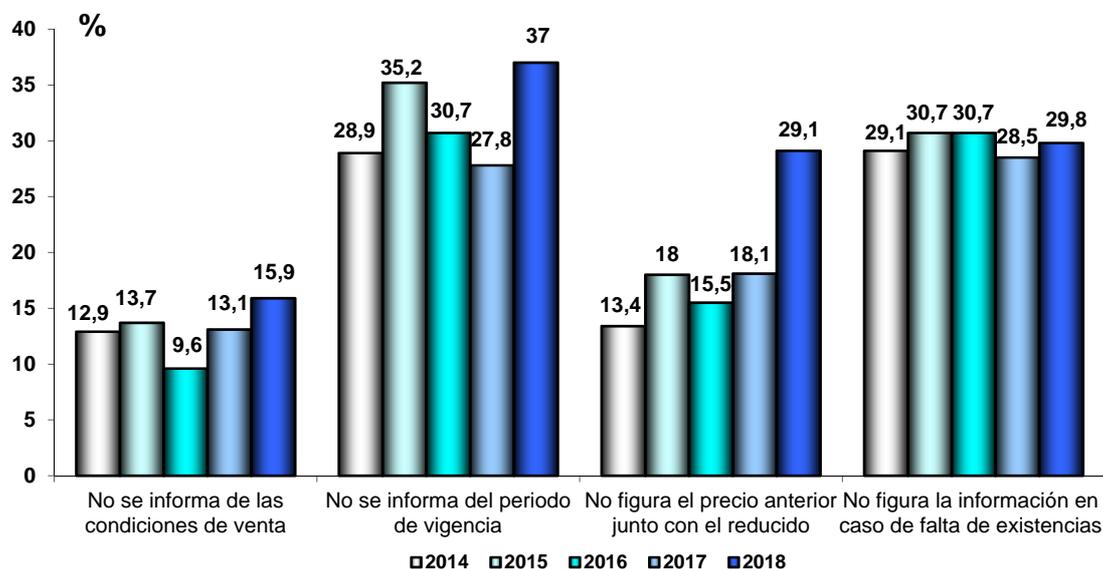
PROMOCIÓN-OFERTAS

En el 29,3% de los establecimientos visitados la actividad anunciada es una promoción u oferta, de las cuales el 12,1% no se corresponde la actividad anunciada con la que realmente se realiza.

Las irregularidades más significativas son:

- No se informa del periodo de vigencia de la promoción u oferta de forma visible al público en el 37% de los casos.
- En el 29,8% de los establecimientos no exhiben con total claridad información relativa a los derechos de las personas consumidoras en caso de falta de existencias
- Cuando son promociones con reducción de precio, en el 29,1% de los casos no figura el precio anterior junto con el precio reducido.
- No se informa de las condiciones de la venta de forma visible al público en el 15,9% de los casos.

Los datos de las cinco últimas campañas son:



VENTAS CON OBSEQUIO

Sólo se realizaba la actividad de venta con obsequio en el 0,8% de los establecimientos visitados. Las principales irregularidades fueron:

- no figura ni el periodo de vigencia ni el número de existencias en el 40% de los casos.

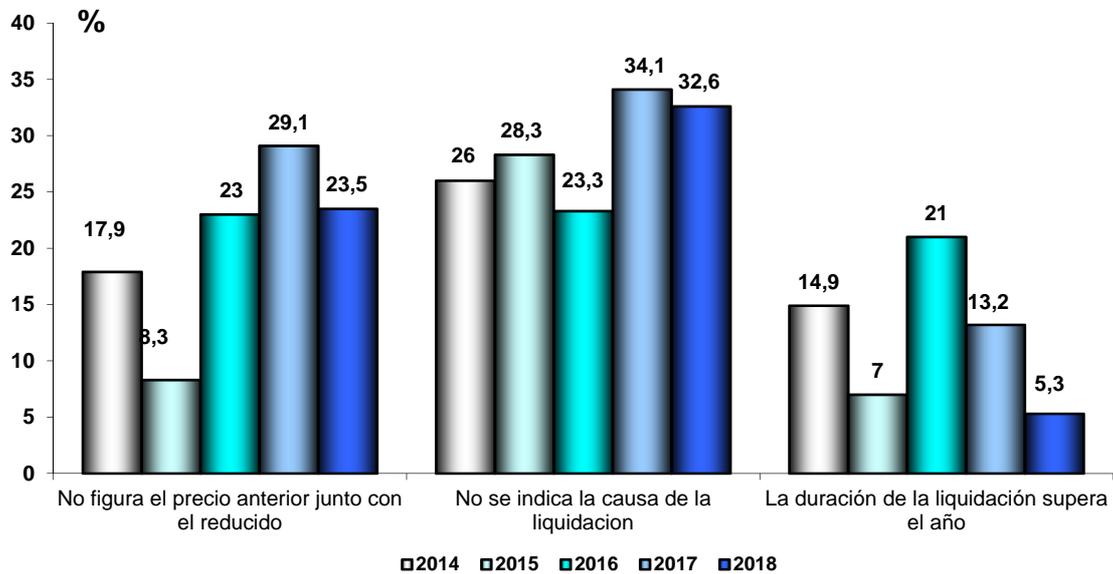
LIQUIDACIÓN

En el 7,2% de los establecimientos visitados la actividad anunciada es la de liquidación, si bien en el 22,1% de los mismos no se trataba realmente de liquidaciones.

Las irregularidades más significativas detectadas en este tipo de actividad de ventas son:

- No se indica el periodo de vigencia en el 60% de los casos.
- En el 32,6% de los anuncios de liquidación no se indicaba la causa que la motivó.
- No figura el precio anterior junto con el precio reducido en el 23,5% de las liquidaciones cuando las mismas conllevan una reducción de precio.
- En el 5,3% de los casos, las liquidaciones no respetan el periodo máximo de un año de este tipo de actividades.

Los datos anteriores comparados con los de las campañas anteriores son:



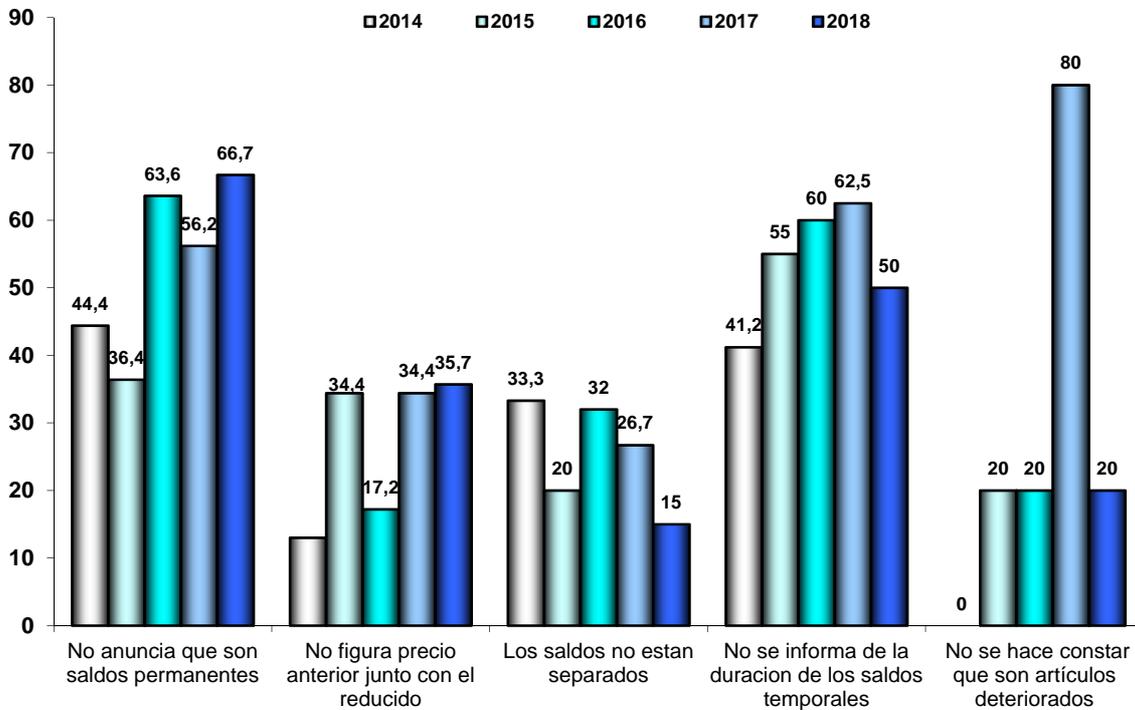
SALDOS

Los saldos se detectaron en un 1,5% de los establecimientos que anunciaban algún tipo de actividades de promoción de ventas.

Las irregularidades en este tipo de ventas son:

- El 66,7% de los saldos permanentes no indican esta circunstancia.
- Cuando se trata de saldos de carácter temporal en el 50% de los casos no se informa de la duración del mismo.
- No figura el precio anterior junto con el reducido en el 35,7% de los saldos donde es aplicable.
- Cuando se trata de saldos de artículos deteriorados o defectuosos, en el 20% de los casos no se hace constar dicha circunstancia.
- El 15% de los saldos no están debidamente señalizados ni separados del resto de las promociones.

Los datos comparativos son:



En comparación con la campaña anterior se ha disminuido el nivel de infracciones detectadas, registrándose un 48,1% con carácter global un 1,4% menos que en el 2017.

El dato anterior del 48,1% está referido a las visitas iniciales de inspección, se han realizado 550 visitas de comprobación donde se han subsanado las deficiencias en 468 ocasiones lo cual deja el índice global reducido al 12,8%.