

RESOLUCIÓN DEL CONSEJO DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS DE ANDALUCÍA SOBRE LAS PRÁCTICAS DETECTADAS EN EL PERIODO DE REBAJAS DE INVIERNO DE 2010.

(Aprobada por el Pleno del Consejo de los Consumidores y Usuarios de Andalucía de fecha 30 de junio de 2010)

Desde este Consejo de Consumidores y Usuarios de Andalucía, (integrado por las organizaciones de consumidores AL-ANDALUS, FACUA y UCA/UCE), entendemos de gran importancia manifestar que hemos venido detectando una serie de prácticas en el último periodo de rebajas, que se desarrolló entre el pasado día 7 de enero y el 7 de marzo, que inciden negativamente en la protección de los derechos de los consumidores y que, en determinados casos, vulneran la normativa vigente.

En este sentido, las tres federaciones representadas en este Consejo, coincidimos en que existe una necesidad de revisar los protocolos de inspección existentes, al entender que los actuales pueden ser poco eficaces ante nuevas casuísticas detectadas en este ámbito.

Concretamente, las irregularidades y prácticas perjudiciales para los derechos de los consumidores que desde las organizaciones de consumidores hemos detectado en la última campaña de rebajas son las siguientes:

- Utilización simultánea antes y durante el periodo de rebajas de conceptos como “promoción, descuentos, ofertas y rebajas”, que provocan la confusión acerca de si el establecimiento que los utiliza se encuentra o no en rebajas.
- Establecimientos que se anuncian en rebajas sin disponer, realmente, del porcentaje de artículos rebajados exigido para ello por

la normativa vigente, especialmente, durante el último mes de rebajas.

- Existencia de artículos rebajados que no se encontraban a la venta antes del inicio del periodo de rebajas.
- Falta de la indicación visible de las fechas de inicio y finalización de la campaña.
- Incumplimiento en la admisión de medios de pago.

Por otro lado, seguimos detectando algunos casos en los que existen negativas a aceptar devoluciones de artículos en mal estado o irregularidades en la información obligatoria sobre precios y etiquetado de los productos (carencia de referencia al precio anterior).

Por otra parte, entendemos que se ha producido un cambio en la casuística de las irregularidades detectadas en este ámbito, entendiendo que estas nuevas situaciones deben encontrar respuesta por parte de la administración, mediante la puesta en funcionamiento de nuevos protocolos de actuación.

En ellos debe incluirse un aumento del control sobre la publicidad sobre esta modalidad de venta, debido a que hemos detectado que en un gran número de campañas publicitarias se recurre en numerosas ocasiones a la utilización del concepto de “rebajas” de manera confusa y engañosa, alternándolo o empleándolo como sinónimo de otros conceptos diferentes, lo que, lógicamente, provoca la confusión de los consumidores.

Por todo lo anteriormente indicado, desde este Consejo instamos a los organismos de la Administración Autonómica con competencia en la materia a adoptar las medidas oportunas con la finalidad de corregir las prácticas señaladas, en aras de la mejora de los derechos de los consumidores, considerando que a tal efecto debe contarse con la colaboración y participación de las organizaciones de consumidores.