

**ANEXO I PROTOCOLO DE LA CAMPAÑA DE INSPECCIÓN DE PUBLICIDAD
COMERCIAL 2015 (Código 79/15)**

	<u>SI</u>	<u>NO</u>	<u>NP</u>	<u>NA</u>
1. La publicidad analizada procede de uno de los siguientes medios: a) Folletos b) Prensa c) Televisión d) Radio e) Otros (especificar en SISCOM como dictan las instrucciones)				
PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES CON CONSUMIDORES				
2. Se cumple la obligación de no incluir prácticas comerciales con los consumidores consideradas como desleales "EN TODO CASO" en virtud de lo establecido en los artículos 21 a 27 de la Ley 3/1991, de Competencia Desleal.....	_____	_____	_____	_____

<p>3. Se cumple con la obligación de no emitir publicidad que pueda ser considerada como una PCD por generar engaño mediante actos engañosos (artículo 5).....</p> <p>“Conductas que contengan información falsa o información que, aun siendo veraz, por su contenido o presentación induzca o pueda inducir a error a los destinatarios, siendo susceptible de alterar su comportamiento económico”.</p>	_____	_____	_____	_____
<p>4. Se cumple con la obligación de no emitir publicidad que pueda ser considerada como una PCD por generar engaño mediante omisiones engañosas (artículo 7).....</p> <p>“La omisión u ocultación de la información necesaria para que el destinatario adopte o pueda adoptar una decisión relativa a su comportamiento económico con el debido conocimiento de causa. Es también desleal si la información que se ofrece es poco clara, ininteligible, ambigua, no se ofrece en el momento adecuado, o no se da a conocer el propósito comercial de esa práctica, cuando no resulte evidente por el contexto”</p>	_____	_____	_____	_____
<p>5. Se cumple con la obligación de no emitir publicidad que pueda ser considerada como una PCD por generar confusión (artículo 20).....</p> <p>“Aquellas que en su contexto fáctico y teniendo en cuenta todas sus características y circunstancias, creen confusión, incluido el riesgo de asociación, con cualesquiera bienes o servicios, marcas registradas, nombres comerciales u otras marcas distintivas de un competidor, siempre que sean susceptibles de afectar al comportamiento económico de los consumidores y usuarios”</p>	_____	_____	_____	_____
<p>6. Se cumple con la obligación de no emitir publicidad que pueda reputarse desleal debido a que el comportamiento resulte objetivamente contrario a las exigencias de la buena fe (artículo 4.1).....</p>	_____	_____	_____	_____
<p>CONSIDERACIONES ESPECÍFICAS EN LA PUBLICIDAD</p>				
<p>7. El establecimiento inspeccionado tiene a disposición del consumidor existencias de lo ofertado.....</p>	_____	_____	_____	_____
<p>8. El producto que se oferta se corresponde con el expuesto en anaqueles, estanterías a disposición del consumidor.....</p>	_____	_____	_____	_____
<p>9. Se cumple con la obligación de no incluir en la publicidad, sin ningún otro tipo de información al respecto, expresiones del tipo, o similares:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oferta válida salvo fin de existencias • Las promociones finalizan el —/—/— o hasta fin de existencias • Existencias limitadas 	_____	_____	_____	_____
<p>10. Si el producto se encuentra agotado, ¿se facilita la reserva del artículo en las mismas condiciones anunciadas?.....</p>	_____	_____	_____	_____

<p>11. Esa información anterior, sobre la reserva del artículo en las mismas condiciones anunciadas cuando se hayan agotado las existencias, la facilitan en los folletos.....</p> <p>Esta cuestión no es obligatoria, aunque sí recomendable para mejorar la calidad de la oferta. Informar al responsable sobre la posibilidad de incluir alguna referencia al respecto.</p>	_____	_____	_____	_____
<p>12. Si se hace algún tipo de manifestación acerca de la gestión por parte del empresario de situaciones en las que no pueda mantenerse la oferta (tipo se quedó sin existencias, desabastecimiento, etc.), 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.....</p> <p>Si existe alguna mención de quedarse sin existencias o desabastecimiento, que le hiciesen no poder mantener la oferta, no podrán indicar que el consumidor no puede ejercer su derecho a exigir el mismo producto, u otro de características superiores, en las mismas condiciones</p>	_____	_____	_____	_____
<p>13. Se cumple con la obligación de no incluir en la publicidad expresiones que limiten los derechos del consumidor o excluyan de responsabilidad al oferente, del tipo, o similares:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las fotografías no son contractuales • Las imágenes no son reales • El modelo publicitado no se corresponde con el ofertado • Recreación artística no contractual 	_____	_____	_____	_____
<p>14. El tamaño de letra (y la velocidad de paso en T.V.) de las características de la información publicitaria es suficiente para no que no se dificulte su lectura y comprensión de los mismos.....</p>	_____	_____	_____	_____
<p>15. Si procede, se cumple con la obligación de no existir mensajes secundarios que maten y restrinjan el mensaje principal desvirtuando el sentido del mismo, induciendo, por ende, a error en el consumidor.....</p>	_____	_____	_____	_____
PREGUNTAS ESPECÍFICAS EN MATERIA DE PRECIOS				
<p>16. Se informa del precio del producto o servicio.....</p>	_____	_____	_____	_____
<p>17. En el folleto o medio publicitario que conforme un catálogo de precios, ¿se refieren los precios de todos los productos o servicios?.....</p> <p>Se entendería para aquellas publicidades que se formulan como un catálogo de precios o para cuando se formulen en el interior de un establecimiento, mediante cartelería, por ejemplo, y que le fuese de aplicación el Decreto 2807/1972.</p>	_____	_____	_____	_____
<p>18. Se informa del precio final completo.....</p>	_____	_____	_____	_____
<p>19. Se incluyen los impuestos.....</p>	_____	_____	_____	_____

20. En su caso, se incluyen los incrementos o descuentos de la oferta.....	_____	_____	_____	_____
21. En su caso, se incluyen los gastos adicionales que se repercuten en el consumidor o usuario.....	_____	_____	_____	_____
22. En el caso de no poder fijarse con exactitud el precio, se informa de la base de cálculo para que el consumidor o usuario pueda comprobar el precio.....	_____	_____	_____	_____
23. En el caso de que no se pueda calcular de antemano los gastos a repercutir en el usuario, se informa del hecho de que existen dichos gastos adicionales	_____	_____	_____	_____
24. En productos que se oferten bajo la fórmula de reducción de precios del tipo “antes X Euros, y ahora Y Euros”, o similares, se comprueba por parte del inspector que realmente existe ese decremento (expuesto al consumidor mediante una oferta o promoción).....	_____	_____	_____	_____
25. El precio que se cobra en las cajas (o precio exigido en el establecimiento) es igual al que aparece en los folletos o medios publicitarios.....	_____	_____	_____	_____
26. Se cumple con la obligación de no incluir términos que induzcan a error al consumidor en materia de indicación de precios del tipo, o similares: <ul style="list-style-type: none"> ● Precios salvo error tipográfico ● Precios salvo error de imprenta 	_____	_____	_____	_____
27. Se cumple con la obligación de no incluir términos que induzcan a error al consumidor en materia de indicación de precios del tipo, o similares: <ul style="list-style-type: none"> ● Precios “DESDE...X Euros” El establecimiento debe disponer de unidades suficientes a ese precio mínimo de partida para satisfacer una previsible demanda de los productos que oferta.	_____	_____	_____	_____
28. En los productos que sean exigibles, ¿se anuncia correctamente en la publicidad, propaganda o folletos el Precio por Unidad de Medida?.....	_____	_____	_____	_____

<p>29. Si la práctica comercial incluye información tanto de las características del bien o servicio como de su precio, cumple ésta con la obligación de contener, si no se desprende ya claramente del contexto, al menos, la siguiente información:</p> <p>a. Nombre, razón social y domicilio completo del empresario responsable de la oferta comercial y, en su caso, nombre, razón social y dirección completa del empresario por cuya cuenta actúa.</p> <p>b. Las características esenciales del bien o servicio de una forma adecuada a su naturaleza y al medio de comunicación utilizado.</p> <p>c. El precio final completo, incluidos los impuestos, desglosando, en su caso, el importe de los incrementos o descuentos que sean de aplicación a la oferta y los gastos adicionales que se repercutan al consumidor o usuario.</p> <p>En el resto de los casos en que, debido a la naturaleza del bien o servicio, no pueda fijarse con exactitud el precio en la oferta comercial, deberá informarse sobre la base de cálculo que permita al consumidor o usuario comprobar el precio. Igualmente, cuando los gastos adicionales que se repercutan al consumidor o usuario no puedan ser calculados de antemano por razones objetivas, debe informarse del hecho de que existen dichos gastos adicionales y, si se conoce, su importe estimado.</p> <p>d. Los procedimientos de pago, plazos de entrega y ejecución del contrato y el sistema de tratamiento de las reclamaciones, cuando se aparten de las exigencias de la diligencia profesional, entendiéndose por tal la definida en el artículo 4.1 de la Ley de Competencia Desleal.</p> <p>e. En su caso, existencia del derecho de desistimiento.</p>	<p>_____</p>	<p>_____</p>	<p>_____</p>	<p>_____</p>
<p>GARANTÍAS</p>				
<p>30. Si se muestra en la publicidad de productos/servicios alguna referencia al sistema de garantías, ¿se comprueba por el inspector que se cumpla con lo previsto en la normativa vigente en materia de garantías?.....</p>	<p>_____</p>	<p>_____</p>	<p>_____</p>	<p>_____</p>
<p>31. En caso de asistir personalmente al establecimiento que realiza la oferta (por ejemplo para comprobar que dispone de existencias suficientes o que se corresponde el producto ofertado con la realidad), ¿se comprueba por el inspector que se ofrecen las garantías inicialmente ofertadas, o que las mismas son acordes con la realidad de la norma?.....</p>	<p>_____</p>	<p>_____</p>	<p>_____</p>	<p>_____</p>
<p>CRÉDITOS AL CONSUMO</p>				
<p>32. ¿Publicita por cualquier medio la financiación de algún tratamiento o producto que se oferte en el establecimiento, indicando el tipo de interés o cualquier cifra relacionada con el coste del crédito para el consumidor?.....</p>	<p>_____</p>	<p>_____</p>	<p>_____</p>	<p>_____</p>
<p>33. ¿Se informa en la publicidad y en las comunicaciones comerciales de forma clara, concisa y destacada mediante un ejemplo representativo del tipo deudor fijo o variable, así como los recargos incluidos en el coste total del crédito para el consumidor?.....</p>	<p>_____</p>	<p>_____</p>	<p>_____</p>	<p>_____</p>

34. ¿Se informa en la publicidad y en las comunicaciones comerciales de forma clara, concisa y destacada mediante un ejemplo representativo del importe total del crédito?.....	_____	_____	_____	_____
35. ¿Se informa en la publicidad y en las comunicaciones comerciales de forma clara, concisa y destacada mediante un ejemplo representativo de la tasa anual equivalente, salvo en el caso de los contratos en los que el crédito se conceda en forma de posibilidad de descubierto y que deban reembolsarse previa petición o en el plazo de tres meses?.....	_____	_____	_____	_____
36. ¿Se informa en la publicidad y en las comunicaciones comerciales de forma clara, concisa y destacada mediante un ejemplo representativo, en su caso, de la duración del contrato de crédito?.....	_____	_____	_____	_____
37. ¿Se informa en la publicidad y en las comunicaciones comerciales de forma clara, concisa y destacada mediante un ejemplo representativo, en el caso de los créditos en forma de pago aplazado de un bien o servicio en particular, del precio al contado y el importe de los posibles anticipos?.....	_____	_____	_____	_____
38. ¿Se informa en la publicidad y en las comunicaciones comerciales de forma clara, concisa y destacada mediante un ejemplo representativo, en su caso, del importe total adeudado por el consumidor y el importe de los pagos a plazos?.....	_____	_____	_____	_____